

BAB II

KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Media sosial menjadi sumber yang lebih disukai Gen Z untuk memperoleh berita menurut hasil survey Digital News Report 2021 yang dirilis oleh Reuters. Media sosial adalah saluran yang paling familiar digunakan oleh Gen Z untuk mengakses dan mencari informasi (Newman et al., 2021). Riset mengenai pola konsumsi media digital dan berita daring Gen Z Indonesia menemukan bahwa Gen Z terpapar berita/informasi melalui media sosial secara insidental (*incidental news exposure*) (Asmarantika et al., 2022).

Walaupun Gen Z dikenal sebagai *digital natives*, di mana kehidupannya sedikit banyak dipengaruhi oleh teknologi digital yang membuat mereka menyukai hal-hal yang cepat/instan ketika dibutuhkan (Podara et al., 2019), Asmarantika (2022) menemukan bahwa Gen Z lebih mengapresiasi konten berita yang komperhensif dibandingkan artikel berita yang cepat, tetapi informasinya tidak lengkap (Asmarantika et al., 2022). Berdasarkan KBBI, kata komperhensif memiliki arti bersifat mampu menangkap (menerima) dengan baik, luang and lengkap (tentang ruang lingkup atau isi), mempunyai dan memperlihatkan wawasan yang luas. Jika dikaitkan dengan konteks berita, bentuk berita yang komperhensif, salah satunya, adalah produk *slow journalism*.

Istilah *slow journalism* dipopulerkan oleh Susan Greenberg. Greenberg (2012) menyebutkan bahwa jurnalisme seperti itu memberi waktu untuk penelitian dan penulisan panjang lebar dengan tujuan kualitas. *Slow journalism* menawarkan sebuah alternatif terhadap pelaporan konvensional, dianggap meninggalkan kesenjangan dalam pemahaman kita tentang dunia pada saat diperlukan memahaminya lebih besar dari sebelumnya (Masurier, 2014).

Penelitian terkait pembaca terhadap produk digital *slow journalism* lebih banyak dilakukan pada negara-negara di Amerika dan Eropa. Contohnya penelitian milik Carmen Peñafiel-Saiz, Miren Manias-Muñoz, dan Itsaso Manias-Muñoz

dengan judul, “*Profile of digital slow journalism audiences in Argentina, Colombia, and Mexico*” dan penelitian milik Miren Manias-Muñoz, Itsaso Manias-Muñoz, dan Amaia Alvarez-Berastegi yang berjudul “*Is digital slow journalism valued? An analysis of its audience in Spain*”. Sedangkan, riset terkait pembaca berita yang menerapkan *slow journalism* di Indonesia masih sangat minim. Dengan demikian penelitian terkait hal tersebut akan membawa sebuah kebaruan.

Terdapat banyak produk media baru yang bermunculan seiring dengan berkembangnya zaman, salah satunya adalah media alternatif. Media alternatif terdiri dari sejumlah jenis media yang berbeda dari media tradisional dan arus utama dalam struktur organisasi maupun editorial. Tidak hanya itu, juga memiliki perbedaan dalam norma, nilai-nilai, konten, dan pembaca (Buyens & Aelst, 2021).

Peran media alternatif sebagai oposisi tidak resmi terhadap media arus utama menjadi hal yang penting dalam perluasan diskusi dan perdebatan publik mengenai hal-hal yang luas berbagai kekhawatiran dan permasalahan. Jika media alternatif bukan yang pertama mengangkat sebuah cerita, mereka biasanya yang pertama memberikan analisis mendalam mengenai cerita tersebut (Kidd, 1999). Melihat karakter media alternatif dalam memberitakan analisis mendalam terkait suatu peristiwa atau berita, dapat dilihat adanya penerapan prinsip *slow journalism* di dalamnya.

Fusch (2010) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa media alternatif adalah media massa yang menantang bentuk dominan media kapitalis dari segi produksi, struktur media, konten, distribusi, dan penerimaan. Media alternatif dikatakan sebagai media kritis karena memiliki karakteristik bentuk dan konten kritis. Ada konten oposisi yang memberikan alternatif terhadap perspektif dominan (Fuchs, 2010). Media alternatif sebagai media yang kritis dan dapat membangun.

Namun di sisi lain, Fusch juga menemukan bahwa riset terkait media alternatif adalah bidang yang masih kekurangan sumber daya, kurang terwakilkan, dan kurang diteliti. Dapat dikatakan bahwa media alternatif merupakan bidang yang masih terabaikan dalam kajian komunitas media. Dengan perkembangan internet, Fusch mengharapakan akan semakin banyak bermunculan penelitian media

alternatif yang bersifat teoritis dan menjadikannya bidang yang dipandang penting oleh akademisi (Fuchs, 2010).

Dapat dilihat bahwa celah penelitian mengenai media alternatif masih sangat luas. Perlunya riset-riset yang relevan dengan kondisi sekarang terkait media alternatif agar mendapat sorotan dan menjadi media yang dipertimbangkan pada era ini. Ditambah lagi dengan penemuan Kim Andersen, Adam Shebata, dan Dennis Andersson pada artikel jurnal berjudul “*Alternative News Orientation and Trust in Mainstream Media: A Longitudinal Audience Perspective*” di tahun 2023 yang menyebutkan bahwa media alternatif akan semakin dipandang penting sebagai sumber informasi oleh orang-orang yang mengalami kepercayaan yang rendah pada media arus utama (Andersen et al., 2023).

Namun, terdapat keterbatasan pada penelitian yang mereka memiliki yaitu karena tidak bertanya mengenai sumber media alternatif yang spesifik (Andersen et al., 2023). Melihat celah tersebut, penulis menyusun penelitian ini untuk secara spesifik menganalisis produk *slow journalism* di media alternatif agar dapat membawa pandangan dan temuan baru kepada riset mengenai media alternatif. Berbeda dengan penelitian Kim, Adam, dan Dennis, penulis juga secara spesifik akan menjadikan Gen Z sebagai subjek penelitiannya.

Anna Podara, Maria Matsiola, Theodora A. Maniou, dan George Kalliris pada artikel jurnal berjudul “*News usage patterns of young adults in the era of Interactive Journalism*” di tahun 2019, meneliti terkait praktek konsumsi berita dan preferensi generasi muda. Tujuannya adalah untuk mengetahui cara-cara yang dilakukan pembaca muda dalam mengkonsumsi berita *online* dan melihat apakah bentuk berita/pelaporan interaktif menarik bagi mereka (Podara et al., 2019).

Terdapat banyak model/bentuk jurnalisme yang baru bermuculan dalam satu dekade terakhir, seperti jurnalisme video, jurnalisme interaktif, jurnalisme warga, jurnalisme multimedia, jurnalisme data, jurnalisme lambat, dan masih lain-lain. Ditemukan bahwa platform konsumsi berita telah berubah, tetapi kebiasaan membaca/melihatnya masih tetap sama. Generasi muda tahun 2019 telah tumbuh di bawah pengaruh budaya digital dan bukan budaya analog. Namun, sifat “*multitasking*” dan “mudah teralihkan” mereka tidak berlaku sejauh para pembaca

berita daring. Hal ini menarik untuk diperhatikan. Temuan tersebut memberi pencerahan baru terhadap semakin banyaknya penelitian tentang generasi pasca milenial menarik untuk diteliti, terutama kaitannya dengan dampak konsumsi berita atau pemilihan media berita (Podara et al., 2019).

Melihat celah tersebut, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat pola konsumsi Gen Z terhadap berita *slow journalism* di media alternatif. Penelitian ini akan berfokus pada Gen Z sebagai subjek penelitian untuk digali mengenai motivasi dan persepsi mereka mengonsumsi berita *slow journalism* di media alternatif. Penemuan dalam penelitian ini akan menjadi menarik karena menyajikan data yang bertolak belakang dengan asumsi masyarakat terhadap Gen Z sebagai orang-orang yang menyukai hal-hal serba cepat dan praktis.

2.2 Teori atau Konsep yang digunakan

2.2.1 Media Alternatif

Media alternatif pertama kali tumbuh pada masa akhir tahun 1960an dan 1970an. Ketika media arus utama cenderung menganggap kita sebagai orang lain, jurnalis alternatif sering menggunakan istilah tersebut dengan sebaliknya, perlawanan terhadap perusahaan media arus utama dan media pemerintah. Peran media alternatif sebagai oposisi tidak resmi terhadap media arus utama menjadi sangat penting dalam perluasan diskusi dan perdebatan publik mengenai persoalan kekhawatiran dan isu-isu. Jika media alternatif bukan yang pertama untuk mengangkat sebuah kisah, mereka biasanya menjadi yang pertama dalam memberikan analisis mendalam (Kidd, 1999)

Menurut Atton dan Couldry (2003), media alternatif merupakan media yang operasionalnya menantang konsentrasi sumber daya (khususnya sumber daya simbolis untuk membuat dan menyebarkan gambar dan informasi) di institusi media besar. Media alternatif menjadi penting karena mereka mengungkapkan struktur wacana media dan menunjukkan bagaimana keadaan dunia saat ini direpresentasikan secara berbeda oleh aktor media yang berbeda (Atton, 2015).

Media alternatif adalah media massa yang menantang bentuk media kapitalis yang dominan secara produksi, struktur media, konten, distribusi, dan penerimaan. Media alternatif sering dikaitkan dengan gerakan protes yang memanfaatkan media ini untuk proses informasi, komunikasi, koordinasi, dan kerjasama. Totalitas dari media alternatif merupakan ruang publik alternatif, ruang protes dan diskusi politik yang memiliki peran oposisi dan karenanya meningkatkan demokrasi (Fuchs, 2010).

Melalui konsep-konsep di atas, media alternatif dapat dipahami sebagai media yang berbeda dibandingkan dengan media tradisional dan arus utama dalam struktur organisasi maupun editorial (Buyens & Aelst, 2021). Tidak hanya itu, media alternatif juga memiliki perbedaan dalam norma, nilai-nilai, konten, dan pembaca. Media alternatif memiliki karakter sebagai media yang menyajikan konten berita dengan analisis yang mendalam. Hal ini yang membuat media alternatif dikatakan sebagai media kritis karena memiliki karakteristik bentuk dan konten yang kritis. Terdapat konten oposisi yang memberikan alternatif terhadap perspektif dominan (Fuchs, 2010).

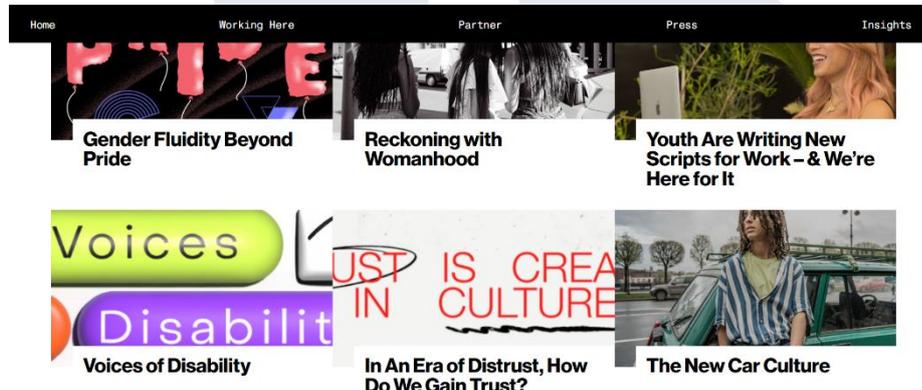
Beberapa contoh media alternatif adalah Narasi, VICE, Project Multatuli. Narasi pada situs webnya menjelaskan,

“Narasi adalah ruang bagi kita bersama untuk bertukar ide dan beradu gagasan. Berkiblat pada idealisme serta nilai-nilai kemajemukan, kritis dan toleran, serta mendorong setiap anak bangsa agar suka rela menggagas peran. Sebab setiap zaman menorehkan ceritanya sendiri.”

Melalui deskripsi tersebut, menunjukkan bahwa Narasi memiliki karakter sebuah media alternatif karena membuka ruang diskusi dan perdebatan publik mengenai persoalan kekhawatiran dan isu-isu (Kidd, 1999). Selain itu, Narasi juga menyebutkan bahwa mereka adalah media yang berkiblat pada nilai kritis, seperti karakterter media alternatif yang dijelaskan oleh Fuchs (2010).

Kemudian, terdapat VICE, media yang banyak menyajikan berita-berita yang mengangkat isu atau kelompok yang jarang dibahas dalam media arus utama seperti LGBT, kaum disabilitas, perempuan, dan masih banyak lagi, secara mendalam. Melalui hal tersebut, VICE menjadi contoh yang menjelaskan

bahwa media alternatif sebagian besar merupakan pemain independen dalam lingkungan berita, yang memungkinkan mereka untuk menerbitkan konten berita yang lebih alternatif, dan mungkin lebih radikal (Buyens & Aelst, 2021).



Sumber: Situs web VICE (2024)

Gambar 2.1 Beberapa contoh artikel VICE pada situs web

Mereka menyajikan kontennya dalam bentuk *feature* dan dokumenter yang berbeda dengan bentuk konten pada media arus utama kebanyakan. Hal ini menunjukkan bahwa VICE menerapkan konsep media alternatif sebagai media massa yang menantang bentuk media kapitalis yang dominan secara produksi, struktur media, konten, distribusi, dan penerimaan (Fuchs, 2010).

Sejalan dengan VICE, Project Multatuli juga menjadi salah satu contoh media alternatif yang mendeskripsikan diri mereka pada situs web nya seperti pada narasi berikut,

“Project Multatuli adalah sebuah inisiatif jurnalisme untuk melayani yang dipinggirkan demi mengawasi kekuasaan agar tidak ugal-ugalan. Kami melayani publik dengan mengangkat suara-suara yang dipinggirkan, komunitas-komunitas yang diabaikan, dan isu-isu mendasar yang disisihkan.

Project Multatuli adalah jurnalisme nonprofit, menyajikan laporan mendalam berbasis riset dan data, dalam bahasa Indonesia dan Inggris. Kerja-kerjanya menekankan kolaborasi antarmedia maupun dengan berbagai organisasi yang meyakini nilai-nilai yang sama dengan kami: demokrasi, kemanusiaan, keadilan sosial, keberlanjutan bumi, dan kesetaraan hak.”

Melalui narasi tersebut, tergambar konsep-konsep media alternatif yang sudah dibahas di atas mengenai perannya sebagai media yang memberikan ruang untuk menyuarakan suara kelompok-kelompok yang dipinggirkan, bentuk dari produksi konten berita yang memberikan pandangan alternatif. Cara kerja dan nilai-nilai yang diangkat juga sejalan dengan konsep media alternatif sebagai ruang publik alternatif, ruang protes dan diskusi yang dapat meningkatkan demokrasi (Fuchs, 2010).

Dalam penelitian ini, konsep media alternatif menjadi relevan untuk memahami karakteristik dan contoh media alternatif sebagai produk jurnalistik yang membentuk persepsi pada Gen Z. Konsep media alternatif juga dapat digunakan sebagai landasan pemahaman yang dapat digunakan dalam proses menganalisis data.

2.2.2 *Slow Journalism*

Menurut Greenberg (2007), *slow journalism* merupakan esai, reportase, dan bentuk nonfiksi lainnya yang menawarkan alternatif terhadap laporan konvensional. Lebih banyak waktu yang diinvestasikan baik dalam produksi maupun konsumsi karya, untuk menemukan hal-hal yang tidak kita ketahui sebelumnya, atau menyadari hal-hal yang terlewatkan, dan mengomunikasikannya dengan standar tertinggi dalam mendongeng (Greenberg, 2012). Produk-produk *slow journalism* berbentuk reportase mendalam (*in-depth reporting*) dan *long-form narrative* (Rauch, 2018). Dalam bukunya, Rauch (2018) beberapa kali menyebutkan contoh-contoh produk *slow journalism* dalam format dokumenter, artikel *long-form*, dan *feature*.

Slow journalism memiliki setidaknya tujuh lapisan makna, yaitu *slow* (jurnalisme yang menerapkan kritik terhadap pemberitaan langsung dan budaya kecepatan); investigatif (kerja keras yang memakan waktu dan menolak berita yang dikemas); *less* (lebih selektif dan jelas dalam pemilihan topik, untuk menghindari kelebihan beban dan hal-hal sepele); narasi (seringkali, meski tidak selalu, bentuknya lebih panjang sehingga memerlukan lebih banyak waktu untuk memproduksi dan mengonsumsinya);

adil (mengupayakan hubungan yang setara dengan produsen, yang dibayar lebih baik; memperhatikan perlakuan terhadap hewan dan bumi; memberi konsumen akses terhadap konten berkualitas dengan harga yang wajar; memberikan transparansi tentang sumber informasi yang digunakan); berorientasi pada komunitas (melayani komunitas dan memenuhi kebutuhan publik); dan partisipatif (mengundang khalayak untuk menyumbangkan konten, menjadi mitra dalam jurnalisme, dan mengambil sikap) (Rauch, 2018).

Slow journalism membutuhkan waktu untuk mendalami refleksi dan/atau investigasi tentang subjek asli. Bentuknya belum tentu panjang, tapi biasanya panjang. Fokus cenderung pada penceritaan naratif, diproduksi dengan standar kerajinan yang tinggi. Artinya bercerita dengan menggunakan teknik narasi, bukan hanya gaya ekspositori *hard news*. *Slow journalism* menghindari sensasionalisme dan pelaporan yang menggiring. Ini adalah etika dalam memperlakukan subjek dan produsen (Masurier, 2014).

Konsep *slow journalism* relevan dalam penelitian ini untuk memahami karakteristik dan contoh berita di media alternatif yang menerapkan prinsip *slow journalism* sebagai produk jurnalistik yang membentuk persepsi pada Gen Z. Memahami konsep dan karakteristik berita *slow journalism* juga dapat membantu dalam proses menganalisis hasil temuan penelitian.

2.2.3 Pembaca Muda (*Youth Audience*)

Pembaca muda pada generasi sekarang terdiri dari orang-orang yang disebut sebagai penduduk asal/lokal (*native*) dunia digital. Maka dari itu, sering disebut dengan istilah *Digital Natives*. Mereka telah menemukan cara-cara baru. Dari berkomunikasi hingga mencari informasi, dari rapat hingga bermain game, semuanya dilakukan secara berbeda karena teknologi telah mengubah perilaku mereka secara radikal. Dalam hal mengonsumsi berita, mereka lebih memilih konten yang berhubungan dengan topik-topik yang mereka minati secara personal. Sikap tersebut yang sekarang perlu dipertimbangkan oleh produsen berita karena cara generasi muda

mengonsumsi berita menjadi norma untuk cara konsumsi berita generasi selanjutnya (Podara et al., 2019).

Teknologi digital, dengan batasan dan kebebasan yang dimilikinya, telah mempengaruhi dan tidak hanya membentuk kebiasaan generasi muda secara daring, tetapi juga kehidupan luring serta penggabungan keduanya (Katz et al., 2021). Generasi muda memiliki kemampuan beradaptasi ke realitas baru, yaitu mencari dan mensintesis sejumlah informasi yang sangat banyak secara cepat. Media sosial menjadi media yang paling banyak digunakan oleh pembaca muda dalam memperoleh berita. Mereka juga lebih menyukai konten berita yang komprehensif ketimbang artikel berita yang cepat, tetapi informasinya tidak lengkap (Asmarantika et al., 2022).

Masih berkaitan dengan besarnya skala informasi yang tersedia melalui internet, hal tersebut membuat generasi muda memprioritaskan revelansi. Seperti yang sempat disinggung, mereka memiliki kemampuan untuk menyortir data secara daring dengan cepat. Mereka mencari apa yang mereka yakini akan berguna untuk masalah atau tugas yang dimiliki, dengan cepat mengabaikan informasi apa pun yang tidak terlihat bersangkutan (Edgerly, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa dalam mengonsumsi berita atau informasi mereka akan cenderung memilih sesuatu yang memiliki relevansi dengan dirinya atau pemenuhan atas kebutuhannya.

Gentlviso dan Aikat (2019) menggunakan lima konstruk teoritis untuk melihat kebiasaan/pola konsumsi berita pada Gen Z yang mempengaruhi bentuk berita di masa kini (Gentlviso & Aikat, 2019). Berikut kelima konstruk teoritis tersebut.

- A. Konstruksi Teoritis Pertama: Usia Membentuk Penggunaan Media dan Preferensi Berita
- B. Konstruksi Teoritis Kedua: Generasi Pasca Milenial Lebih Suka Melihat Berita Daripada Membaca
- C. Konstruksi Teoritis Ketiga: Generasi pasca-milenial memacu inovasi berita

D. Konstruksi Teoritis Keempat: Siklus Berita Verbal, Visual, dan Viral

E. Konstruksi Teoritis Kelima: Pasca Milenial dan Berita Palsu

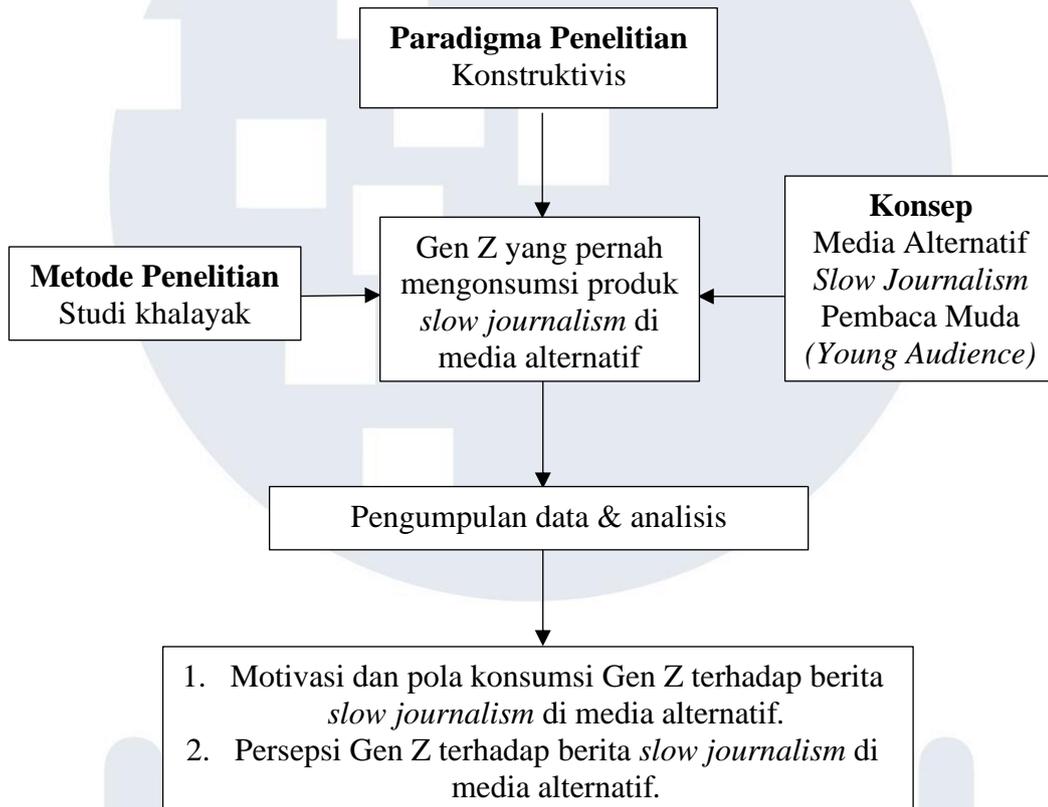
Pada Konstruksi Teoritis Keempat, dijelaskan bahwa Gen Z memiliki ketertarikan terhadap jurnalisme sensorik yang didefinisikan sebagai konten berita yang menarik indera penonton secara visual dan sonik. Pembuatan virtual dan *augmented reality* telah secara dramatis mengubah preferensi konsumsi berita. Branding dan pengemasan berita yang kuat bagi Gen Z tidaklah lengkap tanpa mempertimbangkan minat aspek sensorik. Gen Z juga memiliki *attention span*, atau waktu untuk menjaga perhatian, yang pendek. Mereka meluangkan waktu 8 detik untuk mencari informasi ringan yang bisa dikonsumsi dan gambar dalam proses pencarian antara kanal. Maka dari itu, Gen Z lebih memilih menonton dan mendengar dibanding membaca. Platform visual berita semakin berkembang (Brodeur Partners, 2018).

Hal tersebut juga masih berkaitan dengan Konstruksi Teoritis Kedua: Generasi Pasca Milenial Lebih Suka Melihat Berita Daripada Membaca. Tren ini telah mendorong perusahaan-perusahaan teknologi untuk memanfaatkan kepentingan Gen Z melalui platform berita yang memenuhi ketertarikan pada kreativitas, interaktivitas, dan konten media yang dapat disesuaikan secara mandiri (Gentilviso & Aikat, 2019). Gen Z menikmati platform dengan tampilan visual saja (*visual-only platforms*), seperti Instagram dan Snapchat (Yadav & Rai, 2017). Hal ini berbeda dengan generasi milenial yang lebih menyukai Twitter dan Facebook, yang bentuknya *hybrid* berisi teks dan visual. Pilihan konsumsi media Gen Z mendorong pertumbuhan visual lebih dari verbal. Mereka lebih memilih konten berbasis foto daripada artikel yang penuh dengan kata (Gentilviso & Aikat, 2019).

Generasi Z juga menyukai interaktivitas, sebuah preferensi yang memaksa media untuk mengubah cara penyampaian berita (Yadav & Rai, 2017). Visi berita bergeser ke arah pengalaman pembaca, mulai dari bagian komentar terbuka pada artikel, hingga peta interaktif dalam cerita (Gentilviso & Aikat, 2019). Konsep mengenai pembaca muda menjadi penting untuk

menjelaskan dan menjadi landasan analisis hasil penelitian berdasarkan sikap dan respon generasi muda sebagai partisipan dalam penelitian terhadap berita *slow journalism* di media alternatif.

2.3 Alur Penelitian



Sumber: Olahan penulis

Gambar 2.2 Alur Penelitian

Tabel alur penelitian di atas menjelaskan bahwa penelitian ini akan menggunakan paradigma penelitian konstruktivis dengan metode penelitian studi khalayak. Kemudian, penelitian ini dilandasi oleh beberapa konsep yang akan digunakan untuk menjelaskan hasil temuan yang diperoleh dari subjek penelitian yaitu Gen Z yang pernah mengonsumsi produk *slow journalism* di media alternatif. Proses pengambilan data dan analisis akan dilakukan untuk memperoleh temuan-temuan berikut.