

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini, isu perubahan iklim menjadi permasalahan global yang harus dihadapi dengan serius. Sebagai sumber informasi utama, media memiliki tanggung jawab jurnalisme yang sangat besar. Mulai dari memberikan informasi dan edukasi kepada masyarakat, serta mendorong keterlibatan masyarakat pada masalah perubahan iklim tidak dapat diabaikan (Hackett et al., 2017). Namun, pengaruh, dampak, efektivitas media terhadap audiens tidaklah sederhana dan cenderung lebih kompleks. Salah satu cara untuk mendorong keterlibatan masyarakat dalam mengatasi perubahan iklim dibutuhkan pemahaman mengenai penyebab dan siapa yang seharusnya bertanggung jawab (Haryanto & Prahara, 2019). Iyengar dalam (Kim, 2015) berpendapat bahwa media memiliki pengaruh besar dalam masalah sosial karena mampu membingkai pertanyaan atribusi tanggung jawab, mengarahkan audiens untuk menentukan penyebab, dan solusi.

Sayangnya, para akademisi memperdebatkan adanya konsekuensi negatif dan kegagalan dari jurnalisme tradisional. David Beers dalam Hackett et al (2017), menjelaskan permasalahan dalam media muncul karena fokus liputan berita hanya berhenti pada titik identifikasi masalah. Akibatnya, masyarakat mulai merasakan apatis dan pesimis ketika dihadapkan dengan sebuah isu (Kinnick et al., 1996). Perasaan apatis ini akan memengaruhi kepercayaan individu bahwa perubahan iklim tidak terjadi dan manusia tidak perlu bertanggung jawab (Heath & Gifford, 2006). Melihat fenomena ini, pendekatan jurnalisme solusi mulai berkembang karena dianggap lebih dari sekedar melaporkan sebuah masalah (Midberry & Dahmen, 2020). Namun, penelitian akademis mengenai adakah perbedaan atribusi tanggung jawab audiens setelah melihat tayangan jurnalisme solusi dan jurnalisme non-solusi masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk melihat adakah perbedaan atribusi tanggung jawab audiens sebelum dan sesudah menonton tayangan *Harian Kompas* dan *CNN Indonesia* mengenai isu *food waste*.

Pada aspek pemahaman atribusi tanggung jawab terjadi secara unik dalam kognitif seseorang. Umumnya, seorang akan melihat aspek pemahaman atribusi tanggung jawab ke dalam beberapa hal. Mulai dari siapa yang menyebabkan terjadinya peristiwa, siapa yang seharusnya bertanggung jawab, dan perilaku apa saja yang perlu dilakukan untuk mengatasi peristiwa tersebut (Sun et al., 2016). Pada atribusi tanggung jawab, penyebab dan siapa yang harus bertanggung jawab terbagi ke dalam dua faktor yaitu manusia (individu dan sosial) dan alam. Ketika seseorang memiliki pemahaman atribusi tanggung jawab yang tepat, maka keyakinan individu pada perubahan iklim dan dorongan untuk melakukan tindakan mitigasi akan semakin tinggi (Milfont et al., 2015). Oleh karena itu, pemahaman atribusi tanggung jawab untuk mendorong keterlibatan audiens dalam mengatasi perubahan iklim sangat penting.

Beberapa penelitian akademik menemukan adanya korelasi antara media dan pemahaman atribusi tanggung jawab. Media dianggap mampu mendorong keterlibatan audiens dalam mengatasi perubahan iklim melalui pemahaman tanggung jawab atribusi. Penelitian Jang (2013) dan Sun et al (2016) menjelaskan bahwa media membentuk pemahaman atribusi tanggung jawab melalui *framing* berita. Sedangkan penelitian dari Rickard et al (2014) dan Kalch et al (2021) menjelaskan pemahaman atribusi berkorelasi pada isi pesan deskriptif dan peran emosi yang disampaikan oleh berita. Apabila isi pesan deksriptif bersifat norma sosial positif (Kalch et al., 2021) dan memberikan emosi positif (Rickard et al., 2014), maka dorongan atribusi tanggung jawab cenderung lebih meningkat. Namun, para akademisi mulai memperdebatkan kegagalan jurnalisme tradisional.

Fokus utama dari jurnalisme tradisional berhenti pada pemaparan masalah atau konflik yang cenderung negatif tanpa memberikan titik terang dari masalah. Jurnalisme tradisional dianggap gagal dalam mengatasi perubahan iklim karena tidak mampu menyediakan kebutuhan audiens dalam bentuk solusi (Hackett et al., 2017). Selain itu, terus terpapar dengan masalah yang negatif membuat masyarakat merasa tidak berdaya (Dhiman, 2023) dan kelelahan empati yang berujung pada perasaan apatis (Kinnick et al., 1996). Tanpa disadari, konsekuensi negatif

jurnalisme tradisional yang timbul sangat berpengaruh pada pemahaman atribusi tanggung jawab masyarakat. Ketika seseorang merasa apatis, hal ini akan memengaruhi kepercayaan individu bahwa perubahan iklim tidak terjadi dan manusia tidak perlu bertanggung jawab dalam mengatasi perubahan iklim (Heath & Gifford, 2006). Semakin besar keyakinan dan kesadaran individu bahwa perubahan iklim disebabkan oleh manusia, maka semakin besar rasa tanggung jawab yang ada (Kim, 2015) dan memengaruhi motivasi individu dalam bertindak (Haryanto & Prahara, 2019). Oleh karena itu, peran dari jurnalisme sangat penting karena mampu membentuk atribusi tanggung jawab.

Salah satu contoh kegagalan jurnalisme tradisional di Indonesia adalah rendahnya kesadaran masyarakat Indonesia mengenai isu *food waste*. Padahal untuk membentuk perasaan atribusi tanggung jawab, diperlukan adanya kesadaran terhadap sebuah permasalahan (De Groot & Steg, 2009). Beberapa penelitian akademis telah dilakukan mengenai faktor penyebab *food waste*. Masyarakat Indonesia terutama Gen Z tidak menyadari pentingnya dampak dari permasalahan *food waste* (Lemy et al., 2021) dan merasa mengatasi *food waste* memerlukan waktu yang sangat lama (Aprilia et al., 2022). Rendahnya kesadaran masyarakat Indonesia mengenai *food waste* membuat jumlah sisa sampah makanan semakin sulit untuk ditekan. Jumlah sisa sampah makanan menjadi daftar sampah yang paling mendominasi sejak 2018 dan selalu berada di atas persentase 38% (SIPSN, 2023). Salah satu kota yang menjadi penyumbang sisa sampah makanan terbesar adalah Jakarta (Wisanggeni et al., 2022).

Data-data ini secara tidak langsung mendukung argumentasi dari penelitian Hackett et al (2017) yang mengatakan adanya kegagalan jurnalisme tradisional dalam mengatasi perubahan iklim. Maka dari itu, muncul pendekatan jurnalisme baru yang dianggap lebih efektif dalam memberitakan permasalahan sosial seperti masalah perubahan iklim. Jurnalisme solusi terus berkembang baik dalam dunia profesional maupun penelitian akademis. Dalam dunia profesional beberapa media mulai menerapkan pendekatan jurnalisme solusi karena dianggap memiliki daya tarik tersendiri (McIntyre & Lough, 2021). Secara singkat, David Bornstein

mendefinisikan jurnalisme solusi sebagai sebuah pendekatan jurnalisme dengan menggunakan sudut pandang baru (Solutions Journalism Network, 2017) tanpa menyangkal berita negatif yang ada (Davies, 1999).

Mulai diterapkan dalam dunia profesional, beberapa penelitian akademis kini mulai memperdalam operasional, konsep, dan dampak dari jurnalisme solusi. Berita dengan pendekatan jurnalisme solusi dianggap lebih menarik karena audiens cenderung menghindari berita dengan alasan lebih tertarik pada jurnalisme berbasis solusi atau positif (Newman et al., 2023). Hal ini dibuktikan melalui penelitian McIntyre (2019) dan Thier & Lin (2022) yang menjelaskan jurnalisme solusi membuat audiens cenderung lebih positif (mampu menekan rasa negatif yang muncul). Penerapan solusi dalam masalah sosial terbukti memiliki korelasi positif pada kontrol perilaku dukungan, dan harapan dari audiens (Thier & Lin, 2022). Dalam penelitiannya, Thier & Lin (2022) menemukan bahwa jurnalisme solusi tidak memberikan perbedaan yang signifikan pada atribusi tanggung jawab. Sedangkan, berdasarkan hasil-hasil penelitian akademis sebelumnya mengenai dampak dari jurnalisme, pemahaman atribusi tanggung jawab dapat terbentuk melalui *framing* dan isi deskriptif dari pesan berita.

Meski sudah diterapkan pada dunia profesional termasuk media-media di Indonesia, penelitian akademis mengenai dampak dari jurnalisme solusi terutama pada atribusi tanggung jawab masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini akan melihat adakah perbedaan atribusi tanggung jawab audiens sebelum dan sesudah menonton tayangan *Harian Kompas* dan *CNN Indonesia* mengenai isu *food waste*. Peneliti menggunakan media *Kompas* sebagai salah satu contoh media yang menerapkan solusi dalam pemberitaannya. Media *Kompas* selalu menerapkan prinsip jurnalisme makna dalam pemberitaannya. Prinsip jurnalisme makna dalam pemberitaan *Kompas* bukan hanya sekedar memaparkan masalah, tetapi turut memberikan solusi dalam peristiwa tersebut (Oetama, 2003).

Pada riset ini, peneliti akan membandingkan perbedaan atribusi tanggung jawab dari media *Harian Kompas* dan *CNN Indonesia* dengan menggunakan liputan audiovisual melalui tayangan YouTube. Pada dasarnya, narasi dan visual

(audiovisual) berita akan berpengaruh pada proses pemahaman atau kognitif audiens saat menerima informasi (Anderegg et al., 2017).

Untuk melihat dampak jurnalisme solusi terhadap kognitif audiens, peneliti menggunakan teori kognitif sosial atau *social cognitive theory* dari Albert Bandura. Perilaku seseorang merupakan hal yang dibentuk karena pengalaman langsung ataupun observasi seseorang dalam kehidupan sehari-hari (Bandura, 2001). Bandura dalam Bryant & Oliver (2008), menjelaskan manusia memiliki pengembangan yang cukup canggih untuk melakukan observasi dan memperluas pengetahuan termasuk keterampilan mereka. Sedangkan, dalam aspek kognitif atribusi tanggung jawab, persepsi kausal (sebab-akibat) dalam diri seseorang dibentuk dan dipengaruhi oleh observasi secara berulang (Shaver, 1985).

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti akan melakukan riset mengenai perbedaan atribusi tanggung jawab audiens *Harian Kompas* dan *CNN Indonesia* sebelum dan sesudah menonton berita terkait *food waste*. Para partisipan dalam penelitian ini akan dibagi ke dalam dua kelompok (eksperimen dan kontrol) yang merupakan generasi Z yang berdomisili di Jakarta. Berdasarkan data generasi Z menjadi generasi yang paling mendominasi Indonesia dengan total 71.509.082 jiwa (Badan Pusat Statistik, 2020). Pada 2020, kota Jakarta menjadi penyumbang sisa sampah makanan terbesar di Indonesia (Rosalina et al., 2022). Kemudian, survei dari Litbang Kompas tahun 2022 menunjukkan bahwa kota Jakarta masih menjadi kota terbesar yang menghasilkan sampah makanan (Wisanggeni et al., 2022). Oleh karena itu, peneliti memilih generasi Z dengan domisili Jakarta sebagai partisipan dalam penelitian ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan peneliti di latar belakang, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Adakah perbedaan *attribution of responsibility* audiens *Harian Kompas* dan *CNN Indonesia* antara sebelum dan sesudah menonton berita terkait *food waste*?”

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, berikut merupakan pertanyaan yang akan dijawab dalam penelitian ini:

1. Seberapa besar *attribution of responsibility* audiens *Harian Kompas* (kelompok eksperimen) dan *CNN Indonesia* (kelompok kontrol), sebelum dan sesudah menonton berita terkait *food waste*?
2. Adakah perbedaan yang signifikan dari *attribution of responsibility* audiens *Harian Kompas* (kelompok eksperimen) sebelum dan sesudah menonton berita terkait *food waste*?
3. Adakah perbedaan yang signifikan dari *attribution of responsibility* audiens *CNN Indonesia* (kelompok kontrol) sebelum dan sesudah menonton berita terkait *food waste*?
4. Adakah perbedaan yang signifikan dari *attribution of responsibility* audiens *Harian Kompas* (kelompok eksperimen) dan *CNN Indonesia* (kelompok kontrol), sebelum menonton berita terkait *food waste*?
5. Adakah perbedaan yang signifikan dari *attribution of responsibility* audiens *Harian Kompas* (kelompok eksperimen) dan *CNN Indonesia* (kelompok kontrol), sesudah menonton berita terkait *food waste*?

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah dipaparkan, berikut merupakan tujuan dari penelitian ini:

1. Untuk mengetahui seberapa besar *attribution of responsibility* audiens *Harian Kompas* (kelompok eksperimen) dan *CNN Indonesia* (kelompok kontrol), sebelum dan sesudah menonton berita terkait *food waste*.
2. Untuk mengetahui adakah perbedaan yang signifikan dari *attribution of responsibility* audiens *Harian Kompas* (kelompok eksperimen) sebelum dan sesudah menonton berita terkait *food waste*.
3. Untuk mengetahui adakah perbedaan yang signifikan dari *attribution of responsibility* audiens *CNN Indonesia* (kelompok kontrol) sebelum dan sesudah menonton berita terkait *food waste*.
4. Untuk mengetahui adakah perbedaan yang signifikan dari *attribution of responsibility* audiens *Harian Kompas* (kelompok eksperimen) dan *CNN Indonesia* (kelompok kontrol), sebelum menonton berita terkait *food waste*.
5. Untuk mengetahui adakah perbedaan yang signifikan dari *attribution of responsibility* audiens *Harian Kompas* (kelompok eksperimen) dan *CNN Indonesia* (kelompok kontrol), sesudah menonton berita terkait *food waste*.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam bidang penelitian akademis khususnya dalam bidang jurnalistik. Harapannya, penelitian ini bisa menjadi salah satu penelitian akademis yang fokus meneliti jurnalisme solusi di Indonesia. Terlebih lagi, penelitian akademis di Indonesia mengenai pengaruh jurnalisme solusi masih sangat terbatas. Hasil dari penelitian ini bertujuan untuk melihat sejauh mana efektivitas jurnalisme solusi berdampak pada pemahaman atribusi tanggung jawab audiens. Sampai saat ini, hasil dari penelitian akademis mengenai dampak dari jurnalisme solusi masih cukup beragam. Beberapa penelitian akademis

menjelaskan bahwa efektivitas jurnalisme solusi cukup kuat dalam mendorong perubahan perilaku, motivasi, dan harapan audiens terhadap perubahan iklim. Namun, sebagian dari penelitian akademis menjelaskan jurnalisme solusi masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan mampu menambahkan referensi pendukung dari penelitian akademis mengenai jurnalisme solusi dalam memberitakan isu perubahan iklim. Harapannya, hasil dari penelitian akademis ini bisa terus dikembangkan melalui sudut pandang yang berbeda dan dalam permasalahan sosial yang berbeda.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu membantu atau menjadi pedoman media untuk memahami manfaat dari pendekatan jurnalisme solusi pada sebuah liputan. Tujuannya, agar media-media Indonesia lebih banyak menerapkan jurnalisme solusi dan tidak hanya memberitakan sebuah masalah tanpa ada penyelesaian. Peneliti berharap media mampu memperbaiki dan menggunakan jurnalisme solusi dalam liputan agar audiens tidak merasa apatis atau pesimis ketika dihadapi dengan isu perubahan iklim atau masalah lingkungan. Selain itu, peneliti berharap media melihat hasil penelitian dan mampu mengukur seberapa besar pendekatan jurnalisme solusi berpengaruh pada audiens. Melalui penelitian ini, peneliti berharap media yang menerapkan jurnalisme solusi mampu membuktikan efektivitasnya dalam jangka yang lebih panjang.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Peneliti berharap masyarakat lebih menyadari dan memahami masalah *food waste* yang berdampak buruk bagi lingkungan. Penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi untuk mengubah perilaku masyarakat saat dihadapkan dengan isu *food waste*. Perilaku masyarakat yang berubah secara tidak langsung akan mengatasi masalah lingkungan. Melalui penelitian ini, peneliti berharap agar masyarakat menyadari dampak buruk

dalam membuang makanan, terlebih lagi akibat kebiasaan dalam pemborosan makanan.

Di sisi lain, selain untuk mengingatkan kembali untuk bertanggung jawab dengan perilaku individu, peneliti berharap adanya kebijakan atau regulasi dalam mengatasi permasalahan *food waste*. Harapannya, studi ini mampu menjadi kritik bagi para pembuat kebijakan dan para media agar lebih menekan isu *food waste* sehingga efektivitas dalam mengatasi permasalahan *food waste* bisa dicapai dengan cara yang maksimal.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Fokus utama penelitian ini adalah liputan berita jurnalisme solusi dalam permasalahan lingkungan (*food waste*) sehingga tidak mencakup topik berita lainnya. Di sisi lain, hasil dari penelitian ini belum mampu merepresentasikan seluruh populasi di Indonesia karena hanya mencakup generasi Z yang berdomisili di Jakarta. Peserta dalam penelitian mungkin tidak mewakili masyarakat Indonesia yang lebih luas. Kemudian, peneliti hanya menggunakan dua media Indonesia yaitu *Harian Kompas* dan *CNN Indonesia* hanya menggunakan satu tayangan berita dengan durasi kurang lebih tujuh menit. Lalu, dalam proses pembuatan penelitian ini terdapat perubahan konsep dari penelitian terdahulu. Penelitian ini menggabungkan dan menjumlahkan ketiga indikator menjadi sebuah indeks yaitu *attribution of responsibility*. Namun, pada penelitian terdahulu ketiga indikator tidak dijumlahkan menjadi satu. Terakhir, penelitian ini hanya melihat adakah perbedaan atribusi tanggung jawab audiens sebelum dan sesudah menonton tayangan dari *Harian Kompas* dan *CNN Indonesia* mengenai *food waste*.