

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Transformasi media berita tradisional ke digital tidak hanya mendorong eksekutif industri media untuk beradaptasi, tetapi juga memberikan perubahan kegiatan konsumsi berita untuk audiens modern (Yuan, 2011). Dari situ, pergeseran praktik jurnalisme telah mengubah hubungan antara jurnalis dan publik (Vázquez-Herrero et al., 2022). Audiens tidak lagi menyerap informasi secara pasif, mereka telah menjadi partisipan aktif yang tidak hanya mengonsumsi berita, tetapi juga mendistribusikan, mendiskusikan, atau ikut memproduksi konten berita (Masip et al., 2015). Tidak hanya itu, audiens dapat memilih tontonan berita yang mereka ingin konsumsi, sesuai dengan kebutuhan atau preferensi masing-masing (Masip et al., 2015).

Dalam mengonsumsi berita, generasi muda cenderung mengadopsi karakteristik *incidental consumption* (Vázquez-Herrero et al., 2022). Galan et al. (dalam Vázquez-Herrero et al., 2022) menekankan bahwa masyarakat yang mengonsumsi berita secara tidak sengaja cenderung melakukannya sambil mengonsumsi jenis konten lain atau melakukan aktivitas lain di platform media sosial, seperti Instagram, Tiktok, Snapchat, atau WhatsApp. Fenomena ini disebut sebagai *News-Find-Me*, sebuah persepsi masyarakat yang merasa bahwa mereka tidak perlu secara aktif mencari berita, terhubung mereka akan terpapar dan tetap terinformasi lewat kerabat dan jaringan sosial (Gil de Zúñiga et al., 2017). Dari situ, media sosial menjadi signifikan dalam meningkatkan peluang audiens untuk secara tidak sengaja menemui berita dalam aktivitas *online* mereka (Park & Kaye dalam Vázquez-Herrero et al., 2022).

Secara normatif, berita berfungsi sebagai *social surveillance* masyarakat—menyediakan informasi yang diperlukan oleh warga negara untuk memahami dunia dan menjadi waspada terhadap fenomena yang terjadi di lingkungan sekitar

(McQuail & Deuze p. 129, 2020). Terlepas dari sebuah berita dapat menyoroti isu negatif atau tidak, berita tetap menjadi kebutuhan fundamental masyarakat sipil dalam sistem sosial demokratis. Di lapangan, sebagian individu—terutama generasi muda mengikuti berita untuk hiburan atau menjalin interaksi sosial dengan membagi informasi penting kepada sesama sebagai bentuk kepedulian (Nazari et al., 2022). Meskipun begitu, tak dapat dimungkiri bahwa sebagian generasi muda memiliki kecenderungan untuk menjauhi berita karena diyakini tidak relevan (Nazari et al., 2022).

Dalam kajian ilmu psikologi, *mental well-being* merupakan perpaduan antara kebahagiaan dan kemampuan seseorang untuk berfungsi dengan optimal—kepuasan dalam hidup, hingga pengembangan pribadi (Budler, 2025). Terdapat dua tradisi yang kerap digunakan sebagai kerangka analisis dalam *mental well-being*, yaitu *subjective well-being* (SWB) dan *psychological well-being* (PWB). SWB didefinisikan sebagai orientasi kebahagiaan jangka pendek yang menitikberatkan emosi positif dan meminimalisasi emosi negatif (Diener, 1984; Deci & Ryan, 2008). Tradisi SWB berfokus pada aspek emosional dari kesehatan mental dan seringkali dikaitkan dengan kebahagiaan atau kepuasan dalam hidup—cara individu menilai hidup mereka, yang meliputi baik reaksi emosional maupun penilaian kognitif (Budler, 2025). Sebaliknya, PWB menyoroti aspek fungsional dari kesehatan mental—menekankan aktualisasi potensi dan pemenuhan makna hidup yang sejati (Ryff, 2014; Budler, 2025). Walaupun berkaitan satu dengan lainnya, kedua tradisi ini bersifat saling melengkapi dan bekerja secara bersamaan sebagai kesatuan dari kesejahteraan mental yang holistik (Keyes et al., 2002; Budler, 2025).

Ansari et al. (2024) dalam penelitian *systematic review* dan *meta-analysis* menemukan bahwa dalam kajian audiens media, penelitian mengenai *mental well-being* kerap dijadikan variabel untuk mengukur dampak dari konsumsi media terhadap publik. Secara spesifik, penelitian yang mengaitkan penggunaan media dengan tradisi SWB bersifat lebih dominan dibandingkan PWB (Ansari et al., 2024). Dalam aspek PWB, hal ini juga dapat ditinjau secara metodologis—sejumlah peneliti secara konsisten memosisikan motif atau intensitas penggunaan media

sosial terhadap PWB audiens (Kusuma & Yuniardi, 2020; Herrera & Lesmana, 2025; Bhatiasevi, 2024; Metwally et al., 2025; Mousoulidou et al., 2024; Yu, 2015).

Kusuma & Yuniardi (2020) menyebut bahwa penggunaan media sosial dapat berlaku sebagai pisau bermata dua bagi PWB audiens. Dalam satu sisi, media sosial dapat memberikan informasi yang berguna dan mendorong keterlibatan seseorang untuk ikut berkembang hanya dari unggahan teman atau kerabat. Walaupun begitu, tak dapat dimungkiri bahwa kerugian dari media sosial meliputi paparan informasi negatif (ujaran kebencian dan berita palsu), hingga adanya rasa kesenjangan sosial yang didorong oleh perbandingan pencapaian diri sendiri terhadap orang lain (Herrera & Lesmana, 2025; Kusuma & Yuniardi, 2020). Argumen tersebut juga didukung oleh Yu (2015), bahwa cara publik berinteraksi dengan media sosial dapat menentukan tingkat PWB dari audiens—apabila motif atau tujuan dari penggunaan media sosial sesuai dengan aksinya, maka media sosial dinilai mampu meningkatkan PWB seseorang.

Lebih lanjut, Mousoulidou et al. (2024) menunjukkan bahwa konsumsi berita di media sosial berpotensi untuk menurunkan PWB audiens hanya dari judul beritanya saja. Judul berita yang berkonotasi negatif dapat memicu emosi negatif pula, seperti rasa sedih, takut, atau marah. Meskipun demikian, rasa ketertarikan menjadi bahan bakar yang mendorong audiens untuk tetap mengonsumsi berita di media sosial, terlepas dari muatan judul berita yang dapat dipicu (Mousoulidou et al., 2024). Ini menjadi paradoks antara publik dengan berita—mereka mengonsumsi berita sebagai kebutuhan utama walaupun berpotensi dapat menurunkan tingkat kesejahteraan mental mereka. Temuan Mousoulidou et al. (2024) mengindikasikan bahwa berita, sebagai kategori konten spesifik di media sosial berpotensi memiliki relasi tersendiri dengan kesejahteraan psikologis audiens, terutama dalam konteks PWB.

Terdapat letak kesenjangan penelitian yang hendak diisi oleh studi ini, yakni bahwa dalam kajian audiens dan efek media, penelitian mengenai konsumsi berita di media sosial masih dominan berfokus pada motif penggunaan media (*uses and*

gratifications) daripada secara khusus memetakan bagaimana praktik konsumsi berita itu sendiri berkaitan dengan tingkat PWB audiens. Penelitian ini akan mendalami topiknya, dengan mengidentifikasi perbedaan antara level konsumsi berita di media sosial dengan tingkat PWB Generasi-Z di Jabodetabek.

Jabodetabek dipilih sebagai lokus penelitian, sebagai karakteristik kawasan metropolitan dengan tingkat urbanisasi dan penetrasi internet yang cukup tinggi. Laporan yang sama menyebutkan tingkat penetrasi DKI Jakarta, sebagai kawasan utama dari area Jabodetabek mencapai 91,35% (APJII, 2025). Ini membuat DKI Jakarta sebagai provinsi dengan tingkat penetrasi tertinggi di Indonesia, setelah Daerah Istimewa Yogyakarta (91,18%). Dengan begitu, arus informasi, terutama berita dapat menyebar secara instan melalui platform media sosial, yang cukup lekat dengan kehidupan Generasi-Z.

1.2 Rumusan Masalah

Apakah ada perbedaan tingkat *Psychological Well-Being* (PWB) antara konsumen berita tingkat tinggi dan tingkat rendah di TikTok serta Instagram pada Generasi-Z di Jabodetabek?

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana tingkat *Psychological Well-Being* (PWB) Generasi-Z?
2. Bagaimana Generasi-Z mengonsumsi atau berinteraksi dengan berita di Instagram dan TikTok?
3. Apakah ada perbedaan tingkat *Psychological Well-Being* (PWB) antara kedua konsumen berita?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tingkat *Psychological Well-Being* (PWB) Generasi-Z.
2. Untuk mengetahui cara Generasi-Z mengonsumsi atau berinteraksi dengan berita di Instagram dan TikTok.
3. Untuk mengetahui perbedaan tingkat *Psychological Well-Being* (PWB) antara kedua konsumen berita.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis terhadap kajian komunikasi digital, terutama dalam konteks memahami lebih mendalam mengenai profil kesejahteraan psikologis audiens di media sosial. Penelitian mengenai *mental well-being* masih banyak dititikberatkan pada aspek SWB daripada PWB (Ansari et al., 2024). Tidak hanya itu, sejumlah penelitian mengenai konsumsi berita dengan PWB masih berfokus motif penggunaan media (Bhatiasevi, 2024; Herrera & Lesmana, 2025; Kusuma & Yuniardi, 2020; Metwally et al., 2025). Dengan membandingkan karakteristik PWB antara kelompok masyarakat dengan tingkat konsumsi berita yang tinggi dan rendah, penelitian ini berpotensi menghadirkan perspektif baru mengenai perbedaan perkembangan psikologis generasi muda dengan praktik konsumsi berita digital yang berbeda.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini terbatas pada sampai fokus di Jabodetabek. Walaupun Purnama et al. (2020) mampu mengargumentasikan bahwa skala PWB Ryff dapat digunakan dalam konteks budaya Indonesia yang diuji melalui mahasiswa di Yogyakarta, ini belum sepenuhnya dapat teruji dalam konteks

wilayah lainnya. Dengan begitu, skala PWB Ryff–skala pengukuran yang dikembangkan dan disesuaikan dengan konteks budaya barat belum tentu berfungsi secara optimal dalam konteks budaya timur (Gao & McLellan, 2018). Selain dari itu, penelitian ini terbatas pada analisis statistik kuantitatif, dengan menggunakan metode survei. Mengeksplorasi penelitian ini dengan pendekatan yang berbeda seperti jenis penelitian kualitatif berpotensi mampu menggambarkan hasil yang berbeda. Tidak hanya itu, peneliti juga mengakui adanya kekeliruan dalam mengimplementasikan konsep *news consumption* dalam penelitian ini.

