

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu hal yang mempengaruhi era globalisasi adalah perkembangan Teknologi dan Informasi yang sangat pesat. Saat ini, dunia sedang disuguhkan dan dimanjakan oleh kecanggihan teknologi terutama dalam hal mengakses informasi dari seluruh penjuru dunia.

Pada zaman modern inilah manusia tidak mau mengambil pusing dengan hal-hal yang serba lambat, khususnya dalam hal penyebaran informasi. Mengenai Teknologi dan Informasi ini tentu berkaitan erat dengan ilmu komunikasi tentang bagaimana seseorang berinteraksi antara satu individu dengan individu lainnya. Dalam hal ini, disebut juga dengan komunikasi sekunder atau komunikasi massa, yaitu komunikasi yang menggunakan media massa.

Teknologi atau jenis-jenis komunikasi massa dengan menggunakan media ini kemudian berkembang dari zaman ke zaman dan tentu saja memiliki perbedaan yang sangat signifikan

dan memiliki banyak kelebihan dari bentuk dan fungsinya dibandingkan dengan teknologi yang telah ada sebelumnya.

Ada dua jenis komunikasi massa, yaitu komunikasi massa tradisional seperti Lenong, Ludruk, Kethoprak dan sebagainya. Sedangkan jenis komunikasi massa lainnya adalah komunikasi yang bersifat modern yaitu antara lain radio, televisi, film dan media cetak yang perkembangannya selalu seirama dengan perkembangan teknologi elektronika.¹

Komunikasi massa yang bersifat modern inilah yang kemudian disebut sebagai alat atau media penyebaran informasi yang mengikuti perkembangan zaman.

Proses penyebaran informasi ini berhubungan dengan dunia kejournalistikan. Jurnalistik atau *Journalisme* berasal dari kata *journal* yang berarti catatan harian, atau catatan mengenai kejadian sehari-hari, atau bisa juga berarti surat kabar.² Kegiatan jurnalistik ini sering kali dikaitkan dengan kegiatan pencarian dan penyebaran berita. Bukan hal yang sulit menyebarkan berita dan informasi di zaman yang serba canggih ini.

¹ Darwanto, *Televisi Sebagai Media Pendidikan*, cet ke 2 (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011) p.28.

² Hikmat Kusumaningrat, Purnama Kusumaningrat, *Jurnalistik: Teori dan Praktik* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), p.15.

Selain itu, kegiatan jurnalistik juga dapat diartikan sebagai proses pembuatan informasi (*news processing*) hingga penyebarluasannya melalui media massa baik melalui media cetak maupun media elektronik.³ Bahkan, kegiatan jurnalistik ini bukan hanya menjadi kegiatan pengumpulan berita pada surat kabar saja, melainkan pada semua jenis media massa yang merupakan media untuk berkomunikasi secara massa.

Penyiaran dalam bentuk radio merupakan wahana komunikasi massa dasar yang telah terbukti keefektifitasannya.⁴ Hal ini terbukti ketika berita kemerdekaan Indonesia disiarkan oleh media massa berbentuk radio. Kala itu, informasi yang sumbernya berasal dari daerah Jakarta dapat tersebar luas hingga kepenjuru Indonesia.

Hal tersebut merupakan sebuah awal perkembangan media massa berbentuk elektronik yang berfungsi untuk menyebarkan informasi bahwa Indonesia telah merdeka. Setelah beberapa tahun kemunculan radio ini perkembangan

³ Indah Suryawati, *Jurnalistik Suatu Pengantar: Teori dan Praktik*, cet. Kedua (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), p.4.

⁴ Muhamad Mufid, *Komunikasi dan Regulasi dan Penyiaran*, cet ke 2 (Jakarta: Kencana, 2007) p.21.

media massa elektronik mulai melesat dengan kemunculan televisi.

Televisi sebagai media masa sangat efektif untuk penyebaran informasi serta menggelorakan semangat pembangunan disegala bidang.⁵ Munculnya media masaa baru ini tentu memberikan angin segar pada dunia informasi. Bagaimana tidak, media sebelumnya yaitu radio terlihat monoton hanya dengan mendengarkannya saja karena radio merupakan alat atau media yang bersifat audio saja. Sedangkan ketika muncul televisi, informasi yang disampaikan dan disebarluaskan sudah berbentuk audio visual, yaitu media yang bersuara dan bergambar sehingga dengan mudahnya dapat menarik minat khalayak.

Tidak berhenti disitu, perkembangan teknologi informasi juga masih berkembang maju sampai saat ini. Jika diatas telah dijelaskan bahwa penyebaran informasi dilakukan melalui media elektronik berupa radio dan televisi, kini yang lebih canggih lagi adalah dengan menggunakan internet.

Seperti halnya radio dan televisi, internet juga berfungsi sebagai alat komunikasi dan bahkan semua informasi apapun

⁵ Darwanto, *Televisi Sebagai Media ...*, p.85.

dapat kita peroleh dari sini. Lebih jauh dari peran dan fungsi radio dan televisi sebagai alat penyebaran informasi, internet ini memiliki banyak keunggulan. Akses internet bisa kapan saja dan dimana saja dapat langsung mengakses apapun yang kita inginkan dan kita butuhkan.

Hal ini sangat berkaitan dengan salah satu fungsi media massa yaitu memberikan pendidikan bagi khalayak masyarakat. Berbagai informasi yang disiarkan melalui surat kabar dan media elektronik mengandung nilai-nilai edukatif.⁶

Disisi lain, penyebaran informasi ini juga tidak hanya dilakukan oleh media-media yang bersifat elektronik saja. Sama halnya dengan media yang berbentuk radio, televisi maupun internet, media cetak yang meliputi surat kabar dan majalah pun memiliki tempat tersendiri di hati masyarakat sebagai salah satu media penyebaran informasi.

Walaupun surat kabar jelas merupakan satu bentuk komunikasi massa, mereka kurang “massal” dibandingkan dengan televisi ataupun radio. Sementara, hampir setiap orang

⁶ Zaenuddin Hm, *The Journalist*, cet pertama (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2011) p.9.

mendengarkan radio dan menonton televisi, pembaca utama surat kabar adalah mereka yang lebih terdidik dan dan lebih tua. Hanya sekitar 50% dari orang yang berusia 21-35 tahun yang membaca surat kabar secara teratur.⁷

Namun, diakui atau tidak media cetak yang masih eksis tersebar diseluruh dunia pada zaman modern seperti ini memang dianggap sebagai media jadul (jaman dahulu) layaknya surat-menyerat yang akhirnya termakan oleh zaman dan dikalahkan oleh aplikasi-aplikasi *messaging* yang lebih dianggap sebagai media kekinian.

Pada realitanya, penikmat teknologi media-media massa seperti ini bukan hanya dari kalangan tua atau pun muda. Hampir semua kalangan dari berbagai aspek kini memiliki dan menggunakan teknologi untuk mengakses informasi apa saja yang diinginkan penggunanya. Apalagi ditambah dengan kemunculan teknologi *handphone* berbasis android yang dapat dipakai dimanapun dan kapanpun untuk mendapatkan informasi sekecil apapun melalui aplikasi internet.

⁷ Joseph A. Devito, *Komunikasi Antarmanusia*, edisi ke lima (Tangerang selatan: Karisma Publishing Group, 2011), p.570.

Jelaslah bahwa kemajuan teknologi yang setiap harinya mengalami perubahan yang dapat terlihat baik secara fisik maupun secara peran dan fungsinya, sedikit demi sedikit mulai menggeser media massa yang telah ada sebelumnya.

Dalam kaitan dengan hal tersebut bahwa media cetak seperti koran yang masih dianggap penting keberadaannya sebagai media massa yang terbit harian dapat dikatakan sebagai media yang “ketinggalan zaman”.

Apalagi pada dewasa ini, perkembangan teknologi dikalangan Generasi Z (Gen-Z) atau generasi pada kalangan remaja ini sangatlah pesat. Mereka mulai meninggalkan kebiasaan membaca koran yang dianggap sangat monoton dibandingkan dengan *searching* berita pada media internet.

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah diatas, dapat disimpulkan bahwa eksistensi koran sebagai salah satu jenis media massa mulai tergeser eksistensinya oleh media media lain khususnya dikalangan Gen-Z.

Hal tersebut dapat dijadikan sebagai dasar untuk penelitian eksistensi media cetak pada kalangan Gen-Z. dalam hal

ini, Gen-Z atau generasi z sebagai pengguna aktif teknologi kekinian yaitu media massa internet, dan jarang menggunakan koran sebagai alat pencarian berita atau informasi.

Penelitian ini dilakukan di surat kabar harian Radar Banten pada rubrik Zetizen yang memuat beragam informasi dan hiburan dikalangan Gen-Z (remaja). Fokus penelitian terletak pada bagaimana keberadaan rubrik Zetizen masih dijadikan sebagai media hiburan dan pencarian informasi dikalangan Gen-Z padahal media cetak seperti koran ini sudah hampir ditinggalkan.

Penulis beranggapan bahwa hal tersebut menarik untuk diteliti karena rasa keingin tahuan sejauh mana media massa sejenis media cetak ini dapat menarik perhatian kalangan Gen-Z bahkan dapat mempertahankan eksistensi sejak awal kemunculannya pada tahun 2007 dengan beberapa kali berganti nama namun cakupannya tetap sama yaitu seputar kalangan remaja dengan mengikuti perkembangan zaman. Untuk itulah penulis ingin menuangkan masalah tersebut pada penelitian karya ilmiah dengan judul ***“Eksistensi Media Cetak di Kalangan Gen-Z”*** studi kasus di Rubrik Zetizen, Koran Harian Radar Banten.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan beberapa masalah yang akan diteliti, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana teknik pengumpulan berita pada rubrik Zetizen?
2. Bagaimana eksistensi rubrik Zetizen?
3. Seperti apa pengaruh dan efek rubrik Zetizen?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui teknik pengumpulan berita pada rubrik Zetizen.
2. Untuk mengetahui sejauh mana eksistensi rubrik Zetizen.
3. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh dan efek rubrik Zetizen.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat bermanfaat ditinjau dari dua aspek, yaitu aspek teoritis dan praktis yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis : penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat untuk membuka wawasan pemikiran

khususnya bagi mahasiswa dalam bidang Komunikasi massa (media cetak) terutama mengenai judul yang diambil yaitu *“Eksistensi Media Cetak di Kalangan Gen-Z”*

2. Manfaat praktis :

a. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan sejauh mana eksistensi media cetak di kalangan gen-z bagi peneliti.

b. Bagi Lembaga Pendidikan

Dapat dijadikan sebagai sumbangan pemikiran melalui penelitian komunikasi media massa bagi lembaga pendidikan.

E. Kerangka Pemikiran

Dalam bidang ilmu komunikasi, komunikasi massa dapat didefinisikan dengan memusatkan perhatian pada lima variabel yang kadang dalam setiap tindak komunikasi dan memperlihatkan bagaimana variabel-variabel ini bekerja pada

media massa.⁸ Media masaa merupakan suatu alat atau media yang bermanfaat untuk berkomunikasi secara massa atau umum. Tanpa media tersebut, kita tidak akan bisa berkomunikasi dengan orang-orang yang jauh dari jangkauan.

Media tersebutlah yang justru berperan penting dalam penyebaran informasi secara massal. Penyebaran informasi akan berjalan secara optimal ketika menggunakan media seperti surat kabar, radio, televisi bahkan internet sekalipun sebagai media massa yang baru dan kekinian dikalangan masyarakat modern sebagai bentuk pembaruan teknologi di era globalisasi ini.

Media cetak yang disebut sebagai surat kabar atau yang lebih akrab dengan koran ini merupakan salah satu media yang tugasnya menyebarkan informasi-informasi dalam bidang kejournalistikan atau pers. Pers merupakan lembaga atau badan organisasi yang menyebarkan berita sebagai karya jurnalistik kepada khalayak.⁹

Dewasa ini, media cetak koran kurang mendapatkan perhatian setelah kemunculan media massa yang lebih canggih yaitu media elektronik yang meliputi radio, televisi serta internet.

⁸ Devito, *Komunikasi Antarmanusia ...*, p. 564.

⁹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1993), p.90.

Hal tersebut diperparah ketika surat kabar atau koran ini di cap sebagai media massa yang “tua” atau “jadul”. Jelaslah bahwa generasi Z yang lahir dan dibesarkan pada era teknologi yang serba canggih ini mulai mengacuhkan media cetak seperti koran pada saat ini. Dengan kata lain, generasi z yaitu remaja-remaja yang sedang melek teknologi seperti *android* dan *gadget* dan penggunaan aktif internet.

Pada hakikatnya, perilaku konsumsi informasi dikalangan Gen-Z lebih ditekankan pada pemanfaatan perangkat elektronik seperti *gadget* ini sebagai media untuk bertukar informasi. Bahkan tidak sedikit remaja yang menyandang predikat Gen-Z tersebut enggan untuk membaca koran.

Salah satu teori efek komunikasi massa yaitu teori *Uses and Gratification* (penggunaan dan kepuasan sangat sejalan dengan pemaparan diatas. Teori ini disebut-sebut sebagai salah satu teori paling populer dalam studi komunikasi massa yang mengungkapkan bahwa perbedaan karakter dari beberapa individu yang menggunakan sebuah media sebagai proses komunikasi massa mempengaruhi perbedaan tanggapan terhadap

isi media tersebut.¹⁰ Pada teori ini khalayak dianggap aktif dalam menentukan media apa yang dapat menjadi pemenuhan kepuasan mereka sendiri.

Zetizen sebagai objek penelitian merupakan sebuah rubrik yang memuat mengenai masalah-masalah dan kehidupan dikalangan para remaja khususnya kalangan Sekolah Menengah Atas (SMA) dan tingkat Universitas. Selain koran, rubrik ini memanfaatkan teknologi dan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi seperti penggunaan *website*, *facebook*, *twitter*, *instagram* bahkan *path* yang saat ini sedang digandrungi oleh sebagian besar anak muda diseluruh Indonesia. Hal tersebut sangat berkaitan erat dengan teori *Uses and Gratification*, yaitu menelaah sejauh mana generasi Z sebagai pengguna aktif *gadget* dan media-media sosial ini masih membutuhkan dan menggunakan koran sebagai media informasi dalam kehidupannya.

Dalam hal ini, terdapat sejumlah asumsi dasar yang menjadi inti gagasan teori penggunaan dan kepuasan sebagaimana

¹⁰ Morissan, et all, *Teori Komunikasi Massa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), p.77

dikemukakan oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch (1974) yang mengembangkan teori ini. Mereka menyatakan ada lima asumsi dasar teori penggunaan dan kepuasan, yaitu:

1. Audien atau khalayak dipandang sebagai partisipan yang aktif dalam proses komunikasi,
2. Pemilihan media ditentukan oleh audien sendiri,
3. Media bersaing dengan sumber kepuasan lain,
4. Audien sadar terhadap ketertarikan, motif dan penggunaan media,
5. Penilaian isi media ditentukan oleh audien.¹¹

F. Metodologi Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan studi kasus. Studi kasus merupakan strategi penelitian dimana didalamnya peneliti menyelidiki secara cermat suatu program, peristiwa, aktivitas, proses atau sekelompok individu. Kasus-kasus dibatasi oleh waktu dan aktivitas.¹²

¹¹ Morissan, *Teori Komunikasi*, . . . p.78

¹² John W. Cresswell, *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed* (Bandung: Pustaka Pelajar, 2008), p.20.

Dalam penelitian kualitatif dikenal ada dua strategi analisis data yang sering digunakan secara bersama-sama ataupun secara terpisah. Keduanya yaitu model strategi analisis deskriptif kualitatif dan atau model strategi analisis verifikatif kualitatif.¹³ Sedangkan dalam penelitian ini peneliti menggunakan model strategi analisis deskriptif.

Menurut Bogdan dan Taylor, metodologi kualitatif ini sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Sejalan dengan definisi tersebut, Kirk dan Miller mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah radisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dari peristilahannya.¹⁴

Disamping itu, penelitian kualitatif bertujuan pula untuk mendapatkan pemahaman (*verstehen*) yang sifatnya umum

¹³ Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif: Pemahaman Filosofis dan Metodologi Kea Rah Penguasaan Model Aplikasi* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2003), p.83.

¹⁴ Lexy J. Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1988), p.4.

terhadap suatu kenyataan sosial. Pemahaman tersebut tidak ditentukan terlebih dahulu, tetapi didapatkan setelah dilakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus dari penelitian. Berdasarkan hasil analisis tersebut kemudian ditarik kesimpulan berupa pemahaman umum yang abstrak sifatnya tentang kenyataan-kenyataan sosial yang ada. Dengan demikian, proses penelitian kualitatif bersifat induktif, yakni berangkat dari kenyataan-kenyataan khusus kemudian diabstraksikan dalam bentuk kesimpulan yang umum.¹⁵

b. Pengumpulan Data

Untuk teknik pengumpulan data, peneliti menggunakan metode sebagai berikut:

1. Observasi/penelitian yaitu dengan meneliti langsung kepada objek yang dituju yaitu pada Harian Radar Banten Rubrik Zetizen yang bertempat di Gedng Graha Pena Radar Banten, Jalan Kolonel Tb. Suwandi Lingkar Selatan Kota Serang-Banten.

¹⁵ Buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Fakultas Ushuluddin, Dakwah dan Adab IAIN SMH Banten Tahun Akademik 2015/2016, p. 6

2. Wawancara dengan pihak-pihak terkait dengan media cetak dan rubrik yang akan diteliti yaitu kepada Redaktur Rubrik Zetizen, watawan yang bertugas setiap harinya, serta mewawancarai beberapa orang dari kalangan generasi z. Generasi z yang nantinya akan diambil sebagai sampel responden berjumlah 10 orang dan berasal dari beberapa daerah di provinsi Banten.

Teknik wawancara seperti ini dimaksudkan untuk menelaah dan memahami sikap, pandangan, perasaan, dan perilaku individu atau sekelompok orang.¹⁶

3. Metode *field research* atau studi lapangan yaitu pada Harian Radar Banten. Penggunaan metode penelitian tersebut yaitu bertujuan agar penelitian yang di bahas dapat menemukan jawaban yang jelas dan konkret dari beberapa sudut pandang agar searah antara referensi dari buku dengan kenyataan yang terjadi dilapangan.

¹⁶ Meleong, *Metodologi Penelitian ...*, p.5.

G. Sistematika Penulisan

Bab satu Pendahuluan

Pada bab ini, berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

Bab dua Kondisi dan Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Pada bab kedua ini akan membahas mengenai lokasi penelitian yaitu membahas mengenai Radar Banten dan Rubrik Zetizen.

Bab tiga Landasan Teoritis

Pada bab ketiga ini berisi mengenai istilah-istilah yang akan dijelaskan yang meliputi paparan teori mengenai komunikasi massa, jenis-jenis media massa, era postmodernitas dan budaya pop, teori *uses and gratification* serta paparan mengenai generasi Z (*net generation*).

Bab empat Eksistensi Media Cetak di Kalangan Gen Z

Pada bab empat ini merupakan bagian inti dari penelitian yang meliputi teknik pengumpulan berita pada Rubrik Zetizen, eksistensi rubrik Zetizen, serta pengaruh dan efek rubrik Zetizen.

Bab lima Pentup

Pada bab terakhir berisi kesimpulan dan saran

