

## **BAB IV**

### **EKSISTENSI MEDIA CETAK DI KALANGAN GEN-Z**

#### **A. Teknik Pengumpulan Berita Pada Rubrik Zetizen**

Ada istilah yang menyebutkan bahwa semua berita adalah informasi, namun tidak semua informasi adalah berita. Ada beberapa kriteria yang termasuk kepada informasi yang bernilai berita dan layak untuk dipublikasikan kepada khalayak. “Berita itu menampilkan fakta, tetapi tidak setiap fakta merupakan berita. Berita dapat menyangkut orang-orang tetapi tidak setiap orang bisa dijadikan berita.”<sup>1</sup>

Misalnya, ketika masyarakat biasa berbelanja di pasar tradisional adalah hal yang dianggap biasa. Namun jika presiden berbelanja di pasar tradisional, hal tersebut justru mengundang rasa penasaran dan ingin tahu dikalangan masyarakat. Maka inilah yang disebut berita yang layak untuk dipublikasikan.

---

<sup>1</sup> AS Haris Sumadira, *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature Paduan Praktis Jurnalis Profesional* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2005), p.63.

Dalam perkembangannya, teknik pengumpulan dan penulisan berita pada rubrik Zetizen memang sangat ditekan kan pada pengemasan berita temenarik mungkin. Penyaringan berita-berita apa saja yang akan diangkat sebagai tema memang dirasa perlu, karena rubrik ini secara tidak langsung bersaing dengan media massa-media massa canggihlainnya seperti internet.

#### 1. Berita Rubrik Zetizen

Pada dasarnya, berita memiliki dua bentuk, yaitu berita *hardnews* dan *softnews*. *Hardnews* (berita hangat) biasanya berisi kejadian yang terkini atau baru saja terjadi bahkan yang akan terjadi baik dalam pemerintahan, politik, hubungan luar negeri, pendidikan, ketenagakerjaan, agama, pengadilan, pasar finansial dan sebagainya. Berita yang berbentuk *hardnews* biasanya memiliki ciri kejadian yang aktual, beritanya singkat dan padat serta penggunaan bahasanya baku.

Berita yang berbentuk *softnews* (berita ringan) biasanya berita yang isinya menghibur, namun tetap memberikan informasi kepada pembaca. Berita seperti ini

biasanya bukan berita terbaru, lebih condong memuat berita mengenai *human interest* atau jenis rubrik *feature*. Ciri dari bentuk berita *softnews* adalah penggunaan kalimat yang bertele-tele dan bahasa yang lebih santai sehingga mampu menjadi sarana penghibur bagi pembaca karena lebih menarik bagi emosi ketimbang bagi pikiran.<sup>2</sup>

Penulisan berita pada rubrik *Zetizen* ini menggunakan bentuk berita *Softnews*.<sup>3</sup> Penggunaan jenis berita *softnews* ini sesuai dengan konsep *Jawa Pos* dan agar berita yang dimuat dapat tetap dibaca beberapa bulan atau bahkan beberapa tahun setelah berita tersebut terbit. Karena berita yang bersifat *softnews* ini tidak akan basi walaupun kejadiannya sudah terlewat.

## 2. Wartawan

Untuk pengumpulan dan pencarian berita dilakukan oleh masing-masing wartawan yang terdapat dalam perusahaan surat kabar. *Radar Banten*, yang merupakan

---

<sup>2</sup> Tom E. Rolnicki, *et al*, *Pengantar Dasar Jurnalisme (Scholastic Journalism)* (Jakarta: Kencana, 2008), p.2.

<sup>3</sup> Wawancara, Hilal Ahmad, via Aplikasi *WhatsApp*, pada tanggal 21 Januari 2017.

perusahaan surat kabar dibawah naungan Jawa Pos Group dan satu-satunya yang terdapat di provinsi Banten tentu memiliki banyak wartawan yang tersebar di 8 kota dan kabupaten yang memiliki pembagian tugas masing-masing.

Rubrik Zetizen memiliki lima wartawan yang bertugas menghimpun dan membuat berita setiap harinya. Wartawan Zetizen diambil dari kalangan remaja, antara semester tiga sampai semester delapan dari beberapa perguruan tinggi disekitar Kota Serang.<sup>4</sup>

Pencarian berita dilakukan wartawan muda ini yang bekeja secara *part time* (paruh waktu) sangat memudahkan wartawan. Wartawan Zetizen hanya bekerja tiga hari dalam satu minggu dan hanya dituntut untuk mengumpulkan satu berita setiap harinya.

Mengenai teknik pencarian berita ini, bukan hanya dilakukan oleh kelima wartawan tersebut, Zetizen juga melibatkan wartawan *freelance*. Tidak dipungkiri bahwa rubrik Zetizen memiliki wartawan *freelance* yang tersebar

---

<sup>4</sup> Wawancara, Hilal Ahmad, di Kantor Graha Pena Radar Banten, pada 17 Januari 2017

dibeberapa wilayah untuk membantu penghimpunan berita-berita.

Keterbatasan wartawan resmi yang dimiliki Zetizen Banten ini memang membatasi ruang gerak dalam pencarian berita. Maka, wartawan *freelance* ini membantu mengumpulkan berita yang tidak dapat dijangkau oleh wartawan resmi.

Proses pembuatan berita oleh wartawan pada rubrik Zetizen ini khususnya yang dilakukan oleh wartawan resmi setiap hari nya melalui beberapa tahapan. Teknik-tekniknya adalah sebagai berikut:

a. Rapat Proyeksi

Teknik pencarian berita pada rubrik Zetizen ini sama seperti pencarian berita pada umumnya, yaitu diawali dengan rapat proyeksi. Rapat proyeksi pada rubrik Zetizen ini dilakukan setiap hari sabtu. Rapat ini biasanya membahas mengenai hal-hal apa saja yang akan menjadi bahan berita dan bahan liputan untuk seminggu kedepan. Pada rapat proyeksi inilah akan dibahas pembagian tugas

per hari nya untuk setiap wartawan, tema-tema untuk satu minggu kedepan serta narasumber dan lokasi peliputannya pun akan dibahas.

b. Teknik Peliputan

Setelah rapat proyeksi dilaksanakan, wartawan terjun ke lapangan untuk mencari berita yang dibutuhkan. Sekitar pukul 16:00 WIB wartawan datang ke kantor Graha Pena Radar Banten untuk menulis berita yang telah mereka peroleh dari lapangan. Berita tersebut kemudian di edit oleh redaktur Zetizen sebelum akhirnya di *layout* dan kemudian dicetak hingga berbentuk menjadi koran.<sup>5</sup>

Ada beberapa kolom yang disiapkan rubrik Zetizen setiap harinya. Ketika edisi hari ibu, Zetizen pusat memberikan tema mengenai ibu. Berita nasional, yaitu berita yang wajib dimuat oleh rubrik Zetizen diseluruh Indonesia dan yang dibuat oleh Zetizen pusat berjudul “*The Best Woman Ever.*”<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Wawancara, Hilal Ahmad, di Kantor Graha Pena Radar Banten, pada 17 Januari 2017

<sup>6</sup> Rubrik Zetizen Radar Banten, edisi 22 Desember 2016, p.23.

Sedangkan berita lokal yang memuat mengenai perayaan hari ibu disekitaran provinsi Banten berjudul “Ibu Macam Apa Ya?”<sup>7</sup> berita ini berisi peran atau predikat yang cocok untuk diberikan kepada para Ibu. Berita lokal tersebut dibuat oleh wartawan lokal Zetizen Radar Banten. Berita jenis ini dimuat pada kolom konten.

Selain itu, terdapat kolom cuap-cuap yang berisi pendapat atau komentar mengenai tema yang senada, yaitu perayaan hari ibu. Kolom ini berisi komentar para Gen-Z yang biasanya terdiri dari anak-anak Sekolah Menengah Atas (SMA) sekitaran Provinsi Banten.

Kedua kolom tersebut, yaitu kolom konten dan kolom cuap-cuap lah yang menjadi tugas untuk dicari oleh wartawan Zetizen setiap hari nya. Pencarian berita dilakukan dengan teknik berdasarkan *rolling* atau bergantian dari satu wartawan dengan wartawan lainnya.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Rubrik Zetizen Radar Banten, edisi 22 Desember 2016, p.23.

<sup>8</sup> Wawancara, Hilal Ahmad, di Kantor Graha Pena Radar Banten, pada 17 Januari 2017.

c. Menentukan Narasumber

Sasaran pembaca rubrik Zetizen sebagian besar adalah remaja usia 13 sampai 20 tahun. Oleh karena itu, berita yang disajikan harus dikemas semenarik mungkin. Hal tersebut bertujuan untuk menarik minat baca remaja pada koran.

Proses pencarian informasi, lokasi berita, sampai kepada narasumber yang akan dijadikan sebagai bahan berita telah dirapatkan sebelumnya dalam rapat proyeksi. Untuk memudahkan wartawan dalam hal-hal tersebut, pencarian lokasi peliputan, biasanya sekolah-sekolah atau universitas terdekat yang ada di sekitaran Kota Serang.

Wartawan Zetizen yang umumnya dari kalangan mahasiswa inilah yang memudahkan dalam pencarian berita. Misalnya dikampus masing-masing wartawan terdapat event, maka dengan mudah wartawan mengetahui adanya event tersebut dan meliput berita dengan lebih leluasa.

Pemilihan narasumber tidak ada kriteria secara khusus. Wartawan Zetizen lebih mengutamakan memilih



narasumber yang komunikatif. Hal tersebut dimaksudkan agar lebih leluasa dalam mewawancarai narasumber. Pemilihan narasumber biasanya dari kalangan Sekolah Menengah Pertama (SMP) atau Sekolah Menengah Atas (SMA).<sup>9</sup>

Selain itu, rubrik Zetizen dari awal kemunculannya, yaitu sejak masih menyangand nama Ekspresi, memiliki relasi dengan sekolah-sekolah tertentu. Ada beberapa sekolah yang secara rutin mengirimkan tulisannya baik yang berbentuk cerpen, puisi maupun event sekolah untuk diterbitkan nantinya. Hal tersebut masih berjalan hingga sekarang. Contohnya adalah Sekolah Menengah Atas (SMA) Terpadu Al-Qudwah Rangkasbitung.

Ada pula sekolah atau organisasi lainnya yang akan melaksanakan kegiatan dan ingin diliput oleh tim Zetizen, mengirimkan surat permintaan liputan. Surat permintaan liputan tersebut nantinya akan dipertimbangkan oleh pihak Zetizen untuk diliput.

---

<sup>9</sup> Wawancara, Wivy Hikmatullah, via *voice note* aplikasi BBM, pada 14 Februari 2017.

## **B. Eksistensi Rubrik Zetizen**

Pada zaman yang serba canggih ini keberadaan media cetak diakui memang telah jauh tertinggal dibandingkan dengan media elektronik lainnya seperti radio, televisi bahkan internet.

Dalam perjalanannya, jurnalistik telah berkembang menjadi salah satu aspek komunikasi massa yang sering mendapat perhatian masyarakat. Jurnalistik diidentikkan dengan aktivitas yang terkait dengan penyebaran berita. Dalam benak masyarakat, jurnalistik adalah media massa. Ketika media *online* hadir sebagai salah satu bentuk media baru, maka dikenal pula jurnalistik yang berbentuk media *online*.<sup>10</sup>

Pada realitasnya, dunia jurnalistik bukan hanya bidang garapan media cetak saja, namun sudah berkembang kepada media elektronik seperti internet. Fenomena yang seperti ini cepat atau lambat akan mempengaruhi minat baca khususnya dikalangan generasi z pada surat kabar.

Surat kabar atau koran kini mungkin tidak lagi menjadi primadona dikalangan gen-z, bahkan sudah banyak yang

---

<sup>10</sup> Suryawati, *Jurnalistik Suatu Pengantar ...*, p.113.

mengabaikannya. Untuk mensiasati hal tersebut, “Jawa Pos melalui rubrik-rubrik khusus anak muda dan remaja mengganti konsep rubrik agar lebih mengikuti perkembangan zaman.”<sup>11</sup>

#### 1. Rubrik Zetizen Mempertahankan Eksistensinya

Untuk mempertahankan eksistensi media cetak pada zaman sekarang memang tidak mudah. Perkembangan teknologi yang lebih disukai para generasi z memang menjadi alasan mulai tergesernya peran media cetak sebagai media informasi. Namun, Jawa Pos memiliki beberapa cara untuk tetap mempertahankan eksistensi rubrik Zetizen dikalangan generasi z, sebagai berikut :

##### a. Pergantian Nama

Surat kabar dibawah Radar Banten pada awalnya memiliki rubrik anak muda bernama Ekspresi. Rubrik tersebut terbilang sukses menarik perhatian anak-anak remaja pada saat itu. Namun, perbedaan yang mencolok pernah dirasakan redaktur Ekspresi ketika rubrik tersebut yang awalnya terbit harian berubah menjadi mingguan.

---

<sup>11</sup> Wawancara, Hilal Ahmad, di Kantor Graha Pena Radar Banten, pada 17 Januari 2017.

Bahkan yang tadinya rubrik tersebut berwarna berubah menjadi hitam putih dan sudah tidak lagi menjadi rubrik bacaan prioritas pada sebuah surat kabar.

Hal tersebut dikarenakan peminat atau pembaca rubrik Ekspresi mengalami pemerosotan ketika bersaing dengan media-media lainnya yang juga memiliki rubrik anak muda serta media internet yang saat ini sudah menarik perhatian anak remaja mengalahkan media cetak.<sup>12</sup>

karakteristik mengenai generasi z ini memang benar adanya. Terbukti dari penurunan minat remaja terhadap konsumsi informasi dan hiburan dari surat kabar. Generasi z seolah lebih memilih mencari informasi dan hiburan dengan mengakses internet dibanding harus membaca surat kabar.

Pada akhirnya pihak Jawa Pos Group menawarkan untuk mengganti rubrik anak muda agar lebih *fresh* dan kekinian dikalangan anak muda. Hal tersebut berlaku

---

<sup>12</sup> Wawancara, Hilal Ahmad, di Kantor Graha Pena Radar Banten, pada 17 Januari 2017.

untuk semua surat kabar dibawah naungan Jawa Pos Group yang tersebar diseluruh Indonesia.

Nama Zetizen ini berarti netizen atau orang-orang yang secara aktif menggunakan media internet dengan mengedepankan hal-hal yang berkaitan erat dengan kehidupan generasi z sehari-hari nya. Nama tersebut dipilih, selain karena simple juga memiliki arti tersendiri baik dari pihak Jawa Pos maupun para pembaca yang segmentasi nya remaja ini.<sup>13</sup>

Pergantian nama ini dilakukan untuk mempertahankan eksistensi media cetak dikalangan remaja. Selain itu, hal ini juga dimaksudkan untuk dapat bersaing dengan media masaa lainnya yang lebih canggih seperti internet.

#### b. Konsep yang Lebih Menarik

Pergantian nama ini tentu diikuti dengan pergantian konsep rubrik Zetizen pula. Zetizen Radar Banten kini hadir harian menggantikan rubrik ekspresi dengan konsep

---

<sup>13</sup> Wawancara, Hilal Ahmad, di Kantor Graha Pena Radar Banten, pada 17 Januari 2017.

yang lebih mengedepankan gaya kekiniannya dan terbit dengan warna yang artinya Zetizen ini adalah halaman prioritas bagi anak muda.

Pergantian nama dan konsep rubrik anak muda ini sebenarnya sudah diakui sebagai hal yang menjurus kepada eksistensi media cetak dikalangan generasi z. Eksistensi ini meliputi bahwa media cetak seperti koran pun, pada zaman sekarang yang sudah dianggap sebagai hal yang jadul oleh sebagian besar remaja masih mampu menarik perhatian lewat pembahasan yang ringan namun sangat informatif dan tidak terlepas dari fungsi dan manfaat surat kabar itu sendiri.<sup>14</sup>

### c. Penggunaan Media Sosial

Tidak berhenti sampai disitu, bahkan eksistensi media cetak pada rubrik zetizen tercerminkan dari penggunaan media sosial sebagai media penyebar informasi dan promosi. Sebagaimana diketahui bahwa generasi z adalah

---

<sup>14</sup> Wawancara, Hilal Ahmad, di Kantor Graha Pena Radar Banten, pada 17 Januari 2017.

orang-orang yang tingkat ketergantungan terhadap *gadget* dan media sosialnya sangat tinggi. Dari sini lah kemudian rubrik Zetizen memanfaatkan media sosial sebagai pilihan kedua setelah menerbitkan informasi melalui surat kabar.

Pemanfaatan media sosial oleh rubrik Zetizen Banten ini antara lain meliputi hal-hal sebagai berikut :

- 1) Penggunaan media sosial ini merupakan salah satu konsep yang diberikan oleh pihak Jawa Pos yang bertujuan untuk mengikuti gaya hidup para generasi z.
- 2) Setiap remaja dalam satu *gadget* pasti memiliki paling tidak *facebook* dan *twitter*. Hal ini menjadi pertimbangan penggunaan media sosial pada rubrik Zetizen.
- 3) Untuk menganalisis apa yang sedang menjadi *trend* dikalangan generasi z. Hal ini kemudian akan menjadi bahan atau tema yang akan dibawakan oleh rubrik Zetizen.

- 4) Karena segmentasi pembaca rubrik Zetizen adalah generasi z (anak remaja) maka penggunaan media sosial ini dianggap perlu karena biasanya anak remaja atau anak yang masih duduk di bangku sekolah tidak sempat membeli koran pada pagi harinya.
- 5) Penggunaan media sosial ini juga sebagai media promosi rubrik Zetizen itu sendiri.

d. *Roadshow* dan *Workshop*

Sebagaimana telah dijelaskan bahwa rubrik Zetizen baru berjalan selama satu tahun. Untuk itulah rubrik Zetizen memerlukan adaptasi dan pengenalan keseluruhan elemen khalayak yang sebagian besar adalah generasi Z. Upaya pengenalan ini dapat berupa promosi agar rubrik Zetizen lebih dikenal dan lebih banyak peminatnya.<sup>15</sup>

Salah satu upaya yang dilakukan oleh pihak Zetizen untuk memperkenalkan rubrik ini adalah dengan melakukan *roadshow* dan *workshop*. Kegiatan ini

---

<sup>15</sup> Wawancara, Hilal Ahmad, di Kantor Graha Pena Radar Banten, pada 17 Januari 2017.



dimaksudkan selain untuk ajang promosi rubrik juga sebagai cara untuk mencari bahan berita.

Dalam kegiatan *roadshow* ini, pihak Zetizen mendatangi sekolah-sekolah yang biasanya masih terjangkau. Zetizen ingin mengenalkan rubrik ini agar lebih banyak generasi Z yang mengetahui keberadaan rubrik Zetizen dan dapat menarik minat baca mereka.

Selain itu, Zetizen juga menerima untuk kegiatan *workshop*. Kegiatan ini biasanya dilakukan karena ada beberapasekolah atau organisasi yang ingin mengunjungi kantor Radar Banten serta mempelajari hal-hal mengenai kejournalistikan. Sekolah-sekolah tersebut ditangani oleh *crew* dari Zetizen dan mendapatkan ilmu jurnalistik oleh pihak Zetizen pula. Kedua kegiatan ini, baik *roadshow* maupun *workshop* merupakan hal yang dapat meningkatkan eksistensi rubrik Zetizen.

Tingkat keeksistensian rubrik Zetizen Radar Banten ini memang makin terasa mana kala produk-produknya baik yang berbentuk koran maupun media-media sosial di minati

oleh sebagian besar masyarakat Banten. Hal tersebut terlihat dari tidak adanya saingan media-media yang serupa dengan rubrik ini.<sup>16</sup>

Ketika masih menyandang nama Ekspresi memang masih banyak saingan rubrik anak muda yang dikelola oleh surat kabar-surat kabar yang ada di Banten. Namun ketika memasuki masa rubrik Zetizen, tidak ada yang menerbitkan rubrik anak muda lagi selain di koran Radar Banten.

Hal tersebut sangat mempermudah supervisor Zetizen Banten dalam merangkul anak muda sebanyak mungkin untuk membaca rubrik Zetizen. Untuk itulah, dibutuhkan pendekatan kepada generasi z untuk menarik perhatian dan mengalihkan fokus perhatian para generasi z dari *gadget* pada surat kabar.

Pendekatan yang dilakukan oleh pihak Zetizen Banten dalam hal ini diantaranya adalah dengan mengemas berita semenarik mungkin dan penggunaan bahasa yang santai sehingga disenangi oleh pembaca.

---

<sup>16</sup> Wawancara, Hilal Ahmad, di Kantor Graha Pena Radar Banten, pada 17 Januari 2017.

## 2. Eksistensi Rubrik Zetizen Dikalangan Gen-Z

Eksistensi rubrik Zetizen dikalangan generasi z dirasa memang belum menyeluruh. Selain karena perkembangan remaja yang sebagian besar pengguna teknologi canggih dan malas membaca koran, rubrik Zetizen yang masih berusia satu tahun pun menjadi alasan utamanya.

Keterbatasan jangkauan wartawan Zetizen lah yang menjadi salah satu kendala dalam hal pengenalan rubrik ini kepada para generasi z. Sejauh ini, kami telah berupaya melakukan *roadshow* ke beberapa sekolah yang terdapat didaerah provinsi Banten ini. Hal tersebut kami lakukan dengan harapan, agar mengembalikan minat baca generasi z pada koran sekaligus pengenalan rubrik yang masih berusia satu tahun.<sup>17</sup>

Selain melakukan pendekatan, promosi juga dirasa perlu dilakukan agar semakin banyak orang yang tertarik membaca rubrik Zetizen. Selain bertujuan untuk pendekatan secara emosional terhadap gen-z, *roadshow* juga bertujuan

---

<sup>17</sup> Wawancara, Wivy Hikmatullah, 14 Februari 2017, via *voice note* aplikasi BBM.

sebagai lahan promosi keberadaan rubrik remaja yang bernama Zetizen ini pada surat kabar Radar Banten. Selain itu, anak-anak sekolah tersebut bisa dimintai komentar untuk kolom “cuap-cuap” atau bahkan ditawari menjadi model. Hal tersebut secara tidak langsung berdampak terhadap eksistensi rubrik ini, semakin banyak orang mengetahui keberadaan rubrik Zetizen.

Apresiasi yang sangat besar patut diberikan kepada rubrik Zetizen. Setiap harinya, rubrik ini mampu menerbitkan hal-hal yang berkaitan dengan pembahasan mengenai remaja. Pembawaan berita pada rubrik ini sangat direkomendasikan untuk kalangan remaja sebagai bahan bacaan yang bermanfaat. Saya telah berlangganan koran berbasis anak muda ini pada saat masih bernama Ekspresi Radar Banten.<sup>18</sup>

Sejalan dengan proses eksistensinya, kualitas tulisan para wartawan juga harus ditingkatkan agar lebih baik. Pedoman penulisan berita yang baik bukan hanya diajarkan oleh redaktur Zetizen saja, namun ada agenda khusus bagi

---

<sup>18</sup> Wawancara, Ukhti Rusniawati, 23 Januari 2017, di Serang.

para wartawan untuk meningkatkan kualitas tulisan “dengan cara melakukan pelatihan jurnalistik setiap bulannya yang diadakan oleh pihak Radar Banten dan Zetizen Indonesia.”<sup>19</sup>

Hal tersebut juga yang diharapkan oleh Rieskawati, mahasiswa Universitas Sultan Ajen Tirtayasa (Untirta) semester empat. Ia berpendapat bahwa dengan kondisi anak muda saat ini, harus ada adaptasi penyajian dan penulisan berita agar lebih *easy reading* dikalangan remaja. Dengan adanya halaman Zetizen diharapkan dapat mengembalikan minat membaca koran yang bersaing dengan *gadget*. Zetizen mampu meng-*update* berita-berita kekinian sehingga pembaca tidak merasa bosan ketika membacanya.

Rubrik Zetizen ini sangat menarik untuk menjadi bahan bacaan dan dapat menarik perhatian anak muda karena konsepnya yang berbasis kekinian inilah dapat dijadikan sebagai keunggulan Zetizen sebagai media cetak dan bersaing dengan media lainnya. Riska memberikan saran agar Zetizen ini terus memuat hal-hal mengenai berita kekinian dan tidak

---

<sup>19</sup> Wawancara, Hilal Ahmad, 17 Januari 2017, di Kantor Graha Pena Radar Banten.

bosan untuk terus mempromosikan produk-produknya agar pasar Zetizen lebih meluas.<sup>20</sup>

Zetizen diharapkan mampu memperluas relasi yang ada, misalnya dengan pemilihan lokasi dan narasumber yang semakin hari semakin berkualitas, semakin informatif dan semakin luas cakupan wilayahnya agar tidak terlihat monoton.

Sedangkan menurut Fakhira Safitri, siswi kelas XI SMA Negeri 3 Kota Serang menuturkan bahwa ia mengetahui adanya rubrik Zetizen dari teman-teman sekolahnya. Fira, sapaan akrabnya sangat mengapresiasi adanya bahan bacaan yang membahas mengenai anak muda.

Harapan untuk kedepannya adalah rubrik Zetizen ini harus tetap ada untuk menyeimbangkan anak muda zaman sekarang antara bermain *gadget* dan membaca koran dalam hal pencarian informasi-informasi. Selain itu juga dapat terus

---

<sup>20</sup> Wawancara, Rieskawati, 23 Januari 2017, via aplikasi BBM.

meningkatkan kualitas pemberitaan dan tema yang diangkat oleh pihak Zetizen.<sup>21</sup>

Sama halnya dengan Fakhira, Adila pun mengetahui keberadaan rubrik Zetizen ini dari teman-temannya. “Zetizen mengadakan *National Challenge* setiap harinya, dan saya tertarik untuk mengikuti kuis tersebut agar mendapatkan hadiah jalan-jalan ke New Zealand”<sup>22</sup> Menurut siswi kelas XI SMA Negeri 2 Pandeglang ini, konsep rubrik Zetizen dengan mengadakan kuis ini sangat menarik perhatian remaja dikalangannya. Hal tersebut dibuktikan dengan seringnya Adila membaca rubrik Zetizen manakala ia mengetahui adanya kuis tersebut.

Winda, siswi kelas XI SMA Negeri 8 Kabupaten Tangerang ini pada mulanya tidak mengetahui adanya rubrik yang pembahasannya mengenai anak remaja ini. Namun ia mengaku pernah diwawancarai seputar kegiatan ekstrakurikuler nya oleh wartawan Zetizen, pada saat itu lah ia mulai mengetahui keberadaan rubrik tersebut.

---

<sup>21</sup> Wawancara, Fakhira Safitri, 23 Januari 2017, via aplikasi BBM.

<sup>22</sup> Wawancara, Adilaturraihan, 20 Februari 2017, via Aplikasi BBM.

Saya merasa senang dan bangga pernah diwawancarai seputar kegiatan sekolah. Pengalaman dan prestasi saya bisa terpublikasi pada koran tersebut. Bukan bermaksud ria, melainkan hanya sekedar membagi pengalaman dan memotivasi anak-anak Indonesia khususnya anak-anak Banten, agar lebih semangat meraih prestasi. saya sangat mengapresiasi kehadiran rubrik ini.<sup>23</sup>

Periode pertama *National Challenge* telah selesai diselenggarakan oleh pihak Zetizen. Setiap daerah mengirimkan satu perwakilannya untuk dijadikan sebagai duta Zetizen dan diberikan kesempatan untuk jalan-jalan ke New Zealand secara gratis. Zetizen Banten mengirimkan satu perwakilan siswa kelas XII SMA Negeri 3 Kota Serang.

Dari dua puluh peserta, Elsa terpilih sebagai Duta Zetizen Banten atas prestasi dan *skill* yang ia miliki di usianya yang masih terbilang muda. Ia mendapat banyak pengalaman selama bergabung menjadi bagian dari Zetizen ini. Menambah teman dari seluruh Indonesia, mendapatkan

---

<sup>23</sup> Wawancara, Winda Siti Fadhilah, 20 Februari 2017, via Aplikasi BBM.



pengalaman yang begitu banyak, bahkan ia mengaku menjadi lebih tertarik untuk membaca koran.

Semenjak terpilihnya saya menjadi duta Zetizen perwakilan dari Banten, hampir satu sekolah mengetahui keberadaan rubrik Zetizen ini yang memuat hal-hal mengenai remaja. Saya rasa, eksistensi Zetizen mulai terasa dikalangan teman-teman sekolah saya semenjak saat itu. Menjadi rubrik Zetizen memang masih jarang untuk saya. Namun, saya mengikuti perkembangan rubrik tersebut dari berbagai media sosial seperti *Instagram* dan *Website* nya.<sup>24</sup>

Namun, perkembangan rubrik Zetizen ini belum merata, sehingga masih banyak daerah-daerah di provinsi Banten ini serta para generasi Z yang belum mengetahui tentang keberadaan rubrik tersebut.

Hal ini lah yang dirasakan oleh Melati, mahasiswa semester dua Institut Agama Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin (SMH) Banten ini memang masih asing mendengar nama Zetizen. Ia bahkan belum mengetahui

---

<sup>24</sup> Wawancara, Elsa Nurul Fadila, 26 Februari 2017, di Radar Banten-Serang.

keberadaan rubrik ini. Namun hal tersebut tidak menjadikan Melati acuh terhadap koran. “Mendengar bahwa Zetizen ini merupakan sebuah rubrik yang berisi berita kekinian anak muda saya merasa tertarik untuk membaca koran dan bahkan membuka *website* nya untuk membaca informasi mengenai anak remaja.”<sup>25</sup>

Alfi Khaerunnisa pun menuturkan hal yang sama. Alfi kurang begitu mengetahui mengenai Zetizen ini dikarenakan jarang membaca koran. “Namun jika ada rubrik yang berbasis anak muda tidak menutup kemungkinan bahwa ia akan tertarik untuk membacanya.”<sup>26</sup> Alfi juga mengaku sangat penasaran dengan rubrik tersebut.

Putri, siswi kelas X MIA 2 Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Lebak ini juga mengaku belum sama sekali mengetahui keberadaan rubrik Zetizen ini. Menurutnya, teman-teman bahkan guru-guru di sekolahnya pun sama sekali tidak mengetahui tentang rubrik tersebut.

---

<sup>25</sup> Wawancara, Sri Melati, 23 Januari 2017, di Serang.

<sup>26</sup> Wawancara, Alfi Khaerunnisa, 22 Januari 2017, di Rangkasbitung-Lebak.

Namun saya merasa tertarik untuk membaca rubrik itu, apalagi setelah mendengar ada *National Challenge* yang berhadiah jalan-jalan ke New Zealand. Saya penasaran ketika mendengar ada rubrik remaja tersebut. Siapa tau saya dapat ditawari untuk menjadi model pada koran itu, saya sangat bersedia.<sup>27</sup>

Dhea juga menuturkan hal yang serupa, ia berpendapat bahwa membaca koran tidak lah menarik, membosankan dan pembahasannya selalu serius mengenai urusan orang-orang tua. Ia lebih senang mencari informasi lewat *gadget*.

Saya lebih senang membaca informasi melalui *gadget*. Namun jika memang rubrik anak muda seputar Banten menghubungkan antara koran dengan media sosial, saya ingin mencoba mencari informasi lewat media sosial tersebut. Penggunaan media sosial itu cocok dengan para generasi z khususnya pelajar yang tidak memiliki waktu khusus untuk membaca koran<sup>28</sup>

---

<sup>27</sup> Wawancara, Putri Kania Dewi, 2 Februari 2017, di MAN 1 Lebak-Lebak.

<sup>28</sup> Wawancara, Dhea Ajeng, 2 Februari 2017, di MAN 1 Lebak-Lebak.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa keberadaan Zetizen sebagai rubrik anak muda di Banten ini sangat eksis dan diketahui banyak orang. Namun ketika ada yang belum mengetahui tentan rubrik Zetizen ini mereka malah sangat antusias dan penasaan ingin membaca koran tersebut.

Eksistensi Zetizen di Banten diharapkan untuk terus berkembang karena banyak anak muda yang menyukai berita yang sangat informatif dan kekinian ini terkait dengan hal-hal mengenai kehidupan dikalangan remaja atau generasi z ini.

### **C. Pengaruh dan Efek Rubrik Zetizen**

Pada awal kemunculan rubrik ini memang telah mendapatkan respon positif dari berbagai pihak, mulai dari suvervisor Zetizen Banten maupun dari para generasi z wilayah Banten. “Rubrik ini dianggap sebagai inovasi baru dalam dunia jurnalistik. Inovasi ini menggabungkan antara penggunaan media sosial dengan media cetak yang terbit setiap harinya.”<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> Wawancara, Hilal Ahmad, 17 Januari 2017, di Kantor Graha Pena Radar Banten.

Penggunaan inovasi ini tentu memiliki pengaruh besar terhadap kehidupan para generasi z khususnya dalam hal konsumsi informasi. Informasi yang disajikan oleh rubrik Zetizen ini terbilang santai sehingga para generasi z akan lebih mudah menyerap apa yang disampaikan oleh suatu berita tertentu dengan sangat mudah. Selain itu, konsep rubrik Zetizen yang mengikuti perkembangan zaman pun dirasa sangat mempermudah para generasi z untuk mendapatkan berita atau informasi.

Sejak terbit untuk pertama kalinya pada tanggal 7 Maret 2016 ini, rubrik Zetizen sukses menarik perhatian para generasi z. Hal tersebut dapat terlihat dari *follower* atau pengikut media-media sosial yang di miliki oleh Zetizen baik Zetizen pusat maupun Zetizen Radar Banten.

Media sosial seperti *facebook* dengan halaman bernama Zetizen Radar Banten mendapatkan like dan diikuti oleh sekitar 6502 orang. Akun @zetizenbanten pada media sosial Instagram memiliki Followers sebanyak 695 orang. Sedangkan untuk akun *twitter* @zetizen\_raban hanya memiliki *followers* sekitar 12 orang saja dan akun media sosial Path dengan *user name* Zetizen

Banten baru berjalan dua bulan dengan 33 moment. Selain itu, jumlah member aktif generasi z yang sebelumnya telah mendaftarkan diri pada *website* zetizen.com sudah mencapai 5174 member untuk wilayah Banten<sup>30</sup>

Disadari atau tidak, generasi z yang mengikuti perjalanan rubrik Zetizen ini melalui media sosial menimbulkan pengaruh yang positif bagi pembacanya. Pengaruh yang ditimbulkan sesuai dengan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan sejalan dengan efek komunikasi massa. Efek dari pesan yang disebarakan oleh media massa, dalam hal ini pihak Zetizen Banten, pada generasi z sebagai sasaran komunikasinya. Yaitu sebagai berikut:

1. Efek Kognitif

Efek kognitif berhubungan dengan pikiran atau penalaran, sehingga generasi z yang semula tidak mengetahui sebuah informasi, menjadi tahu.<sup>31</sup> Dengan efek ini, generasi z sebagai khalayak atau komunikan terpengaruh untuk menyukai membaca koran.

---

<sup>30</sup> Data Media Sosial Zetizen tanggal 17 Januari 2017.

<sup>31</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1993), p.318.

Untuk mengembalikan minat baca pada koran di kalangan remaja tentu memerlukan usaha yang tidak mudah. Dengan kehadiran rubrik *Zetizen Radar Banten* ini lah merupakan sebuah wadah bagi para generasi z khususnya di wilayah Provinsi Banten ini agar kembali membiasakan membaca koran.

Saya telah berlangganan koran berbasis anak muda ini pada saat masih bernama *Ekspresi Radar Banten*. Rubrik ini mampu meningkatkan minat baca saya terhadap koran. Membaca rubrik *Zetizen* ini dapat mempengaruhi pengetahuan mengenai hal-hal yang sedang menjadi *trend* dikalangan anak muda itu seperti apa.<sup>32</sup>

Seperti yang telah dijelaskan bahwa rubrik ini juga memanfaatkan media sosial sebagai media penyebaran informasi. Media sosial seperti *facebook*, *twitter* dan sebagainya sekarang bukan hanya digunakan untuk sekedar hiburan saja namun juga dapat dijadikan sebagai alat untuk memperbaharui berita-berita terkini.

---

<sup>32</sup> Wawancara, Ukhti Rusniawati, 23 Januari 2017, di Serang.

Pengaruh media massa terasa lebih kuat, karena pada masyarakat modern orang-orang memperoleh banyak informasi mengenai tentang dunia dari media massa.<sup>33</sup> Media massa yang ada saat ini memang memudahkan seseorang dalam hal pencarian berita atau informasi. Melalui media informasi dapat tersebar secara cepat dan merata.

Penggunaan *website* pada konsep rubrik Zetizen ini dapat dijadikan sebagai alat pencarian informasi yang kekinian dikalangan generasi z. Isi berita yang terdapat di *website* ini berbeda dengan isi berita yang diterbitkan pada koran. Berita yang disajikan pada *website* lebih condong kepada berita-berita umum atau secara keseluruhan sedangkan berita yang terdapat dikoran adalah berita yang lebih mengedepankan hal-hal yang terjadi pada provinsi masing-masing.

Rubrik Zetizen ini sangat menarik untuk menjadi bahan bacaan dan dapat menarik perhatian anak muda. Konsepnya rubrik yang berbasis kekinian inilah dapat

---

<sup>33</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), p.227.



dijadikan sebagai keunggulan Zetizen sebagai media cetak dan bersaing dengan media lainnya.<sup>34</sup>

Selain itu, member aktif di *website* ini dapat mengikuti polling dalam tema yang telah ditentukan sebelumnya. Polling tersebut nantinya akan muncul dalam rubrik Zetizen. Hal tersebut membuktikan bahwa Zetizen dapat mengkombinasikan dengan baik antara *website* dengan koran yang telah di cetak. Keuntungan lain dari pengisian polling ini adalah setiap member akan mendapatkan point yang dapat dikumpulkan sebanyak mungkin.

Point-point tersebut kemudian akan di undi oleh pihak Zetizen Banten dan diambil satu orang yang terpilih yang akan menjadi “Alpha Zetizen Of The Year” dan berhak mendapatkan hadiah liburan gratis serta mempelajari budaya-budaya Negara yang ditentukan oleh pihak Zetizen. “Melalui program tersebut, para generasi z semakin meminati dan memotivasi untuk membaca berita pada rubrik Zetizen baik dalam bentuk *website* maupun bentuk cetaknya.”<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup> Wawancara, Rieskawati, 23 Januari 2017, via aplikasi BBM.

<sup>35</sup> Wawancara, Hilal Ahmad, 17 Januari 2017, di Kantor Graha Pena Radar Banten.

## 2. Efek Afektif

Efek ini berkaitan dengan perasaan yang ditimbulkan akibat membaca koran, mendengarkan radio, menonton acara televisi, atau film bioskop kemudian timbul perasaan tertentu pada khalayak.<sup>36</sup> Media massa yang menimbulkan efek afektif ini yang berkaitan dengan perasaan seperti senang, sedih, marah atau bahkan benci.

Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar generasi z merasakan perasaan senang dan bangga setelah membaca berita dan informasi yang ada di rubrik Zetizen ini. Perasaan senang ini lah yang menjadi tolak ukur kesuksesan Zetizen mengemas berita sehingga disenangi oleh khalayak.

Perasaan ini akan berdampak langsung pada pembentukan dan perubahan sikap terhadap generasi z, seperti perubahan tingkat kreatifitas seseorang.<sup>37</sup> Sifat kreatifitas bukan hanya terbentuk dan ditentukan berdasarkan sifat bawaan dari lahir saja, namun juga dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal. Keluarga, teman-teman serta keadaan

---

<sup>36</sup> Effendy, Ilmu, Teori ..., p.319.

<sup>37</sup> Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* ..., p.231.

lingkungan juga dapat dijadikan patokan seseorang untuk memiliki sifat kreatif.

Menonton atau bahkan membaca hal-hal positif juga dapat mendukung tingkat kreatifitas seseorang. Ketika membaca koran, dalam hal ini pada rubrik Zetizen yang berisi tema-tema menarik, generasi z mampumengasah tingkat kekreatifitasannya setelah membaca rubrik tersebut.

Banyak hal-hal yang saya dapatkan setelah membaca koran khususnya rubrik Zetizen. Ketika membaca berita dan informasi yang terdapat pada koran, saya lebih bisa berfikir kreatif misalnya dengan mempelajari teknik-teknik penulisan berita yang ringan dan menarik untuk menjadi bahan bacaan dikalangan generasi z tersebut. Sementara ketika saya membaca berita pada *website* atau media sosial Zetizen, saya mendapatkan informasi yang lebih menyeluruh.<sup>38</sup>

Sekolah-sekolah yang memiliki ekstrakurikuler jurnalistik bahkan yang telah memiliki ikatan dengan pihak Zetizen Banten, melalui rubrik ini dapat mempelajari

---

<sup>38</sup> Wawancara, Elsa Nurul Fadila, 26 Februari 2017, di Radar Banten-Serang.

bagaimana cara mengeksplorasi tulisan-tulisan mereka pada media cetak. Sekolah tersebut sering datang atau bahkan mengundang pihak Zetizen untuk mempelajari teknik-teknik penulisan berita dan mempelajari jurnalistik lebih mendalam.

### 3. Efek Konatif dan Behavioral

Efek konatif bersangkutan dengan dengan niat, tekad, upaya, usaha, yang cenderung menjadi suatu tindakan atau perilaku seseorang. Efek konatif atau efek behavioral ini timbul disebabkan karena oleh timbulkan efek kognitif dan afektif sebelumnya. Seseorang yang telah membaca koran atau menonton televisi akan mengalami efek kognitif dan afektif, lalu kemudian dibuktikan dengan perubahan perilaku akibat dari media massa tersebut.<sup>39</sup>

Menurut hasil wawancara, sebagian besar generasi z memang mendapatkan pengaruh positif setelah membaca rubrik Zetizen ini. Di lihat dari efek konatif ini yaitu berupa motivasi, rubrik ini memang memiliki pengaruh besar pada kalangan generasi z. Pengaruh membaca rubrik Zetizen ini

---

<sup>39</sup> Effendy, Ilmu, Teori ..., p.319.

dilihat dari aspek motivasi sesuai dengan hasil wawancara dengan para generasi z.

Berita-berita yang dimuat pada rubrik Zetizen ini selalu mengandung hal-hal yang dapat memotivasi khususnya untuk kalangan generasi z. Kadang berita pada rubrik Zetizen ini memuat tentang prestasi yang didapatkan oleh seseorang, “dari berita-berita itulah generasi z diseluruh Indonesia khususnya di wilayah Banten akan mendapatkan motivasi untuk berbuat hal-hal yang positif dan meraih prestasinya sesuai dengan bidang keahliannya masing-masing.”<sup>40</sup>

Untuk mendapatkan perasaan yang termotivasi itu generasi z telah memasuki zona nyaman dan menyukai dalam hal membaca koran. Setelah hal itu didapatkan, generasi z berfikiran untuk merubah perilakunya kepada hal-hal yang lebih positif dan mendatangkan prestasi.

---

<sup>40</sup> Wawancara, Fakhira Safitri, 24 Januari 2017, via aplikasi BBM.

Rubrik Zetizen memiliki kolom yang berisikan mengenai hal-hal yang menjadi event dikalangan mahasiswa maupun kalangan anak-anak sekolah. Dari event ini lah, para generasi z dapat mengeksplorasi diri mereka baik individu ataupun kelompok. Eksplorasi orang-orang pilihan inilah yang kemudian dijadikan motivasi seseorang untuk meraih prestasi.

Selain itu, aspek motivasi yang ditimbulkan akibat dari membaca rubrik ini, dilihat juga dari segi keikutsertaan generasi z dalam mengikuti *National Challenge*. *Challenge* ini akan dipublikasikan melalui koran yang terbit harian. Hadiah yang disediakan oleh pihak Zetizen menjadi hal paling utama yang dapat membuat generasi z merasa tergiur lalu merasa termotivasi untuk terus mengikuti *challenge* tersebut. Hal ini dimaksudkan sebagai salah satu contoh menarik minat pembaca dan agar para generasi z mengikuti perkembangan informasi yang terdapat pada koran serta pada *website* Zetizen.

Dengan diadakannya *national challenge* seperti ini membuat saya termotivasi untuk terus menjadi lebih baik lagi. Kami dituntut untuk mengikuti dan mengisi polling setiap harinya yang ada pada *website* Zetizen. Selain itu juga kami harus melakukan aksi positif yang akan menambah point kami yang kemudian akan menjadi peluang kami nantinya untuk memenangkan *challenge* tersebut. Dari sinilah kemudian saya menyebutkan bahwa ada pengaruh positif yang memotivasi ketika para generasi z seperti saya ini ketika mengikuti perkembangan rubrik Zetizen setiap harinya.<sup>41</sup>

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan generasi z yang ada di beberapa daerah Provinsi Banten ini lah didapatkan bahwa ada tiga aspek yang dihasilkan dari pengaruh rubrik Zetizen dikalangan gen z. Ke tiga aspek tersebut sangatlah positif untuk mempengaruhi generasi z.

---

<sup>41</sup> Wawancara, Elsa Nurul Fadila, 26 Februari 2017, di Radar Banten-Serang.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dalam mempertahankan eksistensi media cetak atau koran di kalangan Gen-Z, Jawa Pos Group membentuk rubrik yang secara keseluruhan membahas mengenai hal-hal yang sedang *hits* di kalangan generasi Z ini. Salah satunya adalah mempertahankan rubrik khusus anak muda dan mentransformasikan rubrik tersebut menjadi lebih kekinian dan disukai oleh kebanyakan anak muda.

Sasaran segmentasi pembaca Zetizen adalah anak muda yang kebanyakan masih duduk di bangku Sekolah Menengah Atas (SMA). Namun, karena kesibukannya sekolah, kadang mereka tidak sempat untuk membeli koran. Untuk itulah, Zetizen menghubungkan antara koran dan koneksi internet, agar mereka yang tidak sempat membeli dan membaca koran masih bisa tetap memperoleh informasi melalui akun sosial media ataupun *website* Zetizen.



Di provinsi Banten sendiri, rubrik anak muda cukup menarik perhatian, apalagi Zetizen ini tidak ada saingannya. Rubrik anak muda hanya tersedia pada koran Radar Banten. Hal tersebut menjadikan Zetizen semakin eksis dan dikenal di kalangan generasi z.

Zetizen memiliki banyak relasi baik kepada perseorangan maupun kepada pihak sekolah tertentu. Hal ini selain dijadikan sebagai salah satu cara untuk pengenalan rubrik Zetizen yang masih terbilang baru ini juga sebagai sarana pendekatan emosional agar rubrik Zetizen ini dirasa selalu eksis dimata anak muda atau generasi z ini.

Selama satu tahun terakhir ini, tentu saja kehadiran rubrik Zetizen membawa pengaruh besar terhadap konsumsi informasi di kalangan generasi z. Hal ini dapat terlihat dari tiga aspek, yaitu aspek kreatifitas, aspek konsumsi informasi serta aspek meningkatnya motivasi untuk melakukan hal-hal positif.

Pengaruh ini dibuktikan dengan banyaknya kalangan generasi z yang mengikuti perkembangan rubrik Zetizen setiap harinya. Member aktif *website* zetizen.com mencapai 5174

member. *Follower* ig mencapai 695 orang dan mencapai 6502 orang yang menyukai halaman *facebook*.

## **B. Saran**

Setelah melakukan penelitian ini, bertambahlah wawasan pengetahuan yang peneliti miliki mengenai media massa dalam system komunikasi massa khususnya dalam penelitian yang berjudul “Eksistensi Media Cetak di Kalangan Gen-Z” studi kasus pada rubrik *Zetizen Radar Banten*. Namun ada beberapa saran yang peneliti sampaikan kepada pihak *Jawa Pos* dalam hal ini khususnya *Zetizen Radar Banten* dan generasi z terkait dengan masalah yang diteliti. Sara-saran tersebut adalah sebagai berikut :

### **1. Untuk pihak *Zetizen Banten***

Karena rubrik *Zetizen* ini terbit pada koran *Radar Banten*, maka cakupan koran tersebut adalah seluruh daerah yang termasuk pada provinsi Banten, namun kebanyakan latar lokasi dan narasumber pada pemberitaan rubrik ini kebanyakan hanya sekitaran Kota Serang dan Kota Cilegon saja. Sebaiknya wartawan dan redaktur *Zetizen* berusaha semaksimal mungkin untuk meraih cakupan wilayah yang lebih luas lagi agar tidak ada

kecemburuan sosial karena hanya mengambil narasumber disekitaran kota tersebut saja.

Selain itu, pihak Zetizen Banten harus lebih termotivasi dan lebih semangat lagi dalam mempromosikan keberadaan rubrik ini. Karena, masih banyak orang yang yang belum mengetahui keberadaan rubrik ini dan belum mengetahui manfaat membaca koran di kalangan generasi z.

## **2. Untuk Generasi Z**

Saran yang dapat peneliti berikan kepada generasi z di zaman yang serba digital ini adalah dengan memanfaatkan kecanggihan alat komunikasi seperti *gadget* sebaik mungkin. Bukan hanya menghabiskan waktu untuk hal-al yang kurang berguna saja, ternyata *gadget* juga dapat dijadikan sebagai media pencarian informasi. Mulailah menjadi Generasi Z yang pandai dalam mempergunakan *gadget* masing-masing.

Selain itu, koran bukan hanya milik orang tua saja, koran juga dapat menjadi milik generasi z, contohnya dengan hadirnya rubrik ini. Oleh sebab itu, mulailah untuk mengembalikan minat baca kepada koran.