

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang masalah

Warga saat ini memberikan kontribusi besar dalam penyebaran informasi kepada publik dalam bidang komunikasi massa. Mereka bukan hanya pendengar berita, tetapi juga terlibat secara aktif dalam kejadian langsung di lingkungan mereka melalui kegiatan pelaporan, perekaman, dan penyebaran informasi.

Perkembangan komunikasi digital telah menghambat hubungan antara konsumen dan produsen informasi. Saat ini, masyarakat tidak hanya mendapatkan informasi dari media konvensional, tetapi juga terlibat langsung dalam menciptakan dan menyebarkan informasi melalui berbagai ruang digital. Pergeseran masyarakat dari sekadar konsumen informasi menandai pergeseran peran produsen pesan dalam membentuk persepsi publik.

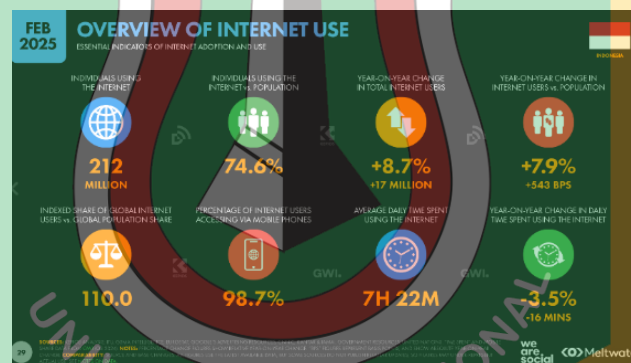
Istilah “*citizen journalism*” atau “jurnalisme warga” didasarkan pada praktik jurnalisme warga, atau penulisan jurnalistik, yang dilakukan oleh masyarakat umum di luar ranah jurnalistik profesional. Bentuk nyata peran publik dalam jurnalisme warga mendorong keterbukaan, pertanggung jawaban sosial, serta memperluas akses informasi di ruang media digital.

Wibawa (2020) menjelaskan bahwa jurnalisme warga muncul sebagai bentuk aktif penyebaran informasi publik dengan memanfaatkan teknologi komunikasi digital. Kegiatan ini merupakan representasi kebutuhan masyarakat untuk berpartisipasi dalam proses pemberitaan, terutama terkait isu-isu sosial dan persoalan lokal yang sering diabaikan oleh media massa.

keterlibatan warga dalam penyebaran informasi menunjukkan pergeseran dalam praktik komunikasi publik, di mana masyarakat memiliki kesempatan untuk berpartisipasi dalam wacana sosial, yang sebelumnya didominasi oleh media arus utama. Dalam situasi ini, warga tidak hanya menyuarakan pengalaman pribadi mereka, tetapi juga berpartisipasi dalam fungsi sosial dengan berpartisipasi dalam proses pengawasan publik (Noor, 2016)

Meningkatnya peran publik dalam penyebaran informasi menandai kemajuan jurnalisme *online* di Indonesia (Romli, 2018). Beberapa situs media besar seperti Kompas dan Detikcom bahkan membuat platform partisipasi publik seperti Kompasiana dan Blogdetik, yang memungkinkan orang untuk menulis berita dan pendapat secara mandiri. Selain itu, Romli menyatakan bahwa keterlibatan warga dalam peliputan peristiwa penting, seperti tsunami Aceh tahun 2004, merupakan titik awal jurnalisme warga di Indonesia.

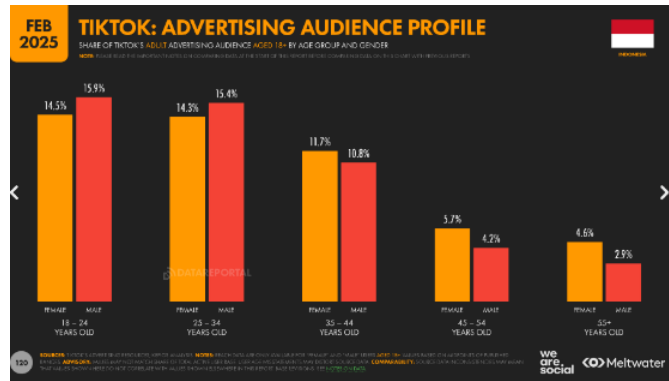
Jurnalisme warga, yang awalnya muncul melalui blog dan situs berita online, mulai berkembang ke media sosial sebagai akibat dari kemajuan teknologi dan kebiasaan konsumsi media. Media sosial memungkinkan publik untuk berpartisipasi langsung dalam proses penyebaran informasi karena menawarkan ruang partisipatif yang lebih luas, cepat, dan interaktif. TikTok adalah salah satu platform paling menonjol dalam hal ini karena selain berfungsi sebagai media hiburan, itu juga merupakan platform untuk berbagi informasi dan ekspresi publik, terutama bagi Generasi Z.



Gambar 1. 1 Pengguna Internet di Indonesia

sumber: *DataReportal, we are social februari, 2025*

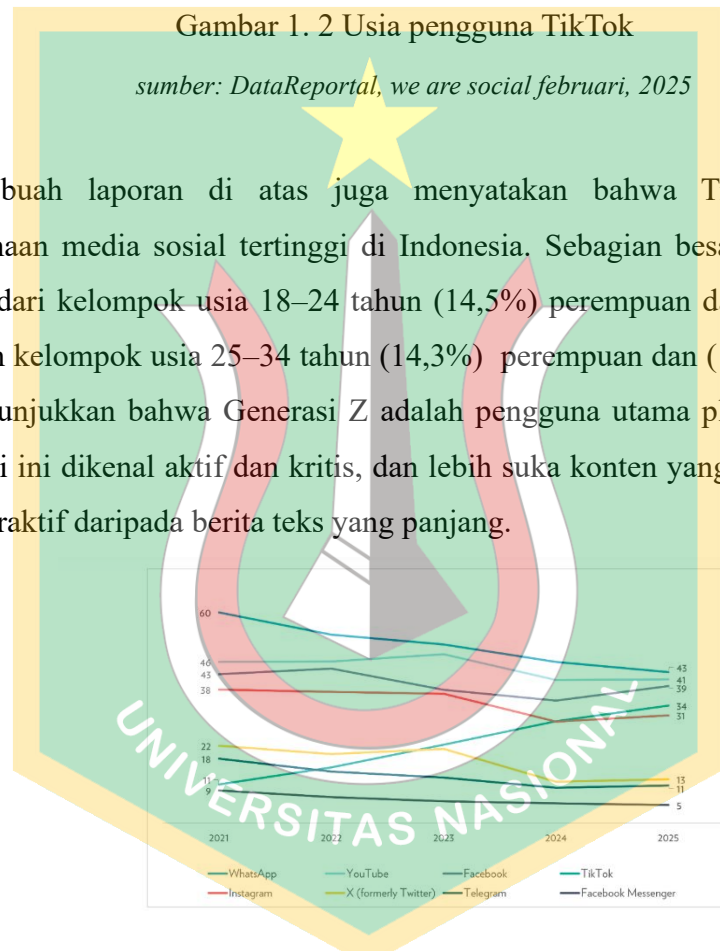
Menurut data dari We Are Social dan Meltwater (2025), jumlah orang yang menggunakan internet di Indonesia mencapai 212 juta, atau sekitar 74,6% dari populasi, dan rata-rata menggunakan 7 jam 22 menit setiap hari. Data menunjukkan bahwa masyarakat sangat terlibat dalam ruang digital, termasuk berbagi dan mengonsumsi data.



Gambar 1. 2 Usia pengguna TikTok

sumber: DataReportal, we are social februari, 2025

Sebuah laporan di atas juga menyatakan bahwa TikTok memiliki penggunaan media sosial tertinggi di Indonesia. Sebagian besar pelanggannya berasal dari kelompok usia 18–24 tahun (14,5%) perempuan dan (15,9%) laki-laki, dan kelompok usia 25–34 tahun (14,3%) perempuan dan (15,4%) laki-laki. Ini menunjukkan bahwa Generasi Z adalah pengguna utama platform tersebut. Generasi ini dikenal aktif dan kritis, dan lebih suka konten yang singkat, visual, dan interaktif daripada berita teks yang panjang.



Gambar 1. 3 Laporan Berita di Media Sosial

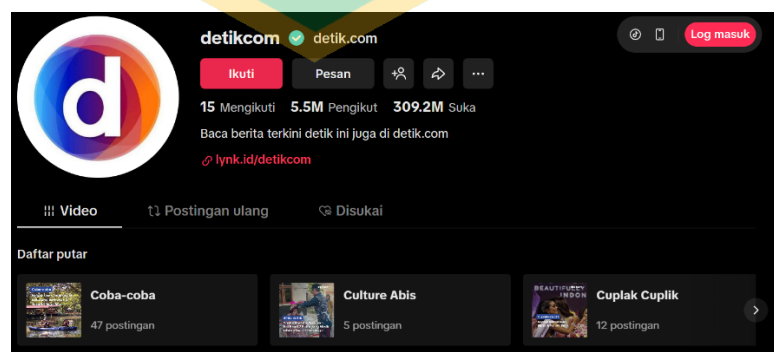
Sumber: Digital institut Reuters

Menurut data dari Laporan News Digital Institut Reuters (2025), penggunaan TikTok sebagai sumber berita di Indonesia meningkat dari 11% pada tahun 2021 menjadi 34% pada tahun 2025. Artikel ini menjelaskan mengapa TikTok saat ini menjadi salah satu platform yang semakin dominan dalam konsumsi berita digital, khususnya di kalangan Generasi Z, yang lebih tertarik

pada konten yang cepat, visual, dan interaktif. Dengan karakteristik ini, TikTok tidak hanya memenuhi kebutuhan pengguna, tetapi juga berkontribusi pada konsumsi informasi generasi muda di era digital.

Detik.com Salah satu perusahaan media paling inovatif di Indonesia, Detikcom didirikan pada 9 Juli 1998 dengan nama PT Agranet Multicitra Siberkom (Agrakom). Media ini kemudian diakusisi oleh Trans Media pada tahun 2011 sebagai bagian dari upaya ekspansi ekosistem media digital di Indonesia. Detik.com dikenal sebagai portal berita *online* pertama di Indonesia yang menekankan kecepatan dalam pencarian informasi. Seiring dengan kemajuan teknologi digital, Detik.com memperluas jangkauannya ke kanal media sosial lainnya untuk menjangkau khalayak yang lebih luas, terutama Generasi Z. Melalui akun TikTok @Detikcom, media *online* ini menyesuaikan diri dengan tren mengonsumsi informasi yang didasarkan pada video singkat. Konten yang diunggah mencakup berbagai jenis, seperti artikel berita, opini, dan bahkan video warga yang menyampaikan pendapatnya.

Akun TikTok @detikcom menampilkan beragam jenis konten dengan sumber dan proses produksi yang berbeda. Selain konten redaksional yang sepenuhnya diproduksi oleh tim profesional Detikcom, seperti program detikPagi, konten religi, hiburan, liputan acara, dan video berita hasil peliputan langsung wartawan, akun ini juga memuat konten yang bersumber dari partisipasi warga. Konten jurnalisme warga tersebut umumnya berupa rekaman peristiwa di lapangan yang dikirimkan oleh masyarakat, kemudian melalui proses seleksi, penyuntingan, serta penambahan konteks oleh redaksi sebelum dipublikasikan melalui platform TikTok.



Gambar 1. 4 Media Sosial TikTok @Detikcom

Sumber: TikTok @detikcom

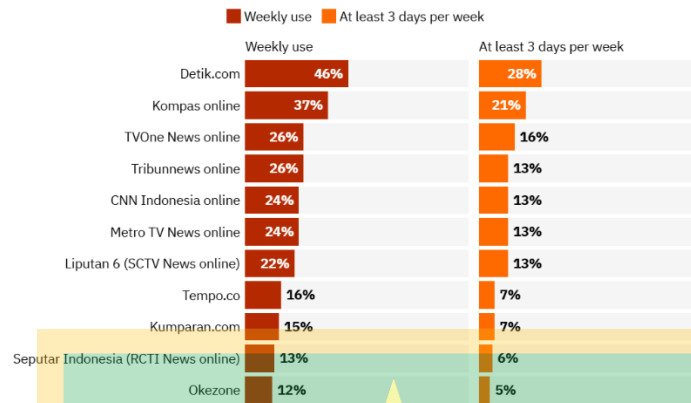
Media Indonesia juga mulai mengikuti arus keterlibatan publik dalam proses penyebaran informasi, salah satunya Detik.com. Sebagai platform media yang dikenal cepat dan menghibur, Detik.com secara aktif mengembangkan strategi distribusi konten melalui platform media sosial. Akun @detikcom di TikTok, yang memiliki lebih dari 5,5 juta pengikut dan 309,2 juta suka (per Januari 2026), menampilkan berbagai video berita, liputan langsung, dan bahkan video viral yang sebagian besar didasarkan pada jurnalisme warga.

Kehadiran konten-konten seperti ini menunjukkan bagaimana Detik memanfaatkan partisipasi publik, baik melalui rekaman video, komentar, atau laporan warga, sebagai bagian dari proses distribusinya. Sebagai hasilnya, TikTok Detik.com berfungsi sebagai platform komunikasi dua arah antara pengguna dan media profesional selain sebagai saluran distribusi berita. Model komunikasi ini menekankan praktik jurnalistik yang terintegrasi dengan media, di mana orang-orang tidak hanya menjadi konsumen pasif informasi tetapi juga aktif terlibat dalam produksinya dan promosinya (Suryaputri & Rizki, 2022).

Berdasarkan data dari Laporan *News Digital Institut Reuters*, (2025) Detik.com memiliki jangkauan mingguan tertinggi dalam kategori jangkauan *online*, dengan 46% pengguna Indonesia mengaksesnya setiap hari dan 28% di antaranya mengonsumsi setidaknya tiga jam konten setiap hari. Hal ini menunjukkan tingkat minat publik terhadap konten di Detik.com, termasuk konten yang menyoroti warga jurnalisme di platform TikTok.

### Weekly reach online

ONLINE  
Indonesia



Gambar 1. 5 Jangkauan khalayak di portal berita online

Sumber: Laporan berita Reuters Institute

Perubahan cara masyarakat dalam mengonsumsi informasi mendorong media arus utama untuk menyesuaikan diri dengan pola komunikasi digital. Sejalan dengan pandangan (Romli, 2018), media daring harus memiliki karakter cepat, interaktif, dan memungkinkan partisipasi khalayak. Salah satu contoh adaptasi media profesional terhadap tuntutan tersebut ialah Detikcom, yang kini aktif memanfaatkan platform TikTok melalui akun @detikcom. Media ini tidak hanya menyajikan berita dengan kemasan visual yang menarik, tetapi juga mendorong keterlibatan publik melalui kolom komentar, unggahan ulang, dan bentuk interaksi digital lainnya.

Praktik kolaborasi ini antara media profesional dan masyarakat terlibat dalam sejumlah unggahan di akun TikTok @detikcom. Pada kasus peledakan SMAN 72 Jakarta yang terjadi saat salat, Jumat 7 November 2025, diunggah melalui video amatir salah satu siswi SMAN 72 yang memperlihatkan suasana di lokasi kejadian. Begitu pula dengan kasus penjambretan turis asal India di kawasan Kuta, Bali, Pada 4 November 2025 yang menampilkan dokumentasi langsung dari warga sekitar. Sementara itu, video kemacetan lalu lintas di Cileungsi akibat acara RX King di Mekarsari juga memperlihatkan peran warga dalam melaporkan kondisi lapangan secara *real time*.

Selain itu, fenomena ini mendorong media arus utama untuk menyesuaikan diri dengan pola konsumsi informasi masyarakat yang semakin digital. Media

online harus disesuaikan dengan fitur komunikasi internet yang menuntut kecepatan, interaktivitas, dan partisipasi audiens (Romli, 2018). Media seperti Detikcom menunjukkan contoh transformasi institusi berita profesional dengan menggunakan media sosial untuk menyebarkan berita. Detikcom tidak hanya menyajikan berita dalam bentuk visual yang menarik, tetapi juga memungkinkan pengguna berpartisipasi dalam proses pemberitaan melalui komentar, unggahan, dan interaksi digital lainnya.

Berdasarkan hasil observasi peneliti, dalam satu hari akun @detikcom dapat mengunggah sekitar beberapa konten yang bersumber dari partisipasi warga, dengan rata-rata berkisar antara 6 hingga 10 video jurnalisme warga per hari. Konten tersebut umumnya berupa rekaman peristiwa di lapangan yang dikirimkan oleh masyarakat, kemudian melalui proses seleksi, penyuntingan visual, penambahan *caption* informatif, serta pemberian konteks oleh redaksi sebelum dipublikasikan kembali di TikTok.

Di sisi lain, konten redaksional dipublikasikan secara terpisah dan memiliki format yang berbeda, seperti program rutin, konten keagamaan selama bulan Ramadan, liputan eksklusif, konten hiburan atau peliputan event tertentu, serta video berita yang memiliki kesesuaian dengan pemberitaan di laman web Detikcom. Dengan demikian, akun @detikcom menampilkan kombinasi antara konten jurnalisme warga dan konten redaksional profesional dalam satu platform yang sama.

Beragam penelitian sebelumnya memang telah mengkaji hubungan antara penggunaan media sosial dan tingkat kepuasan pengguna. Namun, sebagian besar fokusnya masih terbatas pada konten hiburan atau berita umum. Misalnya, penelitian Nathania, Sjafirah, dan Sirait (2024) menelusuri kepuasan Gen Z terhadap tayangan video berita singkat di TikTok @Narasi, sementara Astuti dan Subandiah (2021) membahas gratifikasi pengguna TikTok secara umum. Kedua studi tersebut belum meneliti secara spesifik konten jurnalisme warga yang menggabungkan peran publik dalam proses pemberitaan. Selain itu, kajian mengenai bagaimana media arus utama seperti Detikcom memanfaatkan format citizen journalism di TikTok untuk menjangkau Generasi Z juga masih terbatas.



Oleh karena itu, Penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa kemajuan jurnanisme warga di media sosial, terutama di TikTok, mencerminkan perubahan signifikan dalam praktik komunikasi massa. Media seperti Detikcom menunjukkan bagaimana jurnanisme profesional dapat bekerja sama dengan partisipasi publik. Namun, masih perlu dilakukan penyelidikan tentang seberapa besar pengaruh paparan konten jurnanisme warga tersebut terhadap tingkat kepuasan pengguna media sosial, terutama di kalangan Generasi Z.

Menurut Teori Penggunaan dan Penghargaan, khalayak dianggap sebagai individu aktif yang secara sadar memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu, seperti mendapatkan informasi dan memahami peristiwa. Semakin sering dan mendalam khalayak terpapar konten media, semakin besar kemungkinan kebutuhan mereka dipenuhi dan dipuaskan. Oleh karena itu, intensitas paparan terhadap konten media sangat penting. Penelitian ini penting untuk memahami **“pengaruh intensitas paparan konten jurnanisme warga terhadap tingkat kepuasan mendapatkan informasi pada Generasi Z sebagai pengguna TikTok”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh intensitas paparan konten *citizen journalism* di akun TikTok @Detikcom terhadap tingkat kepuasan mendapatkan informasi pada generasi Z?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh intensitas paparan konten *citizen journalism* di akun TikTok @Detikcom terhadap tingkat kepuasan mendapatkan informasi pada Generasi Z.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dihasilkan dari penelitian ini mencakup ranah teoritis dan praktis.

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan pengetahuan komunikasi massa, khususnya dalam konteks penerapan Teori Penggunaan dan Kepuasan pada media berbasis algoritma



seperti TikTok. Selain itu, diharapkan hasil penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman tentang bagaimana intensitas pemberitaan media terhadap jurnalisme warga memengaruhi opini publik, khususnya di kalangan Generasi Z.

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

##### a. Bagi media arus utama

Dalam penelitian ini, terdapat dukungan secara empiris bagi media online seperti Detikcom dan kanal media lainnya dalam memahami hubungan antara intensitas konten dan keterlibatan audiens. Hasil studi ini dapat menjadi landasan untuk mengembangkan suatu pola strategi pengemasan konten jurnalisme warga di platform TikTok yang lebih informatif, informatif, dan relevan dengan kebutuhan Generasi Z sebagai segmen khalayak utama. Dengan demikian, media dapat meningkatkan efektivitas distribusi berita sekaligus memperkuat loyalitas dan kepercayaan khalayak.

##### b. Bagi masyarakat atau Generasi Z

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan berpikir kritis Generasi Z saat mengonsumsi konten digital. Dengan memahami hubungan antara intensitas paparan dan kepuasan pengguna, diharapkan pengguna dapat menjadi lebih selektif dan responsif dalam menganalisis informasi yang ditemukan di media sosial.

##### c. Bagi Penulis

Dari studi ini dapat dijadikan landasan untuk penelitian lebih lanjut mengenai konsumsi berita digital, praktik jurnalisme warga, dan dinamika khalayak di era media sosial berdasarkan konten media sosial.

### 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini disusun untuk memberikan gambaran secara sistematis mengenai alur pembahasan dalam penelitian. Adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I : Bab ini memuat latar belakang penelitian yang menjelaskan fenomena berkembangnya konten citizen

journalism di media sosial TikTok, khususnya pada akun @detikcom, serta relevansinya terhadap kepuasan mendapatkan informasi di kalangan Generasi Z. Selain itu, bab ini juga memuat rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian baik secara teoritis maupun praktis.

## BAB II

: Bab ini berisi kajian teoritis dan konseptual yang menjadi landasan penelitian. Pembahasan meliputi penelitian terdahulu, research gap dan novelty penelitian, teori Uses and Gratifications, konsep citizen journalism, intensitas paparan konten, kepuasan mendapatkan informasi, karakteristik TikTok, dan Generasi Z. Pada bab ini juga disajikan kerangka pemikiran serta hipotesis penelitian.

## BAB III

: Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian, meliputi paradigma dan pendekatan penelitian, jenis dan metode penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, operasionalisasi variabel, uji instrumen penelitian, serta teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis.

## BAB IV

: Bab ini menyajikan hasil penelitian yang diperoleh dari pengolahan data kuesioner responden. Data dianalisis menggunakan SPSS versi 27. Pembahasan dalam bab ini meliputi gambaran umum objek penelitian, karakteristik responden, analisis deskriptif variabel penelitian, serta analisis inferensial yang mencakup uji normalitas, analisis regresi linier sederhana, uji hipotesis, uji korelasi Pearson, dan koefisien determinasi. Selanjutnya, hasil analisis tersebut dibahas dan dikaitkan dengan teori serta penelitian terdahulu.

## BAB V

: Bab ini berisi kesimpulan yang merangkum hasil penelitian berdasarkan tujuan dan rumusan masalah yang

telah ditetapkan. Selain itu, bab ini juga memuat saran yang ditujukan bagi media, masyarakat, dan peneliti selanjutnya.

