

Editor:

Tatik Yuniarti | Agus Rustanta | Oktaviana Purnamasari
Siti Maryam | Dewi Sad Tanti | Erna Febriani
Rustono Farady Marta | Amin Aminudin

ASPIKOM
ASOSIASI PENDIDIKAN TINGGI ILMU KOMUNIKASI
KORWIL JABODETABEK

MERANGKUL RAGAM CAPAIAN AKREDITASI UNGGUL DI ERA 5.0



*Eksistensi Insan Komunikasi
di Era Digitalisasi*

Buku **3**



**Penerbit
Salemba Humanika**

>> Buku Asli Berstiker Hologram

Editor:
Tatik Yuniarti | Agus Rustanta | Oktaviana Purnamasari | Siti Maryam
Dewi Sad Tanti | Erna Febriani | Rustono Farady Marta | Amin Aminudin

MERANGKUL RAGAM CAPAIAN AKREDITASI UNGGUL DI ERA 5.0

Eksistensi Insan Komunikasi di Era Digitalisasi

Buku 3



Merangkul Ragam Capaian Akreditasi Unggul di Era 5.0

Eksistensi Insan Komunikasi di Era Digitalisasi

Buku 3

Agus Budiana, Fitri Sarasati, Risqi Inayah Dwijayanti, Ari Sulistyanto, Dwinarko, Hamida Syari Harahap, Azalia Gerungan, Desideria Lumongga Dwihiadiah, Dessy Kania, Dianingtyas M. Putri, Farid Rusdi, Garcia Krisnando Nathanael, Irpan Ripa'i Sutowo, Geofakta Razali, Sandra Olifia, Gregorius Genep Sukendro, Jamiati KN, Winda Dwi Astuti Zebua, Mohammad Ichsan Rasyid, Nicky Stephani, Rika Yessica Rahma, Suryaning Hayati, Surya Danna, Rose Emmaria Tarigan, Saktisyahputra, Yuli Evitha, Sukarni Novita Sari, Silvanus Alvin, Helga Liliani Cakra Dewi, Syahrul Hidayanto, Velda Ardia, Istisari Bulan Lageni, Yudha Asmara Dwi Aksa, Endah Murtiana Sari, Arief Kusuma Among Praja, Maya Puspita Dewi, Kartini Rosmalah Dewi Katili, Tatik Yuniarti, Manik Sunuantari, Gusmia Arianti, Miftakhudin

Editor: Tatik Yuniarti, Agus Rustanta, Oktaviana Purnamasari, Siti Maryam, Dewi Sad Tanti, Erna Febriani, Rustono Farady Marta, Amin Aminudin

Manajer Penerbitan dan Produksi: Novietha Indra Sallama

Koordinator Penerbitan dan Produksi: Aklia Suslia

Supervisor Setter: Dedy Juni Asmara

Copy Editor: Bambang Hernalyk

Tata Letak: Dedy Juni Asmara

Desain Sampul: Derra Fadhillah Putri, Adiella Yankie Lubis



Hak Cipta © 2022 Penerbit Salemba Humanika

Jln. Raya Lenteng Agung No. 101

Jagakarsa, Jakarta Selatan 12610

Telp. : (021) 781 8616

Faks. : (021) 781 8486

Website : <http://www.penerbitsalemba.com>

E-mail : info@penerbitsalemba.com

Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apa pun, baik secara elektronik maupun mekanis, termasuk tidak terbatas pada memfotokopi, merekam, atau dengan menggunakan sistem penyimpanan lainnya, tanpa izin tertulis dari Penerbit.

Buku dicetak dan diterbitkan untuk kalangan terbatas.

UNDANG-UNDANG NOMOR 28 TAHUN 2014 TENTANG HAK CIPTA

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta yang meliputi penerjemahan dan pengadaptasian Ciptaan untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama **3 (tiga) tahun** dan/atau pidana denda paling banyak **Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)**.
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta yang meliputi penerbitan, penggandaan dalam segala bentuknya, dan pendistribusian Ciptaan untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama **4 (empat) tahun** dan/atau pidana denda paling banyak **Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah)**.
3. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada poin kedua di atas yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama **10 (sepuluh) tahun** dan/atau pidana denda paling banyak **Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah)**.

Tim Penulis Musyawarah Wilayah V ASPIKOM Korwil Jabodetabek

Merangkul Ragam Capaian Akreditasi Unggul di Era 5.0: Eksistensi Insan Komunikasi di Era Digitalisasi/

Tim Penulis Musyawarah Wilayah V ASPIKOM Korwil Jabodetabek

—Jakarta: Salemba Humanika, 2022

3 jil., 206 hlm., 19 × 26 cm

ISBN: 978-602-1232-97-2 (no. jil. lengkap)

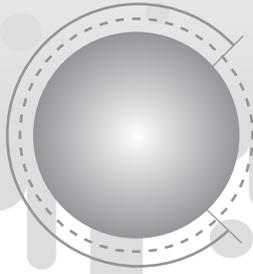
ISBN: 978-623-8078-00-4 (jil. 3)

I. Pendidikan

I. Judul

2. Pendidikan Tinggi

II. Tim Penulis Musyawarah Wilayah V ASPIKOM Korwil Jabodetabek



DAFTAR ISI

Tentang Penulis, iii

Kata Sambutan: Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, xi

Kata Sambutan: Ketua Umum ASPIKOM, xiii

Kata Sambutan: Ketua ASPIKOM Jabodetabek, xvii

**Kata Sambutan: Ketua Panitia Pengarah Musyawarah Wilayah V
ASPIKOM Jabodetabek, xix**

Ucapan Terima Kasih, xxi

Sekapur Sirih, xxiii

Daftar Isi, xxv

BAGIAN 8: Gen Z dan Digitalisasi Komunikasi

■ Tantangan, Peluang Generasi Z, dan Digitalisasi Komunikasi, 3

Agus Budiana, Fitri Sarasati, Risqi Inayah Dwijayanti

■ YouTube sebagai Inovasi Pembelajaran Era Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), 11

Ari Sulistyanto, Dwinarko, Hamida Syari Harahap

- **Tren *Quiet-Quitting* pada Kalangan Gen Z: Perlu Dimitigasi?, 17**
Azalia Gerungan
- ***Online Tribalism*: Keekerabatan Baru dalam Jaringan di Kalangan Penggemar Budaya Pop Korea, 23**
Desideria Lumongga Dwihadiah
- **Guava Program sebagai Strategi Pengembangan Generasi Z ‘*Guardian of Value*’ di Era Digitalisasi Komunikasi, 29**
Dessy Kania, Dianingtyas M. Putri
- **Generasi Z di Ruang Redaksi Media *Online* di Indonesia, 39**
Farid Rusdi
- **Gen Z di Tengah Digitalisasi Komunikasi: Mengapa Perannya Begitu Penting?, 45**
Garcia Krisnando Nathanael, Irpan Ripa’i Sutowo
- **Gen Z dan Digitalisasi Komunikasi, 51**
Geofakta Razali, Sandra Olifia
- **“Jarimu, Harimaumu” Digitalisasi Etika Komunikasi, 57**
Gregorius Genep Sukendro
- **Kecakapan Digital Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMJ melalui Magang MBKM dalam Menghadapi Persaingan Era 5.0, 65**
Jamiati KN, Winda Dwi Astuti Zebua
- **Hakikat Menjadi Manusia dan Nilai Kemanusiaan dalam Pemanfaat Teknologi Komunikasi Digital, 75**
Mohammad Ichsan Rasyid
- **Generasi Z dan Tuntutan Adaptasi Dunia Pendidikan, 83**
Nicky Stephani

- **Profesi *Content Creator* Generasi Z: Media Digital sebagai Media *Personal Branding*, 91**
Rika Yessica Rahma, Suryaning Hayati, Surya Danna
 - **Generasi Z & Penerapan Model *Blended Learning* Pasca Covid-19, 99**
Rose Emmaria Tarigan
 - **Insan Komunikasi, Gen Z, dan Digitalisasi Komunikasi, 107**
Saktisyahputra, Yuli Evitha, Sukarni Novita Sari
 - **Gen Z dan Masa Depan Pembelajaran Jarak Jauh, 111**
Silvanus Alvin, Helga Liliani Cakra Dewi
 - **Generasi Z, Perundungan Dunia Maya, dan Upaya Penciptaan Ruang Digital yang Aman, 121**
Syahrul Hidayanto
 - **Penguatan *Creativepreneurship* Mahasiswa melalui *Mini Agency Prodi Ilmu Komunikasi UMJ*, 127**
Velda Ardia, Istisari Bulan Lageni
 - **Disrupsi dan Preservasi Informasi Digital, 133**
Yudha Asmara Dwi Aksa
- BAGIAN 9: Integrasi Alumni dengan Mitra DUDI**
- **Desain Kurikulum MBKM Mengantarkan Lulusan Siap Kerja, 141**
Endah Murtiana Sari, Arief Kusuma Among Praja, Maya Puspita Dewi
 - **Jejaring Alumni dalam Upaya Peningkatan Kualitas Lulusan, 151**
Kartini Rosmalah Dewi Katili, Tatik Yuniarti
 - **Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) Bersama DUDI dalam Mewujudkan Lulusan Unggul, 159**
Manik Sunuantari, Gusmia Arianti

■ ***Preparing The Future: Persiapan Lulusan Menyongsong Industri Kerja, 167***

Miftakhudin, Yudha Asmara Dwi Aksa

Indeks, I-1

6

GENERASI Z DI RUANG REDAKSI MEDIA *ONLINE* DI INDONESIA

Farid Rusdi

PENDAHULUAN: DISRUPSI INDUSTRI MEDIA

Kemajuan teknologi telah mengubah tatanan industri media. Tidak perlu membandingkan pada zaman yang terlalu jauh, dibandingkan lima tahun terakhir saja, keadaan industri media mungkin sudah tidak lagi sama. Kehadiran media sosial telah mengubah kebiasaan masyarakat dalam mendapatkan informasi. Menghadapi hal ini, industri media khususnya ruang redaksi sebagai penghasil produk berita melakukan adaptasi dengan mencari bentuk penyajian yang bisa menjangkau pasar yang terus dinamis. Media *online* yang menjadi terdepan di kelompok media terus melakukan inovasi dengan memanfaatkan berbagai *platform* yang ada.

Dalam satu dekade terakhir jumlah khalayak posisi media *online* semakin menguat dengan kian bertambahnya menyialip jumlah khalayaknya. Apalagi bersamaan dengan itu media jenis lain dalam hal ini media cetak khalayaknya terus menurun (Suara.com, 25 Agustus 2020). Akibatnya, perolehan iklan untuk media cetak semakin berkurang hingga berimbas pada harus tutupnya sejumlah media cetak ternama di Indonesia (Tempo.co, 8 Februari 2021).

Keadaan ini mendorong kelompok-kelompok besar media atau sering disebut konglomerasi media, untuk fokus menjadikan media *online* sebagai garda terdepan mengantisipasi dinamika perubahan industri media; seperti MNC dengan Okezone dan Sindonews; Transcorp dengan CNNIndonesia dan Detik; Kompas dengan Kompas.com dan Tribunews. Terlebih lagi media *online* pada tingkat lokal atau yang bukan dari kelompok media besar, juga cukup gencar dalam menyebarkan berita. Dewan Pers mencatat ada 43 ribu media *online* yang tersebar di seluruh Indonesia (Prasetyo, 2018).

Untuk memperkuat lini redaksi media *online*, manajemen tidak bisa tidak untuk mengisinya dengan mereka dari usia muda yang lebih mengenal perkembangan teknologi. Apalagi target khalayak media *online* kebanyakan adalah mereka usia muda.

Secara umum mereka yang berusia muda di ruang redaksi media *online*, bisa digolongkan dari generasi Z, yakni di bawah 25 tahun. Salah satu karakter gen Z adalah dekatnya mereka dengan teknologi digital atau sering disebut sebagai *digital natives*. Sejak lahir sudah terpapar dengan teknologi internet. Pemahaman serta kreativitas mereka tentang teknologi dapat membantu mereka dalam menyiapkan dan menyajikan konten kepada khalayak.

Mereka yang dilabeli sebagai *digital natives* ini dianggap sebagai ‘penutur asli’ dalam lingkungan teknologi kekinian karena seluruh hidup mereka dikelilingi oleh komputer, *video game*, pemutar musik digital, kamera video, telepon seluler, serta semua mainan dan peralatan lain di era digital. Belum lagi hal-hal yang terkait dengan komunikasi seperti *email*, telepon seluler, dan pesan instan, dan lainnya (Kivunja, 2014).

GEN Z DAN RUANG REDAKSI

Dunia internet saat ini didominasi oleh mereka usia muda. Survei Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII) menyebutkan dari 171 juta pengguna internet di Indonesia; 88,5 persen di antaranya berusia 20-24 tahun (detik.com, 16 Mei 2019). Mengantisipasi hal ini, industri media melakukan penyesuaian sumber daya manusia untuk memperkuat lini media *online* mereka. Pada media Tribunews dan Brillio, mereka yang baru lulus kuliah atau ‘*fresh graduate*’ sudah mengisi staf redaksi. Tribunews mengakui bahwa mereka memiliki ide kreatif yang diperlukan dalam memahami selera target khalayak yang juga dari usia kalangan mereka. Sementara Brillio, media yang menargetkan pasar usia gen Z, merasa perlu untuk menempatkan usia awak redaksi yang juga dari kalangan gen Z.

Selain itu kelebihan gen Z yang akrab dengan teknologi, kemampuan kreatif gen Z dalam menghadapi permasalahan juga menjadi nilai tambah yang diperlukan ruang redaksi. Apalagi tuntutan untuk melakukan konvergensi media yang harus mereka pikul untuk bersaing dalam industri media. Karena konvergensi saat ini sudah mulai dari pengumpulan berita, yang menuntut jurnalis bisa mendapatkan data dalam bentuk teks, gambar, video, dan suara, hingga konvergensi dalam pendistribusian konten yang harus bisa ke berbagai *platform* dalam media sosial (Quinn & Quinn-Allan, 2005). Wilayah ini tentu tidak lagi dikuasai oleh mereka jurnalis yang lebih senior.

Kemudian apakah peran jurnalis senior akan terpinggirkan di ruang redaksi karena hadirnya gen Z? Jurnalis senior sekarang mungkin tidak mudah dan 'ketinggalan' dengan semakin cepatnya perkembangan *platform* media digital. Akan tetapi, jurnalis senior memiliki peran penting dalam menjaga profesionalisme dan etika jurnalistik. Ruang redaksi media *online* yang sekarang melekat pengukuran data khalayak menjadi lebih responsif atas *traffic*, hingga komentar khalayak. Pengaruh khalayak semakin kuat terhadap jurnalis dalam mengambil keputusan penting redaksi media *online* (Tandoc, 2015).

Keadaan ini juga sejalan dengan karakter gen Z yang mudah terpengaruh reaksi dari khalayak (Wu, 2017). Karena gen Z terbuka akan adanya masukan dan respons atas pekerjaan yang ia lakukan (Barcellos & Gil, 2019). Bahkan kadang gen Z reaktif dengan terlalu mengikuti selera khalayak dalam menyiapkan konten. Ini juga karena masih sedikitnya pengalaman dan jam terbang dalam menghadapi berbagai situasi peliputan dan terkait profesionalisme jurnalistik.

Hal ini juga sejalan dengan tuntutan manajemen di tengah persaingan industri yang menghendaki keuntungan dalam waktu yang singkat. Akibatnya banyak saat ini media *online* yang mencari sebanyak-banyaknya 'klik' melalui umpan pada judul-judul yang menarik, gambar, foto, yang kadang tidak sejalan dengan narasi di dalam uraian berita yang disampaikan. Hal ini jelas melanggar kode etik jurnalistik terkait dengan akurasi, faktual, penyajian data yang berimbang, serta penyajian berita baik dalam bentuk foto, gambar, suara, atau tulisan yang cabul.

Keadaan ini seolah menjadi lumrah bagi awak redaksi di tengah rutinitas keseharian yang berupaya menyajikan konten di halaman situs mereka. Bagi gen Z bisa saja memahami diri mereka hanya sebagai penyaji konten yang memang dituntut berita secara kuantitas. Belum lagi upaya-upaya untuk menyajikan berita yang viral di media sosial yang padahal masih perlu diverifikasi kebenarannya. Disiplin verifikasi adalah kewajiban jurnalis sebagaimana diingatkan dalam Elemen Jurnalistik dari Kovach dan Rosenthal.

Jurnalis yang profesional memiliki tanggung jawab dan etika sehingga tidak bisa disamakan dengan pembuat konten di media sosial. Jurnalis terikat pada kode etik, dan harus selalu berpihak kepada kepentingan publik, bukan semata-mata pada kepentingan pasar apalagi pengiklan.

KESIMPULAN

Tulisan ini berupaya untuk mengingatkan bahwa etika dan profesionalitas perlu dilekatkan lagi pada ruang redaksi penghasil berita media *online*. Tuntutan untuk mendapatkan profit dan tekanan persaingan media sebaiknya tidak mengesampingkan profesionalisme jurnalis. Gen Z dengan penguasaannya atas pemahaman teknologi memang memiliki nilai lebih yang bisa menjadi manfaat bagi kecepatan ruang redaksi dalam menyiapkan berita. Apalagi kreativitas gen Z diperlukan untuk memanfaatkan berbagai *platform* media sosial untuk penyebarluasan berita. Tetapi dibalik itu semua, perlu adanya penguatan kembali tentang profesionalitas dan etika. Keberadaan pers dalam sebuah negara sangat penting untuk menjaga demokrasi. Jangan sampai para gen Z ini tidak menyadari peran penting mereka ini, dan memaknai diri mereka hanya sebagai pembuat konten untuk mencari ‘*click*’ sebanyak-banyaknya. Kalau memang demikian, apa bedanya mereka dengan ‘Youtuber’ yang memanfaatkan konten ‘*prank*’ yang hanya sama-sama mencari penonton sebanyak-banyaknya.

REFERENSI

- Barcellos, Zanei. Patricia Gil. 2019. Generation Z Journalists: What To Expect From Them In Times of Media Degradation? *Media Studies* 2019. 10. (20). 50-68 / DOI: <https://doi.org/10.20901/ms.10.20.3>
- Detik.com, 16 Mei 2019. Pengguna Internet Indonesia Didominasi Milenial. <https://inet.detik.com/telecommunication/d-4551389/pengguna-internet-indonesia-didominasi-milenial>.
- Kivunja, C. 2014. Theoretical Perspectives of How Digital Natives Learn. *International Journal of Higher Education*, 3(1). <https://doi.org/10.5430/ijhe.v3n1p94>
- Prasetyo, Y. A. (2018). Abal-Abalisme Sebagai Musuh Kemerdekaan Pers. *Jurnal Dewan Pers*, edisi 18. https://dewanpers.or.id/assets/ebook/jurnal/1901200528_jurnal_DP_edisi_18_Desember_2018f.pdf
- Quinn, S., & Quinn-Allan, D. 2005. The World-Wide Spread of Journalism Convergence. <https://www.researchgate.net/publication/277864901>

- Suara.com, 25 Agustus 2020. Media Cetak Mulai Ditinggalkan, Masyarakat Beralih ke Media Online. <https://www.suara.com/bisnis/2020/08/25/181636/media-cetak-mulai-ditinggalkan-masyarakat-beralih-ke-media-online>
- Sukmayadi, V. 2019. *The Dynamics of Media Landscape and Media Policy in Indonesia*. In *Asia Pacific Media Educator* (Vol. 29, Issue 1, pp. 58–67). SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.1177/1326365X19844853>
- Tandoc, E. C. 2015. Why Web Analytics Click: Factors affecting the ways journalists use audience metrics. *Journalism Studies*, 16(6). <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.946309>
- Tempo.co, 8 Februari 2021. Media Cetak Berhenti Terbit, Menteri Yasonna: Kado Pahit Menjelang Hari Pers 8 Februari 2021. <https://nasional.tempo.co/read/1430907/media-cetak-berhenti-terbit-menteri-yasonna-kado-pahit-menjelang-hari-pers>
- Wu, L. (2017). Meet the New Players: A Study of Digital Native Journalists and Journalistic Professionalism. <https://www.proquest.com/openview/3f2ee7afd13c1ec21bb45422080206ad/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>

