

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan dan analisis data hasil survei dan FGD dalam penelitian ini, sebagai jawaban terhadap tujuan-tujuan penelitian, dapat ditarik sejumlah kesimpulan empirik.

Pertama, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki kecenderungan yang lebih kuat untuk mengakses informasi melalui media digital dibanding melalui media konvensional. Dalam penelitian ini media digital dibagi menjadi empat yakni media berita online dalam/luar negeri, e-commerce, layanan streaming, dan media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas dari Generasi Z menggunakan media sosial untuk memperoleh informasi. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube adalah platform utama yang digunakan oleh Generasi Z untuk mendapatkan informasi, hiburan, dan interaksi sosial, berkat formatnya yang interaktif dan menarik. Instagram banyak digunakan untuk konten berbasis gambar dan video, TikTok populer untuk konten *trend*, dan YouTube menyediakan beragam video informatif dan hiburan. Platform e-commerce seperti Shopee, TikTok Shop, dan Tokopedia juga berperan signifikan, terutama dalam hal informasi produk yang disajikan secara langsung melalui fitur live. Di sisi lain, media konvensional seperti buku dan televisi masih digunakan, tetapi dengan frekuensi yang lebih rendah karena dianggap kurang memenuhi kebutuhan akses cepat dan format menarik yang dicari oleh Generasi Z. Buku masih sering

digunakan untuk keperluan akademis, sementara televisi lebih jarang diakses dibandingkan dengan media sosial. Temuan ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan pergeseran signifikan dari media konvensional ke media digital di kalangan Generasi Z, mencerminkan adaptasi mereka terhadap teknologi dan preferensi untuk informasi yang cepat, interaktif, dan sesuai dengan kebiasaan konsumsi mereka (Kompas.com, 2022; IDN Research Institute & Populix, 2022).

Kedua, terkait pola konsumsi informasi, dapat disimpulkan bahwa hiburan adalah topik informasi yang paling sering diakses oleh Generasi Z, terutama melalui format video pendek di platform seperti TikTok dan Instagram Reels. Format ini sesuai dengan preferensi mereka mudah dicerna dan instan. Selain hiburan, pendidikan juga menjadi topik penting. Generasi Z juga mengakses informasi kesehatan karena ingin mengetahui gejala dan pengobatan, hal ini mencerminkan peningkatan kesadaran kesehatan di kalangan Generasi Z. Sebaliknya topik seperti sains, politik, dan ekonomi, meskipun relevan, tidak menjadi prioritas utama. Hal ini menunjukkan perbedaan antara minat akademis dan pola konsumsi informasi sehari-hari mereka. Secara keseluruhan pola konsumsi informasi Generasi Z didorong oleh kebutuhan untuk hiburan, informasi kesehatan, dan pendidikan dengan preferensi yang jelas untuk format video pendek. Temuan ini konsisten dengan teori Uses and Gratifications, yang menekankan bagaimana individu secara aktif memilih media untuk memenuhi kebutuhan dan tujuan spesifik mereka.

Ketiga, dalam hal cara mengakses informasi, berdasar hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Generasi Z lebih suka menggunakan fitur pencarian dan

explore di media digital, yang dianggap lebih langsung dan efisien dibandingkan metode konvensional. Temuan ini konsisten dengan teori *Uses and Gratifications*, yang menjelaskan bahwa individu memilih media berdasarkan kebutuhan spesifik mereka untuk informasi, hiburan, dan interaksi sosial. Generasi Z menunjukkan pergeseran jelas dari media konvensional ke media digital, mencerminkan adaptasi mereka terhadap teknologi dan format informasi yang lebih sesuai dengan preferensi mereka.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran dapat diberikan. Pertama, pengembang platform digital sebaiknya terus berinovasi dengan menyajikan konten yang menarik dan interaktif, seperti video pendek dan fitur live chat, untuk memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan Generasi Z.

Kedua, penerbit dan penyedia media konvensional perlu beradaptasi dengan mengembangkan versi digital dari produk mereka, seperti ebook dan platform streaming berita, untuk menarik perhatian Generasi Z yang lebih memilih media digital.

Ketiga, pendidik dan institusi pendidikan harus mempertimbangkan integrasi media digital dalam metode pengajaran mereka. Penyediaan materi ajar dalam format yang sesuai dengan preferensi Generasi Z, seperti video dan infografis, dapat meningkatkan keterlibatan dan efektivitas pembelajaran. Keempat, pemangku kepentingan di sektor kesehatan harus memastikan bahwa informasi

kesehatan yang akurat dan terpercaya tersedia melalui platform digital, untuk memenuhi kebutuhan Generasi Z yang meningkat dalam hal informasi kesehatan.

Terakhir, peneliti dan akademisi perlu terus memantau perubahan pola konsumsi media dan informasi di kalangan Generasi Z. Diketahui bahwa Generasi Z memiliki kesamaan dalam jenis informasi yang diakses, platform media yang diakses, dan jenis media yang digunakan. Pola konsumsi tersebut cenderung bermakna sebagai proses homogenisasi Generasi Z di dunia digital sehingga Generasi Z kehilangan *personal identity*-nya. Namun, masih diperlukan penelitian lebih lanjut lagi untuk memastikan hal ini.

Penelitian lebih lanjut akan membantu memahami dinamika perubahan ini dan dampaknya terhadap berbagai aspek kehidupan sosial dan akademis. Dengan mengikuti saran-saran ini, berbagai pihak dapat lebih baik memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan Generasi Z serta beradaptasi dengan tren media yang terus berkembang.