

ABSTRAK

SRI RAHAYU AFIFAH, “Pengaruh Penyajian Berita Pada Reels @narasinewsroom terhadap Minat Generasi Z dalam Memperoleh Informasi (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Angkatan 2020).

Perkembangan teknologi yang kian pesat melahirkan era disrupsi, dimana berbagai teknologi fisik digantikan oleh teknologi digital. Perubahan ini terjadi dalam setiap aspek kehidupan termasuk media komunikasi. Dalam bidang komunikasi massa muncul istilah *new media* yang salah satu bagiannya adalah platform media sosial. Saat ini berbagai media massa hampir bisa dipastikan menjadikan media sosial sebagai salah satu media publikasi beritanya. Termasuk Instagram @narasinewsroom yang mendistribusikan berita melalui media sosial di antaranya dalam bentuk video *reels* yang sajiannya dibuat menarik. Instagram merupakan platform media sosial terfavorit di dunia, dan masyarakat Indonesia cenderung mencari informasi dari media sosial. Dua fakta ini menjadi peluang besar bagi industri media massa untuk dapat menjangkau khalayak lebih banyak. Adapun komposisi penduduk Indonesia saat ini didominasi oleh generasi z.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh penyajian berita (*immediacy*, *multimedia*, *archiving*, *relationship*) terhadap minat generasi z dalam memperoleh informasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Uses and Gratification* untuk membantu menjelaskan pengaruh penyajian berita pada *reels* @narasinewsroom terhadap minat generasi z dalam memperoleh informasi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Berdasarkan perhitungan rumus Slovin, sampel yang diambil sebanyak 91 orang dari total populasi 1018 mahasiswa angkatan 2020 Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden cenderung setuju pada setiap pernyataan yang ada pada setiap variabel. Adapun secara simultan variabel penyajian berita pada *reels* @narasinewsroom berpengaruh sebesar 31% terhadap minat generasi z dalam memperoleh informasi.

Kesimpulan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Adanya pengaruh *immediacy* pada *reels* @narasinewsroom terhadap aspek kognitif dan aspek afektif generasi z dalam memperoleh informasi; 2) Adanya pengaruh *multimedia* pada *reels* @narasinewsroom terhadap aspek kognitif dan aspek afektif generasi z dalam memperoleh informasi; 3) Adanya pengaruh *archiving* pada *reels* @narasinewsroom terhadap aspek kognitif dan aspek afektif generasi z dalam memperoleh informasi; 4) Adanya pengaruh *relationship* pada *reels* @narasinewsroom terhadap aspek kognitif dan aspek afektif generasi z dalam memperoleh informasi.

Kata Kunci: Penyajian Berita, *Reels Instagram*, Minat Gen Z

ABSTRACT

SRI RAHAYU AFIFAH, *“Pengaruh Penyajian Berita Pada Reels @narasinewsroom terhadap Minat Generasi Z dalam Memperoleh Informasi (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Angkatan 2020).*

The rapid development of technology has given rise to the era of disruption. An era where various physical technologies are being replaced by digital technologies. This change is happening in every aspect of life, including communication media. In the field of mass communication, the term new media like social media has emerged. Currently, almost every mass media outlet utilizes social media, including Instagram, as one of their platforms for news distribution. For example, @narasinewsroom uses Instagram to distribute news through engaging video reels. Instagram is a popular social media platform worldwide, and Indonesian society tends to seek information from social media. These two facts present a great opportunity for the mass media industry to reach a larger audience. Furthermore, the current population composition in Indonesia is predominantly made up of generation z.

This research aims to determine whether or not there is an influence of news presentation (immediacy, multimedia, archiving, relationship) on generation z's interest in obtaining information. The theory used in this research is Uses and Gratification to help explain the influence of presenting news on reels @narasinewsroom on generation z's interest in obtaining information.

This research uses a quantitative approach with survey methods. Based on calculations using the Slovin Formula, the sample taken was 91 people from a total population of 1018 students class of 2020, Faculty of Da'wah and Communication, UIN Sunan Gunung Djati Bandung. This sampling used non-probability sampling with purposive sampling type.

The results of the study showed that overall the majority of respondents tended to agree with each statement in each variable. Simultaneously, the news presentation variable on the @narasinewsroom reels had a 31% effect on the interest of generation z in obtaining information.

The conclusions from the results of the study indicate that: 1) There is an influence of immediacy on the @narasinewsroom reels on the cognitive and affective aspects of generation z in obtaining information; 2) There is an influence of multimedia on the @narasinewsroom reels on the cognitive and affective aspects of generation z in obtaining information; 3) There is an influence of archiving on the @narasinewsroom reels on the cognitive and affective aspects of generation z in obtaining information; 4) There is an influence of relationships on the @narasinewsroom reels on the cognitive and affective aspects of generation z in obtaining information.

Keyword: News Presentation, Instagram Reels, Gen Z Interests