



## MELAWAN ARUS STEREOTYPE: ANALISIS BINGKAI BERITA POSITIF TENTANG GEN Z DI DETIK.COM DAN KOMPAS.COM

Al Musa Karim<sup>1)\*</sup>

<sup>1)</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Teknologi Yogyakarta

\*Korespondensi Penulis: karimalmusa@gmail.com

### ABSTRACT

*This study aims to examine the framing of Gen Z by two mainstream media in Indonesia, Kompas and Detik through online media. This study intends to examine the framing by both media regarding positive things related to Gen Z behavior. This research is important considering the rise of news that tends to be negative about Gen Z as a generational group. In this study, a qualitative method was used with the Robert Entman Framing Analysis model. Each news item was analyzed from four elements, namely Define problems, Diagnose causes, Make moral judgement and Treatment Recommendation. In this study, one news item was obtained from each media. From the analysis carried out, it was found that both media continued to present positive news about Gen Z with consistency from the title to the news content to do positive framing of Gen Z. From the aspect of the problems raised, Kompas focused more on Gen Z's positive response in facing the problems being faced while Detik focused more on depicting routines and productive activities carried out by Gen Z.*

**Keywords:** Gen Z, Entmant, Positive., framing.

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan melihat pembingkai terhadap Gen Z oleh dua media arus utama di Indonesia yaitu Kompas dan Detik melalui media daringnya. Penelitian ini menjadi penting mengingat maraknya pemberitaan yang cenderung negatif mengenai Gen Z sebagai sekelompok generasi. Penelitian ini bermaksud melihat pembingkai oleh kedua media tersebut terhadap hal-hal positif yang dilakukan oleh Gen Z. Dalam penelitian ini digunakan metode kualitatif dengan model Analisis Framing Entman. Setiap berita dianalisis dari empat elemen yaitu pendefinisian masalah, diagnosa sebab, judgement moral dan tawaran Solusi. Dalam penelitian ini didapat masing-masing satu berita dari setiap media. Dari analisis yang dilakukan ditemukan bahwa kedua media tetap menghadirkan berita positif tentang Gen Z dengan konsistensi judul dengan isi berita untuk memframing positif Gen Z. Dari aspek permasalahan yang diangkat, Kompas lebih berfokus pada respon positif Gen Z dalam menghadapi masalah yang sedang dihadapi sedangkan Detik lebih berfokus terhadap penggambaran rutinitas dan aktivitas produktif yang dilakukan oleh Gen Z.

**Kata Kunci:** Gen Z, Entmant, Positif, Framing.

### PENDAHULUAN

Gen Z atau Generasi Z atau Gen-Z merupakan beberapa sebutan untuk sekelompok generasi yang saat ini berada di kisaran usia 12 hingga 27 tahun. Ada beberapa teori yang mencoba menjustifikasi batasan tahun kelahiran generasi ini, salah satunya menyebutkan mereka lahir di sekitaran tahun 1997 hingga 2012 (Taslim, 2024). Pemilihan tahun 2017 sepertinya cukup mengakomodir beberapa tahun sebelum dan sesudahnya karena memang secara sejarah, tahun-tahun tersebut dapat disebut sebagai tahun-tahun dimana teknologi dan media baru mengalami loncatan perkembangan. Beberapa teknologi terbaru muncul di tahun-tahun tersebut yang mengubah cara hidup manusia. Diantara teknologi baru

yang muncul dan berkembang disekitar tahun 1997 seperti web browser Netscape, komputer pintar Deep Blue, konsol permainan seperti Tamagochi dan Sony Playstation, hingga teknologi kompresor format suara seperti MP3 (Ryan, 2017). Gen Z dengan demikian dianggap sebagai kelompok umur yang sangat lekat dengan teknologi baru yang oleh Prensky disebut dengan istilah digital native (Prensky, 2001) karena lahir di era masifnya perkembangan teknologi di berbagai aspek keseharian dan gaya hidup manusia.

Di Indonesia, Gen Z merupakan kelompok usia yang mendominasi jumlah penduduk di Indonesia sebesar 74,93 juta jiwa, atau 27,94% populasi (Rainer, 2023). Di masa mendatang, Gen Z akan menjadi bagian dominan dari fenomena Bonus Demografi di Indonesia yang diprediksikan bakal terjadi sekira 5 hingga 20 tahun yang akan datang, sebagian mengatakan di tahun 2030 (LinggaSekar Arum, 2023), sebagian mengatakan di tahun 2045 (-, 2025). Dengan demikian, Gen Z merupakan kelompok generasi yang patut menjadi perhatian mengingat secara normatif generasi ini merupakan “masa depan” dari bangsa Indonesia. Gen Z sejatinya haruslah generasi yang dapat diandalkan oleh bangsa Indonesia untuk menghadapi masa depan bangsa dan negara. Sayangnya, isu yang berkembang justru sebaliknya. Gen Z dalam beragam konten media, justru mendapatkan label negatif. Salah satunya, Gen Z dianggap sebagai generasi yang “sensitif, terlalu berlebihan menilai kehidupan pribadinya, dan tak punya loyalitas pada pekerjaan.” (Prima, 2023). Akan sangat disayangkan jika isu yang negatif yang berkembang disepakati berbagai pihak dan malah benar adanya.

Di tahun 2024, jika dihitung dari tahun 1997, Gen Z senior memiliki kisaran usia tertua sekitar 27 tahun. Di usia ini dapat dikatakan bahwa Gen Z senior telah berada pada rentang usia kerja, pendidikan tinggi, hingga usia menikah. Sejalan dengan kenyataan tersebut, topik pemberitaan media massa mengenai Gen Z di tahun 2024 menjadi kian bervariasi. Tidak lagi sekedar karakter dan etika Gen Z yang dibahas di media, tetapi juga perilaku Gen Z di lingkungan kerja profesional. Sebagai contoh sebagaimana diangkat oleh Forbes, “Yet many Millennial (55%) and Gen X (51%) employees surveyed were quick to label Gen Z employees as ‘lazy’.” (Perna, 2024). Permasalahannya kemudian adalah apakah benar hal tersebut sebagai realita, atau hanya sekedar stereotype saja? *Stereotype* sendiri oleh Lippmann (1922) disebutkan sebagai “...the typical picture that comes to mind when thinking about a particular social group” (John F. Dovidio, -), dapat dipahami sebagai bentuk pandangan yang menyamaratakan sebuah karakter negatif terhadap semua anggota kelompok sosial tertentu.

Lebih lanjut Elisabeth Noelle-Nennann (1984) menyebutkan bahwa stereotype merupakan “...representations of reality that are false and, by implication, immoral, and have proceeded without further clarification to document their frequent appearance in the mass media” (Seiter, 2006). Gen Z sendiri merupakan kelompok sosial yang tidak lepas dari stereotype. Stereotype mengenai bagaimana perilaku Gen Z di dunia kerja yang kadang disebut pula dengan Generasi Strawberry, yang manis dan indah di luar namun tidak kuat di dalam, setali tiga uang dengan opini publik di kalangan non Gen Z yang seperti sejalan dengan apa yang dikatakan mayoritas konten media. Pembentukan dan penyebaran stereotype sendiri sebagaimana definisi dari Noelle-Nennann, memang tidak dapat dilepaskan dari

peranan media massa. Sejalan dengan itu, pembentukan dan penyebaran stereotype juga selaras dengan pembentukan opini publik sebagaimana disebutkan oleh Lippmann (Seiter, 2006).

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa media massa memegang peranan penting dalam membentuk dan menyebarkan stereotype sekaligus opini publik tentang Gen Z. Penyebaran isu terkait beragam topik spesifik yang terkait dengan Gen Z tidak dapat dilepaskan dari peranan media massa tradisional, maupun media sosial yang berbasis User Generated Content (UGC), bahkan artikel-artikel akademis. Di media tradisional, konten-konten berita yang terkait dengan topik seputar karakter Gen Z sudah banyak diterbitkan. Surat kabar, sebagaimana dijelaskan oleh Donomick sebagai media tradisional, dikelola oleh organisasi yang kompleks, yang seiring perkembangan teknologi menjalani konvergensi di berbagai aspek keorganisasiannya dengan memanfaatkan teknologi digital (Dominick, 2005), giat menerbitkan beragam berita terkait Gen Z di media-media daringnya. Sebagai “media lama”, pemberitaan daring yang diterbitkan oleh organisasi-organisasi media tradisional saat ini masih menjadi salah satu sumber informasi bagi kalangan “orang lama”.

Hal tersebut berkebalikan dengan Gen Z yang lebih suka menjadikan media sosial sebagai sumber informasi (Tabroni, 2024). Di media sosial, meskipun Gen Z dikenal sebagai digital native, mereka bukanlah satu-satunya produsen konten. Media sosial sering disebutkan (misal dari salah satu hasil riset) juga merupakan salah satu sara penting untuk mempengaruhi opini publik (Afgiansyah, 2022). Beragam konten di media sosial, digenapi oleh konten hasil produksi generasi lain. Beberapa konten yang bermunculan di media sosial tidak sedikit yang menyudutkan Gen Z. Konten yang menyudutkan tersebut pun tidak jarang diafirmasi oleh netizen lain lewat komentar yang dilontarkan. Kembali ke media tradisional, pada kenyatannya masih mengisi hati dari generasi Milenial dan Baby Boomers sebagai sumber utama informasi dan berita hariannya. Dapat disimpulkan kemudian, pemberitaan di media tradisional dalam format digital tetap memiliki urgensi dan relevansi terhadap pembentukan stereotype dan opini publik yang negatif terhadap Gen Z.

Pengaruh pemberitaan media massa terhadap pandangan Milenial maupun Baby Boomers terhadap Gen Z tentu tidak dapat dilepaskan dari bagaimana konstruksi isi berita yang dilakukan media tradisional. Dari sisi organisasi media, media routine sebagaimana disampaikan oleh Reese & Shoemaker, dijelaskan bahwa berita yang disampaikan media tidak lepas dari konstruksi, media “tidaklah muncul dari ruang hampa yang bebas dari berbagai kepentingan dan bukan pula ditransmisikan melalui medium yang bebas kepentingan” (Kuncoro, 2022). Konstruksi berita sendiri dapat dilihat sebagai sebuah proses framing atau pemingkaiian berita yang salah satunya mengedepankan aspek salience yang mengandung sudut pandang atau point of view dari sebuah organisasi media. Hal ini dapat diartikan bahwa dalam pergaulan dan keseharian, komunikasi yang dilakukan antar manusia dalam kehidupan sosialnya didasarkan pada isu-isu dan fakta-fakta yang disajikan oleh media. Dengan demikian, dapat kita simpulkan bahwa framing yang dilakukan media terhadap berita terkait Gen Z pada akhirnya akan mendorong muncul dan berkembangnya pelabelan dan stereotype negatif terhadap Gen Z.

Hal menarik terjadi di tahun 2023, sebuah lembaga penelitian yaitu Pew Research yang biasanya getol mengeluarkan hasil riset negatif tentang Gen-Z justru menyatakan berhenti untuk memberitakan Gen-Z secara negatif, meskipun tidak menarik hasil-hasil negatif mereka terdahulu (Prakash, 2023). Penggunaan generational lens dianggap tidak lagi relevan untuk membandingkan karakter antar kelompok manusia. Di sisi lain, beberapa media tradisional di Indonesia sejatinya mengisi halaman beritanya dengan konten-konten positif tentang Gen-Z, diantaranya Detik.com, Kompas.com, CNN Indonesia, Tribunnews, TVOneNews dan lainnya meskipun hanya sebagian kecil diantara sekian pemberitaan di topik ini. Dari kenyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa meskipun sebagian orang memiliki pandangan negatif terhadap Gen Z, media mainstream pada dasarnya sudah melakukan usaha untuk menyisipkan agenda positif dalam memandang Gen Z.

Sebagaimana disampaikan sebelumnya, bahwa perhatian terhadap isu dan topik mengenai karakter Gen Z, tidak hanya riuh ranah media mainstream dan media sosial. Perhatian terhadap isu “Gen Z” di ranah akademis saat ini sudah bisa dikatakan mulai meluas. Beragam penelitian telah dilakukan terhadap fenomena yang terkait dengan perilaku dan karakter dari kelompok usia ini. Penelitian terhadap Gen Z sendiri saat ini lebih dominan berada di ranah Gen Z sebagai subyek.

Diantara konteks pembahasan mengenai isu Gen Z diantaranya (1) bagaimana efek yang diterima Gen Z dari pesan media seperti dalam penelitian berjudul “Peran Media Sosial Terhadap Pembentukan Persepsi Gen Z dalam Pemilihan Presiden 2024” oleh Lukman dan kawan-kawan (Noval Ardian Lukman, 2024); (2) bagaimana penerimaan dan pandangan Gen Z terhadap pesan media seperti dalam penelitian “Persepsi Generasi Z dengan Pernyataan Kerja Sesuai Passion dalam Menentukan Profesi” oleh Octavia dan Sari (Shinta Octavia, 2024) dan “Respon Mahasiswa terhadap Aplikasi Tiktok Sebagai Salah Satu Media Pengembangan Media Pembelajaran di Universitas Kabupaten Brebes” oleh Toha dan Umisara (Muhamad Toha, 2022); (3) kemudian bagaimana perilaku Gen Z dalam pemanfaatan media, seperti dalam penelitian yang dilakukan Firamadhina dan Krisnani dengan tajuk “Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme” (Fadhlizha Izzati Rinanda Firamadhina, 2020) dan (4) yang paling dominan, bagaimana karakter Gen Z itu sendiri seperti pada penelitian “Kurangnya Keterampilan Komunikasi Generasi Z Memasuki Pasar Kerja” oleh Hapsari dan kawan-kawan (Rinanti Nur Hapsari, 2024).

Dari beragam penelitian yang dipublikasikan, belum ditemukan artikel yang membahas mengenai framing yang dilakukan media terhadap Gen Z sebagaimana yang menjadi fokus penelitian ini. Urgensi dan nilai penting dari penelitian ini adalah fokusnya pada peranan media massa mainstream dengan konstruksi berita atau framing yang dilakukan, pada dasarnya merupakan faktor penting dari berkembangnya opini publik ataupun stereotype dengan menggunakan kaca mata generasi. Pemberitaan positif yang diterbitkan media memberikan harapan terhadap opini publik yang lebih berimbang terhadap Gen Z.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini didasarkan pada paradigma konstruksionis yang melihat bahwa media sebagai salah satu aktor sosial melakukan konstruksi pemaknaan terhadap sebuah peristiwa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan model analisis framing dari Robert N. Entman. Entman membagi tahapan konstruksi berita dalam dua tahapan yaitu pemilihan isu (seleksi) dan yang kedua tahapan pemilihan aspek yang ditampilkan (*salience*). Untuk pisau analisisnya, Entman melihat framing dari empat aspek pada berita, yaitu (1) pendefinisian masalah (*define problem*) yaitu penentuan masalah yang diangkat oleh media dengan mempertimbangkan aspek tokoh utama, konsekuensi yang diterima si tokoh, serta mempertimbangkan nilai-nilai budaya yang berlaku; (2) diagnosa sebab (*diagnose causes*) digunakan untuk menemukan aspek-aspek yang menyebabkan terjadinya masalah yang sudah ditemukan; (3) penilaian moral (*make moral judgments*) terkait dengan penilaian terhadap masalah yang dialami oleh si tokoh serta konsekuensi moral dari peristiwa dan yang terakhir (4) solusi yang ditawarkan (*suggest remedies*) berupa tawaran solusi yang diangkat oleh media sebagai respon terhadap masalah yang terjadi. (*Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm*)

Langkah analisis data yang dilakukan dimulai dengan pemilihan media kemudian dilanjutkan dengan pemilihan berita, analisis data dan penarikan kesimpulan. Untuk pemilihan media, dipilih berdasarkan media-media yang paling populer di Indonesia di tahun 2024 berdasarkan hasil riset Katadata.com. Disebutkan bahwa Detik.com merupakan media terpopuler pertama dengan 50% dan Kompas.com di posisi kedua dengan 39%. (<https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/4b024acf115a988/10-media-online-yang-paling-banyak-digunakan-warga-indonesia-2024>).

Untuk pemilihan artikel berita menggunakan 4 kategori yaitu: (1) Berita dipilih dari masing-masing media, yang mengandung tone judul yang positif; (2) Berita membahas tentang Gen Z; (3) Berita dipilih dari masing-masing media, yang mengandung 5W+1H; (4) Berita dipilih dari tahun 2024.

Dari media dan kategori pemilihan berita, ditetapkan dua artikel berita yang akan dijadikan obyek penelitian yaitu:

**Tabel 1. Daftar berita**

No	Judul Berita	Waktu terbit	Media
1	Para Gen Z Penembus Batas dari Beasiswa Teladan (Rosa, 2024)	6/12/2024	Detik.com
2	Gen Z di China Bangun Jam 4 Pagi untuk Bekerja di 4 Tempat Berbeda demi Financial Freedom (Sartika, 2024)	29/11/2024	Kompas.com

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Berita 1

Judul : Para Gen Z Penembus Batas dari Beasiswa Teladan

Media : Detik.com

Berita ini adalah berita yang cukup panjang yang terdiri dari 4 sub judul, 6 gambar, dan 49 paragraf. Berita ini dimuat 6 Desember 2024 di kategori “Edukasi”. Berita ini mengangkat kisah mengenai dua orang Gen Z yang berstatus fresh graduate, yang berhasil memperoleh pekerjaan yang mereka impikan meskipun perjalanannya tidak mudah. Dengan latar belakang sebagai awardee dari penyelenggara beasiswa dan program pelatihan yang sama, mereka berhasil berjuang untuk mendapatkan pekerjaan di perusahaan besar.

### *Define Problems*

Kedua Gen Z yang diceritakan dalam berita ini bernama Graciella Valeska Liander. Alumni Sistem Informasi Institut Teknologi Bandung (ITB) yang saat ini bekerja sebagai Customer Engineer Google Cloud Singapura dan Wildan Masyiyan Chaniago alumnus Hukum Universitas Andalas yang saat ini bekerja sebagai Legal Supervisor PT. Global Jet Express (J&T Express). Kedua Gen Z ini digambarkan sebagai contoh yang positif dari kelompok usia ini. Di tengah ramainya pemberitaan mengenai kelemahan Gen Z terkait dengan dunia profesional, kedua anak muda ini justru menjadi representasi yang baik mengenai bagaimana Gen Z di dunia kerja. Kedua Gen Z ini digambarkan sebagai profesional yang bangga dan menyenangi pekerjaan yang dijalani. Terkait dengan aspek Define Problem dalam berita ini, dapat dilihat pada beberapa kutipan berikut:

1. “.....Gen Z tumbuh bersama dengan kehadiran teknologi.....” (paragraf 2)
2. “.....terbiasa dengan teknologi belum cukup untuk menembus tembok karier saat ini.....” (paragraf 3)
3. “.....Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) juga terus bergulir di Tanah Air. Hal ini menjadi faktor penyumbang Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) per Agustus 2024.....” (paragraf 4)
4. “Ketidakstabilan mencari kerja ini dirasakan oleh Graciella Valeska Liander. Alumni Sistem Informasi Institut Teknologi Bandung (ITB) itu menghadapi tantangan saat ingin mendaftar di perusahaan impiannya, Google Indonesia.” (paragraf 5)
5. Grace yang saat itu baru saja lulus dari ITB dihadapkan dengan periode Tech Winter, suatu periode penurunan aktivitas Startup dan penarikan investasi. Menghadapi penurunan itu, perusahaan teknologi ramai-ramai menutup pintu untuk karyawan baru atau freeze hiring. (paragraf 6)
6. Grace menceritakan jika dirinya tidak datang dari kota besar. Hal inilah yang membuatnya merasa pendidikan yang ia terima cukup terbatas. (paragraf 18)
7. “Nasib baik berpihak pada Grace. Ia menemukan lowongan kerja di kantor Google negeri tetangga, Singapura.” (paragraf 11)
8. ““Syukurnya di pas program speed dating ini, aku dapat jodoh ke perusahaan pertama tempat aku bekerja,” ujar Wildan.” (paragraf 30)

Dari potongan-potongan paragraf di atas dapat dilihat dua hal yang mengerucut kepada permasalahan yang dibahas, sesuai dengan judul yang diangkat. Hal pertama yang di bahas adalah sulitnya mencari pekerjaan saat ini. Penguasaan teknologi oleh Gen Z ternyata tidak dapat dikatakan menjadi jaminan untuk dapat diterima di perusahaan besar. Ditambah lagi dengan tren pengurangan tenaga kerja oleh berbagai perusahaan. Namun, di tengah situasi seperti di atas, Grace dan Wildan

merupakan dua orang yang secara usia tergolong Gen Z, justru mampu masuk ke dunia kerja di perusahaan besar, sesuai yang mereka inginkan.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa dari aspek Define Problem berita ini berfokus kepada permasalahan pokok berupa: keberhasilan Gen Z bersaing menembus dunia kerja. Hal ini dapat dikatakan sebagai sebuah nilai positif bagi Gen Z jika dilihat dari kaca mata generasi. Gen Z jika ingin digeneralisir, merupakan generasi yang tidak kalah dari generasi lain dalam menghadapi tantangan untuk memasuki dunia kerja.

### *Diagnose Causes*

Dari aspek sebab terjadinya masalah yang dibahas dalam berita ini dapat dilihat di beberapa paragraf berikut :

#### 1. Cerita Grace

- a. Menghadapi kondisi tersebut, Grace tidak tinggal diam. Dia mulai mencari-cari informasi mengenai lowongan pekerjaan lain. (paragraf 9)
- b. "Selama tech winter itu, aku juga nyari-nyari beberapa opportunity lain. Just in case kalau misalnya ternyata yang kejadian adalah worst case-nya," jelasnya. (paragraf 10)
- c. Nasib baik berpihak pada Grace. Ia menemukan lowongan kerja di kantor Google negeri tetangga, Singapura. (paragraf 11)
- d. "Aku nyari-nyari lagi dan kebetulan di Singapura ada buka, aku reapply yang di Singapura. Terus setelah aku reapply di Singapura, karena aku udah ada background intern ini, aku go through satu proses interview lagi," papar Customer Engineer Google Cloud Singapura itu. (paragraf 12)
- e. Grace mengatakan jika program Lead Self adalah yang paling berdampak pada pengembangan kariernya. Pada program ini, para awardee Teladan akan diberi bekal mengenai bagaimana memimpin diri sendiri sebelum memimpin orang lain. (paragraf 17)
- f. "Lead Self sendiri ngebantu kita buat nge-project kira-kira, let's say, 4 tahun ke depan aku pengen ngelakuin apa aja, dan untuk mencapai ke sana kira-kira stepnya ada apa aja," jelasnya. (paragraf 21)

#### 2. Cerita Wildan

- a. "Jadi di sesi ini kita, awardee itu tidak hanya diharapkan untuk mengenal apa itu dunia kerja. Tapi diminta untuk bisa menjelaskan 15 tahun ke depan karier kamu seperti apa," jelas Wildan. (paragraf 26)
- b. Setelah mentorship, para awardee akan diarahkan untuk mengikuti magang. Mereka dibebaskan untuk memilih perusahaan mitra....." (paragraf 27)
- c. "Kebetulan waktu itu aku dapet di salah satu program startup di Jakarta, dan di situ aku banyak belajar tentang adaptasi teknologi. Kemudian marketing, terkait bisnis operations juga aku dapatkan di program internship itu selama 6 bulan," ujar alumnus Hukum Universitas Andalas itu. (paragraf 28)
- d. Terakhir adalah program speed dating perusahaan. Di sini, para awardee bisa memilih perusahaan-perusahaan mitra Tanoto Foundation untuk memulai kariernya. Para awardee juga akan melalui proses *special recruitment*. (paragraf 29)

Dari beberapa kutipan dari cerita Grace dan Wildan di atas, dapat disimpulkan bahwa kedua Gen Z ini mampu bersaing hingga dapat diterima di dunia kerja dikarenakan mereka melakukan beberapa kegiatan, dalam hal ini mereka berdua aktif sebagai awardee di Beasiswa Teladan. Di masa aktif sebagai

awardee tersebut mereka melakukan banyak hal dan memanfaatkan setiap kegiatan yang ada dalam program tersebut. Dapat disimpulkan bahwa kedua anak muda tersebut melakukan langkah-langkah pendekatan terhadap dunia kerja melalui sebuah program yang mereka ikuti secara aktif.

### *Make Moral Judgments*

Terkait dengan judgements moral yang diberikan dalam berita, dapat ditemukan di paragraf berikut:

1. “.....Grace tidak tinggal diam. Dia mulai mencari-cari informasi mengenai lowongan pekerjaan lain.“ (paragraf 9)
2. “.....Alumni Sistem Informasi Institut Teknologi Bandung (ITB) itu menghadapi tantangan saat ingin mendaftar di perusahaan impiannya....” (paragraf 15)
3. “.....”.....kita sebenarnya boleh eksplorasi ke luar limit lah atau kapabilitas yang kita tahu sendiri”....” (paragraf 19)
4. “.....membangun fondasi dirinya.....” (paragraf 22)
5. “.....di situ aku banyak belajar.....” (paragraf 28)
6. “....mudah untuk beradaptasi di dunia kerja....” (paragraf 32)
7. “.....proaktif dan inisiatif..... lebih paham akan kekuatan dan kelemahan dirinya” (paragraf 34)
8. “.....pembelajaran berkelanjutan....” (paragraf 40)

Dari kutipan-kutipan di atas dapat disimpulkan bahwa ada beberapa hal yang dapat dilakukan dengan baik oleh kedua Gen Z tersebut. Yang pertama terkait dengan pengembangan diri. Gen Z dengan demikian dapat dikatakan sebagai generasi yang peduli dan mampu dalam mengembangkan dirinya, mengenal klemahan dirinya kemudian membangun fondasi dirinya. Yang kedua, Grace dan Wildan merupakan Gen Z yang tidak tinggal diam, ataupun aktif serta berinisiatif dalam mengejar impiannya. Dan yang ketiga adalah kedua Gen Z tersebut menganut prinsip pembelajaran berkelanjutan.

### *Suggest Remedies*

Aspek keempat yang menjadi pisau analisis model Entman adalah tawaran solusi. Dari berita yang dianalisis, dapat dikatakan bahwa program beasiswa persiapan karir yang dibuat oleh salah satu yayasan ini merupakan salah satu solusi bagi pengembangan diri sekaligus persiapan karir bagi Gen Z. Sebagaimana dalam paragraf 24 disebutkan: Manfaat serupa juga dirasakan oleh Wildan Masyiyani Chaniago. Awardee Teladan ini merasa kariernya dimulai pada tahap Career Preparation Teladan. Di sisi Gen Z sendiri, sebagai individu, setiap Gen Z haruslah melek terhadap karakter diri positif yang dapat berpengaruh terhadap pencapaian positif di dunia profesional. Dua hal ini akan menjadi kombinasi aspek yang dapat mendukung Gen Z untuk dapat menembus dunia kerja profesional yang diinginkan.

**Tabel 2. Analisis berita 1**

<i>Define Problems</i>	Keberhasilan Gen Z bersaing menembus dunia kerja
<i>Diagnose Causes</i>	kedua Gen Z ini mampu bersaing hingga dapat diterima di dunia kerja karena melakukan langkah-langkah pendekatan terhadap dunia kerja melalui sebuah program yang mereka ikuti secara aktif.

---

<i>Make Moral Judgments</i>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Grace dan Wildan merupakan Gen Z yang peduli dan mampu dalam mengembangkan dirinya, mengenal kelamahan dirinya kemudian membangun fondasi dirinya</li><li>2. Grace dan Wildan merupakan Gen Z yang tidak tinggal diam, ataupun aktif serta berinisiatif dalam mengejar impiannya</li><li>3. Kedua Gen Z tersebut menganut prinsip pembelajaran berkelanjutan</li></ol>
<i>Suggest Remedies</i>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Program beasiswa persiapan karir merupakan salah satu solusi bagi pengembangan diri sekaligus persiapan karir bagi Gen Z</li><li>2. Gen Z haruslah melek terhadap karakter diri positif yang dapat berpengaruh terhadap pencapaian positif di dunia profesional</li></ol>

---

## Analisis Berita 2

Judul: Gen Z di China Bangun Jam 4 Pagi untuk Bekerja di 4 Tempat Berbeda demi Financial Freedom  
Media : Kompas.com

Berita ini dimuat 29 November 2024 di kategori “Tren”. Kisah yang diangkat dalam berita ini terkait dengan seorang yang terkategori sebagai Gen Z, wanita berusia 23 tahun ini diceritakan sudah bekerja. Secara keseluruhan bagian, berita ini tidak hanya berfokus pada cerita mengenai si wanita, tetapi juga mengangkat latar belakang cerita, yaitu kondisi kurangnya lapangan pekerjaan di China bagi lulusan perguruan tinggi. Analisis framing berita pertama ini adalah sebagai berikut:

### *Define Problem*

Dari aspek define problem, berita kedua dapat dikatakan terdiri dari dua bagian. Di bagian awal artikel dijelaskan bagaimana situasi yang dihadapi oleh seorang tokoh Gen Z, yang bernama Douyin. Di bagian ini diceritakan, sebagaimana yang tertera di judul berita, bahwa Douyin, seorang Gen Z melakukan 4 macam pekerjaan untuk memperoleh penghasilan, atau yang dalam berita disebutkan sebagai kebebasan finansial. Diceritakan aspek How dari pelaksanaan 4 pekerjaan yang dilakukan Douyin.

Di bagian akhir artikel, dijelaskan situasi yang lebih luas. Situasi tersebut secara tidak langsung menunjukkan bahwa kisah yang dialami Douyin merupakan salah satu akibat dari situasi perekonomian negara China yang sedang kurang bersahabat dengan Gen Z.

1. Namun, nasib malang, kondisi itu tidak terjadi ketika gen Z mulai tumbuh dewasa. Generasi yang lahir dari tahun 1997 sampai dengan 2012 itu justru harus menghadapi kesuraman ekonomi. (paragraf 13)
2. Mereka menghadapi ekspektasi yang jauh lebih rendah terhadap dinamisme ekonomi dan prospek mereka sendiri di masa depan. (paragraf 14)
3. Dikutip dari NPR, Selasa (16/1/2024), gaji pekerja muda lulusan kuliah di negara tersebut pada 2023 hanya 1.160 dollar Amerika Serikat atau sekitar Rp 18 juta per bulannya, lebih rendah 15 dollar Amerika Serikat dari tahun sebelumnya. (paragraf 15)
4. Di sisi lain, penciptaan lapangan kerja di China juga melambat dan tidak sebanding dengan banyaknya lulusan pendidikan universitas dan pascasarjana tiap tahunnya. (paragraf 16)
5. Kisah influencer generasi Z atau gen Z viral di media sosial TikTok China, Douyin, setelah dirinya mendapat penghasilan 1.380 dollar Amerika Serikat atau sekitar Rp 21 juta per bulan. Perempuan berusia 23 tahun itu rela bekerja di 4 tempat yang berbeda setiap harinya. Bukan sebagai pekerja paruh waktu saja, salah satu pekerjaannya menuntut shift penuh waktu selama 12 jam. (paragraf 1)

Dari paragraf-paragraf tersebut dapat disimpulkan bahwa masalah yang diangkat dalam artikel berita ini adalah: usaha yang dilakukan Gen Z hingga menggeluti 4 jenis pekerjaan sekaligus.

### *Diagnose Causes*

Dari permasalahan yang diangkat, ditemukan beberapa alasan mengapa tokoh yang diceritakan sampai menggeluti 4 pekerjaan sekaligus.

1. Di sisi lain, penciptaan lapangan kerja di China juga melambat dan tidak sebanding dengan banyaknya lulusan pendidikan universitas dan pascasarjana tiap tahunnya. (paragraf 16)
2. Menjadi pengusaha dengan membangun dan menjalankan usaha kecil dan menengah juga tidak selamanya menjanjikan. Sebab, selama pandemi Covid-19, pengusaha bisnis kecil dan menengah itu mati-matian bangkit dari keterpurukan. (paragraf 17)
3. Namun, nasib malang, kondisi itu tidak terjadi ketika gen Z mulai tumbuh dewasa. Generasi yang lahir dari tahun 1997 sampai dengan 2012 itu justru harus menghadapi kesuraman ekonomi. (paragraf 13)
4. Kegigihannya itu dilakukan agar dirinya mampu mencapai kebebasan finansial atau financial freedom di usia muda. (paragraf 2)

Dari beberapa paragraf di atas dapat disimpulkan bahwa situasi ekonomi negara yang sedang menurun menjadikan Gen Z harus bekerja ekstra untuk dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Termasuk Douyin, tokoh yang diangkat dalam artikel.

### *Make Moral Judgements*

Secara moral dan pandangan masyarakat, secara umum berita ini mengungkapkan bahwa bagian sebagian orang, apa yang dilakukan Douyin mungkin tidak manusiawi. Beberapa warganet disebutkan memberikan kritik terhadap apa yang dilakukan Douyin. Namun, beberapa warganet mengkritik gaya hidupnya yang dinilai melelahkan karena terlalu banyak bekerja. (paragraf 8) Namun di sisi lain, dalam berita ini juga diangkat juga penjelasan dari Douyin sendiri yang menjelaskan detail pelaksanaan keempat pekerjaan yang ia lakoni. "Jika suatu hari saya merasa tidak enak badan atau tidak ingin bekerja, saya akan berhenti. Ini tidak se-ekstrem yang dipikirkan orang-orang," kata dia. (paragraf 10) Dari kedua kutipan tersebut, dapat dikatakan bahwa kutipan kedua merupakan bentuk konfirmasi dari si tokoh terhadap judgment yang diberikan netizen. Kompas.com seperti menjelaskan bahwa dari aspek kemanusiaan, apa yang dilakukan oleh Douyin merupakan hal yang tidak hanya beralasan secara ekonomi, tetapi juga memenuhi nilai-nilai kemanusiaan dengan adanya waktu istirahat sesuai yang dibutuhkan. Dengan kata lain, dapat juga disimpulkan bahwa yang dilakukan Douyin sebagai Gen Z merupakan suatu hal positif.

### *Suggest Remedies*

Di bagian akhir artikel, dijelaskan cukup panjang mengenai situasi perekonomian negara China di tahun 2024. Hal ini memberi dampak terhadap pelaku ekonomi secara umum, baik pengusaha maupun pencari kerja. Terkait dengan hal tersebut, disebutkan di paragraf 21 bahwa pemerintah China sudah

melakukan usaha untuk menyelesaikan masalah lapangan kerja. Menghadapi permasalahan ekonomi gen Z, pemerintah China telah mencoba meningkatkan lapangan kerja untuk kaum muda dengan menawarkan subsidi tambahan kepada perusahaan yang menyediakan program magang bagi lulusan universitas. (paragraf 21)

**Tabel 3. Analisis berita 2**

Define Problems	Gen Z di China bekerja keras untuk mendapatkan penghasilan, salah satunya Douyin, seorang Gen Z yang menjalani 4 pekerjaan sekaligus.
Diagnose Causes	Beberapa penyebab usaha kerja keras yang harus dilakukan Gen Z di China adalah sebagai berikut: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kondisi ekonomi tidak pasti</li> <li>2. Kurangnya lapangan pekerjaan</li> <li>3. Wirausaha tidak memberikan jaminan</li> <li>4. Gen Z ingin mencapai kebebasan finansial</li> </ol>
Make Moral Judgments	Rangkap pekerjaan yang dilakukan Gen Z tersebut beralasan secara ekonomi dan tetap manusiawi dari segi pelaksanaannya
Suggest Remedies	Pemerintah China berusaha meningkatkan lapangan kerja bekerjasama dengan perusahaan swasta.

### Pembahasan

Secara umum, kedua media mengangkat cerita dari tokoh utama Gen Z dalam artikelnya. Di media Detik.com, mengangkat kisah Grace dan Wildan, sedangkan Kompas.com mengangkat kisah Douyin. Untuk latar belakang, Detik.com mengangkat kisah dari Indonesia, sedangkan Kompas.com mengangkat kisah dari negara China. Ketiga tokoh Gen Z yang diangkat berada pada usia bekerja.

Dari aspek *Define Problem*, Detik.com mengangkat kisah keberhasilan dari dua orang Gen Z setelah mengikuti sebuah pelatihan sebagai awardee. Pada artikel Kompas.com, diangkat kisah yang mengandung kontroversi dari seorang Gen Z bernama Douyin. Kontroversi dimaksud adalah si tokoh dianggap melakukan kegiatan tidak manusiawi dengan menjalani 4 pekerjaan sekaligus. Meski demikian, artikel ini pada akhirnya memberikan Kesimpulan positif dengan menempatkan respon si tokoh terhadap kritik yang diterimanya. Kompas.com fokus kepada kerja keras yang dilakukan oleh Gen Z dalam menghadapi situasi ekonomi yang kurang baik.

Dari aspek *Diagnose Causes*, Detik.com lebih berfokus kepada bagaimana perjalanan yang dilalui kedua tokoh Gen Z, Grace dan Wildan, untuk meraih pekerjaan yang dicita-citakan. Bagaimana kerja keras yang dilakukan dengan mengikuti semua program yang mereka jalani dengan disiplin. Kompas.com mengangkat kisah Douyin yang justru bekerja keras sebagai respon terhadap situasi ekonomi yang lebih luas. Karakter Douyin mewakili Gen Z yang merespon situasi tidak menguntungkan dengan melakukan kegiatan produktif yang relevan dan logis.

Dari aspek *Moral Judgment*, kedua media mengangkat nilai-nilai karakter positif yang dimiliki Gen Z. dari Detik.com disimpulkan bahwa memiliki karakter baik dan bertanggung jawab terhadap apa yang mereka kerjakan. Dari Kompas.com, didapat nilai moral berupa Gen Z mampu melakukan kerja terukur dengan mempertimbangkan kepantasan dari pekerjaan yang dilakukan dengan tidak melanggar nilai-nilai kemanusiaan.

Dari aspek Solusi yang ditawarkan, Detik.com secara tersirat menuliskan bahwa Gen Z dapat mengembangkan diri secara positif dengan bantuan program pengembangan diri yang professional. Di sisi lain, Kompas.com mengangkat Solusi tersirat berupa dukungan pemerintah terhadap Gen Z, namun secara tidak langsung, memberikan Solusi kepada Gen Z untuk dapat lebih berinisiatif dalam merespon situasi perekonomian dengan produktif dan bertanggung jawab.

**Tabel 4. Perbandingan framing**

	<b>Detik.com</b>	<b>Kompas.com</b>
Define Problems	Keberhasilan Gen Z bersaing menembus dunia kerja	Gen Z di China bekerja keras untuk mendapatkan penghasilan, salah satunya Douyin, seorang Gen Z yang menjalani 4 pekerjaan sekaligus.
Diagnose Causes	kedua Gen Z ini mampu bersaing hingga dapat diterima di dunia kerja karena melakukan langkah-langkah pendekatan terhadap dunia kerja melalui sebuah program yang mereka ikuti secara aktif.	Beberapa penyebab usaha kerja keras yang harus dilakukan Gen Z di China adalah sebagai berikut: 1. Kondisi ekonomi tidak pasti 2. Kurangnya lapangan pekerjaan 3. Wirausaha tidak memberikan jaminan  Gen Z ingin mencapai kebebasan finansial
Make Moral Judgments	Grace dan Wildan merupakan Gen Z yang peduli dan mampu dalam mengembangkan dirinya, mengenal kelamahan dirinya kemudian membangun fondasi dirinya  Grace dan Wildan merupakan Gen Z yang tidak tinggal diam, ataupun aktif serta berinisiatif dalam mengejar impiannya  Kedua Gen Z tersebut menganut prinsip pembelajaran berkelanjutan	Rangkap pekerjaan yang dilakukan Gen Z tersebut beralasan secara ekonomi dan tetap manusiawi dari segi pelaksanaannya
Suggest Remedies	Program beasiswa persiapan karir merupakan salah satu solusi bagi pengembangan diri sekaligus persiapan karir bagi Gen Z  Gen Z haruslah melek terhadap karakter diri positif yang dapat berpengaruh terhadap pencapaian positif di dunia profesional	Pemerintah China berusaha meningkatkan lapangan kerja bekerjasama dengan perusahaan swasta.

## SIMPULAN DAN SARAN

Dari analisis aspek-aspek framing model Entman yang dilakukan, didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Detik.com dan Kompas.com melakukan pemberitaan positif terhadap Gen Z
2. Dari aspek-aspek framing model Entman, ditemukan bahwa Detik.com dan Kompas.com menggunakan cerita dari satu atau dua orang Gen Z yang melakukan kegiatan positif terkait dunia kerja. Perbedaan dari kedua media adalah Detik.com lebih berfokus terhadap kisah sukses dari Gen Z, sedangkan Kompas.com berfokus terhadap respon positif dari Gen Z dalam menghadapi situasi ekonomi yang tidak menguntungkan.
3. Lebih lanjut, Detik.com dan Kompas.com menunjukkan bahwa, dengan ataupun tanpa bantuan pihak lain, Gen Z dapat saja berfikir logis, bertanggung jawab, bekerja keras dan berinisiatif dalam menghadapi tantangan hidup dan tantangan di dunia profesionalnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- . (2025, Januari 16). *Produk - Berita dan Siaran Pers*. Retrieved from <https://sbtkab.bps.go.id/https://sbtkab.bps.go.id/id/news/2025/01/16/31/bps--internalisasi-indikator-visi-indonesia-emas-2045.html>
- Afgiansyah. (2022). PEMETAAN BERITA POLITIKDARI MEDIA TERAFILIASI POLITISI(TELAHAH BERITA-BERITA TVONE DI TWITTER). *Massive*, 12-27.
- Dominick, J. R. (2005). *The Dynamics of Mass Communications Media in the Digital Age*. Boston: McGrawHill.
- Fadhlizha Izzati Rinanda Firamadhina, H. K. (2020). PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share*, 199-208.
- John F. Dovidio, M. H. (-, - -). <https://us.sagepub.com/>. Retrieved from [https://us.sagepub.com/sites/default/files/upm-binaries/54590\\_dovido\\_chapter\\_1.pdf](https://us.sagepub.com/sites/default/files/upm-binaries/54590_dovido_chapter_1.pdf)
- Kuncoro, W. (2022). Hirarki Pengaruh Dalam Penentuan Kebijakan Redaksional. *Representamen*, 92-107.
- LinggaSekar Arum, A. Z. (2023). KARAKTERISTIK GENERASI Z DAN KESIAPANNYA DALAM MENGHADAPI BONUS DEMOGRAFI 2030. *Accounting Student Research Journal*, 59-72.
- Muhamad Toha, E. U. (2022). Respon Mahasiswa terhadap Aplikasi Tiktok Sebagai Salah Satu Media Pengembangan Media Pembelajaran di Universitas Kabupaten Brebes. *Edukatif*, 5607-5616.
- Noval Ardian Lukman, H. S. (2024). Peran Media Sosial Terhadap Pembentukan Persepsi Gen Z dalam Pemilihan Presiden 2024. *J-Ceki*, 753-761.
- Perna, M. C. (2024, Oktober 22). *Leadership*. Retrieved from Forbes.com: <https://www.forbes.com/sites/markcperna/2024/10/22/redefining-gen-z-stereotypes-motivated-learners/>
- Prakash, P. (2023, Juni 17). *Finance*. Retrieved from Yahoo.com: <https://finance.yahoo.com/news/pew-research-center-tired-blaming-110000373.html?guccounter=1>
- Premsky, M. (2001, Oktober 5). *Writing*. Retrieved from marcprensky: <https://www.marcprensky.com/writing/Premsky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>
- Prima, B. (2023, Juni 2). *Momsmoney*. Retrieved from Kontan.co.id: <https://momsmoney.kontan.co.id/news/ini-lo-5-stereotipe-yang-sering-disematkan-pada-karyawan-gen-z>

- Rainer, P. (2023, Agustus 29). *Statistik*. Retrieved from Goodtats: <https://data.goodstats.id/statistic/sensus-bps-saat-ini-indonesia-didominasi-oleh-gen-z-n9kqv>
- Rinanti Nur Hapsari, S. M. (2024). Kurangnya Keterampilan Komunikasi Generasi Z Memasuki Pasar. *Pekommas*, 55-66.
- Rosa, N. (2024, 12 6). *Detik Edu*. Retrieved from Detik.com: <https://www.detik.com/edu/edutainment/d-7673927/para-gen-z-penembus-batas-dari-beasiswa-teladan>
- Ryan, J. (2017, Januari 11). *Tech*. Retrieved from CNET: <https://www.cnet.com/pictures/this-was-the-hottest-tech-20-years-ago-in-1997/>
- Sartika, A. H. (2024, 11 29). *Kompas Tren*. Retrieved from Kompas.com: <https://www.kompas.com/tren/read/2024/11/29/133000865/gen-z-di-china-bangun-jam-4-pagi-untuk-bekerja-di-4-tempat-berbeda-demi?page=all>
- Seiter, E. (2006, Februari -). <https://www.researchgate.net/>. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/229774941\\_Stereotypes\\_and\\_the\\_Media\\_A\\_Re-Evaluation](https://www.researchgate.net/publication/229774941_Stereotypes_and_the_Media_A_Re-Evaluation)
- Shinta Octavia, W. P. (2024). Persepsi Generasi Z dengan Pernyataan “Kerja Sesuai Passion” dalam Menentukan Profesi. *Koneksi*, 25-33.
- Tabroni. (2024, Oktober 7). *Iptek*. Retrieved from RRI.co.id: <https://www.rri.co.id/iptek/1030553/media-sosial-jadi-mesin-pencari-utama-generasi-z>
- Taslim, A. H. (2024). Perbedaan Tingkat Stres Pada Generasi X dan Generasi Z Kota Ternate. *Innovative*.