

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar

Nama : Elsa Oktavia Saragih

NIM : 1181903016

Tanda Tangan :



Tanggal : 24 Agustus 2020




HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini ditujukan oleh:

Nama : Elsa Oktavia Saragih
NIM : 1181903016
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Memahami Sikap Generasi Z di Jakarta Mengenai Pesan GenRe Indonesia

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dan Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

Dewan Penguji

Pembimbing : Suharyanti M.S.M ()
Penguji 1 : Eli Jamilah Mihardja, M.Si, Ph.D ()
Penguji 2 : Dianingtyas M. Putri, S.Sos., M.Si ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 24 Agustus 2020

KATA PENGANTAR

Puji Syukur dipanjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Skripsi dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Peneliti menyadari bahwa Peneliti tidak akan mampu menyelesaikan skripsi ini tanpa bantuan dan bimbingan yang Peneliti terima. Oleh karena itu, Peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. **Ibu Suharyanti, M.S.M** selaku dosen pembimbing dan juga Kepala Prodi Ilmu Komunikasi yang sudah memberikan arahan, bimbingan dan bantuan kepada Peneliti dari awal proses penulisan hingga skripsi ini selesai. Selain itu, Peneliti juga ingin berterimakasih atas ilmu, dan bantuan yang Peneliti terima selama mengemban pendidikan di program Kelas Karyawan Universitas Bakrie.
2. **Dosen dan Staff Universitas Bakrie** yang sudah banyak memberikan ilmu dan bantuan selama Peneliti kuliah di Kelas Karyawan Universitas Bakrie
3. **Ibu Eli Jamilah Mihardja, M.Si, Ph.D**, selaku dosen pembahas skripsi Peneliti yang juga sudah banyak membantu mengarahkan Peneliti dalam menulis dan merancang proposal dan juga proses penelitian ini.
4. **Ibu Dianingtyas M. Putri, S.Sos., M.Si.**, selaku dosen penguji yang sudah mau meluangkan waktu untuk menguji Peneliti dalam sebuah sidang akhir, meluangkan waktu untuk konsultasi perbaikan demi kesempurnaan skripsi ini.
5. **Dr. Dessy Kania B.A., M.A.**, selaku dosen dan juga berperan sebagai triangulator penelitian ini. Terimakasih sudah meluangkan waktu untuk Peneliti wawancara lewat ZOOM.
6. **Aldin Aditya**, juga selaku triangulator penelitian yang sudah membantu memberikan *insight* yang berguna untuk penelitian.

7. **Keluarga Peneliti.** Orangtua Peneliti, Bapak Anto Leo Saragih dan juga Ibu Hotma Sitorus, serta saudara dan saudari penulis, Hanna, Martha, Putri, Tesa, dan juga Given yang tak henti-hentinya mendoakan Peneliti, memberikan dukungan moril dan materil.
8. **Sahabat Baik Peneliti, The Rumbor.** Elga Saragih, Riris Simarmata, Bella Panggabean dan juga Patricia Saragih. Terimakasih sudah selalu ada untuk menyemangati dan juga menghibur Peneliti selama proses penyusunan skripsi ini.
9. **Saudara dan Saudari Peneliti di Perantauan.** Samuel Saragih dan Maureen Samosir. Terimakasih sudah menjadi teman dan pendengar yang baik yang selalu menyemangati Penulis.
10. **Sahabat Peneliti di Kelas B Kelas Karyawan Ilmu Komunikasi,** khususnya Nury, Fadelia, dan Ratih. Terimakasih sudah berbagi tawa dan kesusahan selama kurang lebih 1,5 tahun.
11. **Teman-teman Peneliti sejak tahun 2015,** Naomi, Isty, Talitha, Yovani, Nabila, Isty, Anput, serta Aiz yang selalu menebarkan energi positif dengan cara mereka sendiri.
12. Semua orang yang turut membantu dan memiliki andil dalam proses penelitian serta penyusunan skripsi ini.

Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu, Peneliti memohon maaf dan maklum, serta sangat menerima kritik dan saran yang membangun yang mungkin bisa berguna baik bagi karya tulis ini dan bagi peneliti sendiri. Akhir kata, Peneliti mengucapkan terimakasih pada siapapun yang sudah membaca dan menjadikan Skripsi ini sebagai referensi. Peneliti berharap penelitian dalam skripsi ini dapat berguna bagi siapapun yang membacanya.

Jakarta, 24 Agustus 2020

Elsa Oktavia Saragih

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Elsa Oktavia Saragih

NIM : 1181903016

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

MEMAHAMI SIKAP GENERASI Z DI JAKARTA MENGENAI KAMPANYE GENRE INDONESIA

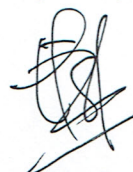
beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Jakarta

Pada Tanggal 24 Agustus 2020

Yang Menyatakan



Elsa Oktavia Saragih

MEMAHAMI SIKAP GENERASI Z DI JAKARTA MENGENAI PESAN GENRE INDONESIA

ELSA OKTAVIA SARAGIH

ABSTRAK

Remaja yang merupakan kelompok Generasi Z adalah pengisi bonus demografi yang akan terjadi di Indonesia beberapa tahun ke depan. Generasi Z lahir dan tumbuh besar bersama dengan kemajuan teknologi dan era globalisasi membuat mereka memiliki keunikan karakteristik yang berbeda dengan generasi-generasi sebelumnya. Karena kemudahan tersebut, banyak faktor pendorong yang membuat Generasi Z menjadi tidak peduli akan apa yang mereka lakukan sepanjang itu menyenangkan bagi mereka. BKKBN sebagai badan yang menanggulangi masalah kependudukan merancang program GenRe Indonesia dengan kampanye “Salam GenRe” dengan tujuan untuk memberi edukasi kepada Generasi Z di Indonesia agar menjadi generasi yang berencana dan menjadi bagian dari bonus demografi yang berkualitas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa sikap dan perilaku generasi Z di wilayah DKI Jakarta mengenai kampanye GenRe Indonesia. Seperti diketahui dari data bahwa persentase *awareness* Generasi Z di Jakarta terhadap GenRe Indonesia merupakan kedua terendah di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap Generasi Z di Jakarta mengenai pesan kampanye GenRe Indonesia ditentukan oleh lingkungan sosial yang mereka tinggali. Selain itu, sikap yang dimiliki Generasi Z di Jakarta diketahui cenderung ke arah negatif atau acuh tak acuh dengan kampanye ini. Salahsatu karakteristik unik Generasi Z yang cenderung memiliki krisis identitas terlihat dari temuan unik yang adalah kepemilikan *second account* pada sosial media.

Kata kunci : Generasi Z, Krisis Identitas, *Second account*, Sikap, Kampanye.

UNDERSTANDING THE ATTITUDES OF GENERATION Z IN JAKARTA ABOUT THE MESSAGE OF GENRE INDONESIA

ELSA OKTAVIA SARAGIH

ABSTRACT

Teenager as the part of Generation Z is also the part of the bonus demography that will happening in Indonesia in the future. Generation Z is born and grow up along with the grow of technology and globalization era make them have some unique character that is different from previous generations. Because of that facilities, there's some push factor that made the Generation Z careless about what they do as long it's made them happy. BKKBN as the institution that is responsible about all the demographic problem make the GenRe Indonesia program with the "Salam GenRe" campaign with the purpose to educate the youngsters and Generation Z in Indonesia to be the generation that have plan about their future and to be the part of demographic bonus that have qualities. This study attempts to analyze attitudes and behavior of Generation Z in Jakarta about GenRe Indonesia campaign. As known from the data that the percentage of Generation Z in Jakarta's awareness about GenRe Indonesia is the second lowest in Indonesia. The result of the research shows that Jakartan Generation Z attitude about GenRe Indonesia campaign regarding the message of GenRe Indonesia campaign determined by social environment they live in. Moreover, the attitude of Jakartan Generation Z known tending toward negative or indifferent about this campaign. One of the unique character that Generation Z has is the identity crisis as seen on the the unique invention that the majority of Generation Z have a second account on their social media.

Keywords: *Generation Z, Attitudes, Campaign.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	13
1.1. Latar Belakang	13
1.2. Rumusan Masalah	22
1.3. Tujuan Penelitian	22
1.4. Manfaat Penelitian	22
1.4.1. Manfaat Teoritis	22
1.4.2. Manfaat Praktis	22
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	23
2.1. Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Penelitian Sebelumnya	23
2.2. Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Kerangka Pemikiran	38
2.3. Kerangka Pemikiran	50
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	51
3.1. Metode Penelitian	51
3.2. Objek dan Subjek Penelitian	52
3.3. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	53

3.4. Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	54
3.5. Teknik Analisis Data	56
3.6. Teknik Pengujian Keabsahan Data	57
3.7. Keterbatasan Penelitian	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	59
4.1.1. Profil GenRe Indonesia	59
4.1.2. Gambaran Umum Subjek Penelitian	69
4.2. Hasil Penelitian	74
4.3. Pembahasan	102
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	103
5.1. Kesimpulan	103
5.2. Saran	104
5.2.1. Saran Teoritis	104
5.2.2. Saran Praktis	105
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Perkiraan PBB (2015 – 2100)	15
Gambar 1.2 Logo Salam GenRe	19
Gambar 2.1 Bagan Teori Planned Behavior	44
Gambar 2.2 Bagan Kerangka pemikiran	51
Gambar 4.1 Pasangan Juara 1 Duta GenRe Indonesia 2019	63
Gambar 4.2 Poster kegiatan perlombaan dalam rangka menyambut hari ulangtahun GenRe Indonesia Prov. Bengkulu	65
Gambar 4.3 Tampilan awal situs resmi GenRe Indonesia	66
Gambar 4.4 Profil Instagram GenRe Indonesia	63
Gambar 4.5 Logo kampanye GenRe Indonesia “Salam GenRe”	68
Gambar 4.6 Informan Alwi.....	70
Gambar 4.7 Informan Cindy	71
Gambar 4.8 Informan Dhamar	71
Gambar 4.9 Informan Aurel.....	72
Gambar 4.10 Wawancara Triangulator Miss DK.....	73
Gambar 4.11 Wawancara Triangulator Duta GenRe	74
Gambar4.12 Bagan penelitian	112

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tabel Distribusi Persentase Remaja yang pernah mendengar informasi tentang GenRe per provinsi 2018	15
Tabel 2.1	Rangkuman penelitian sebelumnya	30
Tabel 3.1	Data informan wawancara sebagai subjek penelitian.....	51
Tabel 3.2	Tabel Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	54
Tabel 4.4	Analisis wawancara dengan triangulator mengenai generasi Z di DKI Jakarta	93
Tabel 4.5	Analisis wawancara dengan triangulator mengenai kampanye GenRe Indonesia	95