Sinergi : Jurnal Ilmiah Multidisiplin
E-ISSN : 3109-0559
Volume 2 Nomor 10 Tahun 2026
Copyright © 2026 The Author(s)
https://publikasi.ahlalkamal.com/index.php/sinergi



Konstruksi Makna Perilaku *News Snacking* pada Generasi Z di Instagram

Novrian Eka Ramadhan[1], Devy Putri Kussanti[2], Keriyono[3]

[1,2]Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta
Email : ryan.contact27@gmail.com [1], devy.dpk@bsi.ac.id[2], keriyono.kro@bsi.ac.id[3]

Abstrak

Fenomena news snacking atau kebiasaan mengonsumsi berita sekilas di media sosial kerap dicap buruk sebagai tanda kemunduran literasi audiens muda. Penelitian ini bertujuan untuk membedah konstruksi makna dan rasionalitas praktis di balik perilaku news snacking pada kelompok Older Generasi Z di platform Instagram. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan tradisi fenomenologi Alfred Schutz, penelitian ini menggali pengalaman hidup tujuh informan melalui wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebiasaan news snacking bukanlah tanda kemunduran berpikir, melainkan strategi adaptasi yang masuk akal terhadap ekosistem media digital yang penuh sesak dengan informasi. Pada dimensi motif sebab (because motives), tindakan ini berakar dari kebutuhan menjaga efisiensi kognitif sebagai cara melindungi diri dari kelelahan mental akibat rumitnya tampilan dan alur portal berita konvensional. Pada dimensi motif tujuan (in-order-to motives), subjek mengonsumsi berita instan demi mempertahankan relevansi sosial dan mendukung pekerjaan tanpa banyak menyita waktu. Pemaknaan yang terbentuk memperlihatkan pergeseran budaya literasi, di mana berita dimanfaatkan secara praktis sebagai panduan situasi, modal pergaulan, serta hiburan visual. Temuan ini menuntut pengelola media informasi digital serta praktisi komunikasi strategis untuk menyusun pesan yang ringkas, bernilai guna langsung, dan selaras dengan batas perhatian audiens digital.

Kata Kunci: Fenomenologi Alfred Schutz, Literasi Digital, News Snacking, Generasi Z

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola konsumsi informasi masyarakat, terutama Generasi Z yang tumbuh bersama internet dan media sosial. Generasi yang lahir pada 1997–2012 ini cenderung mengakses informasi secara cepat melalui konten visual yang ringkas dan menarik (Arum et al., 2023; Yılmaz et al., 2024). Laporan Digital 2025: Indonesia dari We Are Social dan Meltwater menunjukkan bahwa 78,3% masyarakat Indonesia mengandalkan internet untuk mencari informasi dan berita. Dalam konteks ini, Instagram berkembang menjadi ruang publik digital yang dimanfaatkan akun agregator berita seperti @folkative, @ussfeeds, dan @asumsi untuk menyajikan informasi secara singkat dan mudah diakses.

Pola konsumsi tersebut dikenal sebagai news snacking, yaitu kebiasaan mengonsumsi berita secara singkat dan terfragmentasi melalui judul, ringkasan, atau infografis di sela-sela aktivitas sehari-hari (Molyneux, 2017). Perilaku ini semakin relevan di kalangan Generasi Z karena karakteristik media sosial yang cepat dan dinamis serta kecenderungan mengakses konten secara instan (Evita, 2023; Deti & Matondang, 2024). Dinnar & Nossek (2026) menyebut audiens muda sebagai newsers, yaitu kelompok yang mengonsumsi informasi secara sporadis sebagai bagian dari budaya komunikasi sehari-hari. Sementara itu, penelitian Ohme & Mothes (2025) menunjukkan tingginya praktik konsumsi informasi secara singkat, meskipun kajiannya berfokus pada pendekatan kuantitatif terkait kepercayaan.

Namun, penelitian terdahulu masih banyak menitikberatkan pada pengukuran frekuensi akses, literasi, dan tingkat kepercayaan, sehingga pengalaman subjektif serta makna news snacking bagi Generasi Z belum banyak dikaji secara mendalam. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan fenomenologi sosial Alfred Schutz untuk memahami pengalaman dan motif yang mendasari normalisasi perilaku tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini berjudul "Konstruksi Makna Perilaku News Snacking pada Generasi Z di Instagram."

KAJIAN LITERATUR

1. Teori Fenomenologi Sosial

Fenomenologi sosial Alfred Schutz memandang individu sebagai aktor aktif yang membangun makna berdasarkan pengalaman dan interaksi dalam kehidupan sehari-hari (Lebenswelt) (Main et al., 2018; Tumangkeng & Maramis, 2022). Makna terbentuk melalui proses subjektif ketika individu menafsirkan pengalaman baru berdasarkan pengetahuan dan pengalaman sebelumnya. Schutz membagi motif tindakan menjadi because-motives, yaitu alasan yang bersumber dari pengalaman masa lalu, dan in-order-to motives, yaitu tujuan yang ingin dicapai melalui tindakan (Main et al., 2018). Dalam penelitian ini, teori tersebut digunakan untuk memahami pengalaman, makna, serta motif Generasi Z dalam melakukan news snacking di Instagram.

2. Media Sosial

Media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan pengguna berbagi informasi, membuat konten, dan berinteraksi di ruang virtual (Qadir, 2024). Kehadirannya mengubah pola konsumsi informasi masyarakat, khususnya Generasi Z

yang memanfaatkan media sosial untuk memperoleh berita secara cepat dan praktis. Kondisi ini mendorong kebiasaan mengonsumsi informasi secara singkat melalui beranda media sosial tanpa selalu membaca berita secara menyeluruh.

3. Instagram

Instagram merupakan media sosial yang digunakan Generasi Z untuk berkomunikasi, mengekspresikan diri, mengikuti tren, dan memperoleh informasi (Yuliana et al., 2025). Fitur feeds, stories, reels, dan live mendukung penyebaran informasi melalui konten visual yang interaktif dan mudah dipahami (Hakim et al., 2024). Selain sebagai sarana komunikasi dan hiburan, Instagram juga menjadi sumber informasi yang praktis karena memungkinkan audiens mengakses berita secara cepat dan ringkas (Herawati & Tandyonomanu, 2025). Karakteristik tersebut menjadikan Instagram relevan untuk mengkaji fenomena news snacking pada Generasi Z.

4. Generasi Z

Generasi Z merupakan kelompok masyarakat yang lahir pada 1997–2012 dan dikenal sebagai generasi digital native yang tumbuh bersama internet, media sosial, serta perangkat digital (Arum et al., 2023; Matang et al., 2023). Meskipun memiliki kedekatan dengan teknologi, Generasi Z tidak bersifat homogen karena perbedaan usia dan fase kehidupan turut memengaruhi cara mereka menggunakan media sosial (IDN Research Institute, 2022). Kebiasaan mengakses informasi secara cepat, memproses konten visual, dan melakukan berbagai aktivitas digital secara bersamaan membentuk pola komunikasi yang dinamis. Karakteristik tersebut menjadikan Generasi Z relevan untuk mengkaji fenomena news snacking, yaitu kebiasaan mengonsumsi berita secara singkat dan terfragmentasi melalui media sosial.

5. Perilaku News Snacking

News snacking merupakan perilaku mengonsumsi berita secara singkat, terpotong-potong, dan berulang melalui media digital tanpa membaca keseluruhan artikel. Ohme & Mothes (2025) mengkaji praktik ini dalam kaitannya dengan pengetahuan politik masyarakat. Dalam perspektif fenomenologi sosial Alfred Schutz, perilaku news snacking dipahami sebagai tindakan yang memiliki makna dan motif subjektif, bukan sekadar respons terhadap algoritma media sosial. Motif tersebut terbagi

menjadi because-motives, yaitu alasan yang berakar pada pengalaman dan kebiasaan masa lalu, serta in-order-to motives, yaitu tujuan yang ingin dicapai melalui tindakan (Main et al., 2018; Tumangkeng & Maramis, 2022). Dalam penelitian ini, kedua motif tersebut digunakan untuk memahami bagaimana Generasi Z memaknai kebiasaan mengonsumsi berita singkat di Instagram sebagai bentuk adaptasi terhadap arus informasi digital, efisiensi waktu, dan kebutuhan untuk tetap terhubung dengan lingkungan sosialnya.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi untuk memahami pengalaman subjektif Generasi Z dalam memaknai perilaku news snacking di Instagram (Hardani et al., 2020; Siswanto et al., 2024). Paradigma yang digunakan adalah konstruktivisme sosial, yang memandang makna sebagai hasil konstruksi individu melalui pengalaman dan interaksi sosial (Saleh et al., 2026). Penelitian dilaksanakan pada April–Juli 2026 dengan lokasi virtual di Instagram, khususnya akun agregator informasi seperti @folkative dan @ussfeeds, serta wawancara yang dilakukan secara langsung maupun daring. Unit analisis penelitian mencakup pengalaman konsumsi berita singkat, motif tindakan, dan adaptasi Generasi Z terhadap lingkungan digital. Konsep utama yang dikaji meliputi Generasi Z sebagai kelompok yang tumbuh bersama teknologi digital (Handayani & Rahmah, 2023), news snacking sebagai kebiasaan mengonsumsi berita secara singkat dan terfragmentasi, serta incidental news exposure sebagai paparan berita yang terjadi tanpa adanya niat awal untuk mencari informasi (Realita & Setiadi, 2022). Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria yang relevan dengan tujuan penelitian, yaitu tujuh individu kelompok Older Gen Z berusia 22–24 tahun yang aktif menggunakan Instagram, terbiasa mengonsumsi berita singkat, dan pernah mengalami paparan berita tidak sengaja (Hardani et al., 2020; Asista et al., 2026). Pengumpulan data dilakukan melalui observasi nonpartisipatif, wawancara tidak terstruktur, dokumentasi berupa tangkapan layar konten dan rekaman wawancara, serta studi pustaka dari sumber ilmiah yang relevan (Fiantika et al., 2022; Siswanto et al., 2024; Adlini et al., 2022; Arcanita et al., 2023). Data dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman (2014), yang meliputi kondensasi data, penyajian data dalam bentuk narasi dan matriks fenomenologis, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Analisis difokuskan pada konsep Lebenswelt, because-motives yang menjelaskan latar belakang pengalaman masa lalu, dan in-order-to motives yang mengungkap tujuan di balik perilaku

konsumsi berita singkat (Main et al., 2018; Tumangkeng & Maramis, 2022). Melalui tahapan tersebut, penelitian ini bertujuan mengungkap bagaimana Generasi Z membangun makna dan menormalisasi perilaku news snacking sebagai bagian dari kebiasaan konsumsi informasi sehari-hari di Instagram.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku news snacking pada Generasi Z terbentuk melalui pengalaman subjektif, kebiasaan konsumsi informasi, serta tujuan sosial yang melatarbelakangi tindakan mereka di Instagram. Berdasarkan fenomenologi sosial Alfred Schutz, Instagram telah menjadi bagian dari Lebenswelt informan, yang awalnya digunakan untuk mencari hiburan, tetapi kemudian menjadi ruang paparan berita secara tidak sengaja melalui algoritma, fitur Explore dan Reels, serta interaksi dengan teman. Pengalaman tersebut membentuk because-motives, yaitu kebiasaan masa lalu yang mendorong informan memilih berita singkat karena dianggap lebih praktis, hemat waktu, dan tidak menguras energi kognitif dibandingkan membaca berita secara lengkap. Sementara itu, in-order-to motives menunjukkan bahwa konsumsi berita singkat juga bertujuan memenuhi kebutuhan sosial, seperti menghindari FOMO, memperoleh bahan obrolan, berbagi informasi dengan teman, dan memahami sudut pandang orang lain melalui kolom komentar. Pertemuan kedua motif tersebut menghasilkan konstruksi makna bahwa berita merupakan informasi praktis yang dapat dikonsumsi secara cepat untuk memenuhi kebutuhan sesaat dan mendukung interaksi sosial. Dengan demikian, news snacking tidak hanya menjadi bentuk adaptasi terhadap derasnya arus informasi digital, tetapi juga mencerminkan perubahan cara Generasi Z memahami efisiensi dalam mengakses berita. Namun, kecenderungan mengandalkan ringkasan dan caption tanpa memeriksa sumber asli juga menunjukkan adanya potensi keterbatasan dalam memperoleh informasi secara utuh dan terverifikasi.

PEMBAHASAN

Pembahasan penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena news snacking pada Generasi Z di Instagram merupakan tindakan sosial yang terbentuk melalui pengalaman sehari-hari, kebiasaan masa lalu, dan tujuan yang ingin dicapai. Berdasarkan fenomenologi sosial Alfred Schutz, informan tidak sepenuhnya pasif dalam menerima berita insidental karena mereka tetap melakukan seleksi informasi sesuai kebutuhan, minat, dan batas kemampuan kognitifnya. Kebiasaan mengonsumsi berita secara singkat dipengaruhi oleh karakteristik

ekosistem digital yang mengutamakan kecepatan dan visualisasi, serta kebutuhan informan untuk menghemat waktu dan energi mental. Selain itu, berita juga dimaknai sebagai sarana mempertahankan hubungan sosial, menghindari FOMO, memperoleh sudut pandang baru, serta mendukung kebutuhan profesional dan kreativitas. Temuan ini memperlihatkan bahwa news snacking merupakan bentuk adaptasi praktis terhadap derasnya arus informasi digital, bukan semata-mata tanda kemalasan membaca. Namun, kecenderungan mengandalkan infografis dan caption tanpa menelusuri sumber asli tetap berpotensi membatasi pemahaman terhadap konteks dan keakuratan berita. Oleh karena itu, konstruksi makna news snacking pada Generasi Z memperlihatkan pergeseran fungsi berita dari bacaan untuk memperoleh pemahaman mendalam menjadi informasi ringkas yang digunakan secara praktis untuk memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial, dengan tetap memerlukan sikap kritis dalam memverifikasi informasi.

KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku news snacking pada Older Generasi Z di Instagram merupakan bentuk adaptasi rasional terhadap derasnya arus informasi digital, bukan semata-mata indikasi penurunan literasi. Berdasarkan fenomenologi sosial Alfred Schutz, perilaku ini dipengaruhi oleh because-motives, yaitu pengalaman masa lalu yang membentuk preferensi terhadap berita singkat, praktis, dan mudah dipahami untuk menghemat waktu serta energi kognitif. Sementara itu, in-order-to motives menunjukkan bahwa konsumsi berita singkat bertujuan menjaga relevansi sosial dan profesional, menghindari FOMO, membangun interaksi, serta memperoleh inspirasi kreatif. Perpaduan kedua motif tersebut membentuk pemaknaan berita sebagai sumber informasi praktis yang dapat dimanfaatkan sesuai kebutuhan sehari-hari, mulai dari hiburan hingga modal sosial dan profesional. Dengan demikian, Older Generasi Z bukan sekadar penerima informasi pasif, melainkan individu yang secara aktif menyeleksi dan memanfaatkan berita sesuai dengan situasi serta tujuan mereka. Meski demikian, kebiasaan mengandalkan informasi ringkas tetap perlu diimbangi dengan verifikasi sumber agar pemahaman terhadap konteks dan keakuratan berita tetap terjaga.

DAFTAR PUSTAKA

Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, *6*(1), 974–980.

https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394

Arcanita, R., Putrajaya, G., Warsah, I., & Istan, M. (2023). Kiat Penelitian Dengan Model Pendekatan Telaah Kepustakaan. *Tik Ilmeu : Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, *7*(1), 117. https://doi.org/10.29240/tik.v7i1.6494

Arum, S. L., Zahrani, A., & Duha, A. N. (2023). KARAKTERISTIK GENERASI Z DAN KESIAPANNYA DALAM MENGHADAPI BONUS DEMOGRAFI 2030. *Accounting Student Research Journal*, *2*(2), 123–142.

Asista, D. E., Agustina, R., Fadel, M. A., Razzaq, A., Islam, U., & Raden, N. (2026). *Pola Komunikasi Generasi Z dalam Menggunakan Media Sosial pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Uin Raden Fatah Palembang Communication Patterns Of Generation Z In The Use Of Social Media Among Communication Students At Uin Raden Fatah Palembang*. *10*, 4762–4772.

Deti, W. O. D., & Matondang, M. A. (2024). Pola Konsumsi Berita dalam Era Digital: Perbandingan Preferensi Generasi Z Terhadap Sumber Berita Tradisional dan Modern. *Tapis : Jurnal Penelitian Ilmiah*, *8*(2), 225. https://doi.org/10.32332/tapis.v8i2.9454

Dinnar, S., & Nossek, H. (2026). *Exploring News Consumption and Political and Civic Participation among Youth*. *22*(1), 78–97.

Evita, N. (2023). *GENERASI Z DALAM PEMILU : POLA BERMEDIA GENERASI Z DALAM PENCARIAN INFORMASI POLITIK GENERATION Z IN ELECTIONS : MEDIA PATTERNS OF GENERATION Z IN POLITICAL INFORMATION SEEKING PENDAHULUAN Generasi Z saat ini menjadi generasi yang menarik untuk dikaji di*. 47–66.

Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., Jonata, Mashudi, I., Hasanah, N., Maharani, A., Ambarwati, K., Noflidaputri, R., Nuryami, & Waris, L. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Rake Sarasin*. https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en

Hakim, H. I., Maura, G., & Polin, I. (2024). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Bagi Kalangan Generasi Z PENDAHULUAN Dengan kehadiran media sosial di era digitalisasi ini sangat memudahkan Masyarakat dalam memperoleh informasi dengan singkat dan dapat diakses kapanpun . Hal i*. *10*, 489–505.

Handayani, R., & Rahmah, L. F. (2023). Pengaruh Aktualisasi Diri dan Media Sosial terhadap Minat Generasi Z dalam Berwirausaha di Kota Padangsidimpuan. *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah FDIK IAIN Padangsidimpuan*, *5*(1), 175–192. https://doi.org/10.24952/tadbir.v5i1.8321

Hardani, Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., S.Si., M. P. R. A. F., S.Si., M. S. J. U., M.Farm., A. E. F. U., S.Si., M. S. D. J. S., & Ria Rahmatul Istiqomah, M. I. K. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. In *Antimicrobial Agents and Chemotherapy* (Vol. 58, Number 12).

Herawati, A., & Tandyonomanu, D. (2025). *PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @IBUPEDIA_ID TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI PARENTING (SURVEI PADA FOLLOWERS INSTAGRAM @IBUPEDIA_ID)*. *9*(1), 422–432.

IDN Research Insti. (2022). Indonesia Gen-Z Report 2022. *IDN Research Institute*, *11*(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

Main, A., Farid, M., Setyowati, N., Siahaan, S., Jatiningsih, O., Adib, M., Muwaffiqillah, M., & Rusmanto, J. (2018). *Fenomenologi Dalam Penelitian ilmu Sosial*.

Molyneux, L. (2017). MOBILE NEWS CONSUMPTION A habit of snacking. *Digital Journalism*, 1–17. https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1334567

Ohme, J., & Mothes, C. (2025). News snacking and political learning: changing opportunity structures of digital platform news use and political knowledge. *Journal of Information Technology and Politics*, *22*(1), 1–15. https://doi.org/10.1080/19331681.2023.2193579

Qadir, A. (2024). *MEDIA SOSIAL (DEFINISI, SEJARAH DAN JENIS-JENISNYA)*. *3*(6), 2713–2724.

Realita, E., & Setiadi, U. (2022). Konsumsi Berita Insidental di Media Sosial pada Generasi Dewasa. *Jurnal Riset Komunikasi*, *5*(1), 99–112. https://doi.org/10.38194/jurkom.v5i1.437

Saleh, M., Yuliasti, I., & Nadir, S. W. (2026). *Reinterpretasi Paradigma Penelitian Kualitatif di Era Kecerdasan Buatan*. *4*(4), 412–418.

Siswanto, E., Hayati, A., Farhana, H., Andrini, S., Yulianto, A., Utomo tri, Y., Rahayu, T., Darlen, F. M., Musta'ana, Listiani, Sam, F. N., Trigunadi, A., & Wau, S. (2024). *Buku Ajar Metode Penelitian Kualitatif* (Vol. 2).

Tumangkeng, S. Y. L., & Maramis, J. B. (2022). *KAJIAN PENDEKATAN FENOMENOLOGI: LITERATURE REVIEW*. *23*(1), 14–32.

Yılmaz, S., Collins, A., & Ali, S. A. (2024). *Coming to Terms with the Digital Natives: Understanding the Marketing Sensitivities of GenZers as Hospitality Consumers*. *1*, 171–174. https://doi.org/10.1007/978-3-031-58839-6_18

Yuliana, M. E., Wahyu, D., Arini, W., & Renjani, I. A. (2025). *Analisis Instagram terhadap Gaya Hidup dan Pola Komunikasi pada Remaja Karang Taruna Cempaka Putih , Kecamatan Gondangrejo, Karanganyar*. *6*(1), 128–138.