

Presensi jurnalistik media TV bagi milenial di era 4.0

Ulvi Haryanti^{1*}, M. Yoserizal Saragih²

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

*Email korespondensi: ulviharyanti003@gmail.com

Diterima: 30 Maret 2025; Direvisi: 26 April 2025; Terbit: 30 April 2025

Abstract

This study discusses the dynamics of changes in media consumption behavior by the millennial generation in Medan City, with a special focus on how they access and interpret the existence of television media amidst the advancement of the digital era 4.0. In this context, the millennial generation is known as an age group that grew and developed amidst the rapid advancement of digital technology and massive internet penetration. They are a generation that is not only familiar with, but also highly dependent on digital devices in their daily lives. This tendency directly influences their patterns in accessing information, consuming entertainment, interacting socially, and forming views, attitudes, and opinions on various issues. The main problem in this study is how the millennial generation responds to the presence of television media amidst the dominance of digital platforms, and how television media strives to maintain its relevance in the eyes of an increasingly selective young audience. The purpose of this study is to explore the preferences, perceptions, and subjective experiences of the millennial generation towards media consumption, and to understand how television media is positioned in the media landscape that is now dominated by internet-based platforms. This study uses a qualitative descriptive method, with data collection techniques through participatory observation and in-depth interviews with a number of millennials in Medan City. The results of the study show that most millennials tend to choose digital media such as YouTube, Netflix, and social media because of the desire for time, freedom to choose content, and aspects of interactivity. However, television media still has its own place, especially for content that is informative, formal, and has high credibility such as news or documentaries.

Keywords: Digital Era 4.0; digital transformation; journalism; millennials; social media; TV media.

Abstrak

Penelitian ini membahas dinamika perubahan perilaku konsumsi media oleh generasi milenial di Kota Medan, dengan fokus khusus pada cara mereka mengakses dan memaknai keberadaan media televisi di tengah kemajuan era digital 4.0. Dalam konteks ini, generasi milenial dikenal sebagai kelompok usia yang tumbuh dan berkembang di tengah pesatnya kemajuan teknologi digital dan penetrasi internet yang masif. Mereka merupakan generasi yang tidak hanya akrab, tetapi juga sangat tergantung pada perangkat digital dalam kehidupan sehari-hari. Kecenderungan ini secara langsung memengaruhi pola mereka dalam mengakses informasi, mengonsumsi hiburan, berinteraksi sosial, serta membentuk pandangan, sikap, dan opini terhadap berbagai isu. Masalah utama dalam penelitian ini adalah bagaimana generasi milenial merespons kehadiran media televisi di tengah dominasi platform digital, serta bagaimana media televisi berupaya untuk mempertahankan relevansinya di mata audiens muda yang semakin selektif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi preferensi, persepsi, dan pengalaman subjektif generasi milenial terhadap konsumsi media, serta untuk memahami bagaimana media televisi diposisikan dalam lanskap media yang kini didominasi oleh platform berbasis internet. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi partisipatif dan wawancara mendalam terhadap sejumlah milenial di Kota Medan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas milenial cenderung memilih media digital seperti YouTube, Netflix, dan media sosial karena alasan fleksibilitas waktu, kebebasan memilih konten, serta aspek interaktivitas. Namun demikian, media televisi masih memiliki tempat tersendiri, terutama untuk konten-konten yang bersifat informatif, formal, dan memiliki kredibilitas tinggi seperti berita atau dokumenter.

Kata-kata kunci: Era digital 4.0; jurnalistik; media TV; media sosial; milenial; transformasi digital.

Pendahuluan

Perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi (TIK) di era 4.0 telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk cara masyarakat mengakses informasi. Dengan hadirnya revolusi digital, teknologi seperti internet, media sosial, dan perangkat mobile menjadi pilar utama dalam kehidupan sehari-hari (Ratnasari & Tolapa, 2022). Generasi milenial, yang dikenal sangat akrab dengan teknologi, memanfaatkan perangkat ini untuk mendapatkan informasi dengan cepat dan efisien. Mereka cenderung lebih memilih media digital dibandingkan media konvensional seperti televisi. Namun, media TV masih berusaha mempertahankan relevansinya dengan mengadopsi teknologi terbaru untuk menjangkau khalayak yang lebih luas.

Sebagaimana yang disebutkan dalam Al-Qur'an:

نَادِمِينَ فَعَلْتُمْ مَا عَلَىٰ قُلُوبِهِمْ أَفَظَنُّوا بِجَهَالَةٍ قَوْمًا تُصِيبُوا أَنْ فَتَنَّا بِنَبَأٍ فَاسِقٍ جَاءَكُمْ إِنْ آمَنُوا الَّذِينَ آتَاهَا يَا

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu seorang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu." (Q.S. Al-Hujurat: 6)

Ayat ini menekankan pentingnya verifikasi informasi sebelum menyebarkannya, yang sangat relevan dalam era digital saat ini, di mana penyebaran berita hoaks dan informasi yang tidak valid semakin meningkat. Generasi milenial sebagai konsumen utama media digital harus lebih selektif dalam menerima informasi, terutama dengan banyaknya sumber berita yang bersaing, termasuk media televisi yang berusaha mempertahankan kepercayaan audiensnya. Dalam konteks penelitian ini, media TV di era 4.0 perlu meningkatkan akurasi dan kualitas jurnalistik mereka agar tetap menjadi sumber informasi yang kredibel bagi generasi milenial yang kritis dalam mengonsumsi berita.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah mengkaji hubungan antara media televisi dan perilaku generasi milenial di era digital. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati (2020) berjudul "Perubahan Pola Konsumsi Media di Kalangan Milenial" menemukan bahwa televisi mulai tergeser oleh platform digital seperti YouTube dan layanan streaming lainnya, meskipun masih memiliki peran dalam menyampaikan berita-berita aktual. Studi ini menunjukkan adanya pergeseran preferensi, namun tidak secara langsung membahas nilai jurnalistik media TV itu sendiri. Sementara itu, Firmansyah (2021) dalam penelitiannya yang berjudul "Relevansi Televisi sebagai Media Informasi di Era Digital" menyoroti bahwa

meskipun media sosial semakin mendominasi, televisi masih dianggap sebagai sumber informasi yang lebih kredibel, terutama dalam menyampaikan berita nasional dan internasional. Namun, penelitian ini tidak secara khusus membahas respons generasi milenial terhadap bentuk penyajian jurnalistik di televisi. Penelitian lain oleh Sari dan Nugroho (2022) berjudul “Preferensi Generasi Milenial terhadap Media Massa di Era 4.0” menyimpulkan bahwa generasi milenial lebih tertarik pada konten visual yang cepat, ringkas, dan interaktif. Meskipun demikian, studi ini lebih menekankan pada aspek teknologinya dibanding pada nilai-nilai jurnalistik yang ditampilkan oleh media TV.

Berdasarkan beberapa penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa studi mengenai konsumsi media oleh generasi milenial telah banyak dilakukan, namun masih terdapat ruang untuk menelaah lebih jauh bagaimana generasi ini memaknai presensi jurnalistik media televisi yakni aspek profesionalisme, objektivitas, kredibilitas, serta cara penyampaian informasi di tengah arus disrupsi media digital. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya untuk mengisi celah tersebut dengan menggambarkan secara mendalam bagaimana generasi milenial di Kota Medan melihat dan menanggapi peran media televisi sebagai sumber informasi jurnalistik dalam Era 4.0.

Media TV kini bertransformasi untuk menghadapi tantangan di era digital. Salah satu perubahan yang signifikan adalah adaptasi terhadap platform digital dan penyediaan layanan berbasis internet, seperti streaming (Saragih, 2019). Hal ini menjadi bagian penting dalam menjaga presensi jurnalistik media TV di era 4.0, di mana informasi dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Milenial yang terbiasa dengan konsumsi informasi secara instan dan fleksibel lebih tertarik pada konten yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka, seperti video-on-demand dan program interaktif yang dapat diakses melalui gawai pribadi (Putra et al., 2023).

Selain itu, perkembangan TIK juga memengaruhi cara penyajian informasi oleh media televisi. Dalam upaya menarik minat milenial, media TV kini memanfaatkan teknologi seperti kecerdasan buatan (AI) dan analisis data besar (big data) untuk menyajikan konten yang lebih relevan dan personal. Jurnalistik televisi semakin banyak menggunakan teknologi untuk melakukan liputan secara real-time, dengan pengeditan cepat dan distribusi yang luas melalui berbagai platform digital. Inovasi ini tidak hanya membantu media TV bersaing dengan platform digital lainnya, tetapi juga memudahkan milenial dalam mengakses informasi yang sesuai dengan preferensi dan gaya hidup mereka (Yasha langitta setiawan et al., 2023).

Di era 4.0, kolaborasi antara teknologi dan jurnalistik menjadi sangat penting bagi kelangsungan media TV. Teknologi mempercepat proses produksi dan distribusi berita, sementara platform digital memperluas jangkauan audiens. Milenial sebagai generasi yang dinamis dan peka terhadap teknologi, mengharapkan pengalaman menonton yang lebih interaktif dan responsif, sesuatu yang terus diupayakan oleh media televisi dalam menghadapi perubahan yang cepat di era ini (Saragih, 2023).

Dengan begitu, perkembangan TIK di era 4.0 telah membawa perubahan fundamental dalam lanskap jurnalistik, khususnya bagi media TV. Dalam menghadapi perubahan ini, media TV harus terus berinovasi untuk memenuhi kebutuhan milenial, baik dalam hal konten maupun cara penyampaian informasi. Perubahan perilaku konsumsi media pada generasi milenial di era 4.0 sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Milenial, yang tumbuh bersama dengan perkembangan internet dan teknologi digital, menunjukkan pergeseran signifikan dalam cara mereka mengonsumsi informasi dibandingkan generasi sebelumnya. Mereka lebih memilih platform digital seperti media sosial, portal berita online, dan aplikasi streaming video daripada media konvensional seperti televisi, radio, atau surat kabar cetak. Hal ini terjadi karena teknologi digital memungkinkan akses cepat dan fleksibel, di mana informasi dapat diperoleh kapan saja dan di mana saja melalui perangkat mobile (Audinovic, 2021).

Salah satu perubahan utama dalam perilaku konsumsi media milenial adalah preferensi mereka terhadap konten yang bersifat on-demand dan personalisasi. Layanan streaming seperti YouTube, Netflix, dan platform media sosial menawarkan kebebasan bagi milenial untuk memilih kapan dan bagaimana mereka ingin mengonsumsi konten. Konten yang dipersonalisasi melalui algoritma berbasis data besar juga menjadi daya tarik utama, karena generasi ini menghargai pengalaman yang relevan dengan minat dan kebutuhan mereka. Mereka tidak lagi terikat pada jadwal tayangan televisi atau format berita tradisional, tetapi lebih memilih untuk mengatur sendiri pengalaman media mereka (Haqqu & Azwar Eryad, 2020).

Interaksi aktif dengan media juga menjadi ciri khas konsumsi media generasi milenial. Mereka tidak hanya berperan sebagai konsumen pasif, tetapi juga sebagai kreator dan kurator konten. Melalui platform seperti Instagram, TikTok, dan Twitter, milenial secara aktif berbagi pandangan, memproduksi konten, serta berpartisipasi dalam diskusi publik. Hal ini berbeda dengan generasi sebelumnya yang lebih terbiasa dengan konsumsi media satu arah dari

penyedia konten. Partisipasi aktif milenial dalam menciptakan dan menyebarkan informasi telah mengubah dinamika media dan jurnalistik di era digital (Tarigan & Saragih, 2023).

Perubahan perilaku konsumsi media oleh generasi milenial ini juga menyoroti pentingnya penggunaan format media yang lebih visual, dinamis, dan interaktif. Dalam keseharian mereka yang sangat terikat pada perangkat digital, milenial menunjukkan ketertarikan yang lebih besar terhadap konten yang dikemas dengan tampilan visual menarik, seperti video pendek berdurasi singkat, infografis yang informatif, serta cerita visual berbasis gambar yang mampu menyampaikan pesan secara ringkas namun kuat. Mereka mengapresiasi konten yang tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga menyajikan informasi secara langsung, padat, dan mudah dipahami dalam waktu singkat.

Gaya hidup digital yang serba cepat dan multitasking membuat rentang perhatian mereka menjadi lebih singkat, sehingga menuntut bentuk penyajian yang efisien dan tidak bertele-tele. Dalam konteks ini, konten yang dapat diakses secara instan, disampaikan secara kreatif, dan mampu menghadirkan elemen partisipatif atau interaksi dua arah dengan audiens menjadi kunci utama dalam menarik dan mempertahankan perhatian mereka. Tidak hanya mengonsumsi, milenial juga ingin merasa menjadi bagian dari pengalaman media itu sendiri—baik melalui komentar, berbagi konten, maupun partisipasi dalam diskusi online. Oleh karena itu, media yang mampu menghadirkan pengalaman visual yang kuat dan memungkinkan interaksi sosial secara langsung memiliki daya tarik yang jauh lebih tinggi di mata generasi ini.

Dengan adanya pergeseran pola konsumsi media yang signifikan di kalangan generasi milenial, industri media—termasuk media televisi—dihadapkan pada kebutuhan mendesak untuk beradaptasi dan merumuskan ulang strategi komunikasi mereka agar tetap relevan dan mampu bersaing dalam ekosistem media yang terus berkembang. Generasi milenial, yang sangat terbiasa dengan kehadiran teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari, menuntut pengalaman media yang lebih personal, fleksibel, cepat, dan terintegrasi dengan dunia digital yang mereka jalani.

Oleh karena itu, media televisi tidak hanya dituntut untuk memodifikasi cara penyajian kontennya, tetapi juga perlu melakukan integrasi menyeluruh dengan platform digital seperti media sosial, layanan streaming, hingga aplikasi mobile berbasis internet. Penyediaan konten yang sesuai dengan selera, gaya hidup, dan nilai-nilai yang dijunjung milenial menjadi sangat penting. Selain itu, pemanfaatan teknologi mutakhir seperti kecerdasan buatan (AI) dan big

data analytics juga dapat membantu dalam menciptakan sistem personalisasi konten yang lebih akurat dan relevan bagi masing-masing individu.

Tantangan besar lainnya adalah bagaimana media televisi mempertahankan eksistensinya di tengah disrupsi media digital. Generasi milenial lebih menyukai akses instan, kebebasan memilih, serta interaktivitas yang tidak banyak ditawarkan oleh format televisi konvensional. Platform seperti YouTube, Netflix, dan berbagai media sosial memberikan ruang bagi milenial untuk menjadi konsumen sekaligus kreator konten. Dalam konteks ini, televisi dituntut untuk tidak hanya menyajikan informasi satu arah, tetapi juga membuka ruang dialog, partisipasi, dan keterlibatan audiens secara aktif. Jika tidak mampu menjawab kebutuhan tersebut, media televisi berisiko kehilangan daya tariknya dan semakin ditinggalkan oleh generasi muda yang menjadi bagian dari masa depan industri media.

Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi oleh industri media, khususnya media televisi, adalah perubahan signifikan dalam preferensi konsumsi media generasi milenial, yang kini lebih condong pada konten on-demand dibandingkan dengan konten yang disiarkan secara terjadwal. Pergeseran ini tidak hanya mencerminkan perubahan teknologi, tetapi juga mencerminkan perubahan nilai, gaya hidup, dan harapan generasi muda terhadap cara mereka mengakses informasi dan hiburan.

Milenial sangat menghargai kebebasan dan fleksibilitas dalam mengatur waktu konsumsi media mereka. Mereka tidak lagi merasa terikat oleh jadwal siaran televisi yang kaku, melainkan lebih memilih model konsumsi yang memungkinkan mereka untuk menonton konten kapan saja, di mana saja, sesuai dengan ketersediaan waktu dan suasana hati mereka. Konsep "primetime" dalam televisi konvensional mulai kehilangan maknanya di mata generasi ini, karena mereka dapat menciptakan "waktu utama" mereka sendiri melalui platform digital seperti YouTube, Netflix, atau layanan streaming lainnya.

Lebih dari sekadar kenyamanan, kebebasan memilih waktu dan jenis konten juga menjadi bagian dari ekspresi identitas digital mereka. Dalam dunia yang serba cepat dan multitasking, mereka cenderung menghindari keterikatan pada rutinitas jadwal media, dan sebaliknya memilih pengalaman media yang lebih pribadi, mandiri, dan sesuai dengan preferensi individu. Tantangan bagi media televisi adalah bagaimana bisa mengakomodasi kebutuhan akan fleksibilitas ini tanpa kehilangan esensi dari konten yang disajikan, serta bagaimana memadukan pendekatan tradisional dengan format digital yang lebih adaptif dan responsif terhadap perubahan perilaku audiens. Mereka lebih memilih layanan streaming yang memungkinkan mereka untuk memilih konten sesuai minat pribadi dan menontonnya tanpa

jeda iklan yang mengganggu. Ini membuat media TV tradisional harus menyesuaikan strategi dengan menyediakan layanan streaming atau program yang dapat diakses secara fleksibel untuk menarik kembali perhatian audiens muda (Nugroho & Syas, 2019).

Tantangan kedua adalah keterbatasan interaktivitas yang dimiliki oleh media TV dibandingkan dengan platform digital. Milenial cenderung aktif dalam berpartisipasi dan berinteraksi dengan konten, baik melalui komentar, berbagi, atau bahkan memproduksi konten mereka sendiri. Sementara media sosial memberikan ruang bagi milenial untuk langsung merespons dan berinteraksi dengan kreator atau sesama pengguna, media TV seringkali bersifat satu arah, di mana penonton hanya menjadi konsumen pasif. Untuk mengatasi hal ini, beberapa stasiun TV mulai mengadopsi strategi interaktif, seperti polling live, integrasi media sosial, dan program yang melibatkan audiens secara langsung. Namun, interaktivitas ini masih terbatas dibandingkan dengan platform digital yang sepenuhnya mengakomodasi partisipasi aktif (Aliudin & Arisanty, 2019).

Perkembangan teknologi juga menjadi tantangan penting bagi media TV. Generasi milenial sangat terbiasa dengan kecanggihan teknologi dan berbagai inovasi yang ditawarkan oleh platform digital, seperti algoritma personalisasi, kecerdasan buatan, dan layanan berbasis data besar yang memungkinkan pengalaman yang lebih dipersonalisasi. Media TV, di sisi lain, seringkali terbatas dalam hal inovasi teknologi ini. Agar bisa bersaing, TV perlu lebih kreatif dalam menggunakan teknologi baru untuk meningkatkan pengalaman menonton, misalnya melalui integrasi teknologi augmented reality (AR) atau virtual reality (VR) dalam penyiaran, serta pemanfaatan data untuk menyajikan konten yang lebih sesuai dengan preferensi individu.

Kebiasaan multitasking milenial juga menjadi tantangan tersendiri. Generasi ini cenderung mengonsumsi informasi dari berbagai sumber secara bersamaan, sering kali sambil melakukan aktivitas lain. Ketika menonton TV, mereka mungkin juga menggunakan ponsel untuk mengecek media sosial atau mencari informasi tambahan terkait program yang mereka tonton. Hal ini memecah fokus mereka dan mengurangi daya tarik media TV sebagai sumber informasi atau hiburan tunggal. Untuk menarik kembali perhatian milenial, media TV perlu menciptakan konten yang lebih menarik dan relevan yang mampu bersaing dengan berbagai sumber informasi lain yang tersedia secara instan di internet (Ratnasari & Tolapa, 2022).

Persaingan dengan konten yang dibuat oleh kreator independen di platform seperti YouTube atau TikTok juga menjadi tantangan serius bagi media TV. Konten kreator independen seringkali lebih cepat dalam menanggapi tren, menawarkan konten yang lebih segar, dan lebih mampu berinteraksi langsung dengan audiensnya. Mereka juga lebih mudah

beradaptasi dengan perubahan selera dan minat milenial, sementara media TV cenderung lebih lambat dalam berinovasi dan mengubah format programnya. Untuk bersaing, media TV harus lebih responsif terhadap tren terbaru dan bersedia mengambil risiko dalam menciptakan konten yang lebih sesuai dengan audiens muda.

Secara keseluruhan, tantangan yang dihadapi media TV dalam mempertahankan audiens milenial sangat kompleks. Media TV perlu berinovasi secara terus-menerus, baik dari segi teknologi maupun format konten, agar tetap relevan di mata generasi yang lebih terbiasa dengan dunia digital. Langkah-langkah seperti adaptasi teknologi, interaksi lebih langsung dengan penonton, dan pengembangan konten yang lebih fleksibel dan personal dapat membantu media TV bertahan dan bersaing di era 4.0 (Andika & Rummyeni, 2024).

Teori Uses and Gratifications menjelaskan bahwa audiens bukanlah penerima pasif dari pesan media, tetapi secara aktif memilih dan menggunakan media berdasarkan kebutuhan dan kepuasan tertentu. Katz, Blumler, dan Gurevitch (1974) mengidentifikasi bahwa individu mengonsumsi media untuk berbagai alasan, seperti mencari informasi, hiburan, interaksi sosial, atau identitas diri. Dalam konteks jurnalistik media TV terhadap milenial di era 4.0, teori ini dapat digunakan untuk menganalisis mengapa generasi milenial lebih memilih platform digital dibandingkan televisi konvensional. Misalnya, milenial mungkin lebih tertarik pada berita berbasis digital karena fleksibilitasnya dalam mengakses informasi kapan saja dan di mana saja melalui perangkat mobile, dibandingkan dengan keterbatasan waktu tayang di televisi (Setiyani et al., 2023).

Teori ini juga menjelaskan bahwa media harus menyesuaikan diri dengan kebutuhan audiens agar tetap relevan. Dalam era digital, preferensi milenial terhadap konten yang cepat, interaktif, dan personal telah membuat media TV harus berinovasi agar dapat mempertahankan audiensnya. Jika televisi tetap mempertahankan model penyajian berita yang kaku dan tidak interaktif, mereka akan semakin kehilangan relevansi di mata generasi muda. Oleh karena itu, dengan memahami motivasi dan kebiasaan konsumsi media milenial, industri televisi dapat mengembangkan strategi baru, seperti menghadirkan berita dalam format yang lebih singkat, engaging, serta mudah dibagikan di media sosial untuk meningkatkan keterlibatan audiens (Karunia H et al., 2021).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif sebagai landasan metodologis utama. Metode ini dipilih karena dianggap paling tepat untuk menggali, memahami, dan merepresentasikan fenomena sosial secara mendalam dan holistik. Fokus utama penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi secara rinci bagaimana generasi milenial

yang tinggal di Kota Medan berinteraksi dengan media televisi serta bagaimana mereka memaknai keberadaan media tersebut dalam kehidupan sehari-hari di tengah arus digitalisasi yang begitu masif. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk masuk ke dalam realitas subjektif responden, menggali persepsi, pandangan, nilai-nilai, serta pengalaman pribadi mereka terkait perubahan lanskap media.

Selain itu, metode ini memberi ruang yang luas untuk menangkap dinamika dan kompleksitas perilaku konsumsi media, termasuk preferensi, kebiasaan, serta bentuk adaptasi mereka terhadap pergeseran dari media konvensional ke media digital. Data diperoleh melalui teknik wawancara mendalam dan observasi partisipatif terhadap individu-individu dari kalangan milenial di Medan, yang secara aktif terlibat dalam proses konsumsi dan penilaian terhadap media. Dengan demikian, hasil yang diperoleh mampu menyajikan potret yang otentik, kontekstual, dan reflektif mengenai relasi antara generasi milenial dan media televisi dalam era yang serba terkoneksi dan cepat berubah ini.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan wawancara mendalam. Observasi membantu peneliti memahami bagaimana milenial berinteraksi dengan media TV, baik dari segi waktu maupun frekuensi penggunaannya, sementara wawancara mendalam memberikan kesempatan bagi responden untuk menyampaikan pandangan mereka terkait relevansi dan peran media TV dalam kehidupan mereka. Pertanyaan dalam wawancara dirancang untuk mengeksplorasi preferensi, kebutuhan, dan tantangan yang dirasakan oleh generasi milenial terkait konsumsi media di era digital ini.

Proses analisis data dalam penelitian ini dilaksanakan melalui tiga tahapan utama yang saling berkaitan dan berkesinambungan, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Tahap pertama, yaitu reduksi data, merupakan proses awal yang mencakup kegiatan menyaring, memilih, menyederhanakan, dan mengorganisasi data mentah yang diperoleh dari lapangan.

Tahap kedua adalah penyajian data, di mana data yang telah diseleksi kemudian diorganisasi dalam bentuk narasi, tabel, matriks, atau visualisasi lainnya agar dapat memberikan gambaran yang lebih terstruktur dan mudah dipahami. Penyajian ini tidak hanya bertujuan untuk menampilkan data secara sistematis, tetapi juga untuk membuka ruang interpretasi, sehingga peneliti dapat mulai mengenali pola-pola, keterkaitan antar temuan, serta dinamika yang terjadi di dalamnya.

Tahap akhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi, yang melibatkan proses reflektif dan analitis untuk merumuskan inti dari temuan-temuan penelitian. Pada tahap ini,

peneliti mengidentifikasi makna yang tersembunyi, pola yang konsisten, serta hubungan antara variabel yang muncul dalam data. Analisis ini diharapkan mampu menggambarkan secara utuh realitas sosial yang kompleks, sekaligus memberikan kontribusi pemahaman terhadap dinamika konsumsi media di era digital.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Preferensi Konsumsi Media Milenial di Medan

Pada era digital yang terus berkembang pesat saat ini, terlihat adanya pergeseran yang signifikan dalam pola konsumsi media di kalangan generasi milenial, khususnya di Kota Medan. Generasi ini semakin meninggalkan media tradisional seperti televisi, dan beralih ke platform digital yang lebih fleksibel, interaktif, dan sesuai dengan gaya hidup modern. Perubahan ini tidak terjadi secara tiba-tiba, melainkan merupakan hasil dari akumulasi kebutuhan akan efisiensi, kepraktisan, dan kontrol penuh terhadap pilihan konten yang mereka konsumsi.

Salah satu alasan utama dari pergeseran ini adalah kemudahan akses yang ditawarkan oleh platform digital. Berbeda dengan televisi yang mengandalkan jadwal siaran tetap, platform digital seperti YouTube, Netflix, dan berbagai layanan streaming lainnya memberikan keleluasaan kepada pengguna untuk mengakses konten kapan saja dan di mana saja, hanya dengan menggunakan ponsel pintar, tablet, atau perangkat komputer. Hal ini sangat cocok dengan karakter milenial yang dinamis, mobile, dan terbiasa mengatur sendiri waktu mereka.

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara, mayoritas milenial cenderung memilih konten digital karena mereka bisa menyesuaikan tontonan dengan suasana hati atau "mood" mereka saat itu, tanpa harus mengikuti waktu tayang tertentu seperti pada televisi konvensional. Kebebasan untuk memilih dan menentukan sendiri waktu menonton dianggap sebagai bentuk kemandirian yang merefleksikan gaya hidup digital mereka. Aksesibilitas yang tidak dibatasi oleh waktu dan tempat ini menjadi salah satu faktor kunci yang menjadikan media digital semakin diminati, bahkan dianggap lebih relevan dan personal dibandingkan media tradisional.

Selain aksesibilitas, faktor personalisasi juga memainkan peran penting dalam peralihan ke platform digital. Melalui platform seperti YouTube dan Instagram, milenial dapat menikmati konten yang disesuaikan dengan preferensi pribadi mereka, baik itu genre hiburan, berita, atau edukasi (Wijaya et al., 2023). Personalization ini memberikan rasa kontrol yang

lebih besar terhadap pengalaman media mereka. Banyak milenial yang merasa bahwa media tradisional, seperti televisi, tidak memberikan pilihan yang sesuai dengan minat pribadi mereka, sehingga platform digital menjadi pilihan utama.

Konten yang paling disukai oleh milenial di Medan bervariasi, tetapi secara umum, hiburan tetap menjadi kategori utama yang banyak dikonsumsi. Jenis hiburan ini seringkali berbentuk video pendek yang dapat ditemukan di platform seperti TikTok dan Instagram. Selain itu, live streaming juga semakin diminati, terutama dalam acara-acara yang berhubungan dengan olahraga, musik, atau gaming. Podcast juga menjadi format yang banyak dicari, terutama di kalangan milenial yang lebih suka mendengarkan konten edukasi atau diskusi ringan tentang berbagai topik. Dengan berbagai pilihan format konten yang tersedia, milenial merasa lebih puas dan terlibat dalam konsumsi media mereka.

Frekuensi dan durasi konsumsi media oleh milenial di Medan menunjukkan pergeseran yang signifikan. Rata-rata, mereka menghabiskan lebih banyak waktu di platform digital dibandingkan menonton TV. Sebagian besar milenial di Medan lebih sering mengakses media sosial atau menonton video di YouTube, menghabiskan beberapa jam sehari, sementara konsumsi media televisi terbatas hanya pada waktu tertentu dan tidak terlalu signifikan. Ini menunjukkan bahwa meskipun TV masih memiliki pemirsa, platform digital jelas mendominasi dalam hal waktu konsumsi media.

Perbandingan antara waktu yang dihabiskan untuk TV dan platform digital mencerminkan tren yang lebih besar di kalangan generasi milenial di Medan. TV dianggap kurang fleksibel dan terbatas dalam hal konten yang ditawarkan, sementara media digital memberikan kesempatan lebih besar untuk menikmati berbagai jenis konten secara lebih interaktif dan personal. Hal ini mengindikasikan bahwa perubahan preferensi konsumsi media di kalangan milenial di Medan lebih condong kepada platform digital, yang menawarkan fleksibilitas dan keterlibatan yang lebih tinggi.

Persepsi terhadap Media Televisi

Meskipun platform digital semakin mendominasi konsumsi media di kalangan milenial di Medan, media televisi masih dianggap relevan oleh sebagian orang, meskipun relevansinya semakin berkurang. Dari perspektif milenial, TV sering dianggap sebagai media hiburan yang lebih bersifat statis, di mana penonton hanya bisa menonton program yang telah dijadwalkan tanpa adanya kebebasan untuk memilih sesuai dengan keinginan pribadi. Namun, sebagian milenial masih melihat TV sebagai sumber informasi yang lebih formal dan terstruktur, seperti

program berita atau dokumenter yang sulit ditemukan di platform digital. Ini menunjukkan bahwa meskipun mayoritas milenial beralih ke platform digital, media TV tetap dianggap relevan dalam memberikan informasi yang lebih kredibel dan resmi (Marlina et al., 2023).

Kelebihan yang masih dimiliki oleh media TV adalah kualitas gambar yang jernih dan jangkauan yang lebih luas. Media ini tetap menjadi pilihan utama di banyak rumah, terutama di daerah yang akses internetnya terbatas. Jangkauan luas ini memungkinkan TV untuk menjangkau audiens yang lebih besar dibandingkan dengan platform digital yang bergantung pada koneksi internet yang stabil (Adjoteye et al., 2021). Hal ini mencerminkan bahwa meskipun teknologi digital semakin berkembang, TV tetap dihargai karena menawarkan kualitas tayangan yang lebih stabil dan dapat diakses tanpa tergantung pada koneksi internet.

Namun, di balik eksistensinya yang telah lama hadir sebagai sumber utama informasi dan hiburan, media televisi menghadapi sejumlah keterbatasan struktural yang menjadi alasan kuat mengapa banyak milenial beralih ke platform digital. Salah satu kekurangan utama yang paling dirasakan adalah minimnya unsur interaktivitas dalam pengalaman menonton televisi. Dalam sistem siaran televisi konvensional, penonton hanya berperan sebagai penerima pasif yang tidak memiliki kontrol atas alur atau isi tayangan. Hal ini sangat bertolak belakang dengan karakter generasi milenial yang tumbuh dalam lingkungan digital dan cenderung menginginkan pengalaman media yang lebih aktif, partisipatif, dan responsive.

Di platform digital, pengguna diberikan keleluasaan untuk menentukan sendiri konten yang ingin dikonsumsi, bahkan berinteraksi secara langsung dengan konten tersebut, misalnya melalui fitur komentar, tombol suka, berbagi, atau memberikan umpan balik secara real-time. Hal ini menciptakan rasa keterlibatan dan kepemilikan atas pengalaman media, yang tidak dapat ditemukan dalam media televisi tradisional.

Selain itu, jadwal siaran yang kaku dan tidak fleksibel menjadi hambatan tersendiri bagi milenial yang memiliki rutinitas yang padat dan gaya hidup yang cepat berubah. Ketidakmampuan untuk menonton program favorit pada waktu yang mereka inginkan membuat banyak dari mereka merasa terbebani, tidak efisien, dan kurang nyaman. Dalam hal ini, platform digital menawarkan tingkat fleksibilitas yang tinggi, memungkinkan pengguna untuk menonton kapan saja, menghentikan sementara, mengulang, atau melewati bagian tertentu dari konten.

Keinginan akan fleksibilitas, kontrol, dan pengalaman yang lebih interaktif menjadikan platform digital jauh lebih menarik bagi milenial dibandingkan media televisi konvensional. Mereka tidak hanya ingin menonton, tetapi juga merasa terlibat dan memiliki kuasa atas apa

yang mereka konsumsi. Inilah yang menjadi salah satu pendorong utama migrasi besar-besaran dari media tradisional ke media digital dalam kalangan generasi muda saat ini.

Meskipun demikian, masih ada harapan di kalangan milenial agar TV bisa beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang ada (Saragih & Harahap, 2020). Harapan tersebut sering kali berkaitan dengan penambahan fitur-fitur interaktif, seperti kemampuan untuk menonton program secara on-demand, mirip dengan yang ditawarkan oleh platform streaming seperti Netflix. Dengan adanya fitur tersebut, TV akan lebih relevan bagi milenial yang menginginkan fleksibilitas dalam memilih konten. Jika TV dapat menyesuaikan diri dengan kebutuhan konsumen yang semakin mengutamakan kontrol atas pengalaman menonton mereka, media ini bisa kembali menarik perhatian pemirsa muda (Wijaya et al., 2023).

Secara keseluruhan, meskipun media televisi masih memiliki sejumlah keunggulan kompetitif, terutama dalam hal kualitas produksi tayangan yang cenderung lebih tinggi serta cakupan jangkauan yang luas hingga ke daerah-daerah terpencil, media ini tetap menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan relevansinya di mata generasi milenial—khususnya di wilayah urban seperti Kota Medan. Kelebihan tersebut belum mampu sepenuhnya mengimbangi kekurangan yang dirasakan milenial, terutama dalam aspek kurangnya interaktivitas, keterbatasan pilihan, dan sistem jadwal tayang yang kaku.

Generasi milenial, yang terbiasa dengan teknologi digital dan mengutamakan fleksibilitas, merasa bahwa televisi tidak lagi mampu memenuhi kebutuhan dan ekspektasi mereka terhadap media modern. Keterikatan pada waktu siaran tertentu dianggap tidak efisien dan mengganggu ritme hidup yang cepat serta dinamis. Selain itu, minimnya fitur interaktif membuat pengalaman menonton TV terasa membosankan dan satu arah, berbeda dengan platform digital yang memberikan ruang bagi penonton untuk berinteraksi langsung dengan konten, kreator, bahkan sesama pengguna.

Untuk tetap dapat bersaing dan bertahan dalam lanskap media yang semakin kompetitif dan terdigitalisasi, media televisi perlu melakukan transformasi strategi secara menyeluruh. Inovasi berupa pengembangan layanan konten on-demand, integrasi dengan platform digital, serta penyisipan elemen-elemen interaktif seperti voting, komentar, atau live chat dapat menjadi langkah konkret dalam menarik kembali minat generasi muda. Jika media televisi mampu menjawab tantangan ini dan beradaptasi dengan kebiasaan konsumsi media baru, maka peluang untuk mempertahankan eksistensi dan relevansi di era digital tetap terbuka lebar. Adaptasi bukan hanya soal teknologi, tetapi juga soal memahami perubahan cara berpikir dan kebutuhan psikologis audiens masa kini.

Pengaruh Teknologi terhadap Konsumsi Media

Dalam era digital yang semakin berkembang, peran smartphone dalam mengakses informasi dan konten media menjadi sangat penting, terutama bagi milenial di Medan. Smartphone memberikan kebebasan kepada penggunanya untuk mengakses berbagai jenis informasi dan hiburan kapan saja dan di mana saja. Ini mengurangi ketergantungan pada waktu atau lokasi tertentu, menjadikan smartphone sebagai alat utama untuk mengakses konten. Berdasarkan pengamatan, banyak milenial lebih memilih menonton video melalui aplikasi seperti YouTube, Netflix, atau platform streaming lainnya. Sebagai contoh, para milenial menganggap smartphone sangat praktis karena memungkinkan mereka untuk menonton serial atau video musik sambil menjalani aktivitas lain. Hal ini menunjukkan bahwa smartphone bukan hanya sekadar alat komunikasi, tetapi juga sebagai media utama yang memberi akses mudah ke berbagai konten hiburan (Wijaya et al., 2023).

Selain itu, aplikasi streaming seperti YouTube, Netflix, dan TikTok telah menjadi pilihan utama milenial di Medan untuk menonton video atau acara televisi. Aplikasi-aplikasi ini memberikan kebebasan kepada pengguna untuk memilih dan menonton konten sesuai dengan minat mereka tanpa harus terikat pada jam tayang tertentu. Hal ini memberikan kenyamanan bagi milenial yang semakin terbiasa dengan fleksibilitas yang ditawarkan oleh platform digital. Dengan berbagai pilihan konten yang tersedia, baik berupa film, acara TV, maupun video pendek, aplikasi-aplikasi ini memberikan pengalaman menonton yang lebih sesuai dengan preferensi pribadi mereka dibandingkan dengan media tradisional seperti televisi.

Media sosial juga memegang peran penting dalam membentuk bagaimana milenial di Medan mengonsumsi media. Platform seperti Instagram, Twitter, dan TikTok digunakan tidak hanya untuk mencari informasi terbaru, tetapi juga untuk hiburan. Media sosial berperan dalam membentuk opini dan preferensi konsumsi media karena banyak konten yang dibagikan oleh teman-teman atau influencer yang diikuti oleh pengguna. Pengaruh influencer semakin terasa dalam hal ini, dengan mereka memperkenalkan konten baru yang mungkin tidak ditemukan di platform lain. Oleh karena itu, rekomendasi yang datang dari influencer memiliki pengaruh besar terhadap pilihan tontonan para milenial.

Di samping itu, teknologi kecerdasan buatan (AI) dan algoritma rekomendasi juga mempengaruhi cara milenial mengonsumsi media di Medan. Banyak aplikasi streaming dan media sosial yang menggunakan algoritma untuk menyarankan konten berdasarkan kebiasaan

menonton atau interaksi sebelumnya. Hal ini memungkinkan personalisasi yang lebih mendalam dalam pengalaman menonton, karena aplikasi-aplikasi tersebut dapat merekomendasikan konten yang relevan dengan minat pengguna. Dengan demikian, teknologi AI meningkatkan kualitas pengalaman menonton dengan menyarankan konten yang lebih sesuai dengan preferensi pribadi, memberikan kenyamanan lebih bagi pengguna dalam menemukan hiburan yang mereka sukai (Marlina et al., 2023).

Secara keseluruhan, teknologi telah mengubah cara milenial di Medan mengonsumsi media, dengan smartphone, aplikasi streaming, media sosial, dan algoritma rekomendasi sebagai faktor utama yang membentuk kebiasaan konsumsi mereka. Semua faktor ini berperan dalam menciptakan pengalaman menonton yang lebih personal dan fleksibel, memungkinkan milenial untuk menikmati berbagai jenis konten kapan saja dan di mana saja. Dengan demikian, media tradisional seperti televisi semakin terpinggirkan, digantikan oleh platform digital yang menawarkan lebih banyak kebebasan dan keterlibatan dalam proses konsumsi media.

Simpulan

Preferensi konsumsi media di kalangan milenial di Medan cenderung beralih dari media tradisional, seperti televisi, ke platform digital. Aksesibilitas yang fleksibel, personalisasi konten, dan kebebasan dalam memilih waktu tontonan menjadi faktor utama yang mendorong pergeseran ini. Media sosial, aplikasi streaming seperti YouTube dan Netflix, serta teknologi kecerdasan buatan (AI) yang mempersonalisasi rekomendasi konten, memainkan peran penting dalam membentuk kebiasaan konsumsi media milenial. Meskipun televisi masih memiliki keunggulan dalam kualitas gambar dan jangkauan luas, kekurangan dalam interaktivitas dan keterbatasan jadwal tayang membuatnya kurang menarik bagi generasi ini. Agar tetap relevan, televisi perlu beradaptasi dengan menawarkan fitur on-demand dan interaktif, mirip dengan yang ditawarkan oleh platform digital, untuk menarik perhatian pemirsa muda. Teknologi digital telah mengubah pengalaman menonton, memberikan lebih banyak kebebasan dan keterlibatan bagi pengguna.

Daftar Pustaka

Adjoteye, E. A., Saragih, M. Y., & Ridwan, M. (2021). Methodological Approaches To Reception Analysis Research In Ghanaian Media Studies. *Budapest International Research And Critics Institute (Birci-Journal): Humanities And Social Sciences*, 4(1), 1545–1551. <https://doi.org/10.33258/Birci.V4i1.1786>

- Aliudin, E. R., & Arisanty, M. (2019). Transformasi Digital Majalah Hai Dalam Upaya Mempertahankan Eksistensi Brand. *Widyakala Journal*, 5(2), 77. <https://doi.org/10.36262/Widyakala.V5i2.114>
- Andika, B., & Romyeni, R. (2024). Pengaruh iklan dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian produk azwa perfume Pekanbaru. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 10(2), 230–245.
- Audinovic, V. (2021). Eksistensi Televisi Swasta Di Era Konvergensi Media. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 9(2), 24–36. <https://doi.org/10.37826/Spektrum.V9i2.160>
- Haqqu, R., & Azwar Ersyad, F. (2020). Eksistensi Media Televisi Era Digital Dikalangan Remaja. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 22(1), 38. <https://doi.org/10.26623/Jdsb.V22i1.2228>
- Karunia H, H., Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses And Gratification. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 92–104. <https://doi.org/10.47233/Jteksis.V3i1.187>
- Marlina, M., Siregar, N. F., Harahap, A. K., & Kadin, R. (2023). Pergeseran Kecendrungan Penggunaan Media Televisi Ke Media Sosial Dalam Pemenuhan Informasi Dikalangan Generasi Digital Native. *Jurnal Sosial Humaniora Sigli*, 6(2), 864–874. <https://doi.org/10.47647/Jsh.V6i2.2068>
- Nugroho, A., & Syas, M. (2019). Mediamorfosis Tv One Pada Era Media Baru. *Jurnal Ranah Komunikasi (Jrk)*, 3(1), 23. <https://doi.org/10.25077/Rk.3.1.23-33.2019>
- Putra, G. P., Wahid, U., & Cangara, H. (2023). Komodifikasi Konten Mistis Pada Program Televisi Kisah Viral Dalam Menghadapi Invasi Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Komunikasi (Jikom) Stikom Ima*, 15(02), 55. <https://doi.org/10.38041/Jikom1.V15i02.263>
- Ratnasari, D., & Tolapa, M. (2022). Eksistensi Mimoza Tv Sebagai Media Lokal Di Gorontalo. *Metacommunication; Journal Of Communication Studies*, 7(2), 12. <https://doi.org/10.20527/Mc.V7i2.11941>
- Saragih, M. Y. (2019). Media Massa Dan Jurnalisme: Kajian Pemaknaan Antara Media Massa Cetak Dan Jurnalistik. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 6(1), 12. <https://doi.org/10.37064/Jpm.V6i1.4988>
- Saragih, M. Y. (2023). Dynamics Of Islamic Journalistic Communication Digital Era In Indonesia. *Khazanah : Journal Of Islamic Studies*, 115–125. <https://doi.org/10.51178/Khazanah.V1i1.1362>
- Saragih, M. Y., & Harahap, A. I. (2020). The Challenges Of Print Media Journalism In The Digital Era. *Budapest International Research And Critics Institute (Birci-Journal) : Humanities And Social Sciences*, 3(1), 540–548. <https://doi.org/10.33258/Birci.V3i1.805>
- Setiyani, L., Wahidin, M., & Kriswanto, F. P. P. (2023). Analisis Kepuasan Mahasiswa Stmik Rosma Dalam Pemanfaatan Akun Instagram @Stmikrosmaofficial Menggunakan Teori Uses And Gratifications. *Jurnal Interkom: Jurnal Publikasi Ilmiah Bidang Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 17(4), 167–174. <https://doi.org/10.35969/Interkom.V17i4.276>
- Tarigan, R. S., & Saragih, T. M. Y. (2023). Strategi Dinas Sosial Kota Medan Dalam Menerapkan Kode Etik Jurnalistik Pada Postingan Sosial Media (Instagram). *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 4(2), 752–762. <https://doi.org/10.35870/Jimik.V4i2.277>
- Wijaya, E., Rahmanto, A., & Muhammad, A. (2023). Preferensi Media Para Millennial Terhadap Televisi Konvensional (Free To Air) Dan Layanan Video Berlangganan (Over The Top). *Andharupa: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 8(04), 447–465. <https://doi.org/10.33633/Andharupa.V8i04.6845>

Yasha Langitta Setiawan, Nasir, J., Puryanto, P., Ariyati, Y., & Wahyudi, T. D. (2023). Strategi Komunikasi Inews Tv Padang Dalam Mempertahankan Eksistensi Diera Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi Uho : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 8(1), 49–65. <https://doi.org/10.52423/Jikuho.V8i1.1>