Motivasi dan Pola Penggunaan Televisi Sebagai Media Pelengkap Bagi Generasi Z di Tengah Dominasi Internet

Yanuar Indha Mega Andini[1*], Anggun Azizah[2]
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik, Universitas Yudharta Pasuruan[1,2]
[*]e-mail: arinandnn@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital dan dominasi internet telah mengubah pola konsumsi media Generasi Z, sehingga televisi tidak lagi menjadi media utama dalam memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan. Namun demikian, televisi masih tetap digunakan dalam konteks tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis motivasi dan pola penggunaan televisi sebagai media pelengkap bagi Generasi Z di tengah dominasi internet. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner daring kepada 68 responden Generasi Z di Indonesia yang dipilih menggunakan purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan menghitung frekuensi dan persentase untuk menggambarkan kecenderungan motivasi serta pola penggunaan televisi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor keluarga menjadi motivasi utama Generasi Z dalam menonton televisi, diikuti oleh alasan bersantai dan kondisi situasional tertentu. Pola penggunaan televisi bersifat tidak rutin, berdurasi relatif singkat, dan lebih banyak dimanfaatkan saat beristirahat atau ketika terdapat acara tertentu. Internet dinilai lebih praktis dan fleksibel sehingga memperlemah intensitas penggunaan televisi, sementara kemudahan akses televisi di rumah dan kualitas perangkat seperti smart TV menjadi faktor yang memperkuat keberlangsungan penggunaannya. Penelitian ini menyimpulkan bahwa televisi telah mengalami pergeseran peran menjadi media pelengkap yang relevan dalam konteks sosial dan keluarga, meskipun internet tetap menjadi media utama bagi Generasi Z.

Kata Kunci: Generasi Z; Internet; Motivasi penggunaan media; Pola konsumsi media; Televisi.

ABSTRACT

The rapid development of digital technology and the dominance of the internet have significantly transformed the media consumption patterns of Generation Z, positioning television no longer as the primary source of information and entertainment. Nevertheless, television continues to be utilized within specific contexts. This study aims to analyze the motivations and patterns of television use as a complementary medium among Generation Z amid the pervasive dominance of the internet. The research employed a descriptive quantitative approach, with data collected through an online questionnaire administered to 68 Generation Z respondents in Indonesia selected using purposive sampling. Data analysis was conducted by calculating frequencies and percentages to describe tendencies in motivation and television usage patterns. The findings indicate that family-related factors constitute the primary motivation for Generation Z to watch television, followed by relaxation purposes and particular situational conditions. Television usage patterns are generally non-routine, of relatively short duration, and predominantly occur during leisure time or when specific programs are aired. The internet is perceived as more practical and flexible, thereby reducing the intensity of television use. Conversely, the ease of access to television within the household and improvements in device quality, such as the availability of smart TVs, serve as reinforcing factors sustaining television usage. The study concludes that television has undergone a functional shift into a complementary medium that remains socially and familially relevant, despite the internet maintaining its position as the primary medium for Generation Z.

Keywords: *Generation Z; Internet; Media consumption patterns; Media use motivation; Television.*

PENDAHULUAN

Perkembangan pesat teknologi digital serta makin meluasnya pemakaian internet telah mengubah total bagaimana orang menikmati media, khususnya bagi kelompok Generasi Z. Kelompok yang tumbuh besar dikelilingi dunia digital ini sangat akrab dengan internet, berbagai wadah media sosial, dan layanan siaran daring. Internet menawarkan kemudahan akses, waktu tonton yang bisa diatur, materi yang sesuai selera, serta kemampuan berinteraksi yang kuat, menjadikannya jalur utama Generasi Z untuk memuaskan kebutuhan mereka akan pengetahuan dan hiburan. Di tengah dominasi dunia maya itu, peran televisi sebagai media tradisional sering dipandang berkurang pentingnya, terutama di kalangan anak muda. Banyak penelitian mengindikasikan bahwa televisi tidak lagi jadi opsi utama Generasi Z untuk mencari berita atau hiburan; sebaliknya, telah digantikan oleh media digital yang lebih ringkas dan cocok dengan cara hidup mereka. Walaupun begitu, televisi masih belum sepenuhnya ditinggalkan dan dipakai pada momen tertentu, misalnya sebagai tontonan bersama keluarga, sumber berita terkini (seperti laporan berita), dan cara mengisi waktu senggang.

Penelitian sebelumnya yang membahas makna televisi bagi Generasi Z menunjukkan bahwa televisi cenderung dimaknai bukan sebagai kebutuhan utama, melainkan sebagai media alternatif yang digunakan secara situasional. Temuan tersebut mengindikasikan adanya pergeseran fungsi televisi, dari media utama menjadi media pelengkap di tengah ekosistem media digital. Namun, penelitian terdahulu lebih banyak menitikberatkan pada aspek makna dan pengalaman subjektif, sehingga belum sepenuhnya mengungkap bagaimana motivasi Generasi Z dalam menggunakan televisi serta bagaimana pola penggunaannya secara lebih sistematis. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lanjutan yang tidak hanya menggali makna, tetapi juga menganalisis motivasi dan pola penggunaan televisi oleh Generasi Z di tengah dominasi internet. Penelitian ini menjadi penting untuk memahami posisi aktual televisi dalam kehidupan Generasi Z, sekaligus memberikan gambaran tentang bagaimana media konvensional beradaptasi dan berfungsi sebagai media pelengkap di era digital. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi kajian komunikasi massa dan studi media kontemporer.

Teori Uses and Gratifications memandang khalayak sebagai pihak yang aktif dalam memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Khalayak tidak lagi diposisikan sebagai penerima pesan yang pasif, melainkan sebagai individu yang secara sadar menentukan media mana yang digunakan sesuai dengan motif dan kepentingannya. Dalam konteks Generasi Z, teori ini relevan untuk menjelaskan mengapa televisi masih digunakan meskipun internet lebih dominan. Televisi dipilih bukan karena keterpaksaan, tetapi karena masih mampu memenuhi kebutuhan tertentu, seperti hiburan keluarga, informasi aktual, atau aktivitas bersama di ruang domestik. Dengan demikian, penggunaan televisi oleh Generasi Z dapat dipahami sebagai bentuk pemanfaatan media secara selektif sesuai dengan kebutuhan situasional.

Terpaan media berhubungan erat dengan kebiasaan, perhatian, dan persepsi khalayak terhadap media yang digunakan. Dalam penelitian ini terpaan media televisi dapat diukur melalui:

- frekuensi menonton televisi
- lama waktu menonton
- waktu menonton (prime time atau non-prime time)
- jenis tayangan yang dikonsumsi

Konsep terpaan media penting untuk melihat pola penggunaan televisi oleh Generasi Z serta membandingkannya dengan penggunaan media berbasis internet. Rendah atau tingginya terpaan televisi dapat mencerminkan posisi televisi sebagai media utama atau sekedar media pelengkap. Generasi Z adalah generasi yang lahir dan tumbuh bersamaan dengan perkembangan teknologi digital dan internet. Mereka dikenal memiliki karakteristik multitasking, cepat beradaptasi dengan teknologi, serta mengutamakan media yang praktis, fleksibel, dan mudah diakses. Namun mereka juga hidup dalam rumah tangga di mana televisi masih hadir sebagai media bersama. Pola penggunaan televisi mereka cenderung bersifat sekunder, selektif, dan kontekstual misalnya, menonton saat bersama keluarga, saat ingin santai tanpa interaksi, atau untuk mengonsumsi konten tertentu yang

lebih nyaman ditonton di layar besar. Hal ini menandakan adanya pergeseran fungsi televisi dari media utama menjadi media pelengkap.

Media pelengkap dapat dipahami sebagai media yang tidak lagi menjadi sumber utama pemenuhan kebutuhan, tetapi tetap digunakan untuk melengkapi pengalaman bermedia. Televisi dalam konteks ini tidak bersaing secara langsung dengan internet, melainkan mengisi ruang-ruang tertentu yang tidak sepenuhnya dapat dipenuhi oleh media digital. Televisi masih memiliki keunggulan dalam aspek audio-visual kolektif, siaran langsung, dan kebersamaan keluarga. Oleh karena itu, meskipun intensitas penggunaannya menurun, televisi tetap memiliki relevansi sosial dan kultural dalam kehidupan Generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan pola penggunaan televisi oleh Generasi Z di tengah dominasi internet yang semakin kuat dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, penelitian ini juga menganalisis motivasi Generasi Z dalam menggunakan televisi sebagai media pelengkap, bukan sebagai media utama, serta menjelaskan konteks dan situasi penggunaan televisi dalam aktivitas keseharian mereka. Lebih lanjut, penelitian ini berupaya mengetahui posisi dan peran televisi jika dibandingkan dengan internet dalam memenuhi kebutuhan media Generasi Z, baik dari segi informasi, hiburan, maupun kebiasaan konsumsi media secara keseluruhan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh gambaran yang sistematis, faktual, dan objektif mengenai motivasi serta pola penggunaan televisi sebagai media pelengkap di kalangan Generasi Z di tengah dominasi internet. Fokus penelitian tidak diarahkan pada pengujian hipotesis atau hubungan kausal, melainkan pada pemetaan kecenderungan perilaku dan alasan penggunaan televisi berdasarkan persepsi responden. Data yang dihasilkan bersifat kategorik karena diperoleh melalui pertanyaan tertutup, sehingga analisis data dilakukan dengan teknik statistik deskriptif berupa perhitungan frekuensi dan persentase, yang selanjutnya disajikan dalam bentuk tabel dan diagram batang untuk memudahkan interpretasi hasil penelitian.

Penelitian ini dilaksanakan secara daring dengan memanfaatkan kuesioner online sebagai instrumen pengumpulan data. Pelaksanaan penelitian tidak dibatasi pada wilayah geografis tertentu, melainkan mencakup responden Generasi Z yang berdomisili di berbagai daerah di Indonesia. Pemilihan metode daring dilakukan untuk menyesuaikan dengan karakteristik Generasi Z yang lekat dengan penggunaan teknologi digital serta untuk meningkatkan efisiensi dan jangkauan pengumpulan data. Proses pengumpulan data dilaksanakan pada bulan Desember 2025, dalam rentang waktu yang telah ditetapkan guna memastikan keseragaman konteks sosial dan teknologi yang melingkupi responden.

Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z, yaitu individu yang lahir pada rentang tahun 1997 hingga 2012, yang tumbuh dan berkembang dalam era digital dengan intensitas penggunaan internet yang tinggi. Populasi ini dipilih karena Generasi Z merupakan kelompok pengguna utama media digital, namun dalam praktik kehidupan sehari-hari masih memiliki akses dan keterpaparan terhadap media televisi sebagai media konvensional. Secara khusus, populasi penelitian mencakup individu Generasi Z yang memiliki akses terhadap televisi dan internet serta pernah atau masih menggunakan televisi untuk keperluan hiburan, informasi, atau sebagai media pendamping aktivitas lainnya. Karakteristik populasi tersebut dinilai relevan dengan tujuan penelitian yang berfokus pada analisis peran televisi sebagai media pelengkap. Generasi Z cenderung lebih memilih platform digital dan streaming karena kemudahan akses serta fleksibilitas waktu dibanding televisi konvensional. Perkembangan internet dan media digital telah menggeser preferensi Generasi Z dari media tradisional menuju sumber informasi dan hiburan berbasis online. Selain itu, konsumsi media Generasi Z didominasi oleh layanan video digital karena keragaman konten yang meningkatkan intensitas penggunaan media digital mereka.

Penentuan sampel dilakukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria responden meliputi: (1)

termasuk dalam kategori Generasi Z, (2) memiliki akses terhadap televisi dan internet, serta (3) pernah atau masih menggunakan televisi dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan proses seleksi tersebut, diperoleh sebanyak 68 responden yang dianggap memadai untuk memberikan gambaran deskriptif mengenai fenomena yang diteliti. Data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup yang disebarkan secara daring, kemudian direkapitulasi, diklasifikasikan berdasarkan kategori jawaban, dan dianalisis menggunakan frekuensi serta persentase guna menggambarkan motivasi dan pola penggunaan televisi sebagai media pelengkap di kalangan Generasi Z.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan penelitian ini diawali dengan penyebaran kuesioner secara daring kepada responden yang termasuk dalam kategori Generasi Z. Kuesioner disusun dalam bentuk pertanyaan tertutup yang bertujuan untuk menggali motivasi serta pola penggunaan televisi sebagai media pelengkap di tengah dominasi internet. Penyebaran kuesioner dilakukan dalam rentang waktu yang telah ditentukan dan diikuti oleh responden yang memenuhi kriteria penelitian, yaitu memiliki akses terhadap televisi dan internet. Setelah seluruh kuesioner terkumpul, data yang diperoleh kemudian direkapitulasi dan diklasifikasikan berdasarkan setiap butir pertanyaan. Selanjutnya, data dianalisis secara kuantitatif deskriptif dengan menghitung frekuensi dan persentase dari masing-masing kategori jawaban. Hasil analisis tersebut disajikan dalam bentuk tabel frekuensi dan grafik batang untuk memudahkan pemahaman terhadap kecenderungan jawaban responden.

Analisis data difokuskan untuk menjawab lima fokus utama penelitian, yang disusun berdasarkan tujuan penelitian dan indikator dalam kuesioner, yaitu:

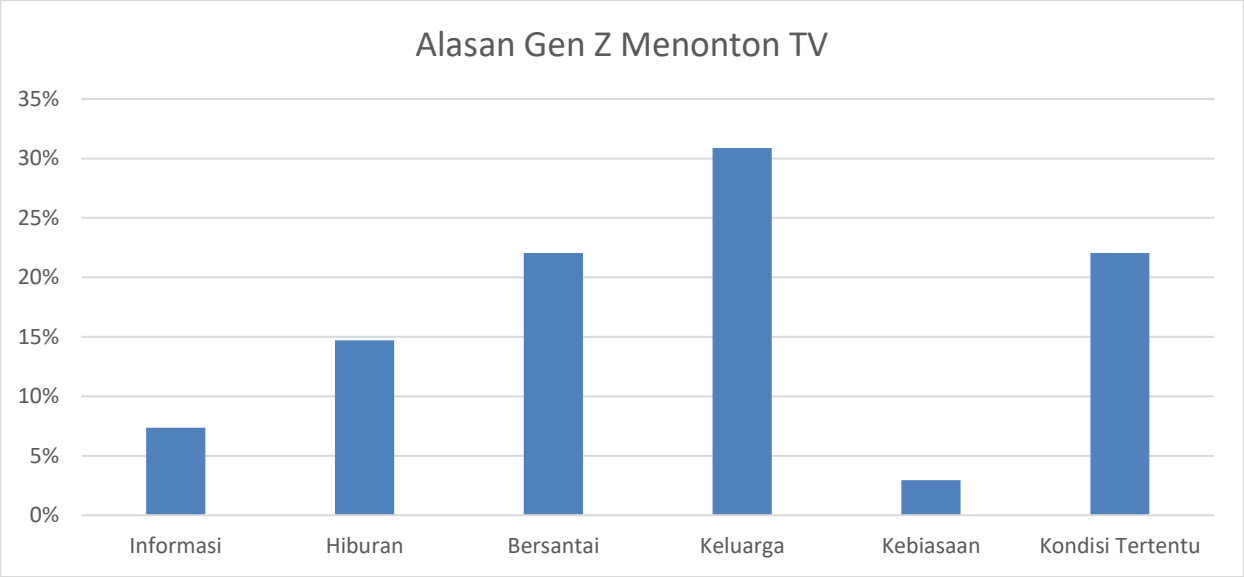
1. Alasan Gen Z Menonton TV

Indikator ini digunakan untuk mengetahui motif utama yang mendorong Generasi Z tetap menonton televisi di tengah dominasi internet. Meskipun Generasi Z dikenal sebagai generasi digital native, televisi masih hadir dalam kehidupan sehari-hari dengan karakteristik yang berbeda dari media digital. Oleh karena itu, indikator ini penting untuk mengidentifikasi faktor-faktor seperti hiburan, relaksasi, kebiasaan, dan kebersamaan keluarga yang membuat televisi tetap digunakan. Berikut disajikan data distribusi alasan Gen Z menonton TV walau internet lebih dominan :

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Alasan Gen Z Menonton TV

Kata kunci	Frekuensi	Persentase
Informasi	5	7%
Hiburan	10	15%
Bersantai	15	22%
Keluarga	21	31%
Kebiasaan	2	3%
Kondisi Tertentu	15	22%

Untuk memperjelas tabel distribusi responden, data pada tabel divisualisasikan kembali dalam bentuk diagram batang pada Gambar 1 berikut :



Gambar 1. Diagram Frekuensi Alasan Gen Z Menonton TV

Berdasarkan tabel frekuensi dan diagram batang mengenai alasan Generasi Z menonton televisi, diketahui bahwa alasan yang paling dominan adalah faktor keluarga, dengan persentase sebesar 31%. Hal ini menunjukkan bahwa menonton televisi masih menjadi aktivitas yang dilakukan secara bersama-sama dalam lingkungan keluarga. Selanjutnya, alasan bersantai dan kondisi tertentu masing-masing memiliki persentase sebesar 22%, yang mengindikasikan bahwa televisi dimanfaatkan sebagai media untuk relaksasi maupun sebagai pilihan hiburan pada situasi tertentu, seperti saat lelah atau tidak memiliki akses internet. Alasan hiburan berada pada persentase 15%, sementara alasan informasi memiliki persentase paling rendah, yaitu 7%. Adapun alasan kebiasaan menunjukkan persentase terendah sebesar 3%, yang menandakan bahwa menonton televisi bukan lagi aktivitas rutin utama bagi sebagian besar Generasi Z.

Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun internet mendominasi konsumsi media Generasi Z, televisi masih memiliki peran sebagai media pelengkap, terutama dalam konteks sosial dan situasional. Dominannya faktor keluarga mengindikasikan bahwa televisi berfungsi sebagai media pemersatu yang memungkinkan terjadinya interaksi bersama antaranggota keluarga, berbeda dengan internet yang cenderung bersifat individual. Selain itu, alasan bersantai dan kondisi tertentu memperlihatkan bahwa karakteristik televisi yang mudah diakses dan tidak memerlukan interaksi aktif membuatnya tetap relevan sebagai sarana hiburan pasif. Rendahnya persentase alasan informasi dan kebiasaan menunjukkan adanya pergeseran fungsi televisi, di mana kebutuhan informasi dan rutinitas harian Generasi Z lebih banyak dipenuhi melalui internet. Dengan demikian, televisi tidak sepenuhnya ditinggalkan, melainkan mengalami transformasi peran menjadi media pendamping yang digunakan dalam situasi tertentu dan konteks sosial tertentu.

2. Persepsi Generasi Z terhadap Manfaat Televisi sebagai Media Pelengkap

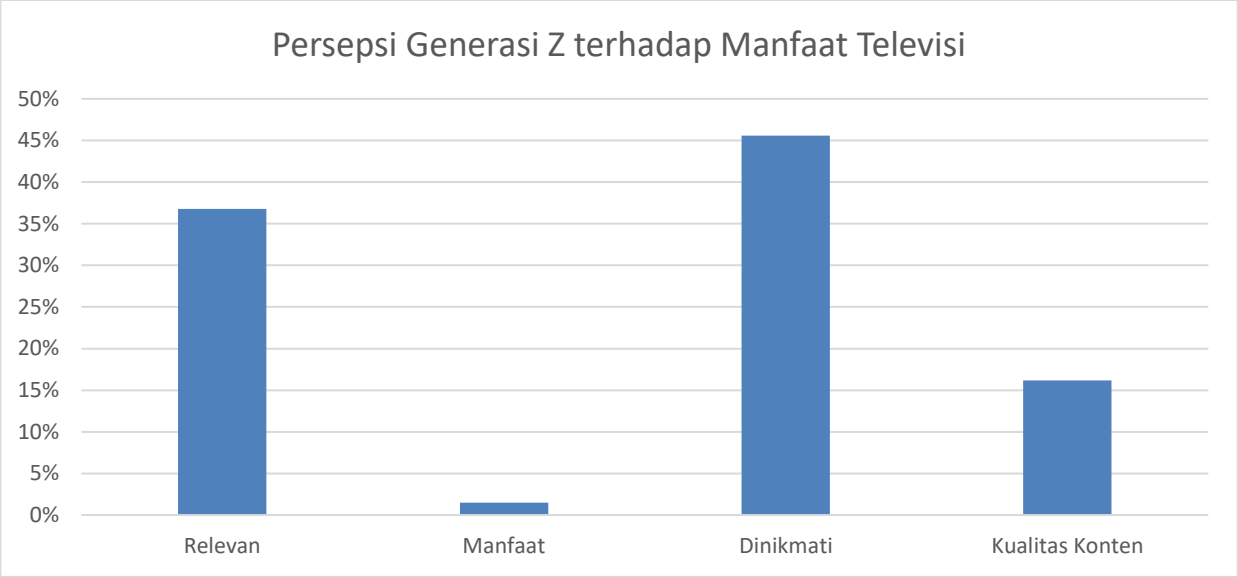
Indikator ini bertujuan untuk mengukur pandangan dan penilaian Generasi Z terhadap relevansi televisi saat ini. Televisi tidak lagi berperan sebagai media utama, namun berpotensi berfungsi sebagai media pelengkap yang mendukung kebutuhan informasi dan hiburan. Dengan indikator ini, penelitian dapat mengetahui sejauh mana televisi masih dianggap memiliki nilai guna di tengah beragamnya pilihan media digital. Berikut disajikan data distribusi persepsi generasi Z terhadap manfaat televisi sebagai media pelengkap :

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Persepsi Gen Z terhadap Manfaat Televisi

Kata kunci	Frekuensi	Persentase
Relevan	25	37%
Manfaat	1	1%

Dinikmati	31	46%
Kualitas Konten	11	16%

Untuk memperjelas tabel distribusi responden, data pada tabel divisualisasikan kembali dalam bentuk diagram batang pada Gambar 2 berikut :



Gambar 2. Diagram Frekuensi Persepsi Gen Z terhadap Manfaat Televisi

Berdasarkan hasil kuesioner, pernyataan "Tayangan TV mudah dinikmati saat digunakan bersama keluarga" memiliki persentase tertinggi sebesar 46%, yang menunjukkan bahwa televisi masih berperan sebagai media hiburan kolektif. Pernyataan "TV tetap relevan untuk mendapatkan informasi" memperoleh persentase 37%, menandakan bahwa televisi masih dianggap relevan sebagai sumber informasi pendukung. Selanjutnya, pernyataan "Kualitas konten di TV cukup baik bagi saya" memperoleh persentase 16%. Adapun pernyataan "Konten TV memberikan manfaat yang tidak saya dapatkan dari internet" memiliki persentase terendah sebesar 1%. Hasil ini menunjukkan bahwa televisi bagi Generasi Z lebih dimaknai sebagai media hiburan yang mudah dinikmati bersama keluarga dibandingkan sebagai media yang memberikan manfaat unik. Meskipun demikian, televisi masih dipandang relevan sebagai media pelengkap untuk memperoleh informasi. Rendahnya persepsi terhadap manfaat konten TV dibandingkan internet menegaskan bahwa televisi tidak lagi menjadi media utama, melainkan berfungsi sebagai pendamping di tengah dominasi media digital.

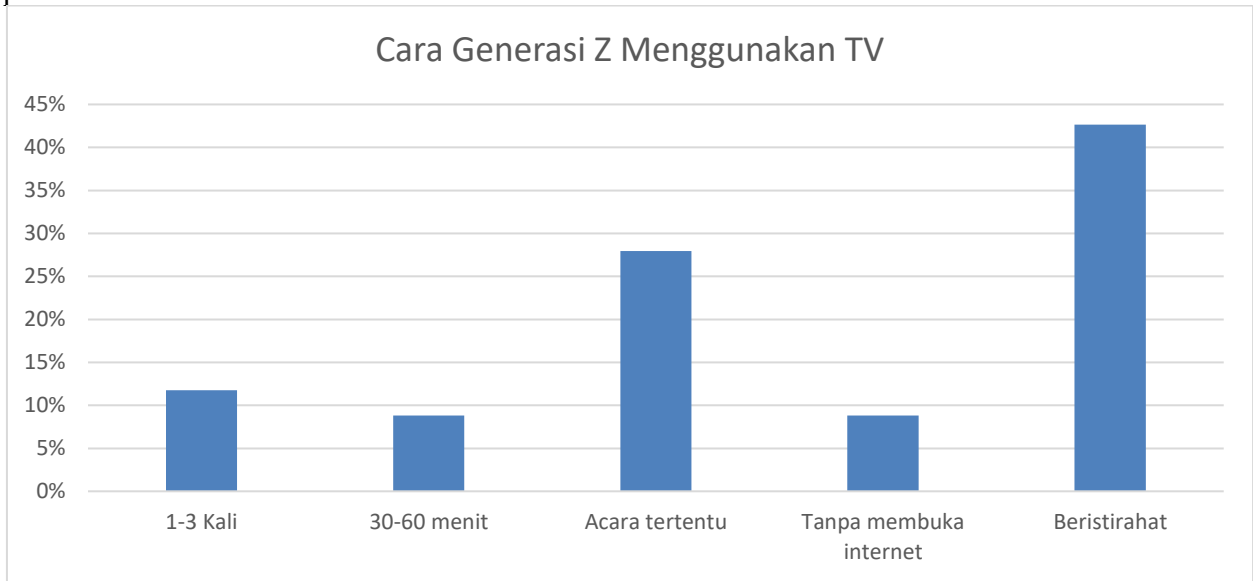
3. Cara Generasi Z Menggunakan Televisi

Indikator ini digunakan untuk menggambarkan pola dan kebiasaan penggunaan televisi oleh Generasi Z. Perubahan perilaku konsumsi media menyebabkan televisi digunakan secara lebih selektif, tidak rutin, dan sering kali bersamaan dengan aktivitas lain. Oleh karena itu, indikator ini penting untuk memahami bagaimana televisi dimanfaatkan dalam keseharian Generasi Z, baik dari segi frekuensi, durasi, maupun konteks penggunaannya. Berikut disajikan data distribusi cara generasi Z menggunakan televisi :

Tabel 3. Distribusi Frekuensi Cara Gen Z Menggunakan TV

Kata kunci	Frekuensi	Persentase
1-3 Kali	8	12%
30-60 menit	6	9%
Acara tertentu	19	28%
Tanpa membuka internet	6	9%
Beristirahat	29	43%

Untuk memperjelas tabel distribusi responden, data pada tabel divisualisasikan kembali dalam bentuk diagram batang pada Gambar 3 berikut :



Gambar 3. Diagram Frekuensi Cara Gen Z Menggunakan TV

Berdasarkan tabel distribusi cara Generasi Z menggunakan televisi, pernyataan "Menggunakan TV sebagai media pelengkap ketika sedang beristirahat" memiliki persentase tertinggi sebesar 43%, menunjukkan bahwa televisi paling banyak digunakan dalam konteks relaksasi. Selanjutnya, pernyataan "Menonton TV ketika ada acara tertentu yang menarik" memperoleh persentase 28%. Pernyataan "Menonton TV setidaknya 1–3 kali dalam seminggu" memiliki persentase 12%, sedangkan "Dalam sekali menonton biasanya menonton selama 30–60 menit" dan "Menonton TV saat ingin mendapatkan informasi yang cepat tanpa membuka internet" masing-masing memperoleh persentase 9%. Hasil ini menunjukkan bahwa pola penggunaan televisi pada Generasi Z bersifat situasional dan pelengkap, bukan rutin atau intensif. Televisi lebih banyak dimanfaatkan saat beristirahat dan ketika terdapat acara yang dianggap menarik. Durasi dan frekuensi menonton yang relatif rendah mengindikasikan bahwa televisi tidak menjadi media utama, melainkan digunakan sebagai alternatif sederhana di tengah dominasi internet dan media digital.

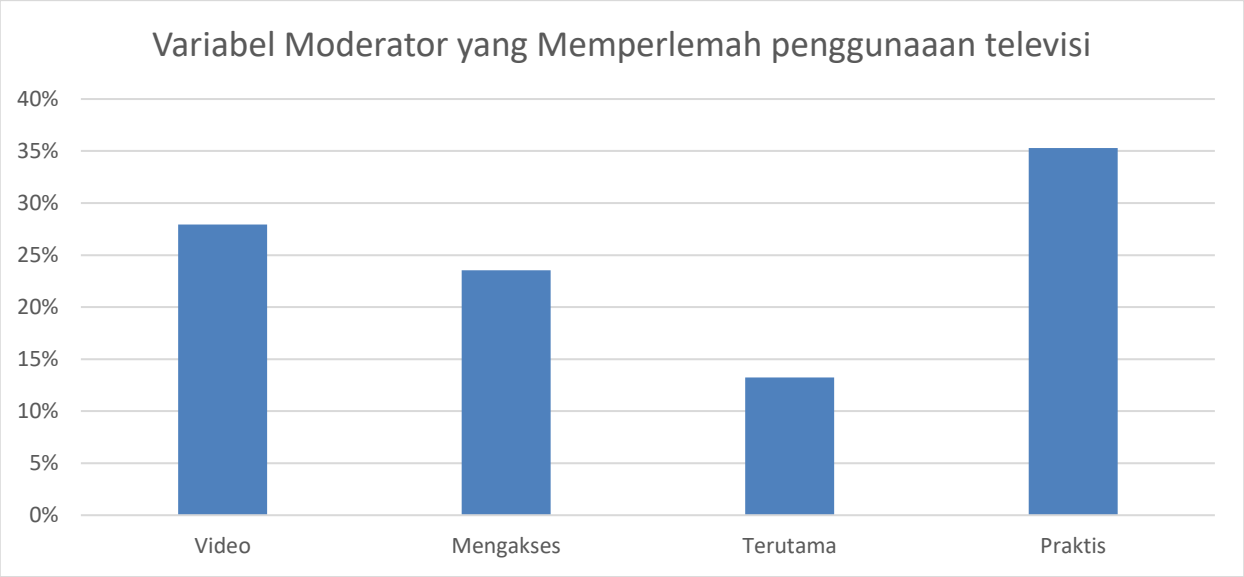
4. Variabel Moderator yang Memperlemah Penggunaan Televisi

Indikator ini digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor eksternal yang menghambat atau mengurangi intensitas penggunaan televisi oleh Generasi Z. Dominasi internet, kemudahan akses media digital, serta keberagaman konten online diduga berperan dalam menurunnya ketertarikan terhadap televisi. Indikator ini penting untuk memahami dinamika perubahan preferensi media akibat perkembangan teknologi. Berikut disajikan data distribusi variabel moderator yang memeprlemah penggunaan televisi :

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Variabel Moderator yang Memperlemah Penggunaan Televisi

Kata kunci	Frekuensi	Persentase
Video	19	28%
Mengakses	16	24%
Terutama	9	13%
Praktis	24	35%

Untuk memperjelas tabel distribusi responden, data pada tabel divisualisasikan kembali dalam bentuk diagram batang pada Gambar 4 berikut :



Gambar 4. Diagram Frekuensi Variabel Moderator yang Memperlemah Penggunaan Televisi

Berdasarkan distribusi pernyataan variabel moderator yang memperlemah penggunaan televisi pada Generasi Z, pernyataan "Internet lebih praktis bagi saya daripada menonton TV" memperoleh persentase tertinggi sebesar 35%, menunjukkan bahwa faktor kepraktisan menjadi alasan utama berkurangnya minat terhadap televisi. Selanjutnya, pernyataan "Lebih memilih menonton video melalui internet daripada televisi" mencatat persentase sebesar 28%, yang mengindikasikan adanya pergeseran preferensi konsumsi hiburan dari media televisi ke platform digital berbasis video. Pernyataan "Menggunakan internet hampir setiap hari untuk mengakses hiburan" memperoleh persentase 24%, menandakan intensitas penggunaan internet yang tinggi dalam kehidupan sehari-hari Generasi Z. Sementara itu, pernyataan "Mencari informasi terutama melalui internet, bukan TV" memiliki persentase terendah sebesar 13%, yang menunjukkan bahwa televisi semakin jarang dijadikan sumber utama informasi. Hasil ini menunjukkan bahwa dominasi internet dalam aspek kepraktisan, aksesibilitas, dan keberagaman konten secara signifikan memperlemah penggunaan televisi pada Generasi Z. Televisi cenderung diposisikan sebagai media sekunder, sementara internet menjadi media utama dalam memenuhi kebutuhan hiburan dan informasi.

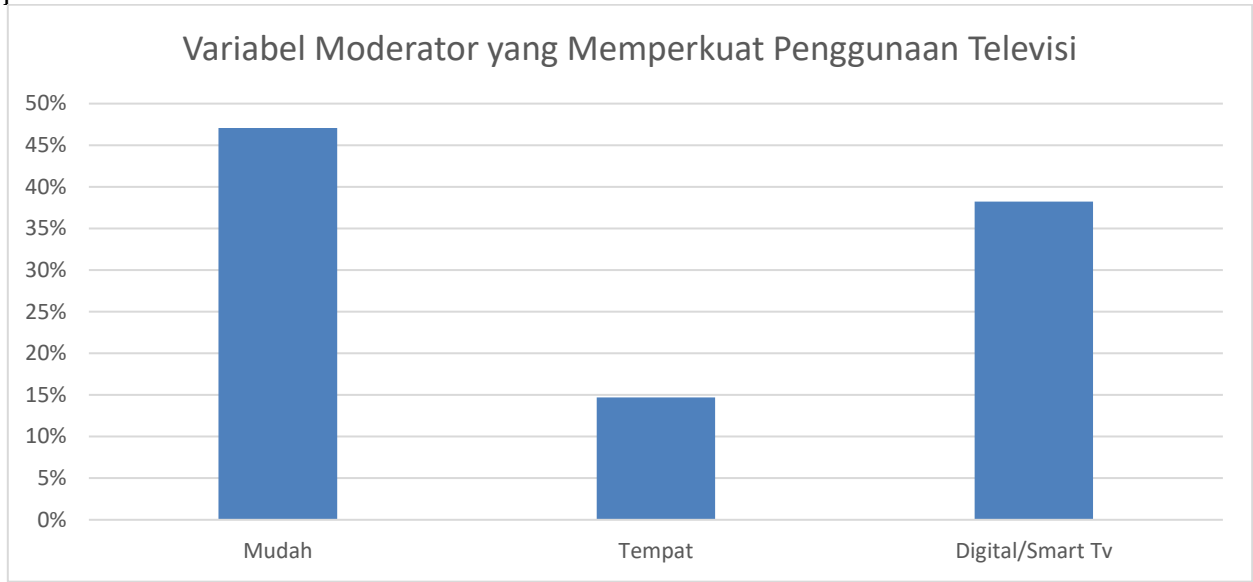
5. Variabel Moderator yang Memperkuat Penggunaan Televisi

Sebaliknya, indikator ini digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mendorong atau mempertahankan penggunaan televisi oleh Generasi Z. Faktor sosial, seperti kebiasaan menonton bersama keluarga, serta faktor konten, seperti kualitas tayangan dan siaran langsung, menjadi alasan televisi tetap digunakan. Indikator ini penting untuk menunjukkan bahwa penggunaan televisi tidak sepenuhnya melemah, tetapi dipengaruhi oleh kondisi dan situasi tertentu. Berikut disajikan data distribusi variabel moderator yang memeprkuat penggunaan televisi :

Tabel 5. Distribusi Frekuensi Variabel Moderator yang Memperkuat Penggunaan Televisi

Kata kunci	Frekuensi	Persentase
Mudah	32	47%
Tempat	10	15%
Digital/Smart Tv	26	38%

Untuk memperjelas tabel distribusi responden, data pada tabel divisualisasikan kembali dalam bentuk diagram batang pada Gambar 5 berikut :



Gambar 5. Diagram Frekuensi Variabel Moderator yang Memperkuat Penggunaan Televisi

Berdasarkan distribusi pernyataan variabel moderator yang memperkuat penggunaan televisi pada Generasi Z, pernyataan "TV di rumah saya mudah diakses oleh seluruh anggota keluarga" memperoleh persentase tertinggi sebesar 47%, menunjukkan bahwa kemudahan akses menjadi faktor utama yang mempertahankan penggunaan televisi. Selanjutnya, pernyataan "Kualitas televisi di rumah (digital/smart TV) memudahkan saya menonton" memperoleh persentase sebesar 38%, yang mengindikasikan bahwa perkembangan teknologi televisi turut berperan dalam meningkatkan kenyamanan dan minat menonton. Sementara itu, pernyataan "TV ditempatkan di ruang yang sering saya gunakan" memiliki persentase terendah sebesar 15%, yang menunjukkan bahwa faktor penempatan televisi relatif kurang dominan dibandingkan kemudahan akses dan kualitas perangkat. Hasil ini menunjukkan bahwa penggunaan televisi pada Generasi Z masih dapat diperkuat oleh faktor internal rumah tangga, khususnya kemudahan akses dan kualitas perangkat televisi yang semakin modern. Keberadaan televisi yang mudah dijangkau serta dukungan teknologi digital atau smart TV membuat televisi tetap relevan sebagai media hiburan, meskipun berada di tengah dominasi internet dan media digital lainnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan televisi pada Generasi Z telah mengalami pergeseran seiring dengan dominasi internet dan media digital. Internet menjadi media utama dalam memenuhi kebutuhan hiburan dan informasi karena dinilai lebih praktis, mudah diakses, serta menawarkan keberagaman konten. Faktor-faktor tersebut secara signifikan memperlemah intensitas penggunaan televisi, terutama dalam aspek kebiasaan menonton rutin dan pencarian informasi. Pola penggunaan televisi pada Generasi Z cenderung bersifat situasional dan pelengkap, di mana televisi lebih banyak dimanfaatkan saat beristirahat atau ketika terdapat acara tertentu yang dianggap menarik.

Meskipun demikian, televisi tidak sepenuhnya ditinggalkan oleh Generasi Z dan masih memiliki peran sebagai media pendamping, terutama dalam konteks sosial dan keluarga. Kemudahan akses televisi di rumah, penempatan yang mendukung, serta kualitas perangkat televisi yang semakin modern seperti digital atau smart TV menjadi faktor yang memperkuat keberlangsungan penggunaannya. Televisi tetap relevan sebagai sarana hiburan pasif yang dapat dinikmati bersama, meskipun posisinya tidak lagi sebagai media utama di tengah dominasi internet dan media digital.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, A., & Puspitasari, L. (2018). Media televisi di era internet. *ProTVF*, *2*(1), 101. https://doi.org/10.24198/ptvf.v2i1.19880

Arif Rahman, Z., Zulaikha, & Widiarto, D. S. (2025). Inovasi konten televisi untuk generasi muda: Tantangan dan peluang dalam meningkatkan keterlibatan pemirsa muda. *Jurnal Media Informatika (Jumin)*, *6*(3), 709–713.

Deti, W. O. D., & Matondang, M. A. (2024). Pola konsumsi berita dalam era digital: Preferensi Generasi Z terhadap sumber berita tradisional dan modern.

Evita, N., Prestianta, A. M., & Asmarantika, R. A. (2023). Patterns of media and social media use in Generation Z in Indonesia. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, *7*(1), 195–214. https://doi.org/10.25139/jsk.v7i1.5230

Ginanjar, R. (2025). Analysis of the Influence and Impact of Social Media on Gen-Z Literacy Activities. JALILA: Journal of Applied Linguistics and Literary Analysis, 1(1), 11–16

Haqqu, R. (2020). Era baru televisi dalam pandangan konvergensi media. *Rekam*, *16*(1), 15–20. https://doi.org/10.24821/rekam.v16i1.3721

Nurchayati, Z. (2021). Televisi sebagai media komunikasi massa. *32*(3), 167–186.

Pramesthi, K., Hanum, & Prasetyo, D. B. (2023). Pengaruh terpaan iklan televisi terhadap brand awareness. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi*, *8*(1), 80–95. https://jurnalilmukomunikasi.uho.ac.id/index.php/journal/article/view/16/8

Pratama, D. Y., Iqbal, I. M., & Tarigan, N. A. (2019). Makna televisi bagi Generasi Z. *Inter Komunika: Jurnal Komunikasi*, *4*(1), 88–103.

Safrudiningsih. (2024). Content diversity as a predictor of digital media consumption by Generation Z.

Wibowo, T. O., Syafuddin, K., & Elmada, M. A. G. (2024). Consuming entertainment as roamers: A study of generation Z's television viewership in the digital era.