



Persepsi Gen Z Kota Surabaya terhadap Pemberitaan Gagal Bayar Pinjaman Online pada Portal Berita Bisnis.com

Kirana Ayu Rarasari¹, Catur Suratnoaji²

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia

E-mail: kiranarafi@gmail.com, catur_suratnoaji.ilkom@upnjatim.ac.id

Article Info	Abstract
Article History Received: 2024-08-07 Revised: 2024-09-22 Published: 2024-10-04 Keywords: <i>Perception; Generation Z; Loan Defaults; Online Media; News.</i>	This research examines the perceptions of Generation Z in Surabaya towards online media coverage, specifically Bisnis.com's reports on online loan defaults. The objective is to understand how Gen Z interprets and reacts to this news, considering factors such as media literacy, trust in online sources, and the impact of the coverage on their financial decisions. The perception process includes stages of sensation, attention, and interpretation. The research methodology employs a qualitative approach, using in-depth interviews with Generation Z individuals in Surabaya. The aim is to discern the perceptions of Surabaya's Gen Z towards the online loan default news on Bisnis.com. The findings reveal that Gen Z's perceptions vary, including negative views towards borrowers and online lending services, as well as sympathetic views towards borrowers. This study indicates that mass media have several effects: cognitive effects in the form of increased knowledge, conative effects in the form of changes in financial attitudes, and affective effects in the form of emotions felt by individuals.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2024-08-07 Direvisi: 2024-09-22 Dipublikasi: 2024-10-04 Kata kunci: <i>Persepsi; Generasi Z; Gagal Bayar Pinjaman; Media Online; Pemberitaan.</i>	Penelitian ini mengkaji persepsi Generasi Z di Surabaya terhadap pemberitaan media online, khususnya liputan Bisnis.com tentang gagal bayar pinjaman online. Tujuan penelitian adalah untuk memahami bagaimana Gen Z menafsirkan dan bereaksi terhadap berita tersebut, dengan mempertimbangkan literasi media, kepercayaan terhadap sumber online, dan dampak pemberitaan terhadap keputusan finansial mereka. Proses persepsi ini meliputi tahap sensasi, atensi, dan interpretasi. Metodologi penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan wawancara mendalam dengan individu (in depth interview) pada Generasi Z di Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi Gen Z kota Surabaya terhadap pemberitaan gagal bayar pinjaman online pada portal berita Bisnis.com. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi Gen Z bervariasi, termasuk persepsi negatif terhadap peminjam dan layanan pinjaman online, serta persepsi simpatik terhadap peminjam. Penelitian ini menunjukkan terdapat efek yang ditimbulkan dari media massa meliputi efek kognitif berupa bertambahnya pengetahuan, efek konatif yang berupa perubahan sikap keuangan, dan efek afektif berupa perasaan yang dirasakan oleh individu.

I. PENDAHULUAN

Seiring berjalannya waktu, komunikasi mengalami perkembangan dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi. Perkembangan ini ditandai dengan hadirnya internet di tengah masyarakat. Pada tahun 2018 tercatat pada Laporan Hasil Survey yang dikeluarkan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2018 dengan judul Penetrasi dan Profil Pengguna Internet di Indonesia (APJII, 2018) yang menyebutkan bahwa penetrasi pengguna internet mencapai 171,17 juta orang dari total populasi Indonesia yang berkisar sekitar 264,16 juta orang. Hal ini telah menunjukkan bahwa hampir semua tempat di penjuru Indonesia telah tersentuh oleh Internet (Kristiyono, 2015). Perkembangan

teknologi ini membuat segala aktivitas menjadi serba digital. Penggunaan teknologi terhadap aktivitas finansial sekarang ini ditandai dengan munculnya *Financial Technology*. Bank Indonesia mendefinisikan *financial technology* sebagai hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat, yang awalnya dalam membayar harus bertatap-muka dan membawa sejumlah uang kas, kini dapat melakukan transaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dalam hitungan detik saja. Pertumbuhan start up fintech yang sangat pesat di Indonesia menjadi latar belakang bagi OJK mengeluarkan peraturan OJK No. 77/POJK.01/2016 tentang layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi

informasi atau disebut juga *peer to peer lending* (P2P). Pinjaman online saat ini merupakan salah satu alternatif keuangan bagi masyarakat yang membutuhkan dana tunai di saat mendesak dimana hanya dengan menggunakan aplikasi yang dapat diunduh dari ponsel, masyarakat bisa dengan mudah mendapatkan pinjaman. Proses verifikasi yang dilakukan juga sangat cepat, rata-rata kurang dari 48 jam proses verifikasi selesai dan pinjaman juga langsung cair (Sinaga dkk, 2019).

Kemudahan yang ditawarkan oleh *financial technology* ini memberikan peningkatan pada pengguna *fintech* di Indonesia. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat nilai penyaluran *fintech lending* atau pinjaman online pada Agustus 2023 nilai penyaluran *fintech lending* alias pinjaman online (pinjol) di Indonesia mencapai Rp20,53 triliun dan mayoritas dengan angka 10,47 juta peminjam berasal dari wilayah Pulau Jawa, setara 78,3% dari total peminjam nasional (Annur C, 2023). Kebanyakan pengguna pinjaman online merupakan generasi muda usia 19-34 tahun yang termasuk ke rentang Gen Z dan Milenial. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat Gen Z dan milenial menjadi penyumbang terbesar penerima pinjol dengan angka mencapai Rp26,87 triliun (Goodstat.id, 2023).

Generasi muda saat ini, khususnya Gen Z cenderung berperilaku konsumtif dan tidak memiliki tanggung jawab terhadap pengelolaan keuangan yang baik. Hal ini dapat disebabkan karena pengaruh dari terpaan gaya hidup melalui *frame* media sosial yang memperlihatkan kehidupan *influencer* atau *public figure* yang hedon, selain itu generasi saat ini juga didukung dengan budaya hutang (*paylater*) dari pesatnya perkembangan *financial technology* yang maju. Wati M (2023) mengatakan bahwa gaya hidup hedon ini memberikan efek domino terhadap perilaku irrasional dan juga ketergantungan terhadap pinjaman online, *paylater*, kartu kredit dan *crowd funding* lainnya sehingga terjerat pada pinjaman online untuk mencukupi gaya hidup. Perlu disadari bahwa keputusan peminjaman online ini harus disertai dengan tanggung jawab. Peminjaman online yang tidak disertai dengan tanggung jawab akan berakibat adanya kredit macet atau gagal bayar.

Gagal bayar pinjaman online merupakan suatu tindakan tidak membayar atau tidak memiliki kemampuan dalam membayar pinjaman online yang telah dipinjam dengan sengaja dan secara sadar. Aksi gagal bayar ini telah marak dilakukan terhadap *fintech* (Financial Technology) legal

maupun illegal. Gagal bayar terhadap *fintech* legal ini memiliki resiko yang akan ditanggung oleh peminjam yang melakukan gagal bayar. Diantaranya adalah memiliki bunga yang semakin besar, ditagih oleh debt collector, dan tercatat di Slik OJK dengan kualitas buruk yang akan menjadi pertimbangan LJK (Lembaga Jasa Keuangan) lain atau bank untuk memberikan pinjaman, proyek, seleksi pegawai, atau keperluan lainnya (Munawaroh N, 2023). Penelitian terdahulu oleh Susanto & Chawa (2021) yang menemukan kelompok aksi gagal bayar yang telah berdiri sejak 2017. Kelompok aksi gagal bayar ini berisikan anggota – anggota yang dengan sengaja memanfaatkan aplikasi – aplikasi pinjaman online sebagai lading pencaharian mereka. Praktik ini bertujuan untuk dapat mendapatkan pinjaman tanpa harus mengembalikannya.

Penelitian ini berfokus pada persepsi Generasi Z dalam memahami pesan atau berita yang mereka terima. Proses pemahaman ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti latar belakang budaya, pengalaman masa lalu, dan nilai-nilai yang dianut. Persepsi adalah proses di mana individu memberikan makna terhadap informasi. Dalam penelitian ini, informasi yang dimaksud adalah berita tentang gagal bayar pinjaman online yang sering muncul di berbagai portal berita online di Indonesia. Salah satu portal yang aktif memberitakan tentang gagal bayar pinjaman online adalah Bisnis.com, sebuah portal berita online yang menyediakan informasi tentang teknologi, keuangan, isu politik, kebijakan ekonomi, dan lainnya. Bisnis.com mempublikasikan beberapa artikel yang mengangkat topik gagal bayar pinjaman online yang berkaitan dengan Generasi Z.

Pemberitaan yang muncul terkait dengan fenomena gagal bayar pinjaman online ini akan memberikan dampak pada pandangan atau persepsi masyarakat khususnya para generasi muda atau Gen Z. Persepsi yang terbentuk ini akan memberikan efek pada aktualisasi sikap dan perilaku pada individu. Media massa hadir pada setiap peristiwa penting, mengamati, mencatat, merekam, dan kemudian melaporkannya kepada publik dengan *frame* dan atau dengan sudut pandang tertentu. Melalui sisi pengetahuan khalayak mengenai suatu peristiwa, kemudian persepsi-persepsi terbentuk, dan pada akhirnya pandangan serta sikap-sikap muncul dan teraktualisasi yang beranekaragam sifatnya. Semua ini biasanya mendasari tindakan dan pola-pola perilaku baik individu maupun

kelompok (Muhazir A, 2021). Prensky (2001) menyebutkan bahwa Generasi Z dikenal sebagai generasi yang sangat akrab dengan teknologi digital dan memiliki karakteristik yang unik dalam menerima dan memproses informasi.

Permasalahan gagal bayar pinjaman online semakin marak diberitakan seiring dengan meningkatnya penggunaan layanan pinjaman online. Media massa memainkan peran penting dalam membentuk persepsi publik mengenai isu ini. Berdasarkan laporan OJK (2021), terdapat peningkatan signifikan dalam jumlah kasus gagal bayar pinjaman online, yang menunjukkan perlunya pemahaman lebih dalam tentang dampak berita tersebut terhadap masyarakat, khususnya Generasi Z.

Memahami persepsi Generasi Z terhadap gagal bayar pinjaman online sangat penting karena hal ini dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan mereka terhadap layanan tersebut, kesadaran akan risiko gagal bayar, serta tanggung jawab atas perilaku keuangan mereka. Menggunakan teori persepsi yang dijelaskan oleh Deddy Mulyana, penelitian ini juga mengacu pada teori perbedaan individu dari Melvin Defleur (1982), yang menyatakan bahwa setiap individu memiliki kepribadian yang berbeda, yang dapat mempengaruhi pandangan mereka terhadap suatu hal. Audiens adalah kelompok yang beragam dengan latar belakang dan nilai sosial yang berbeda-beda, sehingga pengaruh media terhadap pandangan atau persepsi individu juga akan bervariasi.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menafsirkan atau menginterpretasi data-data penelitian yang di dapatkan melalui pengamatan dan wawancara. Dalam penelitian kualitatif instrumennya adalah orang atau *human instrument*, yaitu peneliti itu sendiri. Penelitian kualitatif memiliki sifat deskriptif yang dimana data yang terkumpul di lapangan akan berupa gambar atau kata-kata. Selanjutnya, penelitian kualitatif lebih menekankan pada proses daripada produk atau outcome. Dalam penelitian kualitatif melakukan analisis data secara induktif dan lebih menekankan makna data yang teramati (Sugiyono, 2013).

Subjek penelitian ini adalah Generasi Z di kota Surabaya. Objek penelitian ini adalah pemberitaan gagal bayar pinjaman online pada portal berita Bisnis.com. Lokasi penelitian ini dilakukan di kota Surabaya dengan sasaran informan merupakan Generasi Z di kota Surabaya.

Penelitian ini menggunakan pengumpulan data secara primer dan sekunder. Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti sebagai yang mempunyai kepentingan terhadap data tersebut. Data primer merupakan data yang berupa wawancara yang dilakukan terhadap narasumber yang sesuai dengan kriteria pada penelitian ini. Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan secara tidak langsung oleh penulis, data ini bisa berupa suatu dokumen, penelitian yang diperoleh, data dari surat kabar, dan dari referensi-referensi lainnya (Sutikno & Hardi, 2020).

Pada tahap analisis data penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, saat memasuki lapangan, dan setelah selesai memasuki lapangan. analisis data kualitatif difokuskan pada proses di lapangan bersamaan dengan pengumpulan data. Analisis sebelum dilapangan dilakukan dengan menggunakan data sekunder berupa hasil studi penelitian terdahulu, artikel, buku, dan lain sebagainya untuk menentukan fokus penelitian. Analisis data oleh Miles & Huberman (1984) merupakan analisis data kualitatif yang dilakukan secara interaktif. Terdapat tiga langkah analisis data yaitu reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan (Sugiyono, 2013).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Pemahaman terhadap Peristiwa Gagal Bayar Pinjaman Online

Gagal bayar pinjaman online terjadi ketika seseorang tidak memenuhi tenggat waktu pembayaran hutang melalui aplikasi layanan pinjaman, baik secara sengaja maupun tidak sengaja. Informan 4, menjelaskan bahwa berita tentang gagal bayar ini telah meningkatkan pemahamannya mengenai kejadian tersebut. Gagal bayar tidak hanya terjadi pada aplikasi pinjaman yang diawasi OJK, tetapi juga pada banyak pinjaman online ilegal. Alasan utama Generasi Z dan Milenial mengalami gagal bayar adalah untuk memenuhi gaya hidup yang melebihi kebutuhan.

Informan 5, menambahkan bahwa banyak dari generasi muda mengambil pinjaman yang tidak sesuai dengan kemampuan mereka, yang seringkali digunakan untuk membeli barang-barang yang tidak diperlukan, sehingga mereka akhirnya tidak bisa membayar dan akunnnya diblokir. Kemajuan digital mempermudah akses

informasi dan pekerjaan berbasis online, tetapi juga menyebabkan peningkatan kasus pinjaman online, seperti dijelaskan oleh Informan 6, yang mengkritik pilihan orang untuk menggunakan pinjaman instan.

Informan 7, menyebutkan bahwa berita Bisnis.com meningkatkan pemahamannya tentang gagal bayar, menunjukkan bahwa sebagian besar kasus terjadi pada usia 19-34 tahun. OJK telah berupaya mengatasi masalah ini, meskipun belum efektif. Selain gaya hidup, bunga tinggi pada pinjaman ilegal juga menyebabkan gagal bayar, seperti dijelaskan oleh Informan 1 dan Informan 2. Banyak faktor mempengaruhi keputusan untuk mengambil pinjaman online, dan kurangnya tanggung jawab serta perhitungan yang buruk seringkali menyebabkan gagal bayar.

2. Penerimaan Pesan oleh Gen Z Terhadap Pemberitaan

Kelayakan pemberitaan di media massa sangat penting dalam konteks informasi dan komunikasi, terutama di era digital saat ini. Kemudahan penyebaran dan akses informasi membuat kelayakan pemberitaan menjadi semakin krusial. Aspek kelayakan meliputi kebenaran berita, kredibilitas sumber, objektivitas, dan dampak sosial. Objektivitas berarti media harus menyajikan berita secara adil dan seimbang tanpa bias.

Peneliti menemukan bahwa pemberitaan tentang gagal bayar pinjaman online penting untuk memberikan gambaran kepada masyarakat, terutama Gen Z, mengenai dampak negatifnya. Peneliti mencatat bahwa berita ini bisa menimbulkan berbagai efek sosial, termasuk efek jera bagi pengguna pinjaman online yang mengalami gagal bayar, seperti yang disampaikan oleh seorang informan. Seorang informan setuju bahwa berita tersebut layak untuk menyadarkan masyarakat tentang kerugian negara akibat gagal bayar pinjaman online. Menurut peneliti, media massa berperan dalam meningkatkan literasi masyarakat melalui pemberitaan yang benar, kredibel, dan objektif. Informan lain juga menekankan pentingnya pemberitaan ini untuk meningkatkan literasi dan menjadi pembelajaran atas maraknya kasus gagal bayar.

Peneliti mencatat bahwa pemberitaan di media massa juga bertujuan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu penting seperti gagal bayar pinjaman online, yang seringkali disebabkan oleh gaya hidup konsumtif Gen Z. Seorang informan mengingatkan bahwa pinjaman online seharusnya membantu, bukan disalahgunakan. Seluruh informan sepakat bahwa berita Bisnis.com tentang gagal bayar pinjaman online kaya akan informasi dan mencantumkan sumber data yang valid, meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan terhadap berita tersebut. Peneliti mencatat bahwa informasi lengkap ini mencakup data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), pendapat para ahli, dan upaya pihak terkait untuk mengatasi pinjaman online ilegal.

3. Efek Pemberitaan Gagal Bayar Pinjaman Online

Informasi yang disebarkan oleh media massa memiliki efek signifikan bagi individu yang mengkonsumsinya, terutama dalam konteks pemberitaan gagal bayar pinjaman online. Efek ini dirasakan oleh mereka yang menggunakan, mempertimbangkan, atau bahkan belum berpikir menggunakan layanan tersebut. Salah satu dampak utama adalah peningkatan kesadaran akan risiko keuangan. Informasi tentang persyaratan pinjaman, suku bunga, dan risiko gagal bayar membuat pembaca lebih waspada. Pemberitaan juga menambah pengetahuan dan kesadaran sosial, membantu individu memahami isu-isu terkini dan mendorong perubahan positif. Berita ini dapat memotivasi individu untuk lebih berhati-hati dalam keuangan mereka. Informan 1 menyatakan bahwa berita dari Bisnis.com menambah informasi dan kesadaran akan risiko yang membuatnya lebih berhati-hati.

Bagi pembaca yang pernah mengalami pinjaman online, berita ini dapat menimbulkan dampak psikologis seperti rasa malu dan penyesalan. Contoh nyata dari berita ini mempengaruhi perasaan mereka dan mendorong perubahan perilaku keuangan yang lebih baik. Empat dari tujuh merasakan perubahan sudut pandang terhadap penggunaan pinjaman online, menganggapnya sebagai pilihan terakhir

atau bahkan tidak menggunakan sama sekali.

Pemberitaan juga meningkatkan kewaspadaan dan kehati-hatian dalam mengelola keuangan, terutama bagi yang pernah atau sedang memiliki pinjaman online. Informan menyatakan bahwa mereka sekarang lebih berhitung dan berhati-hati sebelum menggunakan pinjaman online. Selain itu, pemberitaan ini juga memotivasi tindakan preventif. Informan menunjukkan niat untuk mengedukasi orang terdekat tentang risiko pinjaman online, berbagi informasi terkini, dan memberikan peringatan risiko. Tindakan preventif ini diharapkan dapat membantu orang di sekitar lebih waspada dan mampu mengelola keuangan pribadi dengan lebih baik, serta meningkatkan literasi digital dan keuangan mereka sendiri.

4. Pandangan Gen Z terhadap Pemberitaan Bisnis.com terkait Gagal Bayar Pinjaman Online

Media massa memainkan peran penting dalam meningkatkan kesadaran publik mengenai risiko pinjaman online dan mendorong regulasi yang lebih ketat. Melalui berita, artikel, laporan investigasi, dan wawancara, media memberikan informasi terperinci tentang berbagai aspek masalah ini, seperti praktik penagihan tidak etis, jumlah kasus gagal bayar, dan dampaknya terhadap masyarakat. Media juga membantu membentuk opini publik, mendorong tindakan regulator, dan meningkatkan literasi keuangan. Proses persepsi publik tentang pemberitaan gagal bayar pinjaman online melalui media massa melibatkan tiga tahap: sensasi, atensi, dan interpretasi, yang semuanya berkontribusi pada pemahaman dan kesadaran sosial mengenai isu ini. Pada proses sensasi seluruh informan telah mengetahui dan membaca pemberitaan gagal bayar pinjaman online pada portal berita Bisnis.com. Seluruh informan juga telah mengetahui terkait dengan peristiwa gagal bayar pinjaman online ini melalui media sosial, berita media massa, ataupun pengalaman-pengalaman dari orang-orang di sekitarnya.

Pada tahap atensi, ketertarikan terhadap pemberitaan gagal bayar pinjaman online di antara informan dipengaruhi oleh faktor

internal dan eksternal. Informan 1, 3, dan 5 menunjukkan bahwa pengalaman pribadi dan pengetahuan langsung mengenai isu gagal bayar meningkatkan atensi mereka terhadap berita tersebut. Faktor internal, seperti pengalaman masa lalu dan kesamaan pengalaman dengan orang-orang di sekitar, membuat mereka lebih selektif dan tertarik pada pemberitaan ini.

Di sisi lain, Informan 2, 4, 6, dan 7 dipengaruhi oleh faktor eksternal, terutama kebaruan informasi yang disampaikan dalam pemberitaan. Informasi baru mengenai literasi keuangan, komitmen dalam membayar hutang, dan fakta-fakta terkait nominal kerugian serta jumlah individu yang terjerat gagal bayar, menarik perhatian mereka. Kebaruan dan kontras informasi yang bertentangan dengan prinsip pribadi juga mempengaruhi atensi beberapa informan, menunjukkan bagaimana berita dapat membentuk dan memperkaya pemahaman mereka tentang isu gagal bayar pinjaman online.

Selanjutnya, pada tahap akhir pada persepsi adalah interpretasi. Interpretasi adalah tahap kunci dalam persepsi di mana makna diberikan pada informasi sensoris yang telah difokuskan pada tahap atensi. Hasil interpretasi ini bersifat subjektif dan dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu, budaya, kebutuhan, serta faktor internal lainnya. Faktor fungsional seperti frame of reference juga memainkan peran penting dalam interpretasi perseptual suatu objek.

Penilaian terhadap pemberitaan gagal bayar pinjaman online bervariasi. Beberapa individu melihatnya sebagai narasi negatif yang perlu disampaikan untuk meningkatkan kesadaran akan risiko gagal bayar, terutama di kalangan Gen Z yang meminjam berdasarkan keinginan, bukan kebutuhan. Mereka menekankan bahwa pinjaman sebaiknya dihindari kecuali untuk keperluan mendesak karena bisa menimbulkan kesulitan jika tidak sesuai dengan kapasitas diri. Di sisi lain, ada pandangan yang melihat pinjaman online sebagai solusi keuangan yang memudahkan, terutama bagi mereka yang kesulitan meminjam dari bank konvensional, meski regulasi yang lemah dapat menyebabkan kerugian akibat pinjaman ilegal. Latar belakang hukum dan pengalaman pribadi sering kali mempengaruhi pandangan ini,

menekankan pentingnya literasi dan tanggung jawab keuangan.

Empati terhadap mereka yang gagal bayar juga menjadi reaksi umum. Beberapa berpendapat bahwa peminjam harus memiliki komitmen untuk mengembalikan pinjaman, sementara yang lain merasa bahwa pinjaman online merugikan dan penagihannya membebani, didorong oleh pengalaman pribadi dan pandangan struktural tentang budaya yang menitik-beratkan pada kelompok gagal bayar. Kebingungan dengan banyaknya orang yang memilih pinjaman online tanpa berpikir panjang juga muncul, mengkritik kurangnya literasi keuangan di kalangan Gen Z. Secara keseluruhan, pentingnya tanggung jawab dan literasi keuangan dalam penggunaan pinjaman online ditekankan untuk mencegah dampak negatif yang mungkin timbul, seperti hambatan pada perkembangan diri dan relasi sosial.

5. Pemberitaan yang Faktual

Pemberitaan yang faktual adalah pilar penting dalam dunia jurnalistik, terutama di era digital di mana informasi bergerak cepat. Faktualitas merujuk pada kebenaran dan keakuratan data yang digunakan. Pemberitaan yang akurat dan faktual dapat mempengaruhi opini publik dan juga pengambilan keputusan, memungkinkan masyarakat untuk membuat keputusan berdasarkan fakta, bukan spekulasi. Menurut beberapa narasumber, berita yang disampaikan oleh *Bisnis.com* dianggap faktual karena mencantumkan data dan kutipan dari sumber resmi.

Kredibilitas sumber informasi juga penting dalam menentukan kelayakan pemberitaan di media massa. Sumber berita yang terpercaya dan bereputasi baik memberikan kepastian bahwa informasi yang disampaikan dapat dipercaya. Kutipan tanggapan dari pihak terkait yang ahli dalam isu yang dibahas dapat meningkatkan kredibilitas informasi. Menilai keakuratan berita adalah keterampilan penting yang harus dimiliki setiap pembaca untuk menyaring berita di media. Pengalaman pribadi individu memberikan konteks yang lebih baik untuk memahami berita. Seseorang yang telah mengalami peristiwa yang diberitakan akan lebih mudah menilai keakuratannya. Pengalaman

dari lingkungan sekitar juga membantu dalam menilai dan memperkuat fakta dalam berita.

Judul berita merupakan aspek penting karena berfungsi sebagai pintu gerbang pertama bagi pembaca dan memberikan ringkasan singkat dari isi berita. Judul yang clickbait atau tidak relevan dapat membawa pengalaman buruk bagi pembaca. Gen Z, dengan keterampilan digital yang tinggi, dapat cepat mengenali clickbait dan lebih memilih konten yang jujur dan langsung. Judul yang baik menarik perhatian dengan kalimat singkat, jelas, dan menarik.

Selain itu, pemberitaan yang kaya akan literasi dan terstruktur lebih disukai oleh pembaca. Berita yang terstruktur dan kaya akan literasi memberikan akses luas terhadap informasi, menyuguhkan informasi secara jelas dan tidak bias, serta mampu menghubungkan berbagai informasi untuk membentuk pemahaman yang komprehensif. Pembaca cenderung mencari sumber berita yang kredibel dan juga terpercaya. Selektivitas dalam memilih berita melibatkan pemeriksaan sumber berita, fakta, kredibilitas data, dan relevansi konten sebelum memutuskan untuk menerima informasi dari berita tersebut. Misalnya, berita tentang literasi keuangan dan manajemen keuangan lebih disukai karena memberikan informasi yang berguna dan terpercaya.

B. Pembahasan

Melvin D. Fleur dalam Effendy (2003) mengemukakan bahwa media massa menargetkan khalayak yang secara selektif memperhatikan pesan sesuai dengan latar belakang budaya, kepentingan, kebutuhan, dan nilai-nilai yang didukung. Setiap individu merespons pesan secara berbeda berdasarkan kondisi psikologisnya, sehingga efek komunikasi media tidak seragam. Efek ini tergantung pada kondisi psikologis dan karakteristik pribadi individu, yang membuat efek komunikasi berbeda meskipun pesan yang disampaikan sama.

Peristiwa gagal bayar pinjaman online banyak diberitakan di media massa dan telah menimbulkan kerugian ekonomi. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyatakan bahwa Gen Z dan milenial adalah penyumbang terbesar dari kerugian ini. Portal berita *Bisnis.com*

memberitakan hal ini, dan hasil penelitian menunjukkan bahwa informan yang membaca berita tersebut memiliki pemahaman dan penerimaan pesan yang berbeda-beda. Effendy (2003) menyatakan bahwa perbedaan individu seperti kebiasaan, perilaku, kebutuhan, motivasi, dan budaya membentuk penerimaan pesan yang beragam. Informan yang pernah mengalami gagal bayar memiliki pemahaman yang lebih mendalam terhadap berita tersebut.

Penelitian ini berfokus pada interpretasi Gen Z terhadap pemberitaan gagal bayar pinjaman online di Bisnis.com. Menurut Kenneth K. Sereno, Edward M. Bodaken, dan Judy C. Pearson dalam Mulyana (2019), proses persepsi terdiri dari tiga tahap yaitu sensasi, atensi, dan interpretasi. Sensasi adalah penerimaan stimulus, atensi adalah pemfokusan objek, dan interpretasi adalah pemaknaan. Faktor internal seperti pengalaman masa lalu dan tingkat pendidikan, serta faktor eksternal seperti kebaruan informasi, mempengaruhi atensi dan interpretasi informan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa interpretasi yang dihasilkan bervariasi.

Media massa memberikan efek kognitif, afektif, dan konatif pada individu yang membacanya (Hikmat H, 2018). Efek kognitif adalah penambahan informasi, efek afektif adalah perasaan seperti penyesalan dan keprihatinan, dan efek konatif adalah perubahan perilaku. Empat dari tujuh informan tidak menunjukkan perubahan perilaku, sementara tiga lainnya mengubah sikap keuangan mereka setelah membaca pemberitaan. Informan yang mengalami perasaan simpatik dan was-was terhadap risiko gagal bayar cenderung mempertimbangkan kembali penggunaan pinjaman online.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Peristiwa gagal bayar pinjaman online yang kerap terjadi mengakibatkan kerugian ekonomi baik bagi negara maupun individu, di mana Gen Z dan milenial menjadi kelompok yang paling banyak terkena dampak. Pemberitaan tentang peristiwa ini oleh media massa pasti membentuk persepsi dan opini publik. Objek penelitian ini adalah pemberitaan Bisnis.com mengenai gagal bayar pinjaman online. Penelitian ini mengkaji persepsi Gen Z kota Surabaya terhadap

pemberitaan tentang gagal bayar pinjaman online di portal berita Bisnis.com. Berdasarkan teori perbedaan individu oleh Melvin D. Fleur dan Effendy (2003), media massa memengaruhi audiens sesuai dengan latar belakang budaya, kepentingan, kebutuhan, dan nilai-nilai yang dianutnya. Persepsi individu terhadap pesan media berbeda-beda karena dipengaruhi oleh kondisi psikologis dan karakteristik personal masing-masing.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemberitaan ini diterima dengan cara yang berbeda oleh setiap informan, tergantung pada pengalaman, latar belakang pendidikan, dan kondisi psikologis mereka. Gen Z memiliki pemahaman dan penerimaan pesan yang beragam berdasarkan faktor internal (pengalaman masa lalu, latar belakang pendidikan, kondisi psikologis) dan faktor eksternal (kebaruan informasi, kontras dengan realitas yang dialami). Persepsi Gen Z terhadap pemberitaan gagal bayar pinjaman online di portal Bisnis.com bersifat beragam dan subjektif, mencakup persepsi negatif terhadap peminjam dan layanan pinjaman online, persepsi simpatik terhadap peminjam, persepsi kritis terhadap regulasi pemerintah, dan persepsi positif terhadap edukasi keuangan. Hal ini dipengaruhi oleh faktor internal (kebutuhan, pengalaman masa lalu, latar belakang budaya, kondisi emosional) dan faktor struktural (kedekatan ruang dan waktu, kelompok sosial).

Efek pemberitaan yang ditimbulkan meliputi efek kognitif berupa penambahan informasi terkait peristiwa gagal bayar pinjaman online, efek afektif berupa perasaan penyesalan, prihatin, dan was-was terhadap risiko gagal bayar, serta efek konatif berupa perubahan perilaku, seperti peningkatan literasi keuangan dan perubahan sikap terhadap penggunaan pinjaman online. Penelitian ini menunjukkan bahwa pemberitaan media massa mengenai gagal bayar pinjaman online memiliki dampak signifikan pada pembaca dari Gen Z, dengan efek yang beragam tergantung pada karakteristik individu dan juga faktor lingkungan yang memengaruhi mereka.

B. Saran

Saran yang dapat peneliti berikan untuk perkembangan pada penelitian berdasarkan hasil penelitian analisis persepsi Gen Z

terhadap pemberitaan gagal bayar pinjaman online pada portal berita Bisnis.com:

1. Melakukan penelitian lebih lanjut untuk dapat memahami lebih dalam dengan jangka waktu dan jadwal penelitian lebih panjang dan terperinci, memperluas cakupan objek penelitian, serta fokus pembahasan yang lebih dalam.
2. Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi penelitian berikutnya sebagai referensi dan melakukan pengembangan dengan metode dan fokus pembahasan yang lebih luas.
3. Sosialisasi program literasi media dan literasi digital kepada masyarakat supaya masyarakat khususnya generasi muda dapat lebih bijak mengkonsumsi berita dan informasi dari berbagai sumber.

DAFTAR RUJUKAN

- Effendy, E., Hasugian, F., & Harahap, M. A. (2023). Menulis Isi Berita Dan Feature. Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK), 5(2), 4018-4025.
- Kristiyono, J. (2015). Budaya internet: Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam mendukung penggunaan media di masyarakat. Scriptura, 5(1), 23-30.
- Muhazir, A., & Sos, S. (2021). Komunikasi Politik: Demokrasi, Media Massa, dan Pemilihan Umum di Indonesia (Vol. 1). Zahira Media Publisher.
- Mulyana, D. (2010). Ilmu komunikasi: suatu pengantar. Remaja Rosdakarya.
- Munawaroh, N. (2023). *Risiko Hukum Galbay Pinjol (Gagal Bayar Pinjol) yang Wajib Kamu Tahu*.
<https://www.hukumonline.com/klinik/a/risiko-hukum-galbay-pinjol-gagal-bayar-pinjol-yang-wajib-kamu-tahu-lt641d6e0f2f2c8>, diakses pada 13 Desember 2023.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Salinan Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 19/Seojk.06/ 2023 Tentang Penyelenggaraan Layanan Pendanaan Bersama Berbasis Teknologi Informasi*.
[https://www.ojk.go.id/id/regulasi/Documents/Pages/Penyelenggaraan-Layanan-Pendanaan-Bersama-Berbasis-Teknologi-Informasi-\(LPBBTI\)/SEOJK%2019-SEOJK.06%2023%20Penyelenggaraan%20Layanan%20Pendanaan%20Bersama%20Berbasis%20Teknologi%20Informasi%20\(LPBBTI\).pdf](https://www.ojk.go.id/id/regulasi/Documents/Pages/Penyelenggaraan-Layanan-Pendanaan-Bersama-Berbasis-Teknologi-Informasi-(LPBBTI)/SEOJK%2019-SEOJK.06%2023%20Penyelenggaraan%20Layanan%20Pendanaan%20Bersama%20Berbasis%20Teknologi%20Informasi%20(LPBBTI).pdf), diakses pada 22 Maret 2024.
- Rahayu, A. (2023, 1 November). Gen Z dan Millenial Menjadi Mayoritas Pengguna Pinjaman Online Pada Tahun 2023. Diakses pada 13 Desember 2023, dari <https://data.goodstats.id/statistic/analisisarahayu/gen-z-dan-milenial-menjadi-mayoritas-pengguna-pinjaman-online-pada-tahun-2023-OyeSM#:~:text=Mirisnya%20lagi%2C%20kebanyakan%20pengguna%20pinjaman,%2C%20mencapai%20Rp26%2C87%20triliun>.
- Sinaga, H. D. E., Irawati, N., & Kurniawan, E. (2019). Financial Technology: Pinjaman Online, Ya atau Tidak. Jurnal Tunas, 1(1), 14-19.
- Sugiyono, S. (2013). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r & d. Bandung: Alfabeta, 288.
- Susanto, W. H., & Chawa, A. F. (2021). Aksi Gagal Bayar Pada Perusahaan Fintech. JSSH (Jurnal Sains Sosial dan Humaniora), 5(1), 9-22.
- Sutikno, M. S., & Hadisaputra, P. (2020). Penelitian Kualitatif. Lombok: Holistica.
- Wati, M. M. (2023). PREFERENSI GENERASI MILENIAL DALAM FINANCIAL, MONEY ETHICS DAN FINTECH SERTA DAMPAKNYA PADA FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR MELALUI FINANCIAL LITERACY (Study Kasus Pada Bumd Air Minum Wilayah Kota Depok). ECOBESTHA, 2, 51-78.