

## BAB II

### KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Kini pemanfaatan media sosial dapat meningkatkan jaringan komunikasi politik, relasi politik, dan partisipasi politik masyarakat (Akmal & Salman, 2015). Hal ini didukung dengan hasil penelitian Hao, Wen, dan George (2014) pada penelitiannya yang berjudul “*News Consumption and Political and Civic Engagement Among Young People*”. Melalui survei yang disebarakan kepada mahasiswa di Singapura, penelitian ini menemukan bahwa berbeda dengan konsumsi melalui media tradisional, konsumsi berita melalui Internet dan situs jejaring sosial secara signifikan memiliki pengaruh terhadap partisipasi politik dan *civic engagement*. Hasil tersebut berkesinambungan dengan penelitian Vissers & Stolle (2013) yang berjudul “*The Internet and New Modes of Political Participation: Offline Versus Online Participation*”. Dimana mahasiswa di Kanada lebih condong kepada partisipasi politik *online* (mengonsumsi berita secara daring, membagikan informasi yang didapat) dibandingkan dengan *offline* sebanyak 23,8%.

Dengan begitu media menjadi penting dalam konteks politik. Hal tersebut juga ditunjukkan melalui hasil penelitian Bimber et al. (2015), yang menemukan bahwa media secara konsisten memiliki peran untuk membentuk perilaku politik. Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa pada umumnya ketertarikan politik dapat melemahkan pengaruh penggunaan media digital terhadap partisipasi politik. Jika ketertarikan politik melemahkan, Limilia dan Fuady (2021)

menemukan bahwa literasi media memiliki pengaruh sebesar 8,5% terhadap partisipasi politik, dan semakin tinggi tingkat literasi media responden, semakin tinggi partisipasi politik mereka.

Dikarenakan anak muda cenderung menggunakan banyak media untuk mengakses berita dan informasi politik, hal tersebut juga berhubungan dengan karakteristik Gen Z yang lebih suka berkelompok bersama individu yang memiliki visi serupa (Christy, 2022). Dengan keragaman media memungkinkan terjebaknya individu dalam *echo chamber*, sesuai dengan penelitian yang dikaji oleh Dubois & Blank pada tahun 2018. Dalam penelitiannya ditemukan bahwa responden yang tertarik dengan politik dan responden yang memiliki diet media yang beragam cenderung menghindari *echo chamber*. Hal ini dikarenakan *echo chamber* dapat memberikan dampak dan meredam ketakutan akan segregasi partisipan hanya karena sebagian kecil dari populasi yang cenderung menemukan diri mereka di ruang gema.

Berdasarkan lima penelitian terdahulu, peneliti memutuskan membuat penelitian dari celah yang ada, terutama belum terdapat penelitian yang mengkaji keempat variabel secara bersamaan. Melalui “*Digital Media and Political Participation: The Moderating Role of Political Interest Across Acts and Over Time*” diketahui bahwa penggunaan informasi online dapat dikaitkan dengan perilaku politik berdasarkan ketertarikan/minat orang-orang. Namun, penelitian ini lebih membahas kepada para partisipan tradisional, sedangkan penelitian ini lebih mengarah kepada kelompok Gen Z yang dapat disebut sebagai generasi terdekat dengan perkembangan media online, teknologi, dan internet. Penelitian

Bimber, et al. juga memiliki banyak keterbatasan, salah satunya adalah belum membahas apakah mobilisasi politik melalui media sosial dapat membuat partisipan yang tidak tertarik untuk berpartisipasi menjadi tertarik. Sedangkan, dari penelitian Limilia & Fuady (2021) ditemukan bahwa partisipasi politik audiens muda di media sosial cenderung rendah, tetapi individu dengan literasi media tinggi cenderung memiliki partisipasi politik yang tinggi. Dari literasi dan partisipasi yang tinggi, terbentuk responden yang mampu melakukan evaluasi terhadap informasi, menciptakan konten yang relevan bagi target audiens, dan memiliki sikap kritis terhadap isu-isu politik yang sedang berkembang. Penelitian Limilia & Fuady memiliki kelemahan yaitu sampel yang tergolong sedikit, oleh karena itu peneliti ingin mengetahui lebih aktual lagi apakah partisipasi politik remaja di media sosial masih tergolong rendah dengan sampel yang lebih banyak dan acak menjelang Pemilu 2024 sesuai dengan tujuan penelitian dibuat. Selain itu peneliti juga ingin mengetahui adakah pengaruh tingkat konsumsi terhadap tingginya literasi politik.

Pada penelitian Dubois & Blank (2018), *echo chamber* dalam politik merupakan metamorfosis sebuah situasi yang didalamnya sudah terdapat pengaturan dimana gagasan, informasi, dan keyakinan tertentu sajalah yang dibagikan. Peneliti ingin menggunakan penelitian ini sebagai replika penelitian dengan fokus yang lebih mendalam salah satunya adalah berfokus pada Gen Z sebagai subjek penelitian.

## 2.2 Teori dan Konsep

Peneliti akan menggunakan Model Elaboration Likelihood, konsep Political Interest, Online News Consumption, Echo Chamber, dan Generasi Z sebagai landasan penelitian ini.

### 2.2.1 Model Elaboration Likelihood

Melalui artikel penelitian berjudul “*Effects of message repetition and position on cognitive response, recall, and persuasion*”, Richard E. Petty dan John T. Cacioppo mempopulerkan Model Elaboration Likelihood. *Elaboration* yang dimaksud mengacu kepada bagaimana audiens berpikir secara kritis dalam menanggapi pesan persuasif yang ada. Model ini menggambarkan kategorisasi, kerangka pengaturan dan pemahaman dasar terkait efektivitas komunikasi persuasif (Petty & Cacioppo, 1986).

Adanya pengaruh dari sikap seseorang terhadap pengambilan keputusan dan tindakan lainnya menjadi ide dasar model ini. ELM memprediksi bagaimana audiens dapat atau tidak dapat terbujuk oleh pesan berdasarkan dua rute kognitif, yaitu rute *central* dan *peripheral* (Richard Petty, 1986). Rute-rute ini dasarnya saling bertolak belakang, tetapi masih memungkinkan jika terdapat audiens mengimplementasikan keduanya sekaligus (Littlejohn & Foss, 2009, p. 331).

Rute *Central* menunjukkan bahwa seseorang akan mempertimbangkan secara hati-hati atau kritis terhadap isi pesan. Ketika

audiens menganggap informasi yang mereka terima penting, ada kemungkinan bahwa mereka akan lebih mengelaborasi pesan tersebut (Littlejohn & Foss, 2009, p. 331). Menurut Petty & Cacioppo, terdapat dua elemen audiens dalam mengaplikasikan rute *central*, yaitu kemampuan dalam mencermati argumen yang relevan dengan isu, relatif tinggi dan motivasi (Petty & Cacioppo, 1986). Namun, jika hanya satu elemen saja yang tinggi, seperti motivasi tinggi dan kemampuan rendah, hal ini akan memicu konflik kecil (Petty & Cacioppo, 1986).

Terdapat tiga motivasi menurut Petty & Cacioppo. Motivasi pertama terjadi ketika informasi yang telah diterima audiens merupakan topik yang diminati, sehingga terdapat relevansi antara topik dengan audiens yang membuat mereka lebih tertarik untuk meluangkan waktu dan mencerna informasi (Littlejohn & Foss, 2009, p. 331). Motivasi selanjutnya berhubungan dengan banyaknya sumber yang kredibel dan membuat audiens secara tidak sadar telah memproses pesan secara kritis ketika menemukan pesan serupa dari sumber yang terpercaya. Motivasi terakhir menggambarkan tanggung jawab audiens dalam memproses informasi dengan kritis atau tidak. Littlejohn & Foss (2009) menyatakan bahwa rute *central* tidak dapat diterapkan jika audiens merasa tidak tertarik terhadap topik dalam pesan sejak awal, meskipun pesan tersebut cukup kuat untuk memengaruhi audiens.

Di sisi lain, rute periferal melibatkan upaya kognitif yang lebih sedikit, di mana audiens tidak terlalu mempertimbangkan isi pesan secara

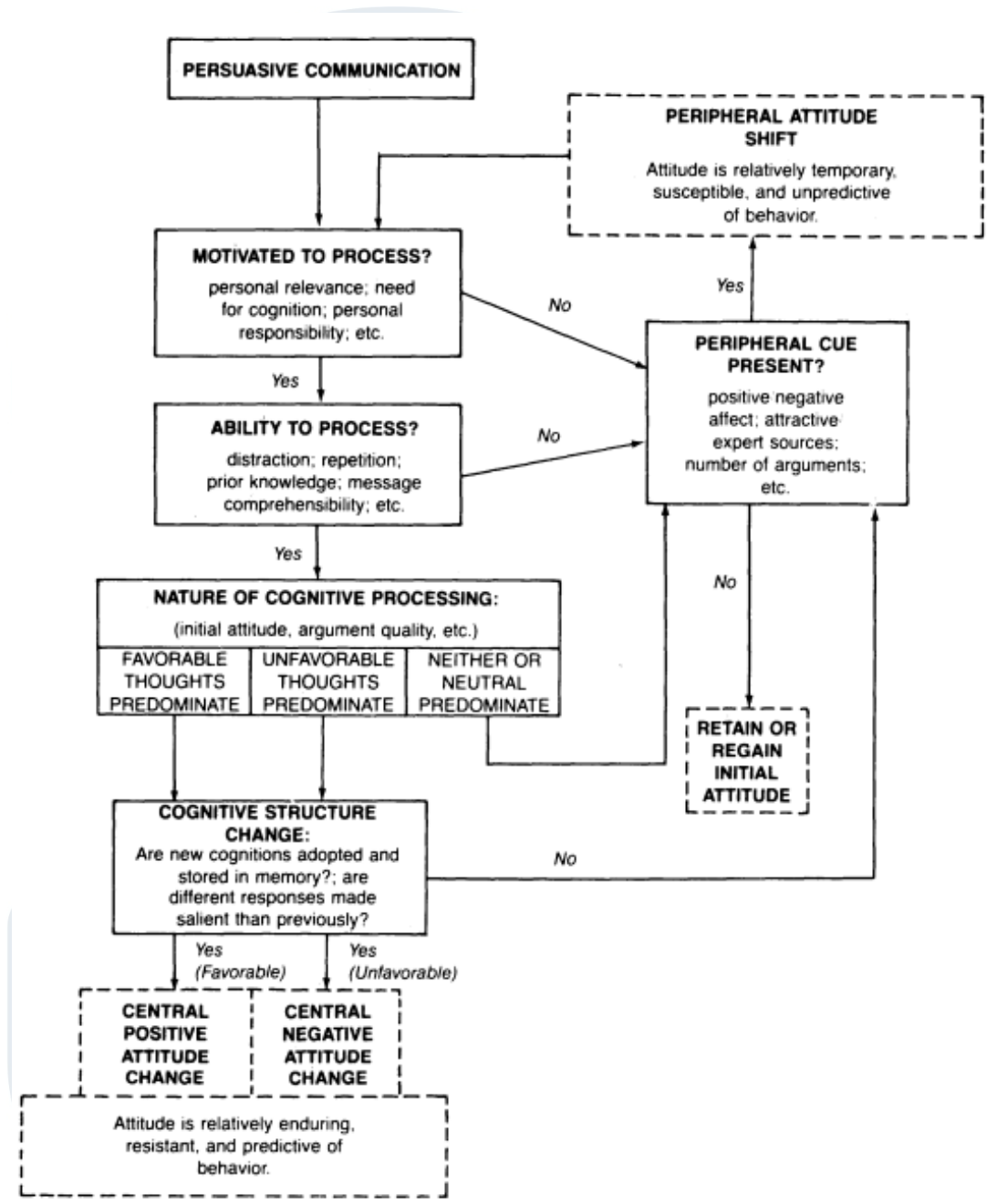
kritis dan lebih mengandalkan isyarat (Bhattacharjee & Sanford, 2006). Dapat dikatakan audiens yang menggunakan rute *peripheral* adalah audiens yang cenderung memiliki motivasi dan kemampuan mengolah informasi yang rendah (Petty & Cacioppo, 1986, p. 20). Persepsi audiens, kredibilitas sumber, gaya dan format pesan, serta suasana hati audiens merupakan faktor-faktor yang dapat menghasilkan isyarat dalam penggunaan rute periferal (Littlejohn & Foss, 2009, p. 331). *Peripheral cues* yang dilakukan audiens dapat memicu *heuristic*, pengambilan keputusan secara sederhana (Littlejohn & Foss, 2009, p. 331).

Model ini dinilai relevan dengan penelitian yang akan dikaji terkait pengaruh sikap seseorang terhadap pengambilan keputusan maupun tindakan. Keputusan dan tindakan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seberapa besar partisipasi Gen Z pada Pemilu 2024. Melalui penelitian berjudul *Application of The Elaboration Likelihood Models in The Political Campaign of Sudrajat-Syaikhu During The West Java Regional General Election in 2018* menjabarkan kampanye politik yang dilakukan para calon kepala daerah berdasarkan ELM. Dari penelitian ini menunjukkan bahwa kampanye religius yang dibawa oleh salah satu calon pasangan kepala daerah lebih banyak mendapat suara melalui rute *peripheral*. Hal ini membuat peneliti ingin menggunakan ELM untuk melihat seberapa besar pengaruh pemberitaan politik secara online dalam memicu motivasi dan kemampuan mengolah pesan Gen-Z di DKI Jakarta.

Melalui penelitian Rizal et al. (2022) yang berjudul “*How does social media influence people to get vaccinated? the elaboration likelihood model of a person’s attitude and intention to get COVID-19 vaccines*”, peneliti memutuskan teori ini relevan untuk menguji perilaku audiens terhadap politik. Pada penelitian Rizal et al. (2022) diketahui rute *central* serta rute *peripheral* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keinformatifan yang dirasa oleh audiens dan persepsi persuasif (menafsirkan dan memahami pesan). Akibatnya dua rute tersebut secara signifikan mempengaruhi sikap terhadap vaksinasi dan niat untuk mendapatkan vaksin. Hasil tersebut juga menjadi aplikasi praktis untuk memerangi keragu-raguan terhadap vaksin COVID-19, yang menjadi masalah global pada waktu tertentu. Dimana kedua rute memiliki dampak dalam mempengaruhi sikap individu terhadap vaksin.



Gambar 2.1 Model Teori ELM



Sumber: Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## 2.2.2 Political Participation

Partisipasi politik merupakan sebuah kegiatan individu yang memiliki pengaruh terhadap politik (Deth, 2014). Konsep ini sangat dikenal dalam bidang ilmu politik (Rohaniah & Efrizah, 2015, hlm. 468), terutama dalam negara-negara yang menganut sistem politik demokrasi, karena didasarkan pada prinsip pemerintahan oleh rakyat dan untuk rakyat (Mudjiyanto, 2012). Menurut Harun & Sumarno (2006), masyarakat yang berpartisipasi dalam politik didasarkan atas kesadaran diri sendiri sebagai bagian dari sistem kehidupan bernegara dan dituntut ikut terjun dalam memajukan kehidupan bangsa dan negara (Harun & Sumarno, 2006: 133). *Political participation* dinyatakan sebagai elemen penting yang menjadi basis dari karakteristik politik, negara, serta organisasi di masyarakat (Dobratz et al., 2019, p. 243). Dalam penelitiannya, Dobratz et al.(2019) membagi partisipasi politik dalam dua kategori yaitu *institutional* dan *non-institutional*.

Partisipasi politik institusional melibatkan keikutsertaan dalam aktivitas politik yang mempertimbangkan harapan dan norma-norma moral yang ada dalam masyarakat. Beberapa tindakan yang termasuk dalam partisipasi politik institusional adalah terlibat dalam diskusi politik, menggunakan Internet untuk melakukan aksi politik, dan terlibat dalam kampanye atau pekerjaan kampanye politik (Dobratz et al., 2019, p. 268). Di sisi lain, partisipasi politik non-institusional lebih cenderung melibatkan tindakan yang melanggar norma-norma moral yang berlaku

dan dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu tindakan legal (seperti protes dan boikot) dan tindakan ilegal (seperti demonstrasi dan unjuk rasa ilegal).

Bersamaan dengan kemajuan zaman, partisipasi politik juga mengalami transformasi untuk beradaptasi dengan kemajuan teknologi (Yolanda & Halim, 2020). Jika sebelumnya partisipasi politik hanya dapat dilakukan secara tatap muka (luring), sekarang telah memungkinkan untuk dilakukan secara daring. Studi eksperimental dilakukan oleh Vissers et al. (2012) untuk meneliti kemungkinan efek diferensial dari mobilisasi politik online dan offline. Diketahui bahwa remaja yang menerima informasi melalui saluran online berpartisipasi dalam kegiatan online, sedangkan mereka yang menerima informasi melalui saluran offline berpartisipasi dalam kegiatan offline. Dalam meneliti peran politik yang dimainkan oleh penggunaan situs jejaring sosial dalam mendorong partisipasi politik di kalangan mahasiswa, Baumgartner dan Morris (2010) menemukan bahwa remaja yang membaca berita di situs jejaring sosial juga merupakan orang yang berpartisipasi dalam aktivitas politik online. Namun, pola seperti itu tidak muncul dalam aktivitas politik luring. Ditemukan juga melalui penelitian Kim et al. (2016), bahwa partisipasi politik online memiliki banyak peran positif dalam kehidupan politik kaum muda, dari meningkatkan kehidupan politik hingga memberikan pengaruh terhadap pihak lain.

### 2.2.3 Political Interest

Kepentingan politik adalah prediktor yang lebih penting dari pemaparan konten politik yang dimotivasi oleh keberpihakan (Skovsgaard, et al., 2016). Seperti yang Harun & Sumarno (2006) jabarkan, salah satu pemicu masyarakat untuk berpartisipasi dalam politik adalah kesesuaian topik dengan minat audiens. Menurut Harackiewicz et al. (2016), minat adalah ketertarikan individu terhadap suatu objek khusus yang mendorong mereka untuk menggali lebih dalam mengenai objek tersebut. Para peneliti juga berpendapat bahwa minat mempunyai dua dimensi, situasional (peningkatan perhatian, usaha, dan pengaruh pada periode tertentu) dan predisposisi (kebiasaan untuk terus terikat dengan topik tertentu dalam jangka waktu yang panjang).

Lupia & Philpot (2005), menguraikan *political interest* sebagai keinginan individu dalam memperhatikan isu-isu politik yang sedang terjadi, walaupun harus mengorbankan topik lainnya. Mereka berpendapat bahwa minat politik menjadi kunci dalam keberlanjutan dan perkembangan sistem pemerintahan (Russo & Stattin, 2017). Namun, berdasarkan penelitian Zhong (2018) pada masyarakat di China, terdapat empat faktor *socio-demographic* yang mempengaruhi minat politik seseorang. Faktor-faktor tersebut mencakup usia (orang yang lebih tua cenderung memiliki minat politik yang lebih tinggi), gender (pria memiliki ketertarikan lebih pada politik), pendidikan (individu dengan tingkat

pendidikan yang lebih tinggi memiliki ketertarikan lebih pada politik), dan terakhir adalah status politik.

#### 2.2.4 Social Media Use for News

Salah satu dampak digitalisasi saat ini adalah membuat masyarakat cenderung lebih sering mengonsumsi berita secara daring dikarenakan aksesnya yang fleksibel. Chan-Olmsted et al. (2013), berpendapat bahwa mengonsumsi berita adalah sebuah pilihan yang melibatkan keaktifan serta kebiasaan dalam berperilaku. Perkembangan digitalisasi telah membuat konsumsi berita menjadi lebih mudah dalam beberapa dekade terakhir. Selain bisa diakses secara fleksibel, informasi yang tersedia juga dapat disesuaikan berdasarkan preferensi audiens (Meijer & Groot dalam de Bruin et al., 2021, p. 1287).

Menurut Klinger & Svensson (2015), media sosial memiliki cara kerja yang berbeda dengan media profesional. Namun, di era media yang serba modern ini, media sosial dinilai lebih dapat memberikan peluang yang menjanjikan untuk paparan berita dan pembelajaran pasif tentang politik (Bode, 2016). Hal ini dikarenakan, paparan berita di media sosial tidak hanya dibagikan oleh rekan sebaya saja, tetapi juga oleh jurnalis dan organisasi media (Weeks & Holbert, 2013). Oleh karena itu tidak mengherankan bahwa media sosial telah menjadi sumber berita yang penting bagi banyak warga negara dan seringkali tidak sengaja terpapar

ketika menggunakan platform tersebut untuk tujuan lain (Kim et al., 2013).

Dalam penelitian Yamamoto & Morey (2019) yang meneliti terkait implikasi penggunaan media sosial untuk konsumsi berita, ekspresi opini, dan partisipasi. Diketahui bahwa media sosial dapat meningkatkan partisipasi masyarakat. Oleh karena itu, peneliti akan mengadaptasi instrumen pertanyaan terkait penggunaan media sosial sebagai berita dari penelitian Yamamoto and Morey (2019).

#### 2.2.5 Echo Chamber

Fenomena *echo chamber* terjadi ketika individu dengan minat atau pandangan serupa berinteraksi, terutama di dalam kelompok mereka. Mereka secara aktif mencari dan berbagi informasi yang sesuai dengan norma kelompok mereka, dan cenderung memperkuat keyakinan yang telah ada sebelumnya (Dubois & Blank, 2018). Karena pada dasarnya, setiap individu mempunyai keinginan untuk dapat bertumpu pada opini yang benar, tetapi sering kali mereka tidak memiliki kemampuan atau motivasi yang cukup untuk mengevaluasi argumen-argumen terkait suatu topik tertentu (Littlejohn & Foss, 2009, p. 331). Bahkan, teknologi digital sering disalahkan sebagai faktor utama dalam munculnya fenomena *echo chamber*, karena meningkatkan jumlah pilihan platform berita dan memungkinkan personalisasi serta penyaringan konten (Dubois & Blank, 2018).

Dengan jumlah platform berita yang tidak terbatas, anak muda termasuk Gen Z cenderung menggunakan banyak media untuk mengakses informasi politik, hal tersebut berhubungan dengan salah satu karakteristik Gen Z yang lebih suka berkelompok dengan individu yang memiliki visi serupa (Christy, 2022). Jika dihubungkan dengan konteks politik, homofili menghasilkan sikap politik yang dapat mengakibatkan polarisasi (pemisahan individu berdasarkan pendapat) politik (McPherson et al., 2001). Begitu juga dengan efek “Echo Chamber” dimana individu cenderung membentuk kelompok homogen dan bergaul dengan individu lain yang memiliki pandangan politik yang sama (Calleoni et al., 2014).

Berdasarkan penelitian psikologi dan sosial di tahun 1950-an, menunjukkan bahwa orang cenderung menghindari disonansi dan lebih condong untuk mencari kesepakatan (Festinger, 1957). Di media sosial sendiri juga terdapat teori yang serupa mengenai homofili atau kecenderungan untuk membentuk ikatan sosial dengan orang lain yang serupa (McPherson, Smith-Lovin, & Cook, 2001). Namun, dikarenakan sistem politik yang demokratis mengharuskan orang berbicara satu sama lain untuk menyelesaikan kompromi dan/atau mendapatkan informasi, munculnya ruang gema dapat menimbulkan konsekuensi negatif yang serius, seperti terbaginya masyarakat menjadi kelompok orang yang mendapat informasi dan orang yang tidak (Dubois & Blank, 2018).

## 2.2.6 Generasi Z

Generasi adalah sekelompok individu dan mempunyai kesamaan dalam usia dan pengalaman sejarah, serta membentuk konstruksi sosial (Mannheim, 1952). Generasi terbentuk melalui pengaruh konteks saat mereka lahir, contohnya Generasi Baby Boomers yang terbentuk setelah Perang Dunia II (Francis & Hoefel, 2018). Oleh karena itu, faktor-faktor seperti usia, perkembangan sosial, dan perkembangan budaya yang terjadi pada periode tersebut memiliki peran penting dalam menentukan posisi individu dalam konteks sejarah (Falch-Eriksen et al., 2021, p. 3).

Terdapat lima kelompok generasi berdasarkan klasifikasi Dimock (2019), yaitu Silent (1928-1945), Boomers (1946-1964), Generasi X (1965-1980), Millennials (1981-1996), dan Generasi Z (1997-2012). Dimock menyatakan bahwa, pembagian tahun antargenerasi tidak mempunyai hitungan sistematis tertentu. Dikarenakan tidak memiliki formula, maka tidak dapat menentukan jangka antargenerasi.

Generasi Z atau *digital natives* adalah generasi pertama yang tumbuh dengan kehadiran internet sejak lahir, berbeda dengan Generasi Y yang melalui fase transisi menuju era teknologi internet (Ayuni, 2019). Bahkan, generasi Z bisa menghabiskan waktu hingga sembilan jam setiap harinya menggunakan ponsel mereka (Daugherty & Hoffman, 2014). Generasi Z memiliki karakteristik yang terbentuk oleh kehidupan mereka di era internet, di antaranya adalah kecenderungan mereka yang ekspresif

di media sosial, mahir dalam teknologi, individualistik, dan memiliki pemikiran yang meluas secara global (Sladek & Grabinger, 2014).

Sebagai kelompok yang tergolong dalam pemilih muda dan akan mendominasi pemilu 2024, eratnya hubungan Gen Z dan internet segera dilirik oleh para pelaku politik sebagai wadah baru yang mudah, murah dan efektif untuk dijadikan sebagai platform sekaligus alat atau sarana komunikasi politik untuk mencapai tujuan politiknya (Hamid et al., 2022). Sebagai tujuan utama untuk memenangkan suara pemilih Gen Z, media sosial menjadi salah satu alat kampanye yang sangat baik (Milkman, 2017). Mengingat bahwa kelompok usia 13-18 tahun memiliki tingkat penetrasi internet tertinggi di Indonesia, di mana 99,16% dari anggota kelompok usia ini telah terhubung dengan internet (Pahlevi, 2022). Melalui penelitian ini, peneliti akan mengadopsi klasifikasi Generasi Z yang dikemukakan oleh Dimock (2019) sebagai acuan populasi penelitian.

### **2.3 Hipotesis Teoritis**

Berdasarkan Kurniawan & Puspitaningtyas (2016, p. 51), hipotesis penelitian adalah suatu pernyataan awal yang terhadap rumusan masalah yang telah dibuat dan perlu diperiksa secara statistik untuk memastikan kebenarannya.

Dengan menggunakan hipotesis asosiatif, yang menjabarkan dugaan sementara hubungan dua variabel lebih. Berikut adalah rumusan hipotesis penelitian ini:

H1: Terdapat pengaruh *social media use for news* melalui Berita Pemilu 2024 di media daring terhadap *political participation* gen Z

H2: Terdapat pengaruh *political interest* melalui Berita Pemilu 2024 di media daring terhadap *political participation* gen Z

H3: Terdapat pengaruh *echo chamber* melalui Berita Pemilu 2024 di media daring terhadap *political participation* gen Z.

H4: Terdapat pengaruh *social media use for news*, *political interest*, dan *echo chamber* melalui Berita Pemilu 2024 di media daring terhadap partisipasi politik Gen Z

#### **2.4 Alur Penelitian**

Penelitian ini dilakukan untuk melihat ada atau tidak adanya pengaruh dari beberapa variabel bebas seperti *social media use for news*, *political interest*, dan *echo chamber* terhadap *political participation* generasi Z melalui pemberitaan Pemilu 2024 di media sosial. Maka dari itu, penelitian membutuhkan alur guna memastikan penelitian tetap berjalan. Oleh karena itu, berikut alur dari penelitian ini:

U M M N  
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

Gambar 2.2 Alur Penelitian

