



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## **BAB II**

### **KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Studi mengenai pengaruh konsumsi media terhadap partisipasi politik bukanlah hal yang baru. Sejak lahirnya media cetak, akademisi mengkaji jika konsumsi berita memiliki dampak terhadap partisipasi politik, terutama karena jurnalisme dipandang sebagai salah satu pilar demokrasi yang menyediakan informasi serta ruang publik (Hao, Weng, & George, 2014, p. 34). Temuannya pun beragam dan ada pula yang bertolak belakang, terutama terkait dampak bagi khalayak yang mengonsumsi internet. Penelitian Baumgartner dan Morris (2010, pp. 37-38) menyebut bahwa pengguna internet yang mendapatkan berita dari media sosial cenderung tidak berpartisipasi politik secara tradisional, seperti memberikan suara. Mereka juga tidak mendapatkan pengetahuan politik yang cukup karena anggota di lingkaran pertemanan mereka di media sosial sama-sama tidak paham. Di sisi lain, Bimber (2001) menemukan bahwa ketersediaan informasi di internet tidak secara langsung mendorong partisipasi politik. Bahkan, warga negara yang dengan sengaja mencari informasi politik di internet belum tentu memberikan suaranya di pemilihan.

Namun, banyak pula penelitian yang menemukan korelasi positif antara penggunaan internet dengan partisipasi politik. Boulianne (2009) pernah melakukan penelitian meta analisis untuk membuktikan hubungan tersebut. Ia mengkaji sebanyak 38 penelitian dengan 166 efek. Temuannya membuktikan

bahwa dampak dari penggunaan internet dengan keterlibatan atau partisipasi politik cenderung positif, walaupun dampak rata-ratanya masih terhitung kecil. Ia menemukan bahwa hubungan antara dua variabel berubah seiring waktu. Data yang dikumpulkan dari tahun 2000 cenderung menghasilkan efek yang lebih besar dibandingkan data di tahun-tahun sebelumnya. Selain itu, mengukur konsumsi berita daring sebagai bentuk penggunaan internet cenderung memberikan dampak positif yang lebih besar dan signifikan terhadap keterlibatan politik.

Temuan Boulianne (2009) membuktikan bahwa kemudahan akses informasi politik yang luas dapat menghidupkan kembali kegiatan politik. Karena itu, penelitian yang dilakukan penulis kali ini berusaha mencari tahu dampak penggunaan internet, khususnya media daring terhadap partisipasi politik milenial. Mengingat bahwa generasi muda, termasuk Gen Y, memiliki tingkat partisipasi politik yang cenderung rendah, penulis ingin mengkaji jika konsumsi berita dari internet mampu meningkatkan partisipasi politik tersebut. Selain itu, kebaruan data juga bisa membuktikan jika benar pengaruh internet terhadap keterlibatan politik mengalami peningkatan.

Di sisi lain, Bachmann, Kaufhold, Lewis, dan Gil de Zúñiga (2010) ingin meneliti jika preferensi platform media, khususnya platform *offline* dan *online*, untuk mengakses berita turut memengaruhi tingkat partisipasi politik, termasuk kemungkinan untuk memilih (*voter turnout*). Walaupun penelitian tersebut turut mengambil generasi muda maupun orang dewasa sebagai responden, hipotesisnya secara spesifik ingin melihat jika preferensi berita daring memiliki pengaruh positif terhadap partisipasi politik daring generasi muda.

Penelitian Bachmann et al. (2010) menggunakan dataset dari 5.721 responden yang berusia 18 tahun ke atas dari data sekunder yang dihasilkan oleh Pew Internet and American Life Project. Sebanyak 15% mengatakan bahwa internet merupakan sumber utama bagi mereka untuk mendapatkan berita-berita terkait kampanye selama pemilihan. Setelah masa pemilihan, sebesar 25% responden menggunakan internet untuk mengakses berita kampanye dan 10% menggunakannya untuk komunikasi terkait politik.

Lebih lanjut, temuan Bachmann dan timnya (2010) membuktikan bahwa orang-orang yang lebih memilih untuk mengonsumsi berita secara daring cenderung lebih aktif berpolitik, baik secara daring (*online*) maupun luring (*offline*). Namun, dampaknya lebih signifikan bagi generasi muda dibandingkan orang-orang yang lebih tua. Selain itu, preferensi terhadap platform berita daring juga secara positif memprediksi perilaku memilih (*vote*) dan partisipasi politik daring bagi generasi muda. Hal ini membuktikan bahwa bagi generasi muda, memperoleh informasi secara digital dapat mendorong mereka untuk berpartisipasi politik. Sayangnya sebagai analisis sekunder, ada beberapa data yang tidak dapat diperoleh secara lebih detail.

Studi yang dilakukan tim Bachmann (2010) menjadi salah satu rujukan penulis karena mereka ingin membuktikan hubungan positif antara konsumsi media digital terhadap partisipasi politik. Pada penelitian kali ini, penulis menjadikan generasi milenial sebagai responden. Temuan Bachmann et al. menjadi acuan karena membuktikan adanya korelasi positif antara konsumsi media digital terhadap generasi muda. Namun seiring waktu, generasi muda yang lebih familiar

dengan internet ini juga bertambah tua. Dengan menjadikan generasi milenial sebagai responden, penulis ingin mencari tahu jika pengaruh konsumsi media digital masih signifikan atau tidak terhadap partisipasi politik mereka, karena milenial di tahun 2019 sudah berusia 23-38 tahun.

Penelitian lain turut mendukung adanya korelasi positif antara konsumsi media digital dengan anak-anak muda. Misalkan, Hao, Weng, dan George (2014) pernah mengkaji pengaruh konsumsi media terhadap partisipasi politik dan keterlibatan aktivitas kewarganegaraan (*political and civic engagement*) di kalangan generasi muda, khususnya mahasiswa. Dalam penelitiannya, Hao dan tim menekankan pada jenis-jenis media dan dampaknya bagi partisipasi politik dan kewarganegaraan, baik secara daring (*online*) maupun luring (*offline*), serta terhadap pengetahuan politik. Menggunakan pendekatan kuantitatif, tim peneliti menyebarkan kuesioner dan mendapatkan 397 sampel dari kalangan mahasiswa di Singapura.

Hao et al. (2014) menemukan bahwa mayoritas mahasiswa menjadikan internet sebagai sumber berita, walaupun masih ada yang mengonsumsi berita lewat media tradisional. Dibandingkan media tradisional, berita dari internet juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap partisipasi politik dan kewarganegaraan. Hao dan timnya kemudian menyimpulkan bahwa generasi muda tidaklah apatis mengenai kondisi politik di sekitar mereka. Namun, mereka terlibat dalam politik dengan cara yang berbeda dengan sebelumnya.

Beberapa kekurangan dari penelitian Hao et al. (2014) adalah hasilnya yang tidak bisa digeneralisasi untuk seluruh generasi muda di Singapura karena jumlah sampel yang belum representatif. Selain itu, mereka juga tidak menjelaskan apakah berita yang dikonsumsi di internet lebih banyak membahas tentang politik dan kewarganegaraan sehingga memiliki relasi yang kuat dengan partisipasi politik. Karena itu, pada penelitian kali ini penulis akan merinci jika responden memang mengikuti pemberitaan politik, khususnya terkait Pemilu 2019, yang dikonsumsi di internet oleh generasi milenial.

Willnat, Wong, Tamam, dan Aw (2013) juga pernah melakukan studi dengan tema serupa terhadap 526 responden Malaysia menjelang pemilihan nasional tahun 2008. Salah satu tujuan riset tersebut adalah untuk mengetahui peran media daring di negara yang masih mengontrol media tradisionalnya. Mereka mengukur frekuensi konsumsi dan paparan berita politik serta political efficacy responden. Hasilnya kemudian dikaitkan dengan partisipasi politik responden secara daring maupun luring (*offline*).

Penelitian tim Willnat (2013) menemukan bahwa sekitar 75% responden memperhatikan berita terkait pemilihan. Hampir tiga perempat dari total responden mengakses internet setidaknya 30 menit tiap hari dan sebanyak 28% responden menggunakan jaringan sosial (*social networks*) untuk mendapatkan berita politik, sementara sekitar 30% mengakses blog seputar politik. Namun, Willnat et al. menemukan bahwa aktivitas politik yang dilakukan responden terbatas pada hal-hal tertentu saja, seperti mengakses situs partai atau organisasi politik (45,1%), mengirim artikel berita politik kepada teman/rekan (14,6%), dan menghadiri forum

publik tentang politik (18,3%). Meskipun begitu, ditemukan adanya korelasi positif antara penggunaan media daring dengan tingkat partisipasi dan political efficacy di kalangan responden Malaysia selama pemilihan tahun 2008. Variabel yang paling erat kaitannya adalah penggunaan media daring dengan partisipasi politik daring. Sayangnya, mereka tidak menemukan hubungan antara political efficacy maupun partisipasi politik dengan perilaku memilih (*vote*).

Penelitian Willnat et al. (2013) menjadi salah satu yang digunakan penulis sebagai rujukan karena variabel yang digunakan serupa (konsumsi berita daring dan partisipasi politik) dan dilakukan di situasi politik yang hampir sama (pemilihan umum). Namun, studi Willnat dan timnya masih mempertimbangkan media konvensional sebagai sumber berita untuk mengetahui peran internet yang lepas dari pengawasan pemerintah Malaysia. Pada penelitian kali ini, penulis ingin mengetahui secara spesifik pengaruh konsumsi berita daring terhadap partisipasi politik milenial sebagai generasi pertama yang paling familiar dengan media baru tersebut. Selain itu, kebebasan pers di Indonesia sebagai negara demokrasi juga lebih tinggi dibandingkan Malaysia, sehingga menarik untuk mencari tahu jika internet masih memiliki korelasi dengan partisipasi politik atau tidak.

Di Indonesia sendiri, sudah terdapat beberapa penelitian untuk mengukur hubungan antara media digital dan partisipasi politik generasi muda. Morissan (2016) pernah mengkaji tingkat partisipasi politik dan sosial golongan muda yang menggunakan media sosial. Ia meneliti kedua variabel tersebut karena golongan muda sebagai pemilih pemula merupakan pengguna aktif media sosial. Responden pada penelitian kuantitatif deskriptif itu merupakan pemilih pemula, yaitu berusia

17-22 tahun pada Pemilu 2014. Responden juga belum pernah menggunakan hak pilihnya dan merupakan pengguna media sosial. Morissan menggunakan lima dimensi partisipasi politik dalam mengukur tingkat partisipasi politik, yaitu *voting* (keinginan memberikan suara), *campaign activity* (kegiatan yang mendukung pihak politik tertentu), *contacting* (menghubungi politisi), *cooperative* (bergabung ke organisasi), dan aktivitas lainnya.

Dalam penelitiannya, Morissan (2016) menemukan bahwa 73,2% responden telah memberikan suaranya pada Pemilu Legislatif 2014 dan berniat untuk memberikan suaranya di Pemilu Presiden 2014. Sementara itu, tingkat partisipasi politik mereka masih pada level yang paling rendah, yaitu membicarakan isu politik. Aktivitas kampanye (*campaign activity*) juga masih rendah.

Walaupun sebatas memberikan suara dan membicarakan politik, penelitian Morissan (2016) menunjukkan bahwa generasi muda tidaklah sepenuhnya apatis. Temuannya juga membuktikan bahwa golongan muda masih memiliki minat terhadap politik. Penelitian yang dilakukan penulis akan memberikan data yang lebih baru terkait partisipasi politik generasi muda, khususnya milenial. Namun, penulis menambahkan variabel konsumsi berita daring yang diduga dapat memprediksi tingkat partisipasi politik.

Selaras dengan penelitian penulis untuk melakukan studi terhadap generasi milenial, Juditha dan Darmawan (2018) pernah mengkaji penggunaan media digital dan partisipasi politik generasi milenial. Mereka melihat bahwa tingkat konsumsi internet Gen Y jauh lebih tinggi dibandingkan kelompok usia yang lebih tua. Selain



itu, milenial dikenal kurang berminat untuk bergabung dengan partai politik, padahal jumlah mereka tergolong besar.

Menggunakan survei daring sebagai instrumen penelitian, tim Juditha (2018) mendapatkan sebanyak 174 responden yang berusia antara 18 hingga 37 tahun. Temuan mereka menunjukkan bahwa 100% responden menggunakan internet dan dalam sehari, sebagian responden dapat menghabiskan waktu 5 hingga 10 jam (39,1%), bahkan ada yang di atas 10 jam (31,6%). Mayoritas dari mereka menggunakan internet untuk berkomunikasi (93,1%), mencari informasi (90,2%), mengunduh *file* (90,2%), dan *streaming* video maupun musik (69,5%). Sementara itu, media digital yang banyak diakses adalah media sosial (92,5%), grup obrolan *online* (63,2%), pesan singkat (52,9%), media *streaming* (50,6%), surat elektronik (48,3%), portal berita (46,6%), dan blog (43,7%).

Dari sisi partisipasi politik, penelitian Juditha dan Darmawan (2018) menemukan bahwa tingkat keterlibatan responden masih tergolong rendah, khususnya ketika ditanya terkait mengkritik kebijakan pemerintah, bergabung/mendukung partai politik, demonstrasi, dan menghubungi pemerintah/politisi. Namun, sebagian responden menjawab bahwa topik politik termasuk menarik (35,8%), walaupun banyak yang menjawab biasa saja (40,5%). Selain itu, mayoritas responden sebesar 93,1% berniat untuk memberikan suara pada Pemilu 2019.

Selanjutnya, ada studi yang dilakukan oleh Halim dan Jauhari (2019) terkait media massa dan partisipasi politik. Menggunakan pendekatan kuantitatif, mereka

menyebarkan kuesioner kepada responden di Jakarta Selatan yang berusia di atas 17 tahun untuk melihat pengaruh dari terpaan media terhadap tingkat partisipasi politik pada Pilkada DKI 2017. Teori yang dipakai oleh Halim dan Jauhari adalah *stimulus-response* yang beranggapan bahwa masyarakat mudah terpengaruh oleh pesan-pesan dari media massa. Di variabel partisipasi politik, mereka juga memasukkan dimensi partisipasi politik *offline* dan *online*.

Data yang diperoleh oleh Halim dan Jauhari (2019) kemudian membuktikan adanya pengaruh dari terpaan media terhadap partisipasi politik sebesar 27,6%. Dalam penelitiannya, mereka turut mengukur tingkat konsumsi berita di berbagai media, seperti media cetak, televisi, radio, dan internet dalam bentuk media *online*, media sosial, dan aplikasi *chatting*. Mereka menemukan bahwa media *online* menjadi sumber berita yang paling banyak digunakan responden untuk mengakses informasi politik. Walaupun begitu, bentuk partisipasi politik yang paling banyak dilakukan masih sebatas berdiskusi politik (*offline*) dan memperhatikan diskusi politik di media sosial (*online*).

Meskipun variabel dan dimensi waktu yang digunakan oleh Halim dan Jauhari (2019) dalam penelitiannya menyerupai dengan yang akan dipakai oleh penulis, salah satu perbedaan yang cukup signifikan adalah teori yang digunakan. Penelitian Halim dan Jauhari menganggap khalayak pasif dan terpengaruh oleh pesan-pesan di media massa. Namun, penulis akan menggunakan teori *uses and gratifications* karena berasumsi bahwa khalayak secara aktif mencari berita terkait Pemilu Serentak 2019 untuk memenuhi kebutuhan mereka akan informasi.

Sehingga, pesan-pesan yang diterima merupakan pemenuh kepuasan yang dikonsumsi secara sadar oleh khalayak.

Tiga penelitian yang dilakukan di Indonesia memberikan hasil yang menarik karena menunjukkan bahwa partisipasi politik pemilih baru sebatas pada memberikan suara di pemilihan dan diskusi politik, baik secara langsung maupun menggunakan media internet. Namun, penelitian Juditha dan Darmawan (2018) memilih untuk mengkaji konsumsi digital secara luas dan mengambil sudut pandang medium. Mereka menyarankan bahwa milenial yang terpapar informasi politik kemungkinan meningkatkan partisipasi politik mereka. Karena itu, penulis secara spesifik menjadikan konsumsi berita politik daring sebagai variabel untuk membuktikan hal tersebut.



Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Judul	Peneliti	Tahun	Tujuan	Relevansi
1.	<i>Does Internet Use Affect Engagement? A Meta-Analysis of Research</i>	Shelley Boulianne	2009	Menemukan hubungan antara penggunaan internet dengan partisipasi politik.	Sama-sama mencari faktor yang memengaruhi partisipasi politik.
2.	<i>News Platform Preference: Advancing the Effects of Age and Media Consumption on Political Participation</i>	Ingrid Bachmann, Kelly Kaufhold, Seth C. Lewis, Homero Gil de Zúñiga	2010	Meneliti jika preferensi platform media ( <i>offline</i> dan <i>online</i> ) untuk mengakses berita turut memengaruhi tingkat partisipasi politik.	Sama-sama menggunakan media daring untuk melihat pengaruhnya terhadap tingkat partisipasi politik.
3.	<i>News consumption and political and civic engagement among young people</i>	Xiaoming Hao, Nainan Wen, Cherian George	2014	Mengkaji pengaruh konsumsi media terhadap partisipasi politik di kalangan generasi muda.	Sama-sama mengukur pengaruh konsumsi media terhadap partisipasi politik dan menggunakan anak muda sebagai responden.
4.	<i>Online Media and Political Participation: The Case of Malaysia</i>	Lars Willnat, W. Joann Wong, Ezhar Tamam, Annette Aw	2013	Mendokumentasikan peran media daring dalam masyarakat yang terdorong mencari sumber berita alternatif akibat informasi politik yang tidak bebas.	Sama-sama menggunakan variabel tingkat konsumsi berita dan tingkat <i>political efficacy</i> terhadap tingkat partisipasi politik. Penelitian juga dilakukan di masa pemilihan.
5.	Tingkat Partisipasi	Morissan	2016	Mengkaji partisipasi politik	Sama-sama mengukur

	Politik dan Sosial Generasi Muda Pengguna Media Sosial			pengguna media sosial sebagai pemilih pemula.	tingkat partisipasi politik generasi muda.
6.	Penggunaan Media Digital dan Partisipasi Politik Generasi Milenial	Christiany Juditha, Josep Darmawan	2018	Mengetahui penggunaan media digital dan partisipasi politik generasi milenial.	Dua variabel yang digunakan serupa dan sama-sama menjadikan milenial sebagai responden.
7.	Pengaruh Terpaan Media terhadap Partisipasi Politik dalam Pilkada DKI Jakarta 2017	Umar Halim, Kurnia Dyah Jauhari	2019	Menguji pengaruh positif terpaan media terhadap tingkat partisipasi politik.	Kedua variabel yang digunakan mirip dan sama-sama dilaksanakan di masa pemilihan.

Sumber: Olahan Penulis

## 2.2 Teori dan Konsep

### 2.2.1 Teori *Uses and Gratifications*

Penelitian ini menggunakan teori *uses and gratifications* yang dikemukakan oleh Elihu Katz, Jay Blumler, dan Michael Gurevitch. Teori ini berusaha mengkaji:

(1) *the social and psychological origins of* (2) *needs, which generate*

(3) *expectations of* (4) *the mass media or other sources, which lead to*

(5) *differential patterns of media exposure (or engagement in other activities), resulting in* (6) *need gratifications and* (7) *other*

*consequences, perhaps mostly unintended ones* (asal mula kebutuhan sosial dan psikologis yang menghasilkan ekspektasi terhadap media

massa dan sumber-sumber lainnya, yang mengarah pada perbedaan pola paparan media (atau keterlibatan dengan aktivitas lain), yang menghasilkan kepuasan kebutuhan dan konsekuensi lainnya, yang kebanyakan tidak disengaja). (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973-1974, p. 510)

Sebelum teori ini dikemukakan, banyak akademisi yang berpendapat bahwa khalayak (*audience*) bersifat pasif dan pesan-pesan media dengan mudah memengaruhi mereka dengan dampak yang tak jauh berbeda. Namun, Katz mengajukan bahwa penelitian dampak media perlu mempertimbangkan alasan khalayak menggunakan media (Griffin, Ledbetter, & Sparks, 2015, p. 354). Teori *uses and gratifications* memiliki lima asumsi dasar: 1) khalayak dipandang aktif dan menggunakan media untuk tujuan tertentu, 2) konsumsi media dilakukan untuk memenuhi kebutuhan, 3) perusahaan media bersaing untuk memenuhi kebutuhan khalayak, 4) khalayak menyadari tujuan dan penggunaan media mereka, dan terakhir 5) khalayak bersifat heterogen dan menerima dampak yang berbeda-beda dari media (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973-1974, pp. 510-511).

Seperti yang disebutkan oleh Katz et al., *uses and gratifications* juga berusaha memahami tujuan-tujuan khalayak menggunakan media yang kemudian disusun menjadi tipologi. Alan Rubin, dalam Griffin, Ledbetter, & Sparks (2015, pp. 357-358), mengemukakan delapan tipologi yang dianggap paling komprehensif:

- 1) *Passing time* (menghabiskan waktu): Tidak jarang khalayak yang sedang menunggu (contoh: menunggu kereta) memutuskan untuk mengonsumsi media, baik itu membaca, mendengarkan radio/*podcast*, hingga *streaming video*.
- 2) *Companionship* (pertemanan): Berkumpul bersama teman bisa menjadi tujuan khalayak mengonsumsi media, contohnya ketika diajak menonton bioskop. Mungkin tujuan utama kita adalah agar dapat bertemu dengan teman-teman dan bukan untuk menonton film tertentu.
- 3) *Escape* (pelarian): Dibandingkan menyelesaikan pekerjaan yang rumit, mungkin karyawan lebih memilih untuk menonton video di YouTube.
- 4) *Enjoyment* (kenikmatan): Banyak yang mengaku bahwa mereka menikmati menyaksikan program tertentu di televisi, sehingga itu menjadi alasan mereka mengonsumsi media.
- 5) *Social interaction* (interaksi sosial): Konten media bisa dijadikan bahan obrolan yang mendorong interaksi. Contohnya teman-teman kita sering membahas isu terbaru, sehingga kita ikut membaca/menonton berita mengenai isu tersebut agar dapat terlibat dalam diskusi.
- 6) *Relaxation* (relaksasi): Menonton televisi sehabis pulang kerja seakan-akan menjadi kebiasaan. Namun, banyak yang mengemukakan bahwa kegiatan tersebut dapat menenangkan.

7) *Information* (informasi): Media yang kaya akan konten menjadi sumber informasi bagi khalayak yang mengikuti topik atau isu-isu terbaru.

8) *Excitement* (kegirangan): Khalayak mengonsumsi media bisa karena perasaan intens yang dihasilkan oleh konten, seperti drama, konflik, dan kekerasan.

Penulis menggunakan teori *uses and gratifications* karena pada masa kampanye hingga pengumuman Pemilu, masyarakat, khususnya yang telah memiliki hak suara, umumnya menggunakan berbagai media untuk memenuhi kebutuhan mereka akan informasi. Mereka merasa perlu mengetahui kandidat-kandidat yang akan mereka pilih, isu-isu apa yang diangkat selama kampanye, hingga proses Pemilu itu sendiri. Salah satu sumber yang kredibel dalam menyampaikan informasi terkait Pemilu adalah perusahaan media massa. Sehingga, khalayak dapat memenuhi kebutuhan mereka akan informasi dengan mengonsumsi berita. Penulis secara spesifik memilih berita daring karena kedekatan mediumnya dengan generasi milenial.

Selain itu, perusahaan media massa di masa kampanye saling berkompetisi menyajikan konten-konten yang menarik untuk khalayak.

Selain dalam bentuk teks yang selalu diperbarui tiap menit, perusahaan media juga mulai kreatif dalam mengemas pesan dalam infografis dan video. Selaras dengan asumsi teori *uses and gratifications* yang diungkapkan oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch (1973-1974, p. 510), perusahaan media berusaha



memenuhi kebutuhan khalayak target mereka dengan menyesuaikan selera dan kebutuhan.

### **2.2.2 Media dan Politik**

Sebagai pilar keempat demokrasi, peran media massa dalam politik tidak dapat dipungkiri. Media massa merupakan sumber utama informasi politik berskala nasional yang dapat diakses dengan mudah (McCombs & Shaw, 1972, p. 185). Kuasa yang dimiliki media massa tersebut memberikan dampak yang signifikan terhadap kondisi politik karena kemampuannya untuk membentuk opini publik. McCombs dan Shaw bahkan memberikan nama bagi fenomena tersebut, yaitu teori *agenda-setting* yang berasumsi bahwa “*the mass media set the agenda for each political campaign, influencing the salience of attitudes toward the political issues* (media massa menentukan agenda di tiap kampanye politik, [dan] memengaruhi kekentaraan perilaku-perilaku terhadap isu-isu politik)” (1972, p. 177).

Peran media massa khususnya menjadi sangat penting di negara demokrasi. Pemerintahan demokrasi, secara ringkas, sering diidentifikasi dengan jargon, “Pemerintahan dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat,” yang dikemukakan oleh Abraham Lincoln (Haney, 1944). Sehingga, negara demokrasi bergantung pada kapasitas warga negaranya dalam memutuskan kebijakan-kebijakan apa yang mereka inginkan dan siapa wakil-wakil yang dapat mereka percaya. Dalam membentuk penilaian tersebut, diperlukan informasi terkait kondisi politik negara, yang penyedia utamanya adalah media massa (Street, 2001, pp. 185-186).

Sen dan Hill (2007, pp. 52-53) menulis dalam bukunya bahwa di Indonesia, media massa turut berjuang melawan pemerintah kolonial Belanda. Di tahun-tahun pertama kemerdekaan, Soekarno bahkan menyebut media massa sebagai alat revolusi karena mampu menggerakkan opini publik. Kemampuan pers kemudian dimanfaatkan oleh pemerintah Orde Baru lewat pengawasan ketat dan larangan menerbitkan konten-konten yang kritis terhadap pemerintah. Banyak perusahaan media ditutup dan wartawan yang masuk daftar hitam.

Lebih lanjut, Sen dan Hill (2007) memaparkan bahwa internet yang populer tahun 1990-an lolos dari pengawasan pemerintah. Internet menjadi salah satu alat yang mendorong kejatuhan rezim Soeharto. Untuk menghindari sensor, kelompok oposisi memanfaatkan internet di tahun-tahun terakhir Orde Baru. Mahasiswa menggunakan internet untuk merencanakan aksi dan menggalang dukungan internasional. Fenomena tersebut menguatkan julukan media sebagai alat revolusi yang dikemukakan oleh Soekarno, terutama internet yang mampu menghimpun dan menghubungkan banyak orang untuk menuntut perubahan sosial dan politik.

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

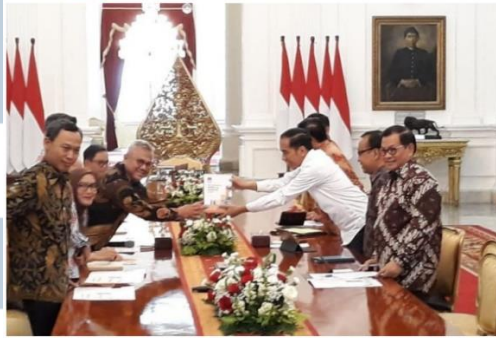
Gambar 2.1 Contoh Artikel Berita Politik Daring

### Komisioner KPU Temui Jokowi, Laporkan soal Pemilu 2019 hingga Pilkada 2020

Kompas.com - 11/11/2019, 11:01 WIB

BAGIKAN:  

[Komentar](#)



Komisioner Komisi Pemilihan Umum (KPU) bertemu Presiden Joko Widodo di Istana Kepresidenan, Jakarta, Senin (11/11/2019). KPU melaporkan soal pelaksanaan pemilu legislatif dan pemilu presiden 2019 serta persiapan pilkada serentak 2020. (KOMPAS.com/Ihsanuddin)

Penulis: **Ihsanuddin** | Editor: **Bayu Galih**

**JAKARTA, KOMPAS.com** - Komisioner Komisi Pemilihan Umum (KPU) bertemu Presiden Joko Widodo di Istana Kepresidenan, Jakarta pada Senin (11/11/2019).

KPU melaporkan soal pelaksanaan Pemilu Legislatif dan Pemilu Presiden 2019 serta persiapan **Pilkada Serentak 2020**.

"Sebagaimana ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017, KPU diberi kewajiban serahkan laporan pelaksanaan pemilu kepada Presiden dan DPR. Dan hari ini kami menunaikan kewajiban sebagaimana yang ditentukan dalam UU," kata Ketua KPU Arief Budiman membuka pertemuan.

**Baca juga:** [KPU Ingin Tingkat Partisipasi Pemilih di Pilkada 2020 Sama di Pemilu 2019](#)

Sumber: Kompas.com (2019)

Hingga saat ini, media daring terus berkembang di Indonesia. Dewan Pers (2018) menyebut bahwa tercatat sebanyak 43.300 media siber di

Indonesia. Menggunakan internet, media kini mampu menampilkan foto, teks, dan video sekaligus, termasuk ketika memberitakan topik politik.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 2.2.3 Political Efficacy

*Political efficacy* didefinisikan oleh Campbell, Gurin, dan Miller, dalam Kenski dan Stroud (2006, p. 174) sebagai kepercayaan bahwa individu sebagai warga negara memiliki peran untuk melakukan perubahan sosial dan politik. Beberapa ahli membagi *political efficacy* menjadi dua kategori, yaitu *internal efficacy* dan *external efficacy*. Niemi, Craig, dan Mattei, dalam Kenski dan Stroud (2006, pp. 174-175), menjabarkan bahwa *internal efficacy* merujuk kepada kepercayaan individu terhadap kemampuannya sendiri untuk memahami dan berpartisipasi politik secara efektif. *Internal efficacy* dapat diukur dengan melihat kepercayaan individu terhadap kelayakan dirinya untuk berpartisipasi, pemahaman akan isu-isu politik, dan pengetahuannya tentang politik dan pemerintahan (Niemi, Craig, & Mattei, 1991) Sementara itu, *external efficacy* adalah kepercayaan individu akan tanggapan pemerintah dan institusi untuk memenuhi aspirasi warga negara (Kenski & Stroud, 2006).

Penelitian yang dilakukan oleh Finkel (1985) menemukan bahwa kedua bentuk *political efficacy* memiliki pengaruh terhadap tingkat partisipasi politik. Tidak hanya itu, ia juga membuktikan bahwa tingkat *political efficacy* dan tingkat partisipasi politik memiliki hubungan yang resiprokal karena tingkat partisipasi politik turut menguatkan tingkat *political efficacy*.

### 2.2.4 Partisipasi Politik

Tidak ada definisi baku dari partisipasi politik. Verba, Schlozman, dan Brady, dalam Zukin, Keeter, Andolina, Jenkins, dan Carpini (2006), berpendapat bahwa partisipasi politik adalah “*activity that has the intent or*

*effect of influencing government action—either directly by affecting the making or implementation of public policy or indirectly by influencing the selection of people who make those policies* (aktivitas yang memiliki maksud atau dampak untuk memengaruhi tindakan pemerintah—baik berdampak secara langsung pada pembuatan atau implementasi kebijakan publik atau secara tidak langsung dengan memengaruhi pilihan orang-orang yang membuat kebijakan tersebut)” (p. 6). Di sisi lain, Kenski dan Stroud (2006, p. 175) berpendapat bahwa partisipasi politik adalah aktivitas yang terkait dengan politik, seperti melakukan kampanye atau mengajak orang untuk menggunakan hak suaranya. Walaupun banyak cara untuk berpartisipasi, banyak orang yang berpandangan bahwa memberikan suara di pemilu adalah cara paling mendasar untuk berpartisipasi. Pada Pemilu Serentak 2019, tingkat *voter turnout* untuk Pemilihan Presiden cukup tinggi, yaitu sebesar 81,9% (International Institute for Democracy and Electoral Assistance, 2019).

Maltese, Pika, dan Shively (2013, pp. 298-299) membagi partisipasi politik menjadi dua jenis, yaitu partisipasi konvensional (*conventional participation*) dan nonkonvensional (*unconventional participation*). Partisipasi konvensional adalah kegiatan demokrasi yang diregulasi oleh institusi, seperti memberikan suara di pemilu, bergabung dengan organisasi politik, dan menandatangani petisi. Sementara itu, partisipasi nonkonvensional merujuk kepada aktivitas dan perilaku yang mengganggu proses pemerintahan formal, seperti melakukan aksi demonstrasi dan mogok kerja.

Ada beberapa faktor yang memengaruhi kemungkinan individu untuk berpartisipasi politik. Penelitian yang dilakukan oleh Alelaimat (2019) menunjukkan bahwa gender, usia, dan pendapatan memengaruhi kemungkinan mahasiswa menggunakan suara dalam pemilihan. Laki-laki, usia yang lebih tua, dan pendapatan tinggi lebih cenderung untuk memilih. Konsumsi berita pun turut memengaruhi tingkat partisipasi politik. Hao et al. (2014) menemukan bahwa konsumsi berita, khususnya melalui media daring, memengaruhi partisipasi politik daring maupun luring. Temuan Finkel (1985) juga membuktikan bahwa dua jenis *political efficacy*, baik itu *internal efficacy* maupun *external efficacy*, memberikan dampak positif terhadap partisipasi politik.

Dengan berkembangnya teknologi, partisipasi politik turut memiliki wujud baru, yaitu partisipasi politik daring (*online*). Partisipasi politik daring merupakan dampak dari lahirnya internet sebagai media komunikasi. Gibson, Lusoli, dan Ward (2005, pp. 566-567) memaparkan model partisipasi politik baru dengan internet sebagai pertimbangannya:

- 1) Merinci variabel terikat. Banyak penelitian terdahulu yang berpendapat bahwa internet sekadar memperkuat partisipasi politik mereka yang telah aktif secara luring (*offline*) dan bukan menggerakkan kelompok yang pasif. Walaupun aktivitas partisipasi politik di lingkungan internet turut berpengaruh terhadap partisipasi politik luring, internet menyediakan dimensi baru, sehingga beberapa kegiatan tidak dapat dilakukan tanpa internet (contoh:

mengirim *meme* politik kepada teman dari sebuah situs, membagikan petisi daring di media sosial). Karena itu, penelitian yang mengkaji partisipasi daring perlu memberikan konsep dan mengoperasionalkan bentuk-bentuk partisipasi politik secara lebih luas.

2) Sumber daya individu: konvensional dan berbasis internet.

Penelitian-penelitian yang mengungkapkan bahwa internet hanya memperkuat kesenjangan partisipasi politik disebabkan karena individu yang aktif berpartisipasi dinilai memiliki sumber daya yang lebih, contohnya dari sisi status sosio-ekonomi dan minat terhadap politik. Akses internet memang belum dapat diperoleh oleh semua lapisan masyarakat, sehingga kajian terkait internet dan partisipasi politik perlu merinci peran sumber daya sosio-ekonomi dalam menentukan pola-pola akses dan penggunaan internet. Selain itu, penting pula untuk mendeskripsikan peran keterampilan berbasis internet dalam membentuk perilaku di dalam jaringan.

3) *E-contacting* dan *e-stimuli*. Model-model terdahulu terkait

partisipasi politik daring gagal memasukkan konsep terkait potensi untuk melakukan komunikasi organisasi di internet sebagai pendorong partisipasi. Internet menawarkan wadah bagi individu dan organisasi untuk terlibat dalam interaksi terkait politik. Selain itu, pemerintah atau politisi dapat dengan mudah mengirimkan pesan-pesan melalui surat elektronik, media sosial, dan iklan digital.

Walaupun stimulus semacam itu tidak selalu mendapatkan respons yang positif, pemerintah maupun politisi dapat meraih khalayak yang lebih luas dan meningkatkan kesadaran serta minat terhadap politik.

Berdasarkan model tersebut, Gibson, Lusoli, dan Ward (2005, pp. 568-569) mengembangkan daftar kegiatan yang kemudian dikelompokkan menjadi partisipasi politik daring (*online*) dan luring (*offline*).

Dalam penelitian kali ini, penulis akan menggunakan model yang dikemukakan oleh Gibson, Lusoli, dan Ward yang diadaptasi oleh Willnat et al. (2013) karena mengaitkan internet dengan partisipasi politik. Bentuk-bentuk partisipasi politiknya pun dirasa lebih relevan di masyarakat Indonesia. Selain itu, penulis turut berpendapat bahwa internet tidak sekadar memperkuat partisipasi politik mereka yang telah aktif, tapi juga menggerakkan kelompok yang pasif, dalam hal ini adalah generasi milenial.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Tabel 2.2 Partisipasi Politik

<b>Bentuk-Bentuk Partisipasi Politik menurut Gibson, Lusoli, dan Ward (2005)</b>	
Partisipasi politik daring ( <i>online</i> )	Mencari informasi politik di internet.
	Mengunjungi situs organisasi politik.
	Mendaftarkan diri untuk berlangganan buletin berita daring.
	Mendiskusikan politik di grup obrolan ( <i>chat group</i> ).
	Bergabung dalam diskusi politik di surat elektronik ( <i>e-mail</i> ).
	Mengirimkan kartu pos elektronik yang diunduh dari situs organisasi politik.
	Mengunduh <i>file</i> dari situs organisasi politik.
	Menandatangani petisi daring.
	Mengirimkan surat elektronik ke politisi.
	Mengirimkan surat elektronik ke pejabat pemerintah.
	Mengirimkan surat elektronik ke organisasi politik.
	Mendonasikan uang secara daring untuk tujuan politik.
	Menjadi sukarelawan secara daring untuk mendukung tujuan politik.
	Bergabung dengan organisasi politik daring.
Berpartisipasi dalam sesi tanya-jawab daring dengan pejabat pemerintah.	
Partisipasi politik luring ( <i>offline</i> )	Memilih ( <i>vote</i> ).
	Berdiskusi politik dengan teman/keluarga.
	Menghubungi pejabat terpilih.
	Terlibat dalam aksi pemogokan.
	Mendonasikan uang untuk tujuan politik.

	Berpartisipasi dalam demonstrasi.
	Bergabung dengan partai politik.
	Secara aktif mengampanyekan organisasi politik.

Sumber: Gibson, Lusoli, & Ward (2005)

### 2.2.5 Minat Politik Generasi Milenial

Pimpinan Pew Research Center Michael Dimock (2019) menulis bahwa generasi milenial atau Generasi Y adalah kelompok individu yang lahir di rentang tahun 1981 hingga 1996. Sementara itu, mereka yang kelahiran tahun 1997 ke atas sudah termasuk ke generasi baru yang disebut Generasi Z.

Suryadi (2015) mengategorikan Generasi Y menjadi karakteristik positif dan negatif. Karakteristik positif dari Gen Y di antaranya adalah “peduli teknologi baru, suka mencoba-coba, aktif, memiliki kreativitas tinggi, tidak takut terhadap perubahan, memiliki ide-ide brilian, pintar, dan handal”.

Sementara itu, karakteristik negatif dari Generasi Y adalah “individualis, mudah bosan, egosentris, tampil beda, tidak sabar, tidak peduli, memiliki komitmen dan loyalitas rendah, dan tidak pernah serius”.

Sebagai subjek penelitian, akademisi berusaha memahami karakteristik Gen Y, termasuk minat politik mereka. Penelitian yang dilakukan Kiesa et al. (2007) terhadap mahasiswa milenial di Amerika membuktikan bahwa Gen Y lebih aktif dan terlibat dalam kegiatan-kegiatan di lingkungan mereka dibandingkan Gen X. Hal ini disebabkan karena mereka merasa bertanggung jawab untuk memperbaiki kondisi masyarakat. Selain itu, banyak pula yang terlibat dalam kegiatan sukarela karena ingin mengubah kondisi menjadi

lebih baik (pp. 12-13). Namun, mereka justru skeptis terhadap pemerintah. Hanya sedikit yang beranggapan bahwa memberikan suara ketika pemilihan dapat menyelesaikan isu publik. Mereka melihat sistem politik “*inefficient, corrupt, inaccessible, and counter to the genuine welfare of the nation’s citizens* (tidak efisien, korup, sulit diakses, dan berlawanan dengan [tujuan mereka untuk] menyejahterakan warga negara)” (p. 15).

Hal serupa juga berlaku bagi milenial di Indonesia. Centre for Strategic and Internasional Studies (2017) menemukan bahwa hanya 2,3% milenial yang menganggap membahas isu sosial dan politik sebagai kegiatan yang menarik. Mirisnya, mendiskusikan isu politik merupakan partisipasi politik di tingkat yang paling awal. Bentuk partisipasi politik yang lebih lanjut, seperti mempromosikan kandidat maupun terlibat kampanye, lebih jarang dilakukan oleh generasi muda (Morissan, 2016). Namun, milenial di Indonesia sendiri terbukti masih memiliki minat yang tinggi untuk menggunakan suaranya di pemilihan (Juditha & Darmawan, 2018). Bisa jadi, karena pola konsumsi media mereka yang sedikit berbeda dengan generasi pendahulu, Gen Y juga terlibat politik dengan cara yang berbeda (Gil de Zúñiga, Veenstra, Vraga, & Shah, 2010).

### 2.3 Hipotesis Teoretis

Tujuan dari perumusan hipotesis adalah sebagai langkah untuk memfokuskan masalah, mengidentifikasi data-data yang relevan untuk dikumpulkan,

menunjukkan bentuk desain penelitian, termasuk teknik analisis yang akan digunakan, menjelaskan gejala sosial, mendapatkan kerangka penyimpulan, dan untuk merangsang penelitian lebih lanjut (Usman & Akbar, 2008).

Jenis hipotesis yang dipakai dalam penelitian ini adalah hipotesis asosiatif. Hipotesis asosiatif adalah suatu pernyataan yang menunjukkan dugaan tentang hubungan antara dua variabel atau lebih. Di dalam hipotesis asosiatif, terdapat hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ). Hipotesis nol menjelaskan bahwa tidak ada hubungan antara variabel X dengan variabel Y, sedangkan hipotesis alternatif menjelaskan bahwa terdapat hubungan antara variabel X dengan variabel Y.

Adapun hipotesis dari penelitian ini adalah:

**H1:** Ada pengaruh dari tingkat konsumsi berita politik daring terhadap tingkat partisipasi politik generasi milenial Kota Tangerang pasca-Pemilu Serentak 2019.

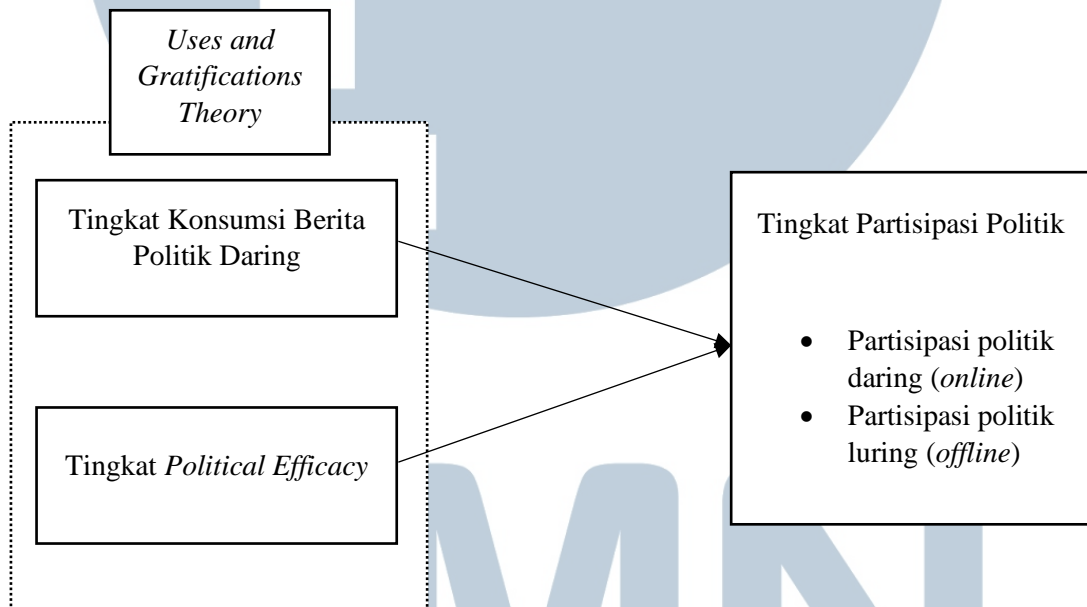
**H2:** Tingkat konsumsi berita politik daring dan tingkat *political efficacy* bersama-sama memberikan pengaruh positif terhadap tingkat partisipasi politik generasi milenial Kota Tangerang pasca-Pemilu Serentak 2019.

#### 2.4 Alur Penelitian

Bagan di bawah ini (Gambar 2.3) menampilkan alur penelitian yang akan digunakan penulis dalam melakukan riset untuk mengetahui pengaruh tingkat konsumsi berita politik daring terhadap tingkat partisipasi politik Generasi Y. Dalam penelitian terdahulu, penulis menemukan bahwa tingkat *political efficacy*

turut memengaruhi tingkat partisipasi politik (Willnat, Wong, Tamam, & Aw, 2013, p. 569), sehingga penulis menyertakan beberapa pertanyaan untuk mengukur tingkat *political efficacy* responden sebagai variabel bebas. Untuk memahami pengaruh tingkat konsumsi berita politik terhadap tingkat partisipasi politik, penulis menggunakan teori *uses and gratifications* karena khalayak dipandang aktif mencari berita dan menggunakan media untuk tujuan tertentu.

Gambar 2.2 Alur Penelitian



Sumber: Olahan Penulis