

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Hubungan antara konsumsi berita dengan perkembangan teknologi merupakan relasi yang dinamis. Penelitian mengenai konsumsi media berfokus kepada media yang dominan pada masanya, seperti penelitian pada 1950-an yang berfokus kepada penggunaan media koran, radio dan televisi (Boczkowski et al., 2017, p. 1785). Kemudian, fokus penelitian berpindah ketika muncul siaran televisi 24 jam pada 1980-an dan internet pada 1990-an. Selain perkembangan teknologi, masyarakat yang mengonsumsi berita juga berubah. Boulianne dan Shehata (2022, p. 765) menulis bahwa penelitian tentang *news consumption* secara konsisten mengangkat tema kesenjangan generasi dalam konsumsi berita. Kedua hal tersebut menjadi fundamen dari penelitian ini yang mencoba untuk melihat perilaku kaum muda di Indonesia sebagai pemilih pemula dalam mengonsumsi berita politik dari kaca mata *incidental news exposure*, *news avoidance*, dan *news-finds-me perception*.

Incidental news exposure, *news avoidance*, dan *news-finds-me perception* termasuk dalam satu tema kajian besar, yaitu *news consumption*. Seperti yang telah dipaparkan di atas, tren dalam penelitian *news consumption* dipengaruhi oleh perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi yang menyebabkan kemunculan internet memberikan khalayak satu media baru, yaitu media sosial. McQuail (2010, p. 741) menulis media sosial, nama populer dari *social networking sites* (SNS), merupakan situs-situs internet yang memungkinkan khalayak untuk berhubungan dengan orang lain dengan mengirim pesan atau membagikan konten audio-visual. Kini, media sosial tidak hanya digunakan sebagai alat komunikasi pribadi, tetapi juga komunikasi massa. *News sharing*, *distribution*, dan *consumption* dapat terjadi di media sosial. Nielsen dan Schøder (2014) menulis “*there is no question that social media can facilitate new flows of communication, enable people to engage and network around*

public issues, and to produce and share their own content, political or otherwise” (p. 473). Terlepas dari digunakan setiap hari, Nielsen dan Schøder (2014, p. 485) menemukan bahwa media sosial masih memegang peran yang kecil sebagai sumber berita, tetapi dilihat sebagai salah satu gerbang yang penting untuk menemukan berita.

Namun, Goyanes (2020, p. 6), mengutip Matsa dan Mitchell (2014), menunjukkan bahwa media sosial menjadi *platform* untuk khalayak mendapatkan berita ketika sedang melakukan aktivitas lainnya. Oeldorf-Hirsch (2018, p. 2) juga menulis bahwa semakin banyak pengguna media sosial yang tidak suka mencari berita dan lebih menyukai bertemu dengan berita secara tidak sengaja (*incidental news exposure*) ketika menggunakan media sosial untuk keperluan lainnya. Dari penemuan ini, para peneliti pun menelusuri prediktor dan efek dari *incidental news exposure* (Ahmadi & Wohn, 2018; Goyanes, 2020; Nanz & Matthes, 2022; Weeks et al., 2022; Yamamoto & Morey, 2019).

Penelitian Nielsen dan Schøder (2014) serta Goyanes (2020) menunjukkan bahwa media sosial kini menjadi tempat khalayak mendapatkan berita, baik secara sengaja maupun kebetulan. Dalam konteks kajian media, pengalaman khalayak menemukan berita secara tidak sengaja dikenal sebagai *incidental news exposure* (Yamamoto & Morey, 2019, p. 2). Penelitian yang membahas *incidental news exposure* sudah lama ada, tetapi topik ini kembali populer untuk diteliti sejak meningkatnya penggunaan media sosial untuk *news sharing* dan *news consumption* (Goyanes & Demeter, 2022, p. 2). Penelitian Digital News Report (Newman et al., 2022, p. 137) menunjukkan bahwa 68% masyarakat Indonesia mendapatkan berita dari media sosial. Temuan ini menunjukkan peluang terbesar khalayak mengalami *incidental news exposure* adalah saat mengakses media sosial.

Penelitian Digital News Report (Newman et al., 2022, p. 13) juga menemukan semakin banyak khalayak yang menghindari berita, sebanyak 38% khalayak dari berbagai negara merupakan *news avoiders*. Fenomena ini, dalam kajian media, diketahui sebagai *news avoidance*. Banyak penelitian

news avoidance yang mencari jumlah khalayak yang merupakan *news avoiders*, karakteristik khalayak yang menghindar dari berita, dan alasan atau faktor yang menyebabkan khalayak untuk menghindar dari berita (Palmer & Toff, 2022, p. 4). Penelitian yang dilakukan oleh Ksiazek et al. (2010) menemukan setengah populasi dari Amerika merupakan *news avoiders*. Elvestad et al. (2014) pun menganalisis perkembangan *news avoidance* di berbagai negara Uni Eropa. Sejalan dengan Ksiazek et al., semakin banyak khalayak yang merupakan *news avoiders*, berbanding terbalik dengan *news seekers* yang semakin menurun. Kemudian, Gorski dan Thomas (2022) meneliti perkembangan *news avoidance* di berbagai negara di Uni Eropa dan mendalami *news avoiders* pada era internet. Mereka menemukan semakin banyak *news avoiders* di berbagai negara di Eropa semenjak era internet.

Skovsgaard dan Andersen (2020) membagi dua tipe *news avoidance* berdasarkan karakteristik individu, yaitu *intentional* (berbasis khalayak yang tidak menyukai genre berita tertentu) dan *unintentional* (berbasis preferensi khalayak terhadap konten media). Villi et al. (2022) meneliti penyebab, praktik, dan pola *news avoidance* di berbagai negara, yaitu Argentina, Finlandia, Israel, Jepang, dan Amerika Serikat. Mereka berargumentasi bahwa fenomena *news avoidance* terjadi karena konteks budaya kolektif, daripada disebabkan karakteristik individu. Penelitian mereka menemukan dua faktor penyebab terjadinya *news avoidance*, yaitu kognitif (repetisi berita topik tertentu yang menyebabkan khalayak merasakan *news overload*) dan emosional (perasaan atau emosi yang timbul saat mengonsumsi berita, seperti berita yang negatif).

Perubahan pola konsumsi berita menyebabkan perubahan persepsi masyarakat bahwa mereka tidak perlu secara aktif mencari berita (Gil de Zúñiga & Diehl, 2019, p. 5). Sikap ini diketahui sebagai *news-finds-me perception*, yaitu persepsi individu yang menganggap dirinya mengetahui berita terkini terlepas tidak mengikutinya, bisa mendapatkan informasi dari berbagai cara, dan mengandalkan media sosial sebagai sumber berita. Gil de Zúñiga dan Diehl menyatakan bahwa *news-finds-me-perception* berhubungan

dengan *incidental news exposure* (2019, p. 5) sebab persepsi ini menyebabkan masyarakat untuk tidak harus mencari berita secara aktif karena akan bertemu dengan berita di media sosial. Selain itu, penelitian menemukan bahwa individu yang memiliki *news-finds-me perception* menghindari dari berita konvensional (*news avoidance*). Maka, diprediksi bahwa individu-individu yang memiliki persepsi ini akan secara tidak sengaja terekspos terhadap beberapa berita (Gil de Zúñiga & Diehl, 2019, p. 5). Penelitian ini menunjukkan bahwa konsep *incidental news exposure*, *news avoidance*, dan *news-finds-me perception* saling berhubungan.

Elemen lain yang sering ditemukan dalam penelitian *news consumption* adalah usia khalayak. Boulianne dan Shehata (2022, p. 764) menulis bahwa usia merupakan faktor sosio-demografik yang paling memengaruhi pola konsumsi berita. Mereka menemukan bahwa setiap generasi mempunyai kebiasaan yang berbeda dalam mengonsumsi berita: generasi muda di Swiss lebih sering mengonsumsi berita daring. Bahkan, penelitian Klopfenstein Frei et al. (2022) menemukan setiap kelompok usia kaum muda mempunyai pola tersendiri dalam mengonsumsi berita. Untuk kelompok usia 15–17 tahun, mereka mengonsumsi berita di media sosial dan cenderung mengalami *incidental news exposure*. Sama seperti kelompok sebelumnya, kelompok usia 18–20 tahun juga mengonsumsi berita di media sosial, tetapi mereka semakin spesifik dalam mengonsumsi berita.

Digital News Report (Newman et al., 2022, p. 42) pun memaparkan 39% kaum muda berusia 18–24 tahun menggunakan media sosial sebagai sumber utama mendapatkan berita. Namun, 40% dari mereka mengaku menghindari dari berita, mayoritas menyatakan mereka hanya menghindari dari berita topik tertentu—seperti politik dan COVID-19. Di Indonesia sendiri, 71% responden Generasi Z mengaku mendapatkan informasi dari media sosial (Asmarantika et al., 2022, p. 40). Selain itu, ditemukan juga bahwa Generasi Z cenderung mengalami *incidental news exposure* di media sosial. Penemuan-penemuan yang telah dipaparkan di atas menunjukkan bahwa kaum muda mengonsumsi berita di media sosial sehingga terdapat peluang fenomena *incidental news*

exposure, *news avoidance*, dan *news-finds-me perception* terjadi. Selain itu, kaum muda dipilih sebagai populasi dalam penelitian ini dikarenakan dua hal lain. Pertama, penelitian ini dilaksanakan di Indonesia yang akan melaksanakan pemilihan umum pada 2024 yang akan menentukan pemimpin eksekutif dan legislatif. Alasan ini mengantar ke poin kedua, yaitu proyeksi penelitian CSIS yang menunjukkan 54% pemilih dalam Pemilu 2024 merupakan pemilih muda yang berusia 17–39 tahun (Departemen Politik dan Perubahan Sosial CSIS, 2022).

Terlihat dari paparan di atas bahwa setiap penelitian menetapkan rentang usia yang berbeda untuk mengoperasionalkan kaum muda. Responden termuda dalam penelitian Boulienne dan Shehata (2022) berusia 18 tahun (tidak dipaparkan rentang usia yang tergolong sebagai kaum muda). Kemudian, penelitian Frei et al. (2022) menggunakan rentang usia 12–20 tahun sebagai sampelnya sementara Newman et al. (2022) mengategorikan usia 18–24 tahun sebagai kaum muda. Rentang usia yang termasuk Generasi Z dalam penelitian Asmarantika et al. (2022) adalah 18–25 tahun. Dikarenakan penelitian ini dilaksanakan di Indonesia yang akan melaksanakan pemilihan umum pada 2024 mendatang, kriteria rentang usia yang dipakai adalah 15–20 tahun. Sebab, rentang usia ini akan mencoblos pertama kali pada Pemilu 2024 mendatang. Kaum muda dari Bogor, Bandung, dan Bekasi akan diwawancara sebab ketiga wilayah tersebut merupakan wilayah di Jawa Barat dengan jumlah pemilih terbanyak saat Pemilu 2019 (KPU, 2021b). Wilayah-wilayah ini juga dipilih untuk mengalihkan fokus kebanyakan penelitian yang menggunakan latar tempat di DKI Jakarta.

Menjelang pemilihan umum, frekuensi berita politik atau berita pemilu akan meningkat (Strömbäck, 2017, p. 237). Berita politik atau pemilu, seperti kader-kader politik yang memiliki *prominence* atau kampanye visi-misi, akan mendominasi pemberitaan menjelang dan saat masa pemilihan umum. Edgerly (2017, p. 3) menulis berita memiliki peran yang penting dalam kehidupan demokrasi sebab masyarakat bergantung kepada berita sebagai sumber informasi terkini sehingga mereka dapat menentukan pilihan yang tepat dan

berpartisipasi dalam komunitasnya. Terlebih, untuk kaum muda, berita dapat menjadi jendela informasi terkini dan menambah pengetahuan mengenai politik. Pengetahuan politik penting dimiliki oleh kaum muda karena mereka akan berpartisipasi dalam pemilu pada 2024 mendatang.

Apabila mengikuti jalan pemikiran bahwa media sosial menjadi sumber berita untuk kaum muda, berita politik atau pemilu akan semakin banyak beredar di media sosial. Hal ini lumrah terjadi mengingat politik termasuk dalam determinan sebuah berita akan ditulis oleh jurnalis: *prominence* dan *impact*. Seharusnya, kaum muda akan memperhatikan perkembangan informasi terkini. Selain itu, jika dilihat menggunakan kacamata *incidental news exposure*, kaum muda tidak dapat menghindari dari paparan berita politik ketika menggunakan media sosial untuk tujuan lain. Namun, mengingat penelitian Gil de Zúñiga dan Diehl (2019), hal ini dapat menyebabkan kaum muda mempunyai *news-finds-me perception*. Hal lain yang mengkhawatirkan adalah kaum muda mungkin akan menghindari dari berita politik sebab mereka merasa berita politik yang ada terlalu banyak atau alasan lain. Alasan lain yang mungkin memengaruhi *news avoidance* terhadap berita politik adalah karena kaum muda tidak tertarik terhadap politik (Departemen Politik dan Perubahan Sosial CSIS, 2022).

Ketidaktertarikan kaum muda dengan politik dapat berdampak kepada kondisi demokrasi. Demokrasi akan berjalan dengan baik apabila masyarakat ikut berpartisipasi karena dapat memastikan pemerintah mau mendengarkan rakyatnya dan membangun norma-norma demokrasi serta memperkuat efikasi politik (Strömbäck et al., 2018, p. 1). Gurr (2021) menulis “*when it comes to political issues, avoidance would be detrimental to an informed citizenry and problematic against the backdrop of citizens increasingly tuning out news media in general*” (p. 1). Sebab, teori demokrasi menaruh peran penting kepada membaca, mendiskusikan, dan pengetahuan masyarakat mengenai politik (Nanz & Matthes, 2022, p. 1). Strömbäck et al. (2018, p. 1) juga mengamati bahwa telah terbukti terdapat hubungan yang positif antara konsumsi berita dan partisipasi politik.

Fakta ini menimbulkan kekhawatiran karena kondisi politik Indonesia yang sudah tidak stabil berpotensi akan memburuk. Stabilitas politik Indonesia pada 2020 berada di angka -0,5 poin dalam The Index of Political Stability and Absence of Violence/Terrorism (The Global Economy, 2021), dengan rata-rata dunia berada di -0,07 poin dan menempatkan Indonesia di peringkat ke-135. Sebagai gambaran, Swiss berada di peringkat ke-10, Jepang ke-21, Finlandia ke-32, Inggris ke-70, dan Amerika ke-99. Indeks ini mengukur kemungkinan sebuah pemerintahan digulingkan oleh usaha inkonstitusional atau kekerasan, termasuk kekerasan bermotivasi politik dan terorisme. Sebagai contoh, Indonesia mengalami ancaman radikalisme agama dalam dua dekade terakhir, separatisme, dan terorisme (Gerdt et al., 2022, p. 4). Tentunya, kondisi politik Indonesia berbeda dengan negara-negara yang menjadi tempat penelitian-penelitian mengenai *incidental news exposure*, *news avoidance*, dan *news-finds-me perception* berlangsung, yang memiliki kondisi politik yang stabil.

Dari pemaparan di atas, di satu sisi, penting bagi kaum muda yang memegang peran besar terhadap demokrasi untuk mengonsumsi berita sebab berita merupakan salah satu sumber untuk mempelajari politik (Gil de Zúñiga et al., 2017, p. 108). Namun, banyaknya berita politik yang ada di media sosial dapat menimbulkan fenomena *incidental news exposure* yang berlebihan sehingga mungkin menyebabkan kaum muda menghindari berita politik dan memiliki *news-finds-me-perception*. Melihat kondisi politik Indonesia yang tidak stabil dan Pemilu 2024 yang semakin mendekat, berita dapat mendorong atau menekan partisipasi politik. Maka, menarik untuk diteliti bagaimana perilaku kaum muda di Indonesia, khususnya Jawa Barat, dalam mengonsumsi berita politik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti menemukan satu masalah yang dapat diteliti, yaitu bagaimana perilaku kaum muda sebagai

pemilih pemula di Indonesia, khususnya Jawa Barat, dalam mengonsumsi berita politik terkait dengan *incidental news exposure*, *news avoidance*, dan *news-finds-me perception*?

1.3 Pertanyaan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, terdapat tiga pertanyaan penelitian yang diajukan:

1. bagaimana perilaku kaum muda sebagai pemilih pemula dalam mengonsumsi berita politik dilihat dari perspektif *incidental news exposure*?;
2. bagaimana dan faktor-faktor apa saja yang mendorong kaum muda sebagai pemilih pemula untuk menghindari berita politik (*news avoidance*)?; dan
3. bagaimana relasi *news-finds-me perception* dengan perilaku kaum muda dalam mengonsumsi berita politik?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. mengetahui perilaku kaum muda sebagai pemilih pemula dalam mengonsumsi berita politik dari perspektif *incidental news exposure*;
2. mengetahui cara dan faktor yang mendorong kaum muda sebagai pemilih pemula untuk menghindari berita politik (*news avoidance*); dan
3. mengetahui hubungan *news-finds-me perception* dengan perilaku kaum muda dalam mengonsumsi berita politik.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian *news consumption* dengan memberikan perspektif baru, yaitu mengkaji *incidental news exposure* dari perspektif *news avoiders* dan *news-finds-me perception* dalam latar geografis Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga dapat dikembangkan dan menjadi rujukan oleh peneliti lain yang meneliti topik *incidental news exposure*, *news avoidance*, dan *news-finds-me perception*.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi media massa yang menggunakan media sosial sebagai *platform* menyebarkan berita. Dengan penelitian ini, dapat diketahui bagaimana kaum muda bermedia jika dilihat dalam konteks *incidental news exposure*, *news avoidance*, dan *news-finds-me perception*. Maka, penelitian ini dapat membantu media dalam menentukan strategi untuk menarik audiens, terutama kaum muda, agar membaca berita. Sebab, pembaca baru akan mendatangkan *traffic* sehingga *revenue* juga bertambah. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi acuan bagi media untuk menyediakan berita yang sesuai dengan preferensi kaum muda.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Selain bermanfaat bagi media massa, penelitian ini juga berguna untuk masyarakat, terutama kaum muda, agar sadar akan perilakunya dalam menggunakan media. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran kaum muda dalam menggunakan media sebagai sumber berita agar lebih terlibat dalam isu-isu yang terjadi di Indonesia.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidaklah sempurna karena masih ada keterbatasan. Pertama, dikarenakan pandemi COVID-19 yang masih berlangsung, wawancara mendalam dengan partisipan penelitian ini dilakukan secara daring dengan aplikasi konferensi video. Wawancara mendalam tidak dapat dilakukan secara maksimal karena peneliti tidak dapat menginterpretasikan ekspresi nonverbal partisipan. Kedua, partisipan penelitian berdomisili di wilayah urban sehingga pengalamannya tidak dapat merefleksikan pengalaman partisipan yang tidak berdomisili di wilayah urban.

