

BAB II

KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam menyusun penelitian ini, merujuk pada beberapa penelitian terdahulu, yang digunakan sebagai referensi penelitian serta membantu melihat secara luas penelitian-penelitian yang pernah dilakukan tentang *news efficacy* dan *news avoidance*.

Paparan berita media sosial memiliki peningkatan yang signifikan. Lebih dari 70% orang dewasa di Amerika menggunakan berita media sosial untuk mendapatkan informasi, Facebook menjadi platform media sosial yang paling banyak digunakan untuk mengonsumsi berita (Levy, 2021. P. 831). Sementara berdasar data dari survei Status Literasi Digital di Indonesia 2022, menyebutkan bahwa jumlah pengguna berita media sosial di Indonesia tidak jauh berbeda dari tahun 2021 (Kominfo, 2022). Sebanyak 72,6% orang menggunakan media sosial untuk mendapatkan informasi pada tahun 2022 (Kominfo, 2022, p. 25). Angka ini memiliki penurunan dari tahun 2021 yang mencapai 73%. Meskipun begitu, media sosial tetap menjadi platform utama yang digunakan khalayak untuk mendapatkan informasi, dan televisi menduduki peringkat kedua (Kominfo, 2022. p. 26).

Pembaruan berita yang konstan, dan *pop-up* berita baru di media sosial dapat mengakibatkan adanya peningkatan perasaan kelebihan berita (Song et al., 2017, York, 2013, dalam Park, 2019, p. 1). Melalui kelebihan berita ini khalayak cenderung sulit untuk menemukan dan memahami makna berita, dan hal ini

dinamakan dengan *news efficacy*. Lebih lanjut, *news efficacy* dibahas oleh Park (2019) melalui penelitian yang berjudul *Does too much news on social media discourage news seeking? mediating role of news efficacy between perceived news overload and news avoidance on social media*. Penelitian Park (2019) membahas tentang *news efficacy* menghubungkan berita yang berlebihan di media sosial dengan penghindaran berita. Penelitian ini bertujuan untuk memeriksa bagaimana berita yang berlebihan dapat dikaitkan dengan taktik perbaikan, seperti penghindaran berita dan penyaringan sosial.

Penelitian Park (2019) menggunakan metode survei yang dilakukan di Korea Selatan dengan 5.588 responden. Penelitian ini menggunakan teori *self-efficacy* yang dikemukakan oleh Bandura (1997) dengan mengkonseptualisasikan *news efficacy* media sosial sebagai kepercayaan pengguna berita pada seberapa banyak mereka bisa menemukan berita pilihan yang sesuai dengan keinginannya, dan bagaimana mereka dapat memahami makna berita yang didapatkan.

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Park (2019) menunjukkan bahwa berita yang berlebihan mengakibatkan penghindaran berita di media sosial. Orang cenderung akan menghindari berita ketika mereka menerima berita yang berlebihan. Temuan ini menjelaskan bahwa khalayak yang merasakan kelebihan berita akan merasa tidak dapat mengolah berita dan mencerna pembahasan berita yang mereka baca dengan baik sehingga pada situasi tersebut khalayak cenderung akan memilih untuk menghindari berita.

Khalayak yang merasa terbebani oleh asupan berita akan mengalami penurunan kepercayaan diri pada kemampuan mereka dalam memahami dan

menemukan berita di media sosial. Oleh karena itu, penurunan *news efficacy* ini bisa mengakibatkan penghindaran konsumsi berita di media sosial dan adanya penurunan penyaringan sosial. Mereka akan memilih untuk meninggalkan berita atau menghindarinya agar tidak merasa terbebani untuk memahami sebuah berita yang mereka temukan di media sosial.

Penelitian yang dilakukan oleh Park (2019) memberikan gambaran mengenai *news overload* berdampak pada *news efficacy* yang selanjutnya berpengaruh pada perilaku *news avoidance* atau penghindaran berita di media sosial. Penelitian ini memberikan landasan dasar untuk membentuk konsep penelitian. Penelitian Park (2019) memiliki relevansi dengan penelitian yang dilakukan. Perbedaannya, penelitian yang dilakukan Park (2019) dilakukan pada masyarakat secara umum di Korea Selatan, sedangkan peneliti mengambil sampel dari generasi tertentu, yaitu generasi Z yang berada di wilayah DKI Jakarta dengan pertimbangan sebagai kelompok mayoritas yang antusias untuk mengikuti pemilu 2024 (Rahayu, 2022), dan pengguna internet yang paling tinggi (APJII, 2022).

Rujukan penelitian selanjutnya yaitu mengenai paparan insidental berita di media sosial yang berjudul *What's this? Incidental exposure to news on social media, news-finds-me perception, news efficacy, and news consumption*. Penelitian ini dilakukan oleh Chang Sup Park & Barbara K. Kaye (2020), untuk mengeksplorasi pengaruh paparan insidental terhadap berita di media sosial melalui persepsi dari beberapa variabel seperti *news-finds-me perception*, *news efficacy*, dan *news consumption*.

Penelitian ini menjelaskan bagaimana paparan berita insidental dari media sosial dapat mempengaruhi konsumsi berita oleh khalayak, mereka ingin memahami manfaat dan konsekuensi dari laporan berita media sosial. Paparan berita insidental juga memiliki keterkaitan dengan konsumsi berita, melalui hal ini Park & Kaye (2020) mengkaji mekanisme tersebut dengan menguji peran mediasi dari persepsi *news-finds-me perception* dan *news efficacy*.

Melalui survei terhadap warga di Korea Selatan, Park & Kaye (2020) menemukan hasil yang menunjukkan bahwa paparan berita insidental memiliki dampak negatif pada konsumsi berita tradisional dan *online*. Artinya semakin sering khalayak terpapar berita di media sosial, maka semakin kecil kemungkinan mereka mencari berita dari media tradisional dan media *online*. Selain itu, hubungan antara paparan berita insidental dan *news-find-me* memiliki hubungan positif. Hasil juga menunjukkan bahwa paparan berita insidental melalui media sosial tidak memiliki hubungan dengan kepercayaan diri khalayak terhadap kemampuannya dalam menemukan dan memahami makna berita.

Penelitian di atas digunakan sebagai landasan membentuk konsep mengenai *news efficacy* pada media sosial. Oleh karena itu, penelitian ini membantu dalam melihat konsep *news efficacy* yang dihubungkan dengan *news avoidance* pada generasi Z mengenai isu politik di berita media sosial Instagram. Fokus penelitian dilakukan pada generasi Z yang memiliki kecenderungan membaca berita secara selintas. Selain itu, data tentang akses media generasi ini sebanyak 72,6% pada media sosial (Kominfo, 2022, p. 25). Dua hal tersebut juga yang membedakan penelitian ini dengan penelitian Park & Kaye (2020).

Selanjutnya terdapat penelitian yang membahas mengenai pusat dari penghindaran berita. Penelitian ini diteliti oleh Edgerly (2021) dengan judul *The head and heart of news avoidance: How attitudes about the news media relate to levels of news consumption*. Penelitian Edgerly (2021) fokus pada identifikasi faktor-faktor yang berhubungan dengan tingkat konsumsi berita yang sangat rendah dan memaparkan solusi untuk mengatasinya. Penelitian ini dilakukan di 38 negara dengan metode survei. Memberikan gambaran faktor terjadinya tingkat konsumsi berita yang rendah karena adanya tidak-tertarikan pada politik, persepsi berita yang kurang relevan, *news self-efficacy* yang rendah, dan kurangnya pengetahuan tentang sistem berita.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa berita memiliki nilai lebih besar bagi mereka yang memiliki ketertarikan pada politik, tetapi berita akan bernilai rendah bagi orang yang tidak tertarik pada politik sehingga kecenderungan orang untuk menghindari berita sering terjadi. Hasil penelitian ini menunjukkan, dari 38 negara sebanyak 32% orang dewasa mengatakan mereka sering melakukan penghindaran berita. Sedangkan di AS angka untuk menghindari berita lebih tinggi dari negara lain, sebanyak 41% mengatakan sering melakukan penghindaran berita.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa *news self-efficacy* dengan tingkat yang lebih rendah berhubungan dengan tingkat konsumsi berita yang rendah. Artinya orang yang kurang percaya diri dalam kemampuannya untuk memahami berita memiliki tingkat konsumsi berita yang rendah sehingga ada kecenderungan untuk melakukan perilaku *news avoidance*. Penelitian Edgerly (2021) memiliki relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Penelitian ini

memberikan gambaran mengenai tingkat konsumsi berita yang rendah berkaitan dengan *news self-efficacy* yang pada akhirnya dapat menyebabkan terjadinya *news avoidance*. Peneliti akan melakukan penelitian selanjutnya dengan fokus terhadap *news efficacy* dan *news avoidance* terhadap generasi Z.

Penelitian terdahulu terakhir berjudul *Conceptualizing news avoidance: Towards a shared understanding of different causes and potential solutions* yang diteliti oleh Morten Skovsgaard & Kim Andersen pada 2020. Skovsgaard dan Andersen menjelaskan dalam penelitiannya bahwa penghindaran berita dianggap sebagai masalah yang semakin meningkat bagi industri media. Dalam penelitian ini, Skovsgaard dan Andersen meninjau konsep dan operasionalisasi konsep *news avoidance* dari beberapa penelitian yang sudah membahas mengenai penghindaran berita. Mereka berhasil menyimpulkan bahwa *news avoidance* memiliki dua tipe jenis, yaitu *intentional news avoidance* atau penghindaran berita secara sengaja dan *unintentional news avoidance* atau penghindaran berita secara tidak sengaja.

Skovsgaard dan Andersen (2020) menyimpulkan bahwa ada beberapa alasan masyarakat menghindari berita. Ada tiga alasan utama publik: Pertama, publik merasa bahwa jenis berita tertentu berdampak negatif pada emosi mereka. Di masa pandemi misalnya, berita tentang Covid-19 bisa memicu ketakutan, sehingga masyarakat memilih untuk tidak mengonsumsi berita tersebut. Kedua, ketidakpercayaan masyarakat terhadap media dan berita, sehingga masyarakat menghindari dan tidak mengonsumsi berita. Ketiga, terlalu banyak berita yang tersedia sehingga menyebabkan khalayak menghindari berita tersebut. Secara

umum, berita yang berlebihan dapat menyebabkan masyarakat menjadi lelah dengan berita (*news fatigue*), yang pada akhirnya mengarah pada penghindaran berita secara sadar.

Penghindaran berita secara tidak sengaja, Skovsgaard dan Andersen menyimpulkan bahwa penghindaran berita tidak sengaja terjadi bukan karena audiens tidak ingin mengonsumsi berita, melainkan mereka lebih memilih untuk mengonsumsi hiburan. Melalui alasan terjadinya *news avoidance* karena adanya kelebihan berita atau *news overload* menjadi celah bagi peneliti untuk melakukan penelitian selanjutnya yang menghubungkan *news avoidance* dan *news efficacy*. Melihat dampak dari *news efficacy* bisa mengakibatkan penghindaran berita, maka peneliti akan menghubungkan kedua variabel ini melalui isu politik di Indonesia.



Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Teori/Konsep	Metode	Hasil
1.	Chang Sup Park (2019)	<i>Does too much news on social media discourage news seeking? mediating role of news efficacy between perceived news overload and news avoidance on social media</i>	<i>Self efficacy theory</i>	Survei	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>news overload</i> memiliki keterkaitan dengan <i>news efficacy</i> , yang selanjutnya bisa terjadi pada perilaku <i>news avoidance</i> .
2.	Chang Sup Park & Barbara K. Kaye (2020)	<i>What's this? Incidental exposure to news on social media, news-finds-me perception, news efficacy, and news consumption</i>	<i>-Incidental exposure -News-find-me -News efficacy</i>	Survei	Hasil menunjukkan bahwa semakin sering khalayak terpapar berita di media sosial, maka semakin kecil kemungkinan mereka mencari berita dari media tradisional dan media <i>online</i> . Tidak hanya itu, hasil juga menunjukkan bahwa paparan berita insidental melalui media sosial tidak memiliki hubungan dengan

					kepercayaan diri khalayak terhadap kemampuannya dalam memahami berita.
3.	Stephanie Edgerly (2021)	<i>The head and heart of news avoidance: How attitudes about the news media relate to levels of news consumption.</i>	<i>News avoidance</i>	Survei	Hasil menunjukkan bahwa orang yang memiliki ketertarikan pada politik memiliki nilai yang lebih besar terhadap berita, tetapi orang yang tidak tertarik pada politik memiliki nilai yang lebih rendah sehingga kecenderungan orang untuk menghindari berita sering terjadi. Selain itu, orang yang kurang percaya diri dalam memahami berita memiliki tingkat konsumsi berita yang rendah cenderung akan melakukan perilaku <i>news avoidance</i> .
4.	Morten Skovsgaard & Kim Andersen (2020)	<i>Conceptualizing News Avoidance: Towards a Shared Understanding of Different Causes and Potential Solutions.</i>	<i>News Avoidance</i>	Literature Review	Hasil menunjukkan bahwa penghindaran berita yang disengaja disebabkan oleh berita negatif, <i>lack of trust</i> , dan <i>news overload</i> . Sedangkan penghindaran berita yang tidaksengaja terjadi karena kecenderungan audiens yang lebih memilih konten hiburan.

2.1.1 Celah Penelitian

Tinjauan pustaka yang dipaparkan di atas memiliki latar belakang yang saling berkaitan, secara garis besar penelitian terdahulu di atas fokus pada *news overload*, *news efficacy*, *news avoidance*, *incidental news*, dan *news consumption*. Berdasarkan dari tinjauan pustaka tersebut, peneliti menemukan celah penelitian yang dapat dikembangkan. Penelitian *news efficacy* pada penelitian terdahulu dilakukan pada masyarakat umum, sedangkan penelitian ini dilakukan pada generasi Z yang menjadi populasi terbanyak dalam menggunakan internet dan media sosial. Hal ini memungkinkan generasi Z terpapar berita yang berlebihan dengan mudah. Sebab media sosial merupakan konteks yang memberikan banyak keragaman berita dengan jumlah yang besar (Schmitt, et al., 2018, p. 200).

Penelitian ini akan melihat pengaruh *news efficacy* terhadap penghindaran berita atau *news avoidance* pada generasi Z mengenai isu politik di berita media sosial Instagram. Park (2019) juga memaparkan bahwa berita yang berlebihan atau *news overload* dapat memberikan efek terhadap *news efficacy* yang selanjutnya bisa terjadi adanya perilaku menghindari berita di media sosial. *News efficacy* memiliki benang merah dengan *news avoidance*, mereka yang memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi untuk menemukan berita cenderung tidak melakukan penghindaran berita. Terkait *news avoidance*, Skovsgaard & Andersen (2020) menemukan bahwa salah satu terjadinya perilaku *news avoidance* karena adanya berita yang berlebihan. Kelebihan berita dapat memberikan beban bagi pembaca hingga dapat menyebabkan adanya penurunan kepercayaan diri untuk mengonsumsi berita.

Peneliti menggabungkan dari seluruh hasil penelitian terdahulu dengan menggabungkan hubungan antara *news efficacy* dan *news avoidance* yang dilihat dari isu politik. Tentu hal ini juga menyesuaikan dengan situasi bahwa Indonesia akan melakukan pemilihan umum 2024 sehingga berita politik sudah banyak tersebar di berbagai platform salah satunya media sosial Instagram. Indonesia memasuki era baru dalam pemilihan umum 2024 yang ditandai dengan karakter pemilih muda, sebanyak kurang lebih 60% generasi Z dan kaum milenial akan ikut serta dalam pemilihan umum mendatang (CSIS, 2022). Kemudian, generasi Z juga dinilai lebih memiliki minat dalam menyampaikan aktivitas politik di media sosial.

Selain itu, penelitian yang melihat dari faktor hubungan antara *news efficacy* dan *news avoidance* di Indonesia masih terbilang sedikit ditemukan. Hal tersebut menjadi celah penelitian untuk melengkapi studi mengenai *news efficacy* dan *news avoidance* terhadap isu politik di berita media sosial.

Konsep Penelitian

2.2.1 News Efficacy

Berita menjadi satu hal kebutuhan bagi khalayak untuk mendapatkan informasi, dengan hanya mengakses media sosial khalayak akan menemukan berita yang sebenarnya tidak mereka cari sehingga pengguna media sosial cenderung mudah terpapar oleh berita yang sebenarnya tidak mereka butuhkan. Oleh karena itu, media sosial dinilai memainkan peran penting dalam melakukan informasi terkait berita secara berlebihan (Pentina & Tarafdar, 2014, p. 212).

Situasi yang menunjukkan adanya terlalu banyak berita dan format yang berbeda, dapat menciptakan potensi kelebihan berita yang pada akhirnya bisa menyebabkan adanya pemrosesan informasi dan pengambilan keputusan yang kurang optimal mengenai berita (Pentina & Tarafdar, 2014, p. 212). Berita yang berlebihan dapat menyebabkan penurunan pada tingkat kepercayaan diri audiens terhadap kemampuannya dalam menemukan berita yang mereka butuhkan dan cara bagaimana mereka dapat memahaminya (Park, 2019, p. 3). Situasi ini dikenal dengan istilah *news efficacy*, ketika berita yang berlebihan akan menurunkan tingkat *efficacy* khalayak yang akan berlanjut pada perilaku penghindaran berita sehingga *news overload* dan *news efficacy* memiliki hubungan yang saling berkaitan, yang diteruskan dengan adanya perilaku *news avoidance*.

Mengacu pada penelitian Park (2019) yang mengonseptualisasikan *news efficacy* dari teori *self-efficacy* yang dikembangkan oleh Bandura. *News efficacy* didefinisikan sebagai kepercayaan diri pembaca berita pada seberapa banyak mereka bisa menemukan dan memahami berita dari media sosial yang sesuai dengan pilihannya (Park, 2019, p. 2). *News efficacy* juga dinilai memiliki peran penting dalam mendapatkan dan mengolah berita di media sosial. Orang yang memiliki tingkat *media self-efficacy* yang tinggi cenderung merasa dirinya pandai ketika mereka berhasil mengumpulkan informasi politik untuk kebutuhannya (Hofstetter., et al, 2001, dalam Park, 2019, p. 2). Akibatnya mereka yang memiliki kemampuan dalam memahami berita bisa meningkatkan *efficacy* dan motivasi mereka terhadap tugasnya (Schunk, 1984, dalam Park, 2019, p. 2).

Peneliti mengadaptasi instrumen pernyataan mengenai *news efficacy* dari penelitian Park (2019) yang diadopsi dari teori *self-efficacy* yang dikembangkan oleh Bandura. *Self-efficacy theory* didefinisikan sebagai kepercayaan diri seseorang terhadap kemampuannya dalam mengendalikan tindakan tertentu (Bandura, 1997, p. 37). *Self-efficacy* sendiri dipengaruhi oleh beberapa sumber, seperti pengalaman masa lalu (*enactive mastery experience*), observasi orang lain (*vicarious experience*), persuasi verbal (*verbal persuasion*), dan kondisi fisiologis dan emosi (*physiological and affective states*).

Self-efficacy berperan sebagai mediator antara lingkungan dan perilaku, Bandura (1997) juga menjelaskan bahwa keyakinan khalayak terjadi karena melalui beberapa proses dengan empat tingkatan yang berbeda:

1. Proses Kognitif

Self-efficacy mempengaruhi pola perilaku melalui aturan yang menentukan efektivitas dalam pemecahan masalah. Keyakinan ini mempengaruhi pola pikir yang dapat meningkatkan atau merusak kinerja. Simulasi kognitif dengan percaya diri yang tinggi dapat meningkatkan kinerja selanjutnya, tapi simulasi kognitif dengan percaya diri yang rendah akan merusak kinerja tertentu.

2. Proses Seleksi

Khalayak akan menciptakan lingkungan yang bermanfaat dengan proses seleksi yang dilakukan, pilihan ini dipengaruhi oleh keyakinan *efficacy* pribadi. Tingkat kedua ini terjadi ketika

seseorang berniat untuk menggunakan perilaku tertentu, mereka akan terlebih dahulu menghindari situasi yang melebihi kemampuan mereka.

3. Proses Afektif

Keyakinan diri juga memainkan peran penting dalam pengaturan diri dari keadaan afektif. Proses afektif ini merupakan reaksi afektif terhadap peristiwa yang dianggap sangat penting oleh orang-orang.

4. Proses Motivasi

Dalam motivasi kognitif, khalayak memotivasi diri mereka sendiri dan memandu tindakan mereka secara antisipatif melalui latihan pemikiran ke depannya. Proses ini mempengaruhi upaya dan ketekunan khalayak yang akan dilakukan dalam menghadapi kesulitan.

News efficacy dinilai sebagai persepsi diri mengenai kemampuan audiens terhadap pemahaman berita. Mereka akan secara teratur mengikuti berita dan akan membicarakannya ketika mereka menemukan berita yang sesuai dengan keinginan mereka (Park, 2019, p. 10). *News efficacy* wajib memainkan peran penting dalam menemukan dan mengolah berita dari media sosial, mereka yang memahami berita di media sosial dapat meningkatkan *efficacy* dan motivasi mereka terhadap tugasnya (Schunk, 1984, dalam Park, 2019, p. 2).

Peneliti mengadopsi indikator dari penelitian Park (2019) mengenai *social media news efficacy* yang mengukur kemampuan audiens dalam menemukan isu politik, memahami makna isu politik, dan memahami pentingnya isu politik di berita media sosial Instagram.

2.2.2 News Avoidance

Penghindaran berita dikenal dengan istilah *news avoidance*, perilaku ini merupakan fenomena ketika khalayak menghindari berita saat menerima sebuah berita. Secara umum *news avoidance* atau penghindaran berita merupakan masalah yang terus terjadi, tentu hal ini dapat menjadi ancaman bagi industri media. Perilaku penghindaran berita bisa terjadi secara sengaja maupun tidak disengaja (Skovsgaard & Andersen, 2020, p. 2). Pada penelitian ini, peneliti akan mengukur penghindaran berita secara sengaja. Khalayak yang menghindari berita secara sengaja cenderung akan menghindarinya secara drastis dan mengurangi jumlah informasi yang mereka konsumsi. Penghindaran berita yang disengaja (*intentional news avoidance*) biasanya disebabkan oleh beberapa faktor berikut:

a. Adanya paparan berita negatif

Terdapat persepsi bahwa liputan berita terlalu pesimis dan bisa mempengaruhi suasana hati khalayak secara negatif sehingga bisa menyebabkan munculnya rasa kesal, tidak berdaya, dan tertekan sehingga khalayak memilih untuk menghindari berita yang mereka anggap negatif.

b. *Lack of trust*

Munculnya skeptisisme terhadap media atau kurangnya kepercayaan pada media berita sehingga khalayak lebih memilih untuk menghindari berita dari pada mengonsumsi berita tersebut (Tsfati & Capella 2003, Zerba 2011, dalam Andersen & Skovsgard, 2020, p. 2).

c. Kelebihan berita atau *news overload*

Adanya perasaan kelebihan berita atau yang disebut dengan *news overload*. Biasanya khalayak akan merasakan kelelahan ketika mereka menerima berita secara berlebihan sehingga hal ini menjadi peluang untuk memilih menghindari berita (Song, Jung, dan Kim 2017, dalam Andersen & Skovsgard, 2020, p. 9).

Dalam memahami penyebab dari jenis penghindaran berita dibutuhkan adanya solusi pada jenis penghindaran berita secara sengaja maupun tidak sengaja. Solusi yang dibutuhkan oleh perilaku penghindaran berita yang dilakukan secara sengaja adalah perlu adanya perubahan pada profesi jurnalistik dan konten beritanya. Melalui hal ini, jurnalis dituntut untuk mengubah pola dalam membuat konten berita, seperti mengurangi negativitas, meningkatkan kredibilitas, dan meningkatkan kepercayaan pada berita sehingga bisa mengurangi terjadinya kelelahan berita di antara khalayak (Skovsgard & Andersen, 2020, p. 5).

Studi Reuters yang dilakukan oleh Newman et al (2017) menemukan temuan bahwa penghindaran berita juga berlaku untuk media sosial. Melalui media sosial khalayak akan mudah terpapar berita dan hal ini dapat

mengakibatkan kelebihan berita yang selanjutnya akan terjadinya perilaku penghindaran berita (Song et al, 2017 dalam Park, 2019, p. 3). Hal ini terjadi karena munculnya internet sebagai media komunikasi yang tentunya berpengaruh pada pola konsumsi berita yang ada.

Banyaknya berita atau kelebihan berita di media sosial bisa menyebabkan perasaan yang dapat membebani khalayak dalam mengonsumsi berita sehingga mereka akan mudah merasa kelelahan terhadap berita (Park, 2020, p. 8). Kelelahan karena berita berlebihan dikenal dengan istilah *news fatigue*, dan akibat dari *news fatigue* dapat mengakibatkan munculnya perilaku penghindaran berita atau *news avoidance* (Andersen, 2020, p. 5).

Adanya kekurangan waktu, gaya hidup yang sibuk, dan sikap umum terhadap berita merupakan faktor kontekstual yang dapat mempengaruhi terhadap pilihan informasi yang berlebihan sehingga dapat terjadinya penghindaran berita (Pentina & Tarafdar, 2014, p. 215). Faktor ini diadopsi oleh Park (2019) sebagai indikator dan item pernyataan untuk melihat penghindaran berita di media sosial. Melalui penelitian ini, untuk mengukur *news avoidance* peneliti juga akan mengadopsi indikator dan item pernyataan Park (2019) untuk mengukur variabel *news avoidance* secara sengaja yang dilihat dari ketersediaan waktu khalayak dalam mengakses berita.

2.2.3 Generasi Z dan Isu Politik

Generasi Z merupakan generasi yang lahir pada tahun 1997 hingga 2012, mereka juga dikenal sebagai generasi *digital native*. Generasi Z menjadi generasi yang paling berbeda dari generasi lainnya dalam bertindak, berpikir, dan bekerja.

Mereka dikenal sebagai orang yang paham teknologi dan termasuk generasi yang lebih berhati-hati dan selalu mengutamakan kepraktisan dan kemanfaatan (Sladek & Grabinger, 2014, p. 2).

Generasi Z lahir di dunia yang sudah penuh dengan internet, generasi ini merupakan kelompok yang lebih banyak menggunakan dan memahami gawai (Csobanka, 2016, p. 68). Hal ini yang membuat generasi Z menjadi generasi yang menduduki peringkat pertama dalam menggunakan internet. Di Indonesia Generasi Z mencapai 75,49 jiwa, mereka menjadi populasi yang paling sering menggunakan internet dan mampu menghabiskan enam jam per hari hanya untuk mengakses internet (Badan Pusat Statistik, 2020). Studi Yadav & Rai (2017) juga menemukan bahwa Generasi Z menjadi kelompok yang sangat aktif serta memiliki intensitas yang tinggi dalam menggunakan media sosial.

Digital native memiliki kecenderungan untuk lebih memilih situs *online* seperti media sosial untuk berkomunikasi dan berinteraksi (Yadav & Rai, 2017, p. 111). Selain generasi milenial yang ikut serta dalam bagian pemilihan politik, generasi Z juga menjadi generasi yang memiliki pengaruh dalam pemilihan politik (Dimock, 2019, p. 4). Generasi Z dan kelompok milenial dinilai berhasil mencuri perhatian dalam bidang politik dan media sosial karena kemampuan yang mereka miliki dalam mengakses informasi dan memainkan atau menangkap opini di media sosial cukup handal (Kadir, 2022, p. 202).

Pemilu tahun 2024 menjadi pemilu dengan populasi generasi Z dan milenial yang mendominasi untuk ikut serta dalam berpolitik. Menjelang pemilu, isu politik juga dapat memenuhi media sosial sehingga generasi Z akan

cenderung menemukan isu politik saat mengakses media sosial. Hal ini menjadi dasar bagi penelitian ini untuk menggunakan populasi generasi Z karena mereka merupakan generasi yang sering menggunakan internet dan kecenderungan untuk bermain media sosial.

2.2 Hipotesis Teoritis

Dalam sebuah penelitian kuantitatif, hipotesis menjadi hal yang perlu diperhatikan karena hipotesis diperlukan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian (Sugiyono, 2013, p. 64). Hipotesis merupakan suatu jawaban yang hanya bersifat sementara dari rumusan masalah penelitian yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013, p. 64). Hipotesis juga bersifat empiris yang pada akhirnya dicari sebuah kebenaran dari penelitian yang dilakukan (Neuman, 2014, p. 68).

Berdasarkan penjabaran di atas, peneliti telah merumuskan hipotesis dari rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

- a. H_0 = Tidak terdapat pengaruh *news efficacy* terhadap *news avoidance* pada Generasi Z mengenai isu politik di berita media sosial Instagram.
- b. H_a = Terdapat pengaruh *news efficacy* terhadap *news avoidance* mengenai isu politik di berita media sosial Instagram.

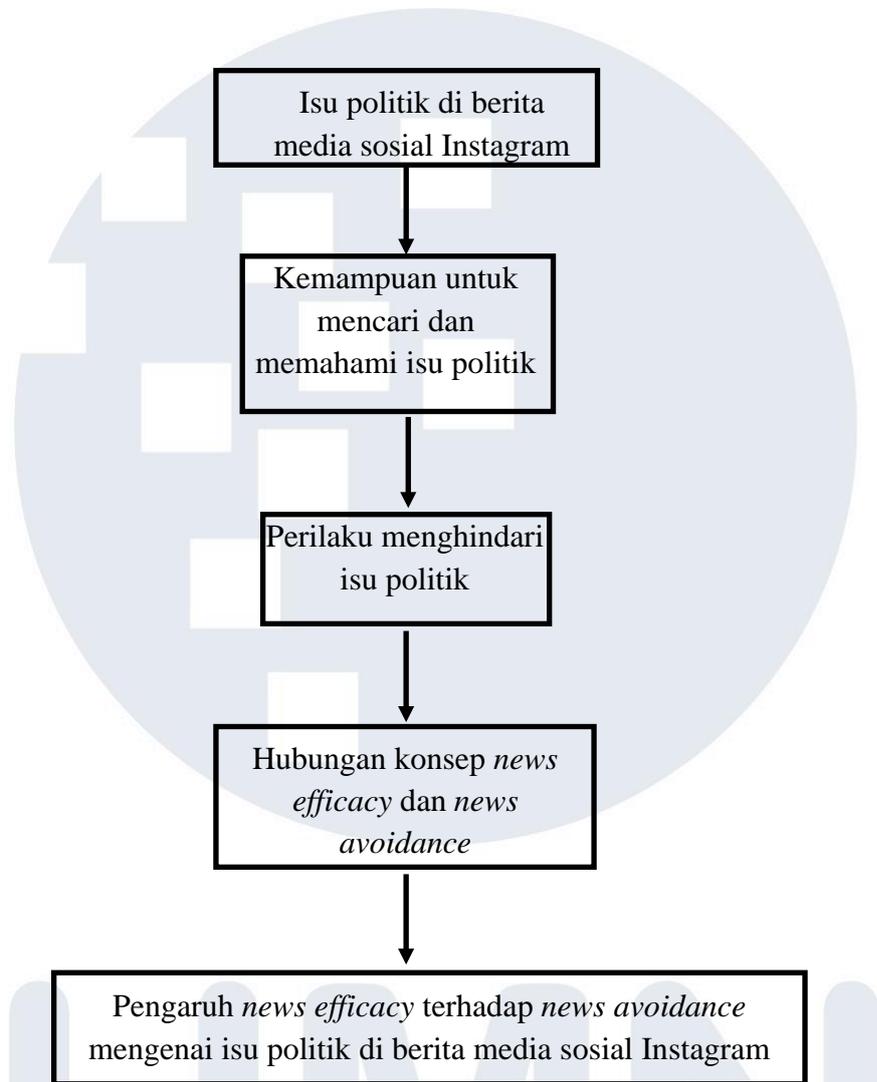
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

2.3 Alur Penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian, tentunya dibutuhkan alur penelitian untuk membantu peneliti dalam proses pengerjaan penelitian agar sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan. Untuk melakukan sebuah penelitian, pertama peneliti harus mencari masalah dari fenomena yang ditentukan untuk diteliti. Lalu, masalah tersebut akan dihubungkan dengan teori dan konsep yang relevan dengan fenomena yang diteliti. Kemudian peneliti akan melakukan pengumpulan data melalui metode survei dengan cara menyebarkan kuesioner pada sampel yang sudah ditentukan. Setelah data terkumpul, peneliti akan mengolah data tersebut dan dicari hubungan antara variabel yang sudah ditetapkan. Lalu, hasil dari olahan data tersebut akan dijadikan kesimpulan dari rumusan masalah yang sudah disusun oleh peneliti.



Gambar 2.1 Alur Penelitian



Sumber: Diolah Peneliti