

## BAB II

### KERANGKA KONSEP

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu mengungkapkan adanya pengaruh positif antara tingkat literasi terhadap minat, partisipasi, serta kelangsungan politik sebuah negara (Cassel & Lo, 1997; Lailiyah et al., 2020; Limilia & Fuady, 2021). Peningkatan literasi dapat dicapai melalui edukasi diri dengan mengonsumsi berita dan informasi terkini melalui media massa. Ashley et al. (2017) mengungkapkan adanya pengaruh tingkat konsumsi berita terhadap tingkat literasi media dan efeknya terhadap pengetahuan informasi terkini, aktivitas politik, kepercayaan dalam politik, serta efektivitas politik. Penelitian terdahulu lainnya oleh de Vreese & Boomgaarden (2006) juga menemukan adanya pengaruh positif antara eksposur berita terhadap pengetahuan dan partisipasi politik. Keduanya menemukan bentuk dan medium berita tidak memiliki pengaruh dalam meningkatkan efektivitas politik audiens, isi atau konten beritalah yang memegang peranan penting (p. 332). Namun, penelitian terbaru lainnya berpendapat lain (Gil de Zúñiga & Diehl, 2019; Hao et al., 2014; Ran et al., 2016).

Umumnya, para ahli setuju dengan peran media dalam mengedukasi dan meningkatkan partisipasi politik masyarakat. Eksposur dan konsumsi berita berbanding lurus dengan efisiensi politik, mulai dari pengetahuan, minat, hingga partisipasi politik. Menurut de Vreese & Boomgaarden (2006, pp. 333–334), pengetahuan dipengaruhi eksposur media, dan keduanya akan memengaruhi partisipasi politik. Hal inilah yang menjelaskan peran ganda media dalam keterlibatan demokrasi negara. Penelitian Carpini & Keeter (1993), Eveland et al. (2005), Gil de Zúñiga et al. (2017), Hao et al. (2014), dan Ran et al. (2016) juga menunjukkan pentingnya berita sebagai sumber

informasi politik. Media/jurnalisme memang dilihat sebagai pilar keempat dalam demokrasi lantaran memiliki kemampuan untuk menyajikan informasi serta menjadi forum debat politik bagi publik (Hao et al., 2014, p. 1221).

Informasi politik yang disalurkan oleh media massa memegang peranan penting dalam meningkatkan tingkat literasi politik masyarakat. Pada dasarnya, pengaruh konsumsi berita dalam meningkatkan tingkat literasi politik memiliki konsep yang sama dengan tingkat konsumsi berita yang memengaruhi tingkat literasi informasi (Alexander, 2009, p. 11). Namun, literasi politik memiliki urgensi yang lebih tinggi. Ran et al. (2016, p. 352) menjelaskan, pengetahuan mengenai pemerintahan dan kandidat wakil rakyat menjadi penting karena keduanya akan menjalankan negara, kesalahan memilih dapat berdampak buruk pada kelangsungan bangsa dan masyarakat. Istilah “pengetahuan” yang digunakan Ran et al. (2016) merupakan istilah lain dari literasi politik.

Cassel & Lo (1997), dalam penelitian “*Theories of Political Literacy*”, merangkum istilah-istilah lainnya yang digunakan para ahli untuk menyebut literasi politik, yaitu “*political expertise*”, “*political awareness*”, “*civic competence*”, dan “*political knowledge*” (p. 321). Keduanya berpendapat bahwa literasi politik tidak dapat diukur secara langsung, tetapi mereka berasumsi seseorang yang terliterasi politik akan mengetahui dan mengerti konsep dasar dan fakta politik. Dalam arti lain, memiliki literasi politik yang baik berarti memiliki pengetahuan politik yang baik, mencakup peristiwa, aktor, hingga hukum negara (Carpini & Keeter, 1993, p. 1195). Beranjak dari asumsi ini, Cassel & Lo mendefinisikan literasi politik sebagai potensi dalam menghasilkan partisipasi politik yang terinformasi dan mengukur tingkat literasi politik berdasarkan pengetahuan dasar informasi dan fakta politik. Penelitian terdahulu lainnya juga mengukur literasi politik menggunakan indikator yang serupa (Carpini & Keeter, 1993; Pew's News IQ Quiz, 2014).

Literasi politik yang bergantung pada penyebaran informasi seharusnya memiliki keunggulan dalam perkembangan teknologi komunikasi, berbagai

media dan medium baru yang hadir bisa dijadikan peluang bagi masyarakat untuk mengonsumsi berita. Namun, berbagai penelitian justru menunjukkan hal ini berbahaya bagi kelangsungan demokrasi sebuah negara (Bode et al., 2017; Chaudhary, 2021; Damstra et al., 2023; Gil de Zúñiga et al., 2017; Gil de Zúñiga & Diehl, 2019; Hao et al., 2014; Prior, 2003, 2005; Ran et al., 2016). Gil de Zúñiga et al. (2017, p. 2) menjelaskan, hadirnya berbagai pilihan media juga meningkatkan peluang kesenjangan pengetahuan politik karena adanya perbedaan preferensi konten, minat, dan pola penggunaan. Dalam lingkungan yang menyajikan berbagai pilihan informasi, topik politik sering kali bersaing dengan genre hiburan. Audiens yang tidak tertarik dengan topik politik lebih mudah “kabur” dan memilih konten media yang lebih ringan (Bode et al., 2017; Edgerly, 2021; Prior, 2005; Skovsgaard & Andersen, 2019).

Perilaku “kabur” ini merupakan aksi audiens yang berusaha untuk menghindari berita. Dalam kajian media, perilaku ini lebih dikenal sebagai konsep *news avoidance*. Beberapa penelitian terdahulu mendefinisikan *news avoidance* sebagai aksi menghindari berita di tengah luapan informasi baik secara disengaja maupun tidak (Edgerly, 2021; Tian, 2022; Toff & Kalogeropoulos, 2020a; Villi et al., 2022). Padahal, di tengah banyaknya informasi yang beredar saat ini, mengambil waktu untuk tidak mengonsumsi sebuah berita tertentu adalah hal yang wajar. Karena itu, Skovsgaard & Andersen (2019) mendefinisikan *news avoidance* sebagai intensitas konsumsi berita yang rendah dalam periode waktu tertentu yang disengaja karena ketidaksukaan berita maupun tidak disengaja karena preferensi berita yang berbeda. Definisi keduanya jelas berbeda dengan definisi *news avoidance* penelitian terdahulu lainnya yang menganggap seseorang mengonsumsi sedikit hingga nihil topik berita tertentu dicap sebagai *news avoiders*, *minimalist*, *non-users*, atau *intermittents* (dalam Skovsgaard & Andersen, 2019, p. 2). Dalam artikel jurnal “*Conceptualizing News Avoidance: Towards a Shared Understanding of Different Causes and Potential Solutions*”,

keduanya menjelaskan konsep *news avoidance* secara lebih komprehensif, mulai dari jenis, indikator, hingga solusi atas permasalahan ini.

Perilaku *news avoidance* tidak sepenuhnya merugikan (Skovsgaard & Andersen, 2019; Tian, 2022; Villi et al., 2022). Namun, sengaja menghindari berita secara berlebihan dapat berdampak pada tingkat literasi (Bode et al., 2017; Damstra et al., 2023; Hao et al., 2014; Skovsgaard & Andersen, 2019). Perilaku sengaja seperti inilah yang perlu diperhatikan. Tidak hanya itu, Skovsgaard & Andersen (2019) serta Toff & Kalogeropoulos (2020) juga menemukan kecenderungan *news avoiders* memiliki persepsi *news-find-me*. Ditambah dengan hadirnya algoritma media sosial yang memilah preferensi konten, dibutuhkan perhatian ekstra dalam mencari dan mengonsumsi berita politik. Gil de Zúñiga et al. (2017, p. 14) menulis, motivasi mencari berita menjadi faktor penting bagi masyarakat untuk mempelajari politik.

Persepsi *news-find-me* adalah sebuah pemikiran seseorang yang percaya pemberitaan akan datang sendiri menghampirinya sehingga membuatnya tidak enggan untuk melakukan *news avoiding* (Damstra et al., 2023; Gil de Zúñiga et al., 2017). Untuk persepsi ini terjadi, berita perlu memiliki kepentingan tinggi hingga seseorang dapat terekspos secara tidak sengaja. Walaupun sudah terekspos secara tidak disengaja, Gil de Zúñiga et al. (2017, p. 15) menemukan kelompok masyarakat yang memiliki persepsi ini tetap memiliki pengetahuan politik yang lebih rendah dibandingkan mereka yang tidak memiliki persepsi ini. Dalam penelitian lainnya oleh Gil de Zúñiga & Diehl (2019, p. 13), ditemukan adanya hubungan negatif antara persepsi *news-find-me* dengan pengetahuan, minat, serta partisipasi politik. Damstra et al. (2023, p. 32) menjelaskan, hal ini bisa diakibatkan eksposur berita yang tidak disengaja hanya akan memicu pembelajaran pasif. Untuk meningkatkan pengetahuan politik, pembelajaran pasif dari eksposur tidak disengaja saja tidak cukup.

Selain algoritma dan persepsi *news-find-me*, masalah lainnya dari *news avoidance* juga muncul dari preferensi media masyarakat yang lebih memilih

genre hiburan. Prior (2003, p. 155) menjelaskan, preferensi masyarakat akan *soft news* dan genre hiburan tidak dapat dihentikan karena sifatnya yang menginformasi dan menghibur di saat yang bersamaan sehingga membuat orang-orang enggan untuk melepas preferensi ini. Kebebasan audiens untuk memilih preferensi ini menimbulkan pertanyaan baru, apakah konten *soft news* atau hiburan tidak memiliki pengaruh terhadap efektivitas politik audiens? Penelitian mengungkapkan adanya perbedaan tingkat pengetahuan politik antara audiens yang mengonsumsi berita dengan audiens yang mengonsumsi *soft news* atau genre hiburan (Chaudhary, 2021; de Vreese & Boomgaarden, 2006; Prior, 2003, 2005). Namun, besarnya perbedaan ini bersifat relatif.

Sifat audiens yang bebas memilih berpengaruh langsung dalam menetapkan tingkat pengetahuan dan efektivitas politik sebagai pilihan sukarela, bukan situasional. Melalui penelitiannya yang berjudul “*News vs. Entertainment: How Increasing Media Choice Widens Gaps in Political Knowledge and Turnout*”, Prior (2005) menemukan audiens yang memilih *soft news* dan genre hiburan akan tetap memiliki pengetahuan politik dasar ketika terpapar berita secara tidak disengaja (p. 3). Namun, pengetahuan ini tidak cukup untuk meningkatkan literasi politik yang diperlukan ketika menggunakan hak pilih. Penelitian lainnya oleh Putnam (2000) dan Shah et al. (2001) juga menemukan adanya kecenderungan audiens yang memilih konten hiburan tidak berpartisipasi politik (dalam Hao et al., 2014, p. 1223).

Masalah preferensi dalam genre berita ini memiliki hubungan dengan perasaan emosional yang timbul akibat pemberitaan. Beberapa penelitian terdahulu percaya alasan di balik perilaku audiens yang melakukan *news avoidance* secara tidak disengaja, dengan memilih genre berita yang disukai, dikarenakan perasaan emosional yang timbul ketika audiens mengonsumsi berita (Bode et al., 2017; Damstra et al., 2023; Schäfer et al., 2022). Penelitian terdahulu lainnya milik Bendau et al. (2020) juga menemukan hal yang serupa. Penelitiannya menunjukkan adanya hubungan selaras antara durasi

dan frekuensi mengonsumsi informasi pandemi dengan gejala kecemasan dan depresi yang dialami audiensnya sehingga mendorong audiens untuk menghindari berita pandemi (dalam Schäfer et al., 2022, p. 8). Perasaan emosional yang mendorong audiens melakukan *news avoidance* memiliki sifat negatif sehingga membuat audiens merasa terbebani, khususnya secara batin.

Tidak hanya isi pemberitaan, luapan informasi yang berlebihan juga dipercaya dapat memengaruhi kondisi emosional audiens dengan menimbulkan emosi kelelahan (*news fatigue*) (Aharoni et al., 2021; Lariscy et al., 2011; Lindell & Mikkelsen Båge, 2023; Villi et al., 2022). Reaksi emosional (*emotional distress*) audiens kemudian menjadi salah satu indikator yang digunakan dalam penelitian terdahulu untuk mengukur perilaku *news avoidance* (Aharoni et al., 2021; Lariscy et al., 2011; Lindell & Mikkelsen Båge, 2023; Schäfer et al., 2022). Namun, Edgerly (2021) menemukan tidak adanya hubungan antara *emotional distress* audiens terhadap rendahnya perilaku audiens dalam mengonsumsi berita (dalam Schäfer et al., 2022, p. 14).

Selain preferensi konten dan *emotional distress*, faktor perilaku *news avoidance* lainnya yang sering muncul dalam kajian media adalah kepercayaan media atau pemberitaan (Aharoni et al., 2021; Bode et al., 2017; Damstra et al., 2023; Hao et al., 2014; Lindell & Mikkelsen Båge, 2023; Schäfer et al., 2022; Skovsgaard & Andersen, 2019; Toff & Kalogeropoulos, 2020a; Villi et al., 2022). Menurut Toff & Kalogeropoulos (2020b, p. 368), semakin rendah kepercayaan audiens terhadap berita, maka audiens juga akan semakin aktif menghindari berita. Aharoni et al. (2021) menuliskan, kebanyakan audiens yang menghindari berita karena memiliki kepercayaan media/berita yang rendah adalah anak muda (p. 9). Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, hadirnya digitalisasi membuat informasi lebih mudah didapatkan melalui berbagai platform. Namun, berdasarkan perspektif anak muda, pemberitaan justru dilihat sebagai sesuatu yang negatif, tidak dapat

dipercaya, propaganda iklan, dan tidak etis (Aharoni et al., 2021, p. 10). Perspektif ini lalu mendorong anak muda untuk tidak mengonsumsi berita lebih jauh. Padahal, Khairani (2016) mengatakan bahwa terdapat beberapa studi yang mengungkapkan adanya hubungan signifikan antara tingkat kepercayaan dengan pengambilan keputusan (dalam Simanjuntak et al., 2022, p. 684). Dalam konteks politik, kepercayaan media diasumsikan dapat secara langsung maupun tidak langsung memengaruhi keputusan politik audiens. Goyanes et al. (2021) dan Toff & Kalogeropoulos (2020) juga menemukan adanya pengaruh negatif antara kepercayaan media dan perilaku *news avoidance*, tetapi hubungan ini bersifat lemah dan memiliki faktor-faktor pendukung lainnya (dalam Schäfer et al., 2022, p. 6). Penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan adanya peran penting kepercayaan media terhadap perilaku *news avoidance* dan tingkat literasi.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu yang telah dijabarkan, mengonsumsi berita memiliki pengaruh positif terhadap tingkat literasi atau pengetahuan politik masyarakat (Eveland et al., 2005; Hao et al., 2014; Ran et al., 2016). Berita politik mencakup informasi yang dapat bermanfaat ketika seseorang menggunakan hak pilihnya. Namun, hadirnya berbagai pilihan media, algoritma media sosial, serta persepsi *news-find-me* dapat menghambat proses peningkatan literasi politik (Gil de Zúñiga et al., 2017; Prior, 2005; Ran et al., 2016; Skovsgaard & Andersen, 2019). Di saat yang bersamaan, Tian (2022, p. 4) mengungkapkan tingkat literasi yang rendah akan menyulitkan seseorang dalam memahami informasi sehingga mendorong perilaku *news avoidance*. Gil de Zúñiga et al. (2017, p. 14) juga menemukan seseorang yang tidak terliterasi politik dengan baik memiliki efek pembelajaran yang lemah meski telah didatangi berita politik secara tidak disengaja. Luapan informasi politik akan menjulang tinggi menjelang Pemilu 2024 mendatang, tetapi hal ini tidak menjamin audiens dapat meningkatkan tingkat literasi politiknya. Terlebih dengan adanya perspektif

negatif anak muda akan media dan *emotional distress* diasumsi memiliki pengaruh terhadap perilaku *news avoidance*.

Indonesia merupakan negara demokrasi terbesar ketiga di dunia, setelah Amerika Serikat dan India (Kominfo, 2020). Namun, berdasarkan indeks demokrasi dunia tahun 2021 oleh The Economist Intelligence Unit (EIU), demokrasi Indonesia justru dinilai “cacat”. Indonesia menduduki peringkat ke-52 dari 165 negara dengan skor demokrasi 6,71 (Databooks, 2022). Hal ini menunjukkan kurangnya pengetahuan politik masyarakat Indonesia. Berdasarkan pencarian peneliti, penelitian mengenai literasi politik di Indonesia lebih banyak membahas mengenai urgensi, upaya peningkatan, dan pengaruhnya terhadap partisipasi politik. Namun, belum ada penelitian yang mengaitkan tingkat literasi dengan kecenderungan audiens untuk menghindari berita. Berdasarkan pernyataan Tian (2022) dan Gil de Zúñiga et al. (2017), muncul sebuah pertanyaan: apakah audiens melakukan *news avoidance* karena tingkat literasi politiknya yang rendah?

Mengingat media Indonesia yang akan dipenuhi berita politik menjelang Pemilu 2024 selama satu tahun mendatang, penelitian ini bermaksud untuk melengkapi penelitian-penelitian terdahulu dengan mencari tahu pengaruh pentingnya tingkat literasi politik kaum muda dan hubungannya dengan perilaku *news avoiding* di tengah banjir informasi dan penggunaan internet. Hasil penelitian terdahulu yang beragam juga membuat peneliti tertarik untuk menambahkan dua variabel bebas untuk mencari pengaruh perilaku *news avoidance*, yaitu kepercayaan media dan *emotional distress* terhadap pemberitaan.

## 2.2 Teori dan Konsep

### 2.2.1 Teori *Uses & Gratifications*

Media menyediakan berbagai jenis konten, mulai dari konten informatif, edukasi, hingga hiburan. Namun, tidak ada jaminan



audiens akan mengonsumsi seluruh jenis konten yang telah disediakan. McQuail (2010, p. 547) menjelaskan, audiens memiliki kebutuhan akan media yang berbeda-beda, beberapa menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan informasi, relaksasi, menjalin relasi, hingga pengalihan sementara. Motif penggunaan yang beragam ini memunculkan pendekatan yang juga diketahui sebagai teori *uses & gratifications*. Teori ini menjelaskan perilaku individu atau audiens yang secara sadar menggunakan atau mencari media dengan tujuan memenuhi kebutuhan, kepuasan, dan keinginannya (McQuail, 2010, pp. 547–548). McLeod & Becker (1981) berasumsi, pendekatan ini bisa dikatakan sebagai *uses & gratifications* jika memiliki audiens yang aktif, penggunaan media yang spesifik, media yang dapat memenuhi berbagai kebutuhan audiensnya, audiens memiliki kesadaran diri yang cukup untuk menjelaskan alasan di balik penggunaan media, dan pemenuhan gratifikasi dari eksposur konten dan konteks media (dalam Kaye & Johnson, 2002, p. 55). Pilihan media dan konten umumnya bersifat rasional dan ditujukan untuk memenuhi kebutuhan audiens, hal ini menjelaskan perilaku memilih audiens yang juga rasional dan aktif mencari pilihan media yang ada.

Teori ini sudah banyak digunakan dalam kajian media dan pesan politik (Whiting & Williams, 2013, p. 363). Audiens dengan minat politik yang tinggi akan secara sadar dan aktif mencari berita politik untuk memenuhi kebutuhannya. Sebaliknya, audiens dengan minat politik yang rendah cenderung memilih genre hiburan. Perilaku ini sejalan dengan teori *uses & gratifications* yang menyatakan seseorang akan menggunakan media secara selektif untuk memenuhi kebutuhannya dan menghasilkan efek media yang berbeda berdasarkan motif penggunaannya (Rubin dalam Hao et al., 2014, p. 1223). Dalam konteks politik, efek media yang dihasilkan dari pendekatan *uses & gratifications* dapat berupa peningkatan

pengetahuan politik, partisipasi politik, penggunaan hak suara, diskusi politik, hingga perhatian pada aktivitas kampanye tiap partai (Kaye & Johnson, 2002, p. 58). Penelitian lainnya juga menemukan audiens yang secara aktif mencari media untuk memenuhi kebutuhan minat politiknya cenderung memiliki tingkat partisipasi politik yang lebih tinggi (Atkin et al., 1976; Hao et al., 2014; Weaver Lariscy et al., 2011; Whiting & Williams, 2013).

Weaver Lariscy et al. (2011, p. 751) merangkum *Political Media Gratifications Scale* oleh Blumler & McQuail (1969) dan Rubin et al. (1994) dalam tiga kategori, peningkatan pengetahuan politik (sebagai landasan ketika menggunakan hak suara); pengawasan informasi terkini; dan perasaan gembira (seperti menantikan partai politik mana yang akan memenangkan pemilihan). Tolok ukur ini dijelaskan lebih lanjut oleh Eveland (2001) dalam empat indikator, yaitu *surveillance gratifications seeking*, *media news attention*, *elaborative processing*, dan *public affairs knowledge*. *Surveillance gratifications seeking* mengukur motivasi dan alasan audiens mengonsumsi berita dengan pertanyaan seperti ‘saya mengonsumsi berita untuk mencari fakta yang mendukung argumen saya’ atau ‘saya mengonsumsi berita untuk mencari pendapat calon akan isu tertentu’. *Media news attention* berfokus mengukur tingkat perhatian audiens akan informasi tertentu, indikator ini juga dapat menentukan tingkat eksposur berita. Sementara itu, *elaborative processing* adalah indikator yang mengukur efek media setelah dikonsumsi oleh audiens, seperti seberapa jauh audiens akan memikirkan atau meninjau lebih jauh berita yang sudah dikonsumsi sebelumnya. Terakhir, indikator *public affairs knowledge* mengukur tingkat pengetahuan audiens akan informasi dan berita terkini (Eveland, 2001, pp. 592–595; Hayes et al., 2010, p. 438).

Keempat indikator yang digunakan untuk menjelaskan teori *uses & gratifications* dalam konteks politik ini menjadi dikenal sebagai salah satu metode komunikasi politik, tolok ukur ini juga mengungkap kecenderungan audiens untuk menghindari informasi politik dari media (Lariscy et al., 2011, p. 751). Sementara itu, Tian (2022) juga menemukan adanya studi yang menunjukkan adanya pengaruh positif tingkat literasi media terhadap peningkatan motivasi mencari berita (p. 5). Berdasarkan penjelasan di atas, teori *uses & gratifications* dapat diterapkan dalam penelitian ini untuk menjelaskan motif audiens dalam mengonsumsi berita untuk meningkatkan literasi politik dan perilaku menghindari berita.

#### 2.2.2 Berita Politik

Berita merupakan laporan informasi atau peristiwa terkini yang disampaikan kepada publik melalui media massa (Romli dalam Hikmat, 2008, p. 148). Namun, tidak semua informasi dapat diberitakan. Ishwara (2008, p. 53) merangkum sembilan nilai jurnalisme yang diperlukan sebuah informasi agar memiliki kepentingan untuk diberitakan, yaitu konflik, kepentingan, dampak, populer, kedekatan, aktualitas, keunikan, kemanusiaan, dan seks. Setelah informasi dapat dikatakan sebagai berita, berita terbagi menjadi dua jenis berdasarkan urgensi dan dampak informasinya, yaitu *hard news* dan *soft news*. Biasanya, berita yang memuat informasi terbaru dan penting seperti peristiwa kriminalitas, politik, masalah sosial, dan ekonomi akan masuk dalam jenis berita *hard news*. Sementara itu, berita *soft news* biasanya akan memuat informasi yang lebih ringan, kreatif, dan menghibur (Widarmanto, 2017, p. 93).

Dengan banyaknya informasi dan kepentingan, mengonsumsi berita yang netral tanpa keberpihakan kini menjadi sebuah tantangan, khususnya berita politik. Jurnalisme dalam berita politik kini cenderung membingkai politik sebagai permainan strategis dan

subjektif karena interpretasi dari jurnalis atau media itu sendiri. Aalberg dan Patterson menjelaskan liputan berita pemilu kontemporer memiliki kecenderungan untuk membingkai politik sebagai permainan strategis daripada fokus pada isu-isu politik (dalam Falasca, 2014, p. 25). Padahal, mengonsumsi berita politik memegang peranan penting dalam meningkatkan pengetahuan politik. Jika pengetahuan politik yang didapati dari berita politik bersifat tidak netral, literasi politik audiens juga akan terpengaruh (Gil de Zúñiga et al., 2017, p. 15).

### 2.2.3 Literasi Politik

Literasi politik memiliki definisi yang luas. Fitriani et al. (2022, p. 47) menjelaskan literasi politik sebagai kondisi seorang warga negara dapat berpartisipasi dalam politik secara lebih berkualitas, tidak hanya sekadar menggunakan hak suaranya. Cassel & Lo (1997, p. 321) mendefinisikan literasi politik sebagai sebuah potensi menghasilkan partisipasi politik yang terinformasi. Jika seseorang memiliki literasi politik yang baik, idealnya ia juga dapat menentukan pilihan politiknya sendiri yang bersifat otonom, bukan hasil mobilisasi eksternal (Fitriani et al., 2022, p. 47). Dalam arti lain, terliterasi politik tidak selalu berarti memiliki jawaban tepat untuk segala pertanyaan berbau politik, tetapi bagaimana seseorang dapat membuat penilaian politik secara bertanggung jawab dari jawaban-jawaban tersebut (Eriksen, 2020, p. 83). Namun, sifat literasi politik yang bergantung pada penilaian pribadi seseorang membuat konsep ini tidak dapat diukur secara langsung.

Cassel & Lo (1997) menjelaskan, konsep literasi politik memang tidak dapat diukur secara langsung, tetapi keduanya berasumsi seseorang yang terliterasi politik akan memiliki pengetahuan dunia politik yang baik pula. Beranjak dari asumsi ini, Cassel & Lo mengukur literasi politik berdasarkan pengetahuan seseorang akan

dunia dan fakta politik yang dimiliki (p. 317). Beberapa kajian terdahulu lainnya juga menggunakan pengetahuan politik (*political knowledge*) dan minat politik sebagai indikator mengukur tingkat literasi politik (Atkin et al., 1976; Carpini & Keeter, 1993; Cassel & Lo, 1997). Namun, Krosnick dan Brannon (1993) menegaskan bahwa literasi politik dan partisipasi politik adalah dua hal yang berbeda (dalam Cassel & Lo, 1997, p. 321). Literasi politik dapat meningkatkan tingkat partisipasi politik, tetapi tidak sebaliknya.

Umumnya, pengetahuan politik diukur menggunakan pertanyaan *true or false*, *open-ended question*, dan pilihan ganda. Pertanyaan-pertanyaan ini memuat berbagai informasi yang berhubungan dengan kewarganegaraan, keadaan negara, dan situasi politik, seperti ‘berapa lama seseorang dapat menjabat sebagai presiden negara Indonesia?’, ‘calon A berasal dari partai B, benar atau salah?’, ‘apa partai yang menduduki kursi terbanyak di parlemen?’, dan lainnya. Nantinya, jawaban benar akan diberi kode angka 1, sedangkan jawaban salah atau kosong akan diberi kode 0.

Dalam penelitian ini, pertanyaan-pertanyaan yang akan digunakan sebagai indikator literasi politik terbatas pada informasi elektoral menjelang Pemilu 2024 mendatang. Hwee (2002, p. 203) mengungkapkan, proses elektoral atau pemilu merupakan proses yang penting bagi demokrasi. Terdapat empat elemen yang menjadi struktur elektoral politik, yaitu ruang lingkup pemilihan, jenis peserta pemilihan, tahapan siklus pemilu, dan faksionalisme (Olson, 1967, p. 353). Meski dinilai penting, proses elektoral bukan satu-satunya instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur demokrasi, terdapat faktor-faktor lainnya yang juga dinilai penting terhadap kelangsungan demokrasi (Croissant et al., 2002, p. 322). Faktor lainnya yang tidak berhubungan dengan proses pemilu didefinisikan sebagai partisipasi politik non-elektoral. Partisipasi non-elektoral merupakan partisipasi

masyarakat yang bertujuan untuk memengaruhi hasil politik seperti menandatangani petisi, mengikuti aksi demonstrasi, menyuarakan pendapat, berdonasi untuk kepentingan umum, dan aktivitas lainnya (Vráblíková, 2014, pp. 212–213).

Penelitian menunjukkan, partisipasi non-elektoral masyarakat akan meningkat jika nilai demokrasi negara juga meningkat (Dalton, van Sicle, & Weldon, 2009; Marien, Hooghe, & Quintelier, 2010 dalam Vráblíková, 2014, p. 205). Sayangnya, penelitian lainnya oleh Croissant et al. (2002) menunjukkan Indonesia masih memiliki nilai demokrasi yang kurang. Salah satu penyebab kurangnya nilai demokrasi ini adalah rendahnya kualitas pemilu sehingga menyebabkan permasalahan lainnya seperti akar kronisme, korupsi, dan rendahnya profesionalisme serta etika dalam politik parlemen (p. 324). Maka dari itu, instrumen indikator tingkat literasi politik dalam penelitian ini akan dibatasi pada informasi elektoral menjelang Pemilu 2024, tepatnya pertanyaan-pertanyaan mengenai tokoh politik, partai politik, serta kewarganegaraan (*civic*) yang berkaitan dengan jalannya pemerintahan dan pemilu.

Berdasarkan indikator ini, meningkatkan literasi politik dapat dicapai dengan meningkatkan pengetahuan politik. Namun, peningkatan ini menjadi tanggung jawab pribadi dan hanya bisa dicapai oleh diri sendiri. Hal ini dikarenakan meningkatkan pengetahuan politik berhubungan erat dengan tingkat konsumsi berita dan/atau informasi politik (Carpini & Keeter, 1993; de Vreese & Boomgaarden, 2006; Eriksen, 2020; Gil de Zúñiga et al., 2017; Prior, 2005). Jadi, tidak mengherankan jika terdapat kesenjangan pengetahuan politik di kalangan masyarakat karena peningkatan ini bersifat sukarela berdasarkan pilihan konsumsi pribadi (Prior, 2005, p. 578). Tentunya selain mengonsumsi informasi politik, terdapat faktor eksternal lainnya yang dapat memengaruhi pengetahuan dan

pandangan politik seseorang. Namun, Bochel (2009, p. 156) menjelaskan faktor eksternal ini tidak dapat dimanfaatkan sebagai bentuk pengajaran karena berpotensi menimbulkan kontroversi bias politik dan “*brainwashed*”.

#### 2.2.4 *News Avoidance*

*News avoidance* adalah keadaan saat seseorang dengan secara maupun tidak sengaja menghindari atau menolak pemberitaan (Villi et al., 2022, p. 2). Namun, definisi ini dinilai bias dan kurang tepat digunakan sehingga mengubah konsep dan informasi mengenai *news avoidance* itu sendiri. Skovsgaard & Andersen lebih setuju untuk mendefinisikan *news avoidance* sebagai “*low news consumption over a continuous period of time caused either by a dislike for news (intentional) or a higher preference for other content (unintentional)*”. Dalam arti lain, *news avoidance* tidak berarti benar-benar menghindari pemberitaan, hanya saja tidak mengonsumsi sebanyak orang lain atau biasanya.

Menurut Skovsgaard & Andersen (2019, p. 2), terdapat dua tipe *news avoidance*, sengaja dan tidak disengaja. Beberapa faktor yang membuat seseorang dengan sengaja menghindari pemberitaan adalah topik pemberitaannya yang terlalu negatif, rendahnya kepercayaan audiens akan berita tersebut, dan juga banyaknya informasi serupa yang dapat ditemui di waktu yang bersamaan. Sedangkan, faktor menghindari berita yang tidak disengaja dapat dikarenakan meningkatnya *media supply* dan adanya algoritma pribadi yang mengatur preferensi konten. Sementara itu, Villi et al. (2022, pp. 3–4) juga merangkum alasan lainnya di balik perilaku *news avoidance*, yaitu pemberitaan yang dinilai terlalu negatif, perbedaan struktural, kurangnya relevansi dengan berita, rendahnya minat akan politik, rendahnya motivasi seseorang, rendahnya pengetahuan akan sistem pemberitaan, dan faktor demografik. Gil de Zúñiga et al. (2017)

menambahkan, beberapa *news avoider* juga memiliki persepsi “*news-find-me*”, yaitu seseorang yang percaya pemberitaan akan datang sendiri menghampirinya sehingga membuatnya tidak enggan untuk *news avoiding* (dalam Skovsgaard & Andersen, 2019, p. 14). Ditambah dengan algoritma media baru, persepsi ini membuka peluang lebih besar untuk audiens menjadi *news avoiders*. Pasalnya, untuk persepsi ini terjadi, berita perlu memiliki kepentingan tinggi hingga seseorang dapat terekspos secara tidak sengaja. Padahal, audiens perlu secara aktif mencari berita untuk mempelajari politik (Gil de Zúñiga et al., 2017, p. 14).

Perilaku *news avoidance* yang disengaja dapat diukur berdasarkan indikator kesadaran audiens, genre media, pilihan media, dan banjir informasi. Sementara itu, indikator perilaku *news avoidance* yang tidak disengaja lebih berfokus pada faktor eksternal seperti channel media, kesediaan konten, dan preferensi. Untuk mengatasi hal-hal ini, Skovsgaard & Andersen (2019, pp. 8–12) memberikan dua solusi dalam menghadapi perilaku *news avoidance*. *News avoidance* yang disengaja dapat diatasi dengan jurnalisme konstruktif, yaitu mengurangi konotasi negatif dalam berita dengan memberikan solusi dan harapan pada masa mendatang. Jurnalis dan media juga dapat menerapkan *slow journalism* dalam proses jurnalistik. Sementara itu, *news avoidance* yang tidak disengaja dapat diatasi dengan membawa perubahan struktural pada media, seperti menambahkan/menyelipkan konten-konten genre lainnya dalam pemberitaan.

Berbeda dengan Skovsgaard & Andersen (2019), Schäfer et al. (2022, pp. 6–9) mengukur perilaku *news avoidance* berdasarkan kepercayaan media, perilaku politik, dan *emotional distress*. Williams (2012) menyebutkan kepercayaan media berkaitan erat dengan nilai-nilai pemberitaan seperti akurasi, objektivitas, dan kepercayaan informasi (dalam Schäfer et al., 2022, p. 6). Namun, dalam penelitian



lainnya, Goyanes et al. (2021) dan Toff & Kalogeropoulos (2020) justru menemukan adanya pengaruh negatif kepercayaan media terhadap perilaku *news avoidance*, tetapi hubungan ini bersifat lemah dan memiliki faktor-faktor pendukung lainnya (dalam Schäfer et al., 2022, p. 6).

Selain kepercayaan media, *emotional distress* audiens juga dipercaya memiliki dampak yang serupa terhadap perilaku *news avoidance* (Schäfer et al., 2022; Toff & Kalogeropoulos, 2020b; Villi et al., 2022). Edgerly (2021) justru menemukan hasil yang berbeda mengenai fenomena ini. Penelitiannya menunjukkan tidak ada hubungan antara reaksi emosional yang negatif dengan rendahnya tingkat mengonsumsi media (p. 14).

#### 2.2.5 Kepercayaan Media

Palmer et al. (2020) menuliskan *news avoiders* memiliki perubahan persepsi akan media. Sebelumnya, audiens mengandalkan media untuk menjadi “*watchdog*” yang mengawasi jalannya pemerintahan. Namun, kali ini media/jurnalisme dilihat sebagai kaki tangan tokoh politik dan ekonomi. Perubahan persepsi ini akhirnya mendorong audiens untuk mengurangi frekuensi konsumsi berita (dalam Schäfer et al., 2022, p. 6). Padahal, aspek terpenting dari kepercayaan adalah integritas, sebuah keyakinan terhadap kejujuran seseorang dalam menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat kepada orang lain (Bachmann & Zaheer, 2006, p. 142; Simanjuntak et al., 2022, p. 684). Kohring & Matthes (2007, pp. 239-240) menjelaskan adanya empat dimensi yang mendasari kepercayaan media, yaitu selektivitas topik, selektivitas fakta, deskripsi yang akurat, serta nilai jurnalisme.

Kepercayaan selektivitas topik berkaitan erat dengan peran media dalam menyajikan pemberitaan. Audiens dinilai hanya akan mengonsumsi media yang menghadirkan topik dan peristiwa yang relevan dengan keadaannya saat itu, sementara kepercayaan pada

selektivitas fakta akan menjadi penilaian apakah sebuah topik yang dihadirkan media dapat dipercaya. Audiens mengharapkan pemberitaan akan memiliki kelengkapan, keragaman, dan penekanan informasi yang baik. Selain pilihan topik dan fakta, audiens juga menilai jika media dapat dipercaya berdasarkan objektivitas pemberitaan yang netral. Dalam arti lain, media dapat memiliki kepercayaan audiens jika memberikan gambaran yang objektif, tidak berimbang, dan telah dipastikan faktanya. Terakhir, audiens mengharapkan media untuk memberikan pemberitaan sesuai dengan nilai-nilai jurnalistik yang ada.

#### 2.2.6 *Emotional Distress* (Reaksi Emosional terhadap Pemberitaan)

Studi menunjukkan adanya korelasi antara *emotional distress* audiens terhadap isi atau konten berita dengan perilaku *news avoidance* (Aharoni et al., 2021; Schäfer et al., 2022; Toff & Kalogeropoulos, 2020b; Villi et al., 2022). Reaksi ini hadir dalam berbagai bentuk. Gil de Zúñiga et al. (2017) dan Prior (2005) menemukan alasan di balik perilaku *news avoidance* adalah preferensi audiens terhadap isi pemberitaan. Sementara Aharoni et al. (2021) dan Villi et al. (2022) menganggap hal ini terjadi karena konten pemberitaan yang memiliki konotasi yang negatif. Sedangkan Damstra et al. (2023) percaya perilaku *news avoidance* memiliki korelasi lebih erat dengan kredibilitas media yang berperan dalam meningkatkan kepercayaan audiens.

Di lain sisi, penelitian terdahulu juga menunjukkan adanya reaksi kelelahan dan terbebani akibat banyaknya luapan informasi di satu waktu bersamaan, efek kelelahan ini lalu mendorong seseorang untuk menghindari berita (Schäfer et al., 2022). Meski begitu, penelitian juga menunjukkan terlalu banyak menghabiskan waktu untuk mengonsumsi berita dapat memicu munculkan efek negatif karena secara tidak langsung, audiens sudah mengabaikan aspek lain dalam

hidupnya. Schäfer et al. (2022) mengukur variabel ini berdasarkan tiga instrument, apakah seseorang akan tetap merasa setuju terhadap sebuah pemberitaan meski pemberitaan memiliki konotasi atau menimbulkan efek negatif terhadap keadaan emosional audiens, apakah seseorang merasa kelelahan secara emosional dari luapan informasi di satu waktu tertentu, dan apakah seseorang merasa intensitas waktu yang ia gunakan untuk mengonsumsi berita dinilai sia-sia.

#### 2.2.7 Kaum Muda

Dalam penelitian ini, kaum muda yang dimaksud adalah generasi Z atau mereka yang lahir pada 1995–2010 (Seemiller & Grace, 2017, p. 22). Generasi ini dikenal sebagai *digital natives*, kehidupan sehari-harinya tidak lepas dari digitalisasi dan internet. Bahkan, Daugherty & Hoffman (2014) mengungkapkan generasi Z bisa dengan mudah menghabiskan sembilan jam dalam sehari untuk menggunakan ponselnya (p. 82). Di Indonesia sendiri, Data Indonesia mencatat generasi Z (kelahiran 1997–2012) sebagai kelompok umur yang mendominasi populasi Indonesia per tahun 2022. Sebanyak 68,66 juta penduduk atau sebesar 27,98 persen penduduk Indonesia berusia 10–24 tahun. Adanya fakta generasi Z mendominasi populasi Indonesia, menggunakan internet dengan lugas, dan masuk dalam kelompok umur yang akan mulai memasuki dunia politik pada Pemilu 2024 mendatang membuat generasi Z memegang peranan penting dalam keadaan demokrasi Indonesia.

Minat dan ketertarikan politik dapat muncul di kalangan usia mana pun, tetapi hanya warga negara yang telah mencapai usia 17 tahun yang boleh menggunakan hak suaranya. Menjelang Pemilu 2024, sebagian generasi Z yang berusia 13–28 tahun dapat menggunakan hak suaranya, beberapa mungkin akan menggunakan hak suaranya untuk pertama kali. Karenanya, menjadi penting untuk generasi Z

memiliki literasi politik yang baik. Namun, beberapa penelitian terkini justru menunjukkan rendahnya literasi dan minat politik generasi Z di Indonesia (Fauzi & Samatan, 2022; Fitriani et al., 2022; Lailiyah et al., 2020; Yusrin & Salpina, 2023). Ditambah dengan penggunaan internet dan media baru, generasi Z memiliki tantangan lebih dalam meningkatkan motivasi untuk mencari dan mengakses berita politik. Padahal, keadaan politik memengaruhi kelangsungan negara (Tian, 2022, p. 4).

### 2.3 Hipotesis Teoritis

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan penelitian terdahulu yang telah diuraikan di atas, hipotesis penelitian ini adalah:

1. H0<sub>1</sub>: Tidak terdapat pengaruh antara tingkat literasi politik terhadap perilaku *news avoidance* kaum muda (Generasi Z)

Ha<sub>1</sub>: Terdapat pengaruh antara tingkat literasi politik terhadap perilaku *news avoidance* kaum muda (Generasi Z)

2. H0<sub>2</sub>: Tidak terdapat pengaruh antara kepercayaan media terhadap perilaku *news avoidance* kaum muda (Generasi Z)

Ha<sub>2</sub>: Terdapat pengaruh antara kepercayaan media terhadap perilaku *news avoidance* kaum muda (Generasi Z)

3. H0<sub>3</sub>: Tidak terdapat pengaruh antara *emotional distress* terhadap perilaku *news avoidance* kaum muda (Generasi Z)

Ha<sub>3</sub>: Terdapat pengaruh antara *emotional distress* terhadap perilaku *news avoidance* kaum muda (Generasi Z)

4. H0<sub>4</sub>: Tidak terdapat pengaruh antara tingkat literasi politik, kepercayaan media, dan *emotional distress* terhadap perilaku *news avoidance* kaum muda (Generasi Z)

Ha<sub>4</sub>: Terdapat pengaruh antara tingkat literasi politik, kepercayaan media, dan *emotional distress* terhadap perilaku news avoidance kaum muda (Generasi Z)

## 2.4 Alur Penelitian

Indonesia akan dipenuhi dengan isu-isu politik selama setahun mendatang menjelang Pemilu 2024. Namun, penelitian-penelitian terdahulu justru menunjukkan rendahnya tingkat literasi dan minat politik kaum muda di Indonesia. Padahal, statistik Indonesia menunjukkan kaum muda sedang mendominasi populasi Indonesia saat ini. Dapat dikatakan, kaum muda memegang peranan penting dalam menentukan keadaan negara beberapa tahun mendatang hanya dari proses pemilihan pada tahun 2024. Sementara itu, agar kaum muda dapat menggunakan hak suaranya secara berkualitas, diperlukan tingkat literasi politik yang baik. Kaum muda yang erat dengan digitalisasi dan perkembangan internet seharusnya dapat dengan mudah meningkatkan literasi politiknya dari berbagai informasi dan berita politik yang dapat ditemukan. Namun, penelitian menunjukkan banjir informasi justru membuat pengguna media cenderung untuk menghindari berita (*news avoidance*). Selain itu, penelitian lainnya juga menunjukkan terdapat beberapa faktor perilaku *news avoidance* yang mungkin memiliki pengaruh secara tidak langsung terhadap tingkat literasi politik anak muda, seperti kepercayaan media dan *emotional distress*.

Penelitian ini ingin mencari lebih dalam dan melengkapi penelitian-penelitian sebelumnya terkait tingkat literasi media ( $X_1$ ), kepercayaan media ( $X_2$ ), *emotional distress* ( $X_3$ ), perilaku *news avoidance* ( $Y$ ), serta pengaruhnya.