

BAB II

KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

News avoidance atau penghindaran berita telah menjadi salah satu masalah bagi industri media dan demokrasi secara luas (Skovsgaard & Andersen, 2019). Tendensi ini telah menerima banyak atensi publik maupun peneliti. Meski banyak pilihan akses untuk berita, para *news avoider* atau penghindar berita ini memiliki kebiasaan bermedia yang tidak termasuk eksposur terhadap berita secara reguler (Edgerly, 2021). Selain itu, penelitian terdahulu terkait *news avoidance* memiliki tantangan atas konsep yang masih ambigu. Kebanyakan penelitian tidak memiliki definisi jelas tentang *news avoidance*, dan konsepnya dioperasionalkan dengan berbagai cara dan metode. Oleh karena itu, Skovsgaard dan Andersen (2019) dalam penelitiannya telah merangkum dan mengelompokkan konsep tersebut. Diharapkan, dengan pemahaman menyeluruh tentang alasan kedua motif *news avoidance* tersebut, segala pihak yang berkepentingan dapat memahami solusinya dalam berbagai tingkat (Skovsgaard & Andersen, 2019).

Sejumlah penelitian menyebutkan ketidaksukaan terhadap berita (terutama politik) sebagai salah satu faktor *news avoidance*. Penelitian Toff and Nielsen (2022) menunjukkan *anticipated anxiety* (kecemasan yang diantisipasi) sebagai faktor yang mempengaruhi *news avoidance* sekaligus menjadi penghalang partisipasi politik. Narasumber wawancara pada penelitian tersebut sebagian besar mendeskripsikan berita sangat negatif, penuh dengan cerita kriminal dan terorisme yang memicu kecemasan. Berita (terutama mengenai politik) yang dianggap melelahkan — akibat ketidakpastian dan kurangnya kontrol — menjadikannya halangan bagi para narasumber untuk melakukan partisipasi politik aktif (Toff & Nielsen, 2022). Edgerly et al. (2017) juga menemukan hubungan *news avoidance* dengan rendahnya tingkat partisipasi politik pada remaja Amerika Serikat, meski dihadapi dengan banyaknya pilihan

mengakses berita. Namun, penelitian lain justru membuktikan sebaliknya, bahwa dalam situasi krisis, *news avoidance* secara positif berhubungan dengan partisipasi sosial dalam aktivitas sosial (Ohme et al., 2022). Ohme et al. (2022) juga berargumen bahwa terlalu banyak informasi yang diberikan pada berita malah dapat menjadi kontraproduktif dalam pengartian informasi. Penelitian tersebut juga menyarankan agar peneliti selanjutnya dapat menguji kembali pengaruh dan hubungan *news avoidance* dan partisipasi politik, yang akan dibahas dalam penelitian ini.

Berbagai *platform* media digital telah mengubah struktur politik, termasuk di Indonesia. Masyarakat menggunakan media sosial untuk berpartisipasi politik dan memberi opini politik. Istilah ‘partisipasi politik’ berarti setiap warga negara memiliki hak untuk berpartisipasi dalam lingkup publik (Saud & Margono, 2021). Warga negara disebut hanya akan mencapai pemberdayaan sepenuhnya jika memiliki peran dalam aktivitas demokratis (Masiha et al., 2018 dalam Saud & Margono, 2021). Hal ini menjadi pertanyaan jika masyarakat menghindari dari berita karena alasan politik, dan kemudian menolak untuk berpartisipasi dalam politik, khususnya Pemilu. Apabila warga negara menghindari dari politik, sistem sosial disebut akan kehilangan fungsi legitimasinya (Yoldaş, 2015).

Dalam penelitian ini, partisipasi politik dikaitkan dengan *theory of planned behavior* (TPB) yang merupakan perluasan dari *theory of reasoned action*. Teori ini dipilih karena berdasarkan *literature review* sistematis dari Homyamyen dan Kulachai (2023), TPB telah terbukti dapat menjelaskan perilaku partisipasi politik masyarakat dalam berbagai penelitian terdahulu. Penggagas teori ini, yaitu Ajzen (1991, 1988, dalam Sihombing & Pramono, 2021) menyebutkan bahwa TPB dapat digunakan untuk menjelaskan dan memahami lebih dalam perilaku manusia. Ajzen membentuk TPB dengan menambahkan sebuah konstruk yang belum ada di TRA, yaitu kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*). Maka, menurut teori ini, sebuah niat (*intentions*) dapat diprediksi melalui tiga hal: sikap terhadap perilaku (*attitude towards behavior*);

norma subjektif/personal (*subjective/personal norm*); dan kontrol perilaku persepsian tersebut. Dalam konteks partisipasi politik, Homyamyen dan Kulachai (2023) menyimpulkan bahwa beberapa faktor dapat mempengaruhi partisipasi politik masyarakat, seperti pengaruh media daring, sikap, norma subjektif, kontrol perilaku persepsian, intensi, ketertarikan terhadap politik, isu finansial, dan niat (*intention*).

2.2 Teori dan Konsep

2.2.1 *Political News Avoidance*

Penelitian ini berusaha memberikan gambaran akan penghindaran yang dilakukan pada berita politik dengan konsep *political news avoidance*. Penghindaran terhadap berita politik salah satunya dipengaruhi akibat perbedaan ideologi politik yang dimiliki seseorang—dengan temuan Toff dan Kalogeropoulos (2020) yang menyatakan individu condong berpaham kanan mungkin lebih tidak menghindari berita daripada individu condong berpaham kiri. Berita seringkali disimplifikasi sebagai informasi politik saja dan dipahami melalui kacamata mereka terhadap politik (Palmer & Toff, 2020; Toff & Nielsen 2022), dianggap tidak penting, membosankan, tidak relevan, dan membingungkan (Edgerly, 2021; Toff & Nielsen, 2022). Ketidakpercayaan publik terhadap informasi politik juga menjadi faktor *news avoidance*, akibat kecenderungan publik melihat jurnalis dan politik sebagai sistem yang sama buruknya (Palmer & Toff, 2020).

Menurut Betakova et al. (2024), meski penghindaran berita atau *news avoidance* merupakan konsep yang relevan dalam riset jurnalistik, penelitian mengenai topik ini kerap mengalami ambiguitas konseptual akan perilaku seperti apa yang dianggap sebagai penghindaran (*avoidance behavior*). Ketidaktentuan ini mempersulit generalisasi hasil riset yang ditemukan (Betakova et al., 2024), mengingat *news avoidance*

dianggap muncul dan dilakukan sebagai bagian dari kerangka waktu dan konteks budaya dan politik tertentu (Villi et al., 2021). Oleh karena itu, untuk sedikit memberi gambaran dalam konsep *political news avoidance* yang disinggung dalam penelitian ini, penulis turut mereferensikan penelitian Skovsgaard dan Andersen (2019) yang membagi *news avoidance* menjadi dua kelompok, yakni *intentional news avoidance* dan *unintentional news avoidance*.

Intentional news avoidance dikaitkan dengan penghindaran audiens secara sengaja dan terus menerus terhadap konten berita. Ini karena kemungkinan seseorang untuk mengabaikan genre yang tidak mereka sukai dari kebiasaan bermedia mereka daripada hanya melihat genre yang mereka sukai. Konflik dan negativitas adalah nilai berita dalam jurnalistik yang penting, dan konten berita seringkali memiliki fokus yang negatif (Soroka, 2014 dalam Skovsgaard & Andersen, 2019). Berita negatif ini dapat menjadi salah satu alasan sebagian orang menghindar dari berita. Hal ini juga dibuktikan dalam Digital News Report 2023 bahwa para *news avoider* atau penghindar berita juga cenderung lebih tertarik dengan berita yang berfokus lebih positif dan berdasarkan solusi, dibandingkan berita *breaking news* sehari-hari (Newman et al., 2023).

Alasan kedua ialah kurangnya kepercayaan terhadap berita. Bias politik dan kepentingan politik dari media tertentu yang mengakibatkan para penghindar berita tidak tahu apa yang harus dipercaya (Toff & Nielsen dalam Skovsgaard & Andersen, 2019). Ketiga, *intentional news avoidance* berhubungan dengan meningkatnya jumlah berita yang dapat diakses. Penelitian Edgerly (2021) membuktikan hal ini dengan 60% responden melaporkan *news fatigue* atau kelelahan terhadap berita yang terlalu banyak sebagai alasan penghindaran. *News overload* atau kelebihan paparan terhadap berita juga didukung sebagai salah satu faktor penghindaran berita (Azari & Setianto, 2021; Edgerly, 2021; Setianto & Praceka, 2023; Skovsgaard & Andersen, 2019).

Untuk mengatasi *intentional news avoidance* ini, Skovsgaard & Andersen (2019) menyebutkan seleksi media terhadap berita konstruktif dibandingkan fokus terhadap berita negatif memiliki perkembangan yang positif. Selain itu, dalam presentasi berita, media dapat memberikan solusi dan perspektif yang berorientasi terhadap masa depan. Pemberian konteks ini dapat membantu efek dan konklusi negatif yang dapat dilihat oleh audiens. Selain itu, untuk meningkatkan kepercayaan audiens terhadap berita, media dan jurnalisnya harus tetap menekankan jurnalisme fakta dan menghindari konten beropini (Newman, 2017 dalam Skovsgaard & Andersen, 2019). Solusi lain adalah dengan menunjukkan transparansi pilihan seleksi berita dan presentasinya. Tidak semua orang mengetahui bagaimana cara kerja jurnalisme, maka memberikan *insight* terkait proses kerja jurnalistik dapat meningkatkan kepercayaan terhadap media. Ketiga, pengembangan menarik dari jurnalistik kini adalah *news curation*— ketika suatu portal berita memberikan *overview* dari berita portal lainnya. Selain itu, peningkatan “*slow journalism*” atau jurnalisme telaten disebut sebagai perlawanan terhadap jurnalisme serbacepat yang sekarang banyak terjadi, dengan penurunan kualitas dan etika. Gerakan *slow journalism* ini memberikan informasi mendalam dalam bentuk *longform* (Masurier, 2015 dalam Skovsgaard & Andersen, 2019) untuk kembali menggaet audiens yang pergi dari berita akibat konsekuensi jurnalisme serbacepat.

Unintentional news avoidance disebut lebih kompleks dari *intentional* karena tidak berdasarkan pilihan aktif dan sadar dari pengguna untuk menghindari dari berita. Malahan, bentuk penghindaran ini berdasarkan preferensi relatif pengguna terhadap berita dibandingkan konten media lainnya. Semakin mudah seseorang bertemu preferensi terfavoritnya, semakin jarang preferensi paling lemahnya akan ditemui, bukan berarti ia sengaja menghindari hal tersebut. Iyengar (2017, dalam Skovsgaard & Andersen, 2019) berpendapat bahwa ekosistem media *low-choice* pada dekade '60-an dan '70-an mendukung audiens untuk

menonton berita yang ditayangkan sebelum program hiburan yang ditunggu. Penonton berita tanpa sengaja ini yang belum tentu tidak menyukai berita, tetapi lebih memilih konten hiburan dibandingkan berita, berkurang seiring dengan meningkatnya pilihan dan rentang konten media. Dalam era digital, algoritma berinteraksi dengan preferensi pengguna untuk menunjukkan pilihan kontennya. Jika seseorang minim berinteraksi dengan berita karena konten lain lebih menarik, algoritma akan memberikan perkiraan konten selanjutnya yang kira-kira lebih menarik tersebut, dibandingkan dengan berita.

Untuk mengatasinya, solusi harus datang dari *stakeholder* yang berpengaruh terhadap struktur media, seperti manajer di bisnis media atau pembuat keputusan, dan tidak hanya jurnalis saja. Mengambil kesempatan untuk menempatkan program berita sebelum program hiburan yang menarik dapat menjadi salah satu solusi. Selain itu, eksperimen lapangan terhadap portal Yahoo! JAPAN yang menyajikan berita bersama dengan hiburan meningkatkan pemahaman (Kobayashi et al., 2017 dalam Skovsgaard & Andersen, 2019). Ini menunjukkan bahwa penggabungan hiburan dan berita dalam internet dapat meningkatkan eksposur terhadap berita yang tidak disengaja.

2.2.2 Partisipasi Politik

Partisipasi politik mengacu kepada berbagai aktivitas sukarela yang dilakukan oleh masyarakat luas untuk mempengaruhi kebijakan publik, baik secara langsung maupun dengan memilih tokoh yang membuat kebijakan tersebut (Uhlener, 2015). Umumnya, aktivitas ini berupa memberikan suara pada Pemilu, membantu kampanye politik tertentu, memberikan sumbangan terhadap seorang kandidat politik atau tujuan tertentu, menghubungi pihak berwenang, membuat petisi, berdemonstrasi, dan lainnya. Namun, dimensi-dimensi tradisional yang biasa digunakan untuk mempelajari partisipasi politik ini mungkin tidak lagi dapat mencakup jangkauan aktivitas politik yang tersedia bagi

masyarakat kini. Dengan berkembangnya Internet, partisipasi politik kini telah memiliki bentuk-bentuk baru. Berbagai bentuk partisipasi politik daring (*online*) dan luring (*offline*) telah banyak berkembang bersamaan— meskipun aktivitas politik daring tidak menggantikan aktivitas yang cenderung luring, seperti ikut dalam demonstrasi politik atau menjadi sukarelawan kampanye (Hao et al., 2014).

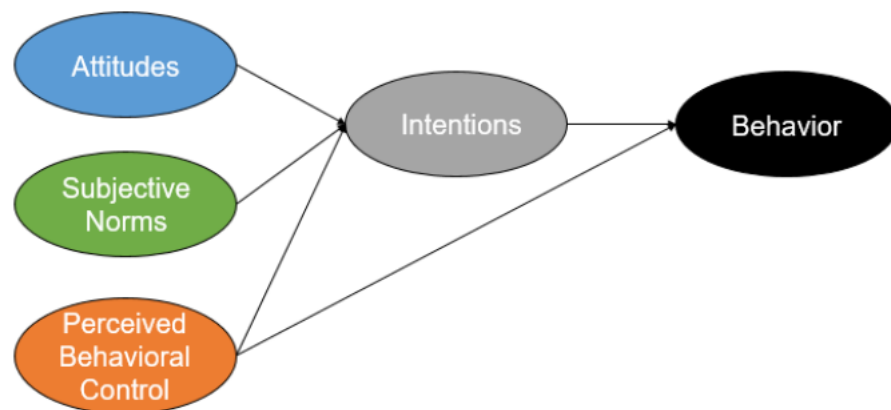
Kedua bentuk partisipasi politik ini (daring dan luring) diteliti dalam riset Hao et al. (2014) untuk memberi gambaran bagaimana konsumsi berita mempengaruhi partisipasi politik. Untuk mengukur partisipasi politik luring, tim peneliti memberikan daftar aktivitas kepada responden, kemudian responden diminta mengindikasikan apakah mereka melakukan aktivitas tersebut dalam 6 bulan terakhir. Aktivitas ini termasuk berdonasi kepada kampanye atau organisasi tertentu, bekerja untuk asosiasi politik tertentu. Dengan cara yang sama, partisipasi politik daring diukur dengan aktivitas berupa memberi komentar pada *blog* politik, mengunggah video politik tertentu, dan sebagainya. Penelitian ini memberikan hasil bahwa semakin banyak waktu yang dihabiskan responden dengan berita daring, semakin besar pula kemungkinan mereka berpartisipasi dengan aktivitas politik daring (Hao et al., 2014). Namun, penelitian ini tidak menemukan hubungan signifikan antara pengetahuan politik (melalui mediasi konsumsi berita politik daring) dengan partisipasi politik luring.

2.2.3 Theory of Planned Behavior

Sebagai perluasan dari *theory of reasoned action*, *theory of planned behavior* memprediksi tujuan pribadi seseorang untuk terlibat dalam tindakan pada saat dan lokasi tertentu (Ajzen, 1991). Menurut teori yang digagas oleh Ajzen (1991) ini, perilaku adalah gabungan dari niat (*intentions*) dan kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral*

control). Untuk memperkirakan niat, *theory of planned behavior* menawarkan tiga determinan yang independen secara konseptual.

Gambar 2.1 Model Theory of Planned Behavior



Sumber: Ryan & Worthington, 2021

Pertama yaitu *attitude toward the behavior*, mengacu kepada tingkat bagaimana suatu individu menilai atau mengkritik suatu perilaku. Prediktor kedua yaitu *subjective norm*, mengacu pada tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tersebut. Konstruk ketiga yaitu *perceived behavior control*, yang menjelaskan kemudahan atau kesulitan yang dirasakan dalam melakukan perilaku tersebut— yang dianggap merefleksikan pengalaman terdahulu dan hambatan yang diantisipasi (Ajzen, 1991). Sebagai kondisi umum, semakin baik penilaian individu dan norma subyektif terkait suatu perilaku, dan semakin besar *perceived behavioral control*-nya, semakin besar pula niat individu untuk melakukan sebuah perilaku.

Teori ini terbukti dapat digunakan untuk menjelaskan partisipasi politik individu, terutama pada generasi yang lebih muda (Homyamyen & Kulachai, 2023). Pada penelitian Sihombing dan Pramono (2021), teori ini digunakan untuk memperkirakan niat dalam memilih kandidat presiden Indonesia. Hasil penelitian tersebut konsisten dengan teori

sikap, yaitu informasi adalah dasar dari pembentukan sikap/penilaian terhadap perilaku. Kemudian, hubungan positif antara sikap/penilaian dan niat untuk berperilaku juga dikonfirmasi dalam penelitian ini (Sihombing & Pramono, 2021). Namun, *subjective norms* tidak memiliki hubungan signifikan dengan niat memilih kandidat presiden. *Perceived behavioral control* juga dibuktikan memiliki hubungan positif dengan niat untuk berperilaku, yakni terkait konteks Pilpres 2024 di Indonesia pada penelitian ini.

Dalam penggunaan media, TPB (*Theory of Planned Behavior*) banyak digunakan untuk menjelaskan perilaku tertentu terhadap media, meskipun masing-masing komponen teori memiliki tingkat kepentingan yang berbeda tergantung jenis media yang diteliti. Penelitian Marcinkowski dan Metag (2014), yang mengamati aktivitas kampanye kandidat pemilu Jerman menggunakan media *online*, menemukan bahwa *perceived behavior control* (PBC) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat perilaku (*behavioral intention*) dibandingkan dengan perilakunya itu sendiri, selaras dengan TPB. Teori tersebut mengemukakan bahwa intensi/niat (*intentions*) dapat mengarah ke perilaku, tetapi tidak menjanjikan perilaku tersebut pasti terjadi (Ajzen, 1991). Selain itu, penelitian lain juga menunjukkan kemampuan parsial TPB dalam menjelaskan intensi yang berhubungan dengan media, seperti hanya sikap (*attitude*) dan PBC yang berpengaruh pada intensi pro-lingkungan (dilengkapi dengan perhatian terhadap media konvensional dan komunikasi interpersonal), tetapi tidak dengan norma subyektif (*subjective norms*) (Ho et al., 2014). Dalam penelitian mengenai intensi membagikan berita palsu (*fake news*), norma subyektif juga tidak menjadi prediktor signifikan, melainkan didominasi oleh sikap dan PBC (Pundir et al., 2021).

2.3 Hipotesis Penelitian

Seperti yang telah dijelaskan dalam bagian sebelumnya, *news avoidance* ditemukan berkaitan dengan berita/isu politik serta partisipasi politik, baik dari pandangan terhadap berita yang disamakan dengan pandangan politik (Palmer & Toff, 2020; Toff & Nielsen 2022), maupun berita (terutama mengenai politik) yang dianggap melelahkan akibat ketidakpastian (Toff & Nielsen, 2022). Kedua hal ini dinyatakan berpengaruh terhadap partisipasi politik aktif pada penelitian terdahulu (Edgerly et al., 2017; Toff & Nielsen, 2022).

Namun, penelitian lain menemukan bahwa tingginya tingkat *news avoidance* justru berpengaruh positif pada partisipasi dalam aktivitas sosial (Ohme et al., 2022). Penelitian tersebut juga menyarankan agar peneliti selanjutnya dapat menguji kembali pengaruh dan hubungan *news avoidance* dan partisipasi politik. Oleh karena itu, berdasarkan rumusan masalah dan pertanyaan penelitian, terbentuk dugaan penelitian (hipotesis) yang akan menjawab pertanyaan penelitian sebagai berikut; jika tingkat *political news avoidance* pada pemilih muda Gen Z di Indonesia tinggi, akan mempengaruhi partisipasi politik pada Pilpres 2024 secara positif (Ohme et al., 2022) atau negatif (Edgerly et al., 2017; Toff & Nielsen, 2022).

2.3.1 Hipotesis Null (H₀)

H₀: Tidak terdapat pengaruh *political news avoidance* terhadap partisipasi politik pemilih muda Gen Z di Indonesia.

2.3.1 Hipotesis Alternatif (H_a)

H_a: Terdapat pengaruh *political news avoidance* terhadap partisipasi politik pemilih muda Gen Z di Indonesia.

2.4 Alur Penelitian

Berita politik, salah satu jenis berita yang selalu ramai menjadi isu, semakin banyak dipublikasikan pada masa menjelang dan selama proses Pilpres 2024. Ini ditambah lagi dengan akses informasi yang semakin masif dengan adanya bentuk media *online* dan media sosial. Namun, seiring dengan mudahnya mengakses berita, semakin mudah pula untuk menghindar dari berita. Menurut beberapa penelitian terdahulu, salah satu alasan dari *news avoidance* atau penghindaran berita ini adalah ketidaktertarikan terhadap isu-isu politik.

Hal ini menjadi penting untuk diteliti ketika generasi muda justru tidak tertarik terhadap berita politik dan cenderung menghindar dalam penelitian terdahulu. Khususnya Gen Z yang merupakan *digital native*, seharusnya dapat dengan lebih mudah mengakses informasi dan berita politik daripada generasi-generasi sebelumnya, sekaligus berpartisipasi politik dengan lebih mudah.

Demokrasi suatu negara dilandasi oleh partisipasi masyarakat, dengan pemahaman ini maka diperlukan partisipasi masyarakat yang aktif dalam politik. Ini perlu diperhatikan mengingat 56% dari pemilih di Pemilu 2024 adalah pemilih muda (Gen Z dan Milennial), menurut data KPU. Hal ini menjadi pertanyaan jika masyarakat menghindar dari berita karena alasan politik, dan kemudian menolak untuk berpartisipasi dalam politik, khususnya pada Pemilu.

Oleh karena itu, penelitian ini berusaha melengkapi penelitian-penelitian sebelumnya dengan mengamati *political news avoidance* (penghindaran berita politik, X) dan partisipasi politik (Y) pada generasi muda khususnya Gen Z di Indonesia, dan meneliti pengaruhnya.

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