

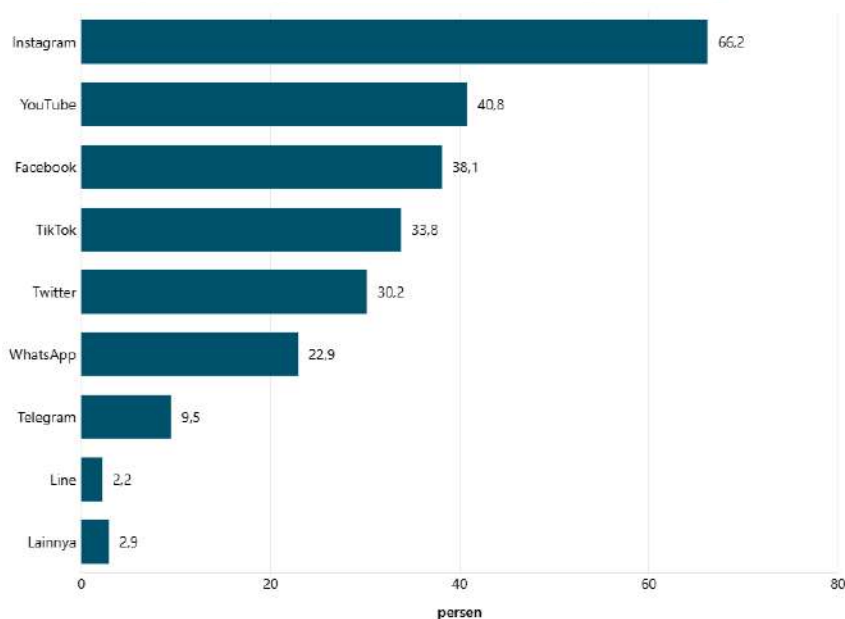
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring perkembangan zaman, teknologi yang semakin maju mengubah pola konsumsi berita, terutama pada kalangan Generasi Z yang lahir di era tahun 1990 akhir, hingga 2010 awal, tepatnya tahun 1997 hingga 2012 (Michael Dimock, 2019). Sebelumnya, media konvensional seperti televisi dan surat kabar menjadi sumber informasi utama bagi masyarakat untuk mendapatkan berita. Namun sekarang, media sosial menjadi media paling dominan bagi masyarakat untuk memperoleh berita, terutama pada Generasi Z. Hal ini disebabkan oleh kemudahan akses terhadap informasi dalam waktu singkat (Farady Marta et al., 2023).

Generasi Z merupakan *digital natives* yang cepat mengadopsi teknologi digital dan sangat bergantung pada media sosial untuk akses informasi, termasuk berita. Karakteristik ini juga berimplikasi dalam cara mereka mengonsumsi dan terlibat dengan berita politik di Instagram (Indriyarti et al., 2023).



Gambar 1. 1 Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak Tahun 2025
Sumber: Katadata (2023)

Gambar 1.1 menunjukkan hasil survei yang dilakukan oleh Katadata Insight Center pada tahun 2023. Terlihat bahwa sekitar 66,2% anak muda menggunakan Instagram untuk mengakses informasi politik (Nabilah Muhamad, 2023), ditambah dengan survei yang dilakukan oleh Maverick Indonesia pada tahun 2021 yang menemukan bahwa 89% Generasi Y (Milenial) dan Generasi Z mencari berita melalui Instagram (Fitraya Ramadhann, 2021). Hal ini menjadi bukti bahwa Instagram tidak hanya berfungsi untuk berbagi konten hiburan, tapi juga menjadi ruang utama bagi generasi muda untuk mengonsumsi berita politik di Indonesia (Indriyarti et al., 2022).

Ketergantungan Generasi Z pada media sosial sering kali disalahartikan sebagai bentuk apatisisme politik oleh narasi publik konvensional. Stereotip apatisisme ini muncul karena adanya disonansi antara cara generasi muda terlibat dalam ruang digital dengan standar partisipasi politik tradisional yang dipahami oleh generasi sebelumnya (Syah, 2025). Banyak pihak yang menilai generasi ini cenderung pasif karena mereka tidak selalu terlibat dalam struktur organisasi politik formal atau aksi demonstrasi fisik yang konvensional. Namun, anggapan tersebut keliru; Generasi Z sebenarnya memiliki ketertarikan politik yang tinggi (59,8%) dan secara aktif memantau perkembangan berita (80,1%) (Katadata, 2023).

Sikap selektif ini bukanlah cerminan dari ketidakpedulian, melainkan manifestasi dari 'protes diam' di mana Generasi Z lebih memilih untuk mengekspresikan sikap kritis mereka melalui kurasi informasi dan dialektika digital (Syah, 2025). Mereka sangat selektif dalam memilih sumber; mereka cenderung menaruh skeptisisme mendalam terhadap narasi politik konvensional yang kerap dianggap penuh dengan pencitraan (Katadata, 2023). Di tengah ekosistem informasi yang cair, ketidakmampuan sumber politik arus utama dalam menyesuaikan gaya komunikasi dengan preferensi Generasi Z sering kali dianggap sebagai 'jarak' atau 'ketidakterlibatan' oleh para pengamat politik, padahal hal tersebut justru merupakan bentuk penolakan audiens terhadap narasi yang dianggap tidak relevan (Syah, 2025). Kondisi ini menegaskan bahwa yang sebenarnya terjadi bukanlah krisis minat politik, melainkan krisis relevansi narasi yang disampaikan oleh aktor-

aktor politik lama kepada audiens yang kini telah bermigrasi ke ruang digital (Chadwick, 2017; Syah, 2025).

Di Indonesia, Kabupaten Tangerang memiliki karakteristik demografis yang relevan dengan fenomena ini. Provinsi Banten, tempat Kabupaten Tangerang berada, merupakan provinsi dengan tingkat penetrasi internet tertinggi di Indonesia, yaitu sekitar 89,10% (Saskia & Nistanto, 2023). Tingginya penetrasi internet menunjukkan bahwa masyarakat memiliki akses yang luas terhadap berbagai sumber informasi di media digital. Kondisi ini menjadi relevan bagi penelitian ini karena Generasi Z merupakan kelompok yang sangat dekat dengan penggunaan internet dan media sosial dalam memperoleh informasi, termasuk informasi politik. Dengan akses digital yang tinggi, Generasi Z di Kabupaten Tangerang memiliki peluang yang lebih besar untuk terpapar berita politik dari berbagai sumber di Instagram. Selain itu, Kabupaten Tangerang juga menjadi wilayah dengan jumlah penduduk terbesar di Provinsi Banten, yaitu sekitar 3,31 juta jiwa (Fadhlurrahman, 2024).

Besarnya populasi ini diikuti dengan jumlah Generasi Z yang mendominasi. Data Komisi Pemilihan Umum (KPU) menunjukkan bahwa terdapat sekitar 573.972 pemilih Generasi Z atau sekitar 24,21% dari total pemilih di Kabupaten Tangerang (Ma'arif Azmi, 2024). Kondisi ini menunjukkan bahwa Generasi Z di Kabupaten Tangerang berada di lingkungan dengan akses internet dan media sosial yang tinggi, sehingga berpotensi untuk terpapar berbagai informasi politik di media sosial, salah satunya di Instagram. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui cara Generasi Z memahami dan terlibat aktif dengan konten berita politik yang mereka temui di media sosial.

Keterlibatan berita politik, atau yang biasa dikenal dengan sebutan *political news engagement* merupakan salah satu aspek penting dalam konteks ini. Keterlibatan berita politik tidak berarti hanya membaca atau melihat, tetapi juga mencakup atensi, afeksi, dan partisipasi, misalnya dengan memberikan komentar, berbagi, hingga melakukan diskusi lebih lanjut (Park et al., 2021). Rendahnya tingkat keterlibatan berita politik membuat Generasi Z menjadi konsumen pasif

yang mudah terpengaruh oleh misinformasi, sedangkan dengan keterlibatan berita politik yang tinggi dapat mendorong partisipasi politik yang aktif dan kritis. Hal ini menjadi penting untuk diteliti mengingat Generasi Z akan menjadi kelompok dominan dalam politik Indonesia, tingkat keterlibatan mereka dengan berita politik pada media sosial akan berpengaruh pada kualitas demokrasi di masa depan.

Keterlibatan berita politik dipengaruhi oleh kredibilitas sumber berita politik dari *influencer* politik dan media arus utama. Penelitian oleh Daniel Zimmermann, Asina Klee, dan Kai Kaspar (2023) menunjukkan bahwa *influencer* sebagai sumber berita politik mampu menghasilkan tingkat keterlibatan berita politik yang lebih tinggi dibandingkan media tradisional pada media sosial Instagram (Zimmermann et al., 2023).

Penelitian oleh Anter Venus, Drina Intyaswati, dan Fitria Ayuningtyas (2024), serta Zakir Shah dan Lu Wei (2022) juga menunjukkan bahwa kredibilitas sumber berpengaruh terhadap keterlibatan berita audiens di media sosial. Venus et al. (2024) menjelaskan bahwa media arus utama masih dipandang sebagai sumber informasi yang memiliki kredibilitas lebih tinggi dibandingkan sumber nontradisional di media sosial. Kedua penelitian tersebut menemukan bahwa kredibilitas sumber mampu meningkatkan keterlibatan berita politik audiens pada platform digital (Shah & Wei, 2022; Venus et al., 2024).

Keterlibatan berita politik juga dipengaruhi oleh kredibilitas sumber berita pada media digital. Penelitian oleh Salvatore Vilella, Alfonso Semeraro, Daniela Paolotti, dan Giancarlo Ruffo (2022), serta Toby Prike, Lucy H. Butler, Ullrich K.H. Ecker (2024) menunjukkan bahwa informasi mengenai kredibilitas sumber dapat memengaruhi tingkat keterlibatan pengguna terhadap konten digital dan debat politik online (Prike et al., 2024; Vilella et al., 2022).

Selain itu, keterlibatan perilaku audiens terhadap informasi politik di media digital juga dipengaruhi oleh tingkat kredibilitas *influencer*. Penelitian oleh Zicheng Cheng, Jin Chen, Rachel X. Peng, dan Heather Shoenberger (2023) menunjukkan bahwa kredibilitas *influencer* politik mampu meningkatkan keterlibatan perilaku

khalayak muda dalam bentuk niat membagikan ulang berita (*sharing intention*) di media digital (Cheng et al., 2023).

Untuk menjelaskan fenomena ini, penelitian ini menggunakan kerangka *Source Credibility Theory*. *Source Credibility Theory* menjelaskan bahwa kredibilitas dari komunikator memiliki peran penting dalam penerimaan pesan, di mana dalam konteks ini kredibilitas media memengaruhi tingkat kepercayaan publik (Yu, 2022), serta kualitas sumber yang terbukti berperan dalam adopsi informasi oleh audiens (Kumar et al., 2023). Pada media sosial Instagram, tingkat kredibilitas akun berita politik baik dari media arus utama maupun alternatif, juga menentukan sejauh mana Generasi Z di Kabupaten Tangerang menerima, memercayai, dan terlibat dalam konten politik yang dikonsumsi. Dalam penelitian ini, *Source Credibility Theory* digunakan untuk menjelaskan pengaruh kredibilitas sumber berita politik terhadap keterlibatan berita politik Generasi Z Kabupaten Tangerang di Instagram.

Meskipun berbagai penelitian telah menunjukkan bahwa kredibilitas sumber berita politik berperan penting dalam meningkatkan keterlibatan berita politik di media sosial, masih terdapat keterbatasan dalam menjelaskan bagaimana berbagai jenis sumber berita politik di Instagram memengaruhi keterlibatan berita politik Generasi Z di Indonesia, khususnya di Kabupaten Tangerang. Sebagian besar penelitian terdahulu berfokus pada perbandingan media tradisional dan *influencer* atau meneliti keterlibatan politik pada platform digital selain Instagram. Selain itu, masih terbatas penelitian yang mengkaji secara bersamaan pengaruh media arus utama, media alternatif, dan *influencer* politik terhadap keterlibatan berita politik Generasi Z pada konteks daerah tertentu, dalam hal ini Kabupaten Tangerang. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi keterlibatan berita politik Generasi Z di Kabupaten Tangerang melalui sumber berita politik yang mereka konsumsi di Instagram.

1.2 Rumusan Masalah

Pergeseran pola konsumsi informasi Generasi Z di Instagram telah mengubah cara aktor politik dan media dalam menjangkau audiens. Saat ini, kemampuan membangun kepercayaan di ruang digital yang cair menjadi faktor penentu apakah sebuah pesan politik akan memicu partisipasi atau sekadar terabaikan. Generasi Z di Kabupaten Tangerang, dengan sikap kritis dan skeptisisme yang mendalam terhadap narasi konvensional, menuntut standar kredibilitas yang tinggi dari setiap sumber yang mereka temui, baik itu media arus utama, media alternatif, maupun *influencer*. Ketidakmampuan dalam mengelola persepsi kredibilitas ini bukan hanya menjadi tantangan bagi para penyebar pesan, tetapi juga berdampak langsung pada penurunan kualitas partisipasi politik audiens. Mengingat posisi strategis Generasi Z sebagai kelompok pemilih dominan di Kabupaten Tangerang, memahami mekanisme bagaimana audiens menilai kredibilitas sebuah sumber dan bagaimana penilaian tersebut mendorong keterlibatan menjadi sangat krusial. Berdasarkan fenomena tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

“Apakah persepsi kredibilitas sumber berita politik berpengaruh secara signifikan terhadap keterlibatan berita politik Generasi Z di Kabupaten Tangerang?”

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, penelitian ini berfokus pada sejumlah pertanyaan utama yang bertujuan untuk mengarahkan proses analisis dan pencarian data. Pertanyaan penelitian ini disusun agar dapat menggambarkan sejauh mana kredibilitas sumber berita politik yang dikonsumsi melalui platform media sosial Instagram berpengaruh terhadap keterlibatan berita politik di kalangan Generasi Z Kabupaten Tangerang. Secara rinci, pertanyaan penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh dari kredibilitas media arus utama akun Instagram Metro TV terhadap keterlibatan berita politik Generasi Z di Kabupaten Tangerang?

2. Apakah terdapat pengaruh dari kredibilitas media alternatif akun Instagram Cretivox terhadap keterlibatan berita politik Generasi Z di Kabupaten Tangerang?
3. Apakah terdapat pengaruh dari kredibilitas *influencer* politik akun Instagram Ferry Irwandi terhadap keterlibatan berita politik Generasi Z di Kabupaten Tangerang?
4. Apakah terdapat perbedaan pengaruh dari kredibilitas media arus utama, media alternatif, dan *influencer* politik terhadap keterlibatan berita politik Generasi Z di Kabupaten Tangerang?

Pertanyaan-pertanyaan ini menjadi dasar dalam analisis data yang akan dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kredibilitas masing-masing sumber berita dapat memengaruhi cara Generasi Z berinteraksi, merespons, dan terlibat dengan konten politik di media sosial.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh kredibilitas sumber berita politik yang dikonsumsi melalui media sosial Instagram terhadap tingkat keterlibatan berita politik Generasi Z di Kabupaten Tangerang. Melalui pendekatan kuantitatif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris mengenai hubungan antara kredibilitas sumber berita politik dengan keterlibatan politik di kalangan pengguna muda. Secara keseluruhan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Mengetahui pengaruh kredibilitas media arus utama akun Instagram Metro TV terhadap keterlibatan berita politik Generasi Z di Kabupaten Tangerang.
2. Mengetahui pengaruh kredibilitas media alternatif akun Instagram Cretivox terhadap keterlibatan berita politik Generasi Z di Kabupaten Tangerang.
3. Mengetahui pengaruh kredibilitas *influencer* politik akun Instagram Ferry Irwandi terhadap keterlibatan berita politik Generasi Z di Kabupaten Tangerang.

4. Mengetahui perbedaan pengaruh antara kredibilitas media arus utama, media alternatif, dan *influencer* politik terhadap keterlibatan berita politik Generasi Z di Kabupaten Tangerang.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Secara akademis, kajian ini diharapkan berkontribusi pada pengembangan disiplin ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang komunikasi strategis (*strategic communication*) pada ekosistem media digital khususnya media sosial. Hasil penelitian ini memperkaya literatur mengenai efektivitas pengelolaan pesan politik melalui manajemen kredibilitas sumber dalam memicu keterlibatan audiens. Selain itu, studi ini memberikan pembuktian empiris mengenai penerapan *Source Credibility Theory* sebagai instrumen strategis untuk menjangkau audiens digital, terutama Generasi Z yang dinilai skeptis terhadap berita politik. Hasil ini diharapkan menjadi rujukan akademik bagi pengembangan model komunikasi strategis yang adaptif dalam memetakan perilaku audiens di platform media sosial.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Pada tataran praktis, penelitian ini memberikan panduan strategis bagi praktisi media, aktor politik, dan *influencer* dalam mengelola kredibilitas sebagai aset komunikasi yang krusial di ruang digital. Temuan ini membantu para penyebar pesan dalam mengoptimalkan strategi pesan melalui pemahaman mendalam mengenai perbedaan efektivitas kredibilitas antara media arus utama, media alternatif, dan *influencer* sebagai basis dalam merancang strategi komunikasi yang tepat sasaran bagi Generasi Z. Lebih lanjut, hasil riset ini menyediakan acuan berbasis data bagi para praktisi untuk merancang konten yang tidak sekadar informatif, tetapi secara strategis mampu memicu keterlibatan partisipatif dari audiens yang selektif. Selain itu, temuan ini juga dapat menjadi landasan bagi institusi pendidikan dan kelompok masyarakat dalam merancang program literasi digital yang lebih inklusif dan berorientasi pada peningkatan partisipasi politik yang berkualitas.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Dari perspektif sosial, penelitian ini berkontribusi pada penguatan budaya demokrasi digital dengan memfasilitasi terciptanya *informed citizenship*. Melalui pemahaman yang lebih baik mengenai bagaimana kredibilitas sumber memengaruhi perilaku, masyarakat, khususnya Generasi Z di Kabupaten Tangerang diharapkan menjadi audiens yang lebih strategis dalam mengonsumsi informasi. Hal ini mendorong transformasi posisi Generasi Z dari sekadar konsumen pasif menjadi partisipan politik yang kritis, selektif, dan memiliki kapasitas untuk terlibat dalam dialektika demokrasi yang berkualitas. Penelitian ini turut memperkuat ekosistem demokrasi partisipatif dengan membekali audiens kemampuan untuk mengenali dan memvalidasi kredibilitas komunikator di ruang digital.

