

PENGARUH KONSUMSI BERITA DAN KOMUNIKASI POLITIK TERHADAP KETERLIBATAN WARGA NEGARA PADA MAHASISWA KOTA BANDUNG

**Muhammad Salman Abidin¹, Solihin², Iman Soleh Nurdin³,
Muhammad Yunus Maulana⁴**

¹ Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, muhsaldin@gmail.com

²STIKOM Bandung, olinkpiuinbdg@gmail.com

³Universitas Kebangsaan Republik Indonesia, imansnurdin@gmail.com

⁴Politeknik Negeri Bandung, muhammad.yunus@polban.ac.id

Abstract:. *This study aims to examine the effect of news consumption on citizen engagement through political communication mediation, using a quantitative approach and explanatory design. The main variables studied include news consumption (KBE), political communication (consisting of political issue concern/KIP and frequency of political communication/FKP), and citizen engagement as measured by citizen self-confidence (KDW), future involvement interest (MKM), and actions to promote important issues (MIP). Data were collected through an online survey involving 103 students in Bandung City. The analysis was conducted using Structural Equation Modeling based on Partial Least Squares (PLS-SEM) to evaluate direct and indirect relationships between variables. The results of the study showed that news consumption had a positive and significant effect on political issue concern ($\beta = 0.460, p < 0.001$) and frequency of political communication ($\beta = 0.212, p = 0.007$). Furthermore, political communication proved to be a significant mediator in bridging the influence of news consumption on citizen involvement. FKP had a positive effect on KDW ($\beta = 0.382, p < 0.001$) and MIP ($\beta = 0.308, p < 0.001$), while KDW was an important predictor for MKM ($\beta = 0.522, p < 0.001$) and MIP ($\beta = 0.199, p = 0.007$). Various indirect effect pathways also showed statistical significance, confirming the important role of political communication as a mediating mechanism. These findings underscore the importance of media literacy in increasing student political participation in the digital era.*

Keyword: *News Consumption, Political Communication, Citizen Engagement, SEM-PLS, Univeristy Student in Bandung*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh konsumsi berita terhadap keterlibatan warganegara melalui mediasi komunikasi politik, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan desain eksplanatori. Variabel utama yang dikaji meliputi konsumsi berita (KBE), komunikasi politik (yang terdiri dari kepedulian isu politik/KIP dan frekuensi komunikasi politik/FKP), serta keterlibatan warganegara yang diukur melalui kepercayaan diri warganegara (KDW), minat keterlibatan masa depan (MKM), dan tindakan mempromosikan isu penting (MIP). Data dikumpulkan melalui survei daring yang melibatkan 103 mahasiswa di Kota Bandung. Analisis dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares (PLS-SEM) untuk mengevaluasi hubungan langsung maupun tidak langsung antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumsi berita berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepedulian isu politik ($\beta = 0.460, p < 0.001$) dan frekuensi komunikasi politik ($\beta = 0.212, p = 0.007$). Selanjutnya, komunikasi politik terbukti menjadi mediator yang signifikan dalam menjembatani pengaruh konsumsi berita terhadap keterlibatan warganegara. FKP berpengaruh positif terhadap KDW ($\beta = 0.382, p < 0.001$) dan MIP ($\beta = 0.308, p < 0.001$), sedangkan KDW menjadi prediktor penting bagi MKM

($\beta = 0.522$, $p < 0.001$) dan MIP ($\beta = 0.199$, $p = 0.007$). Berbagai jalur efek tidak langsung juga menunjukkan signifikansi statistik, mengonfirmasi peran penting komunikasi politik sebagai mekanisme mediasi. Temuan ini menegaskan pentingnya literasi media dalam meningkatkan partisipasi politik mahasiswa di era digital.

Kata Kunci: Konsumsi Berita, Komunikasi Politik, Keterlibatan Warganegara, SEM-PLS, Mahasiswa Kota Bandung

PENDAHULUAN

Fenomena apatis generasi muda Indonesia sangat mengawatirkan. Tercermin dari berbagai studi yang menunjukkan penurunan minat dan kepercayaan terhadap proses demokrasi. Survei Komisi Pemilihan Umum melaporkan sekitar 32% pemilih muda cenderung apatis terhadap politik, meski mayoritas masih percaya pada institusi politik (Tempo.co, 2023). Kekecewaan ini semakin diperkuat gerakan #KaburAjaDulu, yang mengekspresikan frustrasi kaum muda terhadap kondisi ekonomi dan kebijakan publik, serta keinginan untuk mencari peluang di luar negeri (Silaban et al., 2025).

Di tengah tantangan politik, tingkat literasi mencatat tren menurun dalam beberapa tahun terakhir. PISA menunjukkan skor kompetensi membaca siswa Indonesia turun dari 397 pada 2015 menjadi 371 pada 2018, menunjukkan minat baca yang semakin rendah (OECD, 2023). Rendahnya minat baca dikaitkan dengan dominasi penggunaan teknologi digital yang lebih sering digunakan untuk hiburan daripada pembelajaran (Budiman & Syafrony, 2023). Meskipun demikian, persebaran berita daring menghadirkan peluang baru bagi keterlibatan politik. Media sosial dan platform berita daring telah menjadi sumber informasi alternatif yang mudah diakses anak muda, membuka akses terhadap beragam perspektif politik (Swart, 2023). Selain itu, konten-konten video politik seperti di YouTube menjadi ruang ekspresi politik kaum muda, membentuk identitas politik dan minat kritis (Qin et al., 2023).

Konsumsi berita daring tidak sekadar menambah wawasan, tetapi memicu komunikasi politik dalam bentuk diskusi konstruktif. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial untuk berdiskusi politik meningkatkan kepercayaan diri pada kegiatan politik dan pengetahuan soal isu-isu publik di kalangan pemuda (Oser et al., 2022). Diskusi-diskusi ini sering terjadi di lingkungan kampus dan forum daring, di mana menciptakan ruang publik virtual yang mendorong refleksi dan debat kritis. Akhirnya, diharapkan, diskusi yang membangun ini dapat memberikan kontribusi nyata bagi perkembangan bangsa dan negara.

Penelitian ini menguji pengaruh konsumsi berita, komunikasi politik dan keterlibatan warganegara di kalangan mahasiswa di Kota Bandung. Ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keterlibatan warganegara di kalangan generasi muda. Manfaat praktis kajian ini, terutama bagi Kesbangpol (Kesatuan Bangsa dan Politik), sebagai bagian dari penyusunan strategi untuk mempersiapkan generasi di masa mendatang yang lebih peduli dan terlibat dalam memajukan bangsa dan negara Indonesia.

TINJUAN PUSTAKA

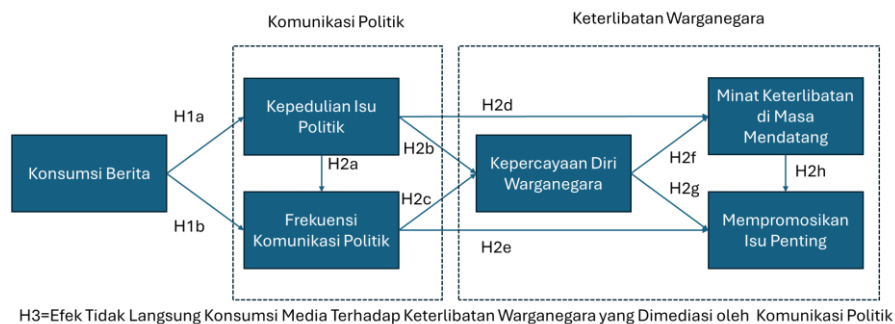
Konsumsi berita merujuk pada kebiasaan individu dalam memilih, mengakses, dan menafsirkan informasi berita melalui berbagai saluran media, baik cetak, elektronik, maupun daring. Pada era digital, pola konsumsi mencakup seleksi aktif sumber berita yang dianggap kredibel, penyaringan informasi berdasarkan kepentingan sosial dan psikologis, serta berbagi temuan berita ke jejaring pertemanan (B. Kim et al., 2021). Peralihan dari media konvensional ke *platform* daring menuntut khalayak untuk lebih kritis dalam memilah berita, sebab volume dan kecepatan arus informasi yang tinggi sering kali mengaburkan kualitas konten (Bodó, 2021). Dengan demikian, konsumsi berita tidak hanya menerima pesan, tetapi melibatkan partisipasi aktif khalayak dalam proses verifikasi dan diskusi.

Komunikasi politik adalah pertukaran pesan tentang isu-isu kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan yang terjadi secara langsung maupun tidak langsung antara warga biasa, tokoh masyarakat, dan aktor politik di ruang publik sehari-hari (Wolfsfeld, 2022). Bentuknya dapat

berupa diskusi santai di warung kopi, perbincangan di media sosial, hingga opini yang dibagikan lewat grup pesan instan, yang semuanya membangun kesadaran dan pengetahuan politik komunitas. Menurut Nimmo (1977), inti komunikasi politik adalah interaksi sosial yang terjadi dalam kondisi konflik atau perbedaan kepentingan, di mana pesan politis menata perilaku peserta dalam dinamika sosial. Proses ini menjadi medium krusial bagi masyarakat untuk menyampaikan aspirasi, memobilisasi dukungan, serta mengawasi jalannya kebijakan publik secara horizontal.

Keterlibatan warganegara (*civic engagement*) adalah aktivitas individu atau kelompok yang secara sadar mengambil tindakan bersama untuk menangani isu-isu publik demi meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat (Theiss-Morse & Hibbing, 2005). Bentuknya mencakup partisipasi politik seperti pemungutan suara dan lobi kepada pejabat, serta tindakan non-politik seperti kegiatan sukarela dalam organisasi masyarakat atau kampanye kesadaran sosial. Tujuan utama keterlibatan ini adalah memperkuat demokrasi dengan memastikan isu-isu yang dihadapi berbagai kelompok masyarakat dapat diakomodasi dalam pembuatan kebijakan (Gerston, 2014). Menurut Reichert dan Print (2017), keseluruhan aspek saling mempengaruhi keterlibatan warga negara. Gagasan-gagasan tersebut dapat diturunkan menjadi suatu model hipotesis yang dapat di uji, sebagaimana dipaparkan pada Gambar 1.

Hipotesis 1, konsumsi berita berpengaruh terhadap komunikasi politik. Konsumsi berita secara rutin memberikan akses terhadap informasi terkini tentang isu-isu publik dan kebijakan pemerintah, sehingga memicu kepedulian dan kebutuhan untuk mendiskusikan konten dengan orang lain. Semakin besar intensitas membaca, menonton, atau mendengar berita—terutama melalui media daring yang interaktif—semakin tinggi dorongan untuk bertukar pendapat dan mengonfirmasi pemahaman lewat percakapan politik. Proses ini menciptakan kanal komunikasi informal di mana isu-isu publik diartikulasikan, dievaluasi, dan diuji validitasnya, sehingga konsumsi berita dapat dilihat sebagai bahan bakar bagi diskusi politik.



Gambar 1. Hipotesis penelitian

Hipotesis 2 gagasan bahwa Komunikasi Politik berpengaruh terhadap Keterlibatan Warganegara. Ketika seseorang aktif berdiskusi tentang isu-isu politik, cenderung mengembangkan percaya diri dalam mengekspresikan pendapat dan keyakinan politiknya. Frekuensi komunikasi politik yang tinggi menumbuhkan persepsi bahwa suara individu memiliki dampak, sehingga memotivasi minat untuk terlibat lebih jauh dalam aktivitas sipil, seperti menghadiri forum publik, menandatangani petisi, atau mengikuti kampanye sosial. Selain itu, diskusi yang berfokus pada isu-isu penting meningkatkan kesadaran pada kebutuhan kolektif, sehingga mendorong warga untuk mempromosikan topik-topik tersebut agar mendapat perhatian lebih luas.

Hipotesis 3 berargumen bahwa Konsumsi Berita dapat mempengaruhi Keterlibatan Warganegara melalui Komunikasi Politik. Melalui kerangka mediasi, konsumsi berita pertama-tama merangsang komunikasi politik dengan menyiapkan warganegara untuk berdiskusi dan menimbang isu-isu publik. Kemudian, interaksi tersebut memperkuat kepercayaan diri, minat masa depan untuk berpartisipasi, dan dorongan untuk mempromosikan isu-isu penting. Maka, berita tidak hanya berdampak pada keterlibatan sipil,

tetapi peran utama terwujud melalui peningkatan kepedulian dan frekuensi diskusi politik yang menjadi jembatan memperoleh informasi dan mengambil tindakan dalam masyarakat.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori untuk menguji hubungan antara konsumsi berita, komunikasi politik, dan keterlibatan warganegara. Data dikumpulkan melalui survei menggunakan kuesioner terstruktur yang disebarluaskan kepada mahasiswa pada masing-masing institusi di mana para penulis berafiliasi. Instrumen penelitian disusun berdasarkan penelitian Reichert dan Print (2017), yang disesuaikan dengan konteks penelitian. Tabel 1 menunjukkan hasil adaptasi instrumen penelitian tersebut.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Sandi	Butir Kuesioner	Skala
Konsumsi Berita	KBE1	Seberapa sering Anda membuka portal media daring untuk mengetahui berita terkini?	Likert (1-5) 1. Tidak Pernah 2. Sesekali 3. Kadang-Kadang 4. Sering 5. Sangat Sering
	KBE2	Seberapa sering Anda menonton televisi untuk mengetahui berita terkini?	
	KBE3	Seberapa sering Anda mendengarkan podcast yang membahas isu terkini?	
	KBE4	Seberapa sering Anda mencari informasi melalui mesin pencarian (Google) untuk mengetahui berita terkini?	
Kepedulian Isu Politik	KIP1	Seberapa tertarik Anda dengan isu yang ada di masyarakat sekitar?	Likert (1-5) 1. Sangat tidak tertarik 2. Tidak tertarik 3. Biasa saja 4. Tertarik 5. Sangat tertarik
	KIP2	Seberapa tertarik Anda dengan politik di Indonesia?	
	KIP3	Seberapa tertarik Anda dengan isu sosial yang ada di Indonesia?	
	KIP4	Seberapa tertarik Anda dengan isu lingkungan yang ada di Indonesia?	
	KIP5	Seberapa tertarik Anda dengan apa yang terjadi di negara lain?	
	KIP6	Seberapa tertarik Anda dengan apa yang terjadi di dunia (global)?	
Frekuensi Komunikasi Politik	FKP1	Seberapa sering Anda membicarakan isu sosial atau politik bersama keluarga?	Likert (1-5) 1. Tidak Pernah 2. Sesekali 3. Kadang-Kadang 4. Sering 5. Sangat Sering
	FKP2	Seberapa sering Anda membicarakan isu sosial atau politik bersama teman-teman?	
	FKP3	Seberapa sering Anda berdiskusi di internet tentang isu sosial dan politik?	
Kepercayaan Diri Warganegara	KDW1	Seberapa percaya diri Anda dalam kemampuan untuk mendiskusikan konflik antar negara	Likert (1-5) 1. Sangat percaya diri 2. Tidak percaya diri 3. Biasa saja 4. Percaya diri 5. Sangat percaya diri
	KDW2	Seberapa percaya diri Anda dalam kemampuan untuk menyatakan pendapat tentang isu sosial atau politik?	
	KDW3	Seberapa percaya diri Anda dalam mencalonkan diri sebagai kandidat ketua kelas, himpunan, Badan Eksekutif Mahasiswa maupun Unit Kegiatan Mahasiswa?	
	KDW4	Seberapa percaya diri Anda dalam kemampuan dalam menggalang dukungan mahasiswa lain untuk mencapai perubahan di dalam kampus?	
	KDW5	Seberapa percaya diri Anda dalam kemampuan untuk menulis surat atau membuat konten yang ditujukan kepada media dalam menyuarakan pendapat Anda terkait dengan isu yang beredar di masyarakat?	
	KDW6	Seberapa percaya diri Anda dalam kemampuan untuk berpidato di dalam kelas dalam menyuarakan isu sosial atau politik?	
	MKM1	Saya akan mencari informasi tentang kandidat sebelum menyalurkan hak suara dalam pemilu.	Likert (1-5)

Variabel	Sandi	Butir Kuesioner	Skala
Minat Keterlibatan di Masa Mendatang	MKM2	Saya akan membantu kandidat atau partai dalam pemilu.	1. Sangat tidak mungkin
	MKM3	Saya akan mendaftar dan terlibat dalam partai politik.	2. Tidak mungkin
	MKM4	Saya akan mendaftar dan terlibat dalam serikat atau organisasi profesi lainnya.	3. Mungkin
	MKM5	Saya akan mencoba mencalonkan diri sebagai kandidat anggota DPR di pemilu berikutnya	4. Sangat mungkin
			5. Pasti
Mempromosikan Isu Penting	MIP1	Dalam mempromosikan pendapat tentang isu penting, saya akan mengirim surat atau email ke media.	Likert (1-5) 1. Sangat tidak mungkin 2. Tidak mungkin 3. Mungkin 4. Sangat mungkin 5. Pasti
	MIP2	Saya akan memakai pakaian atau aksesoris sebagai bagian dalam menyuarakan isu yang saya anggap penting	
	MIP3	Dalam mempromosikan pendapat tentang isu penting, saya akan mencoba menghubungi anggota DPR.	
	MIP4	Dalam mempromosikan pendapat tentang isu penting, saya akan mengikuti aksi damai.	
	MIP5	Dalam mempromosikan pendapat tentang isu penting, saya akan mengumpulkan tanda tangan untuk petisi.	
	MIP6	Saya tidak akan membeli produk atau menggunakan jasa dari perusahaan tertentu (boikot) sebagai bentuk protes	
	MIP7	Dalam mempromosikan pendapat tentang isu penting, saya akan menandatangani petisi secara daring (seperti di change.org).	
	MIP8	Dalam mempromosikan pendapat tentang isu penting, saya akan membuat konten (baik foto, video maupun tulisan) dan mengunggahnya ke internet.	

Konsumsi Berita (KBE) diukur dari seberapa sering responden menyimak berita, baik dari media konvensional maupun digital. Melihat perkembangan zaman, kajian ini menggugurkan indikator terkait dengan ‘membaca surat kabar’ dan ‘mendengarkan radio.’ Ini diantisipasi dengan mengganti butir indikator dengan ‘membaca portal berita daring’ dan ‘mendengarkan *podcast*.’ Hal ini dilakukan agar instrumen penelitian tetap relevan dengan pola konsumsi media di era digital.

Komunikasi Politik diukur dalam dua aspek. Aspek pertama Kepedulian Isu Politik (KIP) yang diukur dari seberapa tertarik responden terhadap isu-isu yang beredar, baik isu di tingkat lokal, nasional, maupun internasional). Aspek kedua terkait dengan Frekuensi Komunikasi Politik (FKP) yang dihitung dari seberapa sering responden berdiskusi membicarakan wacana politik yang hangat di masyarakat.

Keterlibatan Warganegara diukur dalam tiga aspek. Pertama terkait dengan Kepercayaan Diri Warganegara (KDW) yang diukur dari seberapa yakin responden untuk terlibat dalam wacana kewarganegaraan. Aspek kedua terkait dengan Minat Keterlibatan di Masa Mendatang (MKM) yang diukur dari seberapa jauh responden memiliki minat dalam keterlibatan warganegara di kemudian hari. Terakhir, keterlibatan warganegara diukur dari tindakan dalam Mempromosikan Isu Penting (MIP) di mana berupa dorongan responden untuk mengambil tindakan yang dapat menularkan semangat keterlibatan warganegara.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Squares* (PLS-SEM) untuk menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung antarvariabel dalam model. Teknik ini dipilih karena mampu menangani model yang kompleks, mengakomodasi data dengan distribusi non-normal, serta sesuai untuk penelitian prediktif dan eksploratif dalam ilmu sosial (Hair et al., 2021).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kuesioner yang dibagikan secara daring dalam jangka waktu 1-10 Mei 2025 berhasil menampung jawaban dari 103 responden. Tabel 2 secara rinci menggambarkan sebaran demografi dalam penelitian ini.

Tabel 2. Gambaran umum hasil penelitian

Variabel	Kategori	N	%	Variabel	Kategori	N	%
Usia	18	5	4,9 %	Tahun Ke	1	22	21,4 %
	19	15	14,6 %		2	27	26,2 %
	20	35	34,0 %		3	29	28,2 %
	21	30	29,1 %		4	25	24,3 %
	22	10	9,7 %	Universitas	STIKOM	28	27,2 %
	23	5	4,9 %		UKRI	24	23,3 %
	24	3	2,9 %		UIN SGD	30	29,1 %
Gender	P	56	54,4 %	POLBAN	21	20,4 %	
	L	47	45,6 %				

Hasil pengujian validitas dan reliabilitas penelitian ini menunjukkan hasil yang baik secara keseluruhan. Aspek pertama yang diujikan ialah Outer loading, dimana merupakan koefisien korelasi antara indikator individual dan konstruk laten. Item ini memiliki nilai ideal > 0,70 untuk menunjukkan item valid dan merefleksikan konstraknya dengan baik (Al-Emran et al., 2019). Pada pengujian model pengukuran (outer model), semua indikator menunjukkan outer loading di atas 0,70, berkisar antara 0,876 hingga 0,937, sehingga setiap item dinyatakan andal. Tabel 3 menjabarkan muatan luar (outer loading) dalam tiap-tiap indikator dalam penelitian ini.

Tabel 3. Outer Loading variabel penelitian

Indikator	FKP	KBE	KDW	KIP	MIP	MKM
FKP_1	0.926					
FKP_2	0.915					
FKP_3	0.927					
KBE_1		0.882				
KBE_2		0.878				
KBE_3		0.889				
KBE_4		0.895				
KDW_1			0.880			
KDW_2			0.914			
KDW_3			0.883			
KDW_4			0.882			
KDW_5			0.917			
KDW_6			0.890			
KIP_1				0.876		
KIP_2				0.912		
KIP_3				0.889		
KIP_4				0.904		
KIP_5				0.921		
KIP_6				0.885		
MIP_1					0.932	
MIP_2					0.922	
MIP_3					0.931	

MIP_4	0.921	
MIP_5	0.932	
MIP_6	0.918	
MIP_7	0.909	
MIP_8	0.920	
MKM_1		0.927
MKM_2		0.883
MKM_3		0.930
MKM_4		0.937
MKM_5		0.914

Konsistensi internal dalam penelitian ini dinilai tinggi. Hal ini ditunjukkan pada Cronbach's Alpha yang berada di rentang 0,909–0,975 dan Composite Reliability (CR) antara 0,936–0,979 (keduanya koefisien reliabilitas tanpa unit), sedangkan Average Variance Extracted (AVE) minimal 0,785 (proporsi varians) menegaskan validitas konvergen (Ab Hamid et al., 2017). Tabel 4 menunjukkan validitas diskriminan pada tiap variabel dalam penelitian ini.

Tabel 4. Validitas diskriminan variabel penelitian

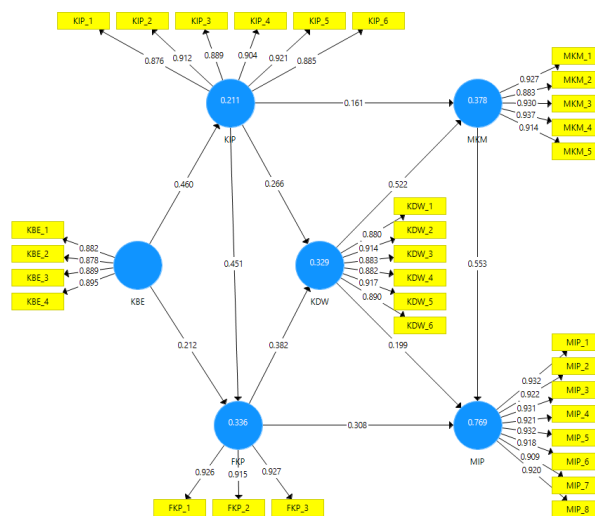
Variabel	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
FKP	0.913	0.914	0.945	0.851
KBE	0.909	0.912	0.936	0.785
KDW	0.950	0.954	0.960	0.800
KIP	0.952	0.954	0.962	0.807
MIP	0.975	0.975	0.979	0.852
MKM	0.953	0.954	0.964	0.843

Untuk memastikan tidak ada bias akibat multikolinearitas, nilai Variance Inflation Factor (VIF) setiap konstruk dikaji. Ambang batas pada item ini ialah <10, sehingga dapat dinyatakan bahwa tiap indikator dalam penelitian ini memiliki risiko multikolinearitas yang rendah dan dapat diterima (Franke, 2010). Tabel 5 memaparkan multikolinearitas pada tiap indikator dalam penelitian ini

Tabel 5. Multikolinearitas variabel penelitian

Indikator	VIF	Indikator	VIF	Indikator	VIF
FKP_1	3.325	KDW_5	4.565	MIP_4	5.421
FKP_2	2.932	KDW_6	3.439	MIP_5	6.402
FKP_3	3.175	KIP_1	3.085	MIP_6	5.300
KBE_1	2.739	KIP_2	4.077	MIP_7	4.985
KBE_2	2.496	KIP_3	3.733	MIP_8	5.308
KBE_3	2.841	KIP_4	3.807	MKM_1	4.601
KBE_4	2.832	KIP_5	4.596	MKM_2	3.049
KDW_1	3.332	KIP_6	3.380	MKM_3	4.836
KDW_2	4.533	MIP_1	6.176	MKM_4	5.445
KDW_3	3.232	MIP_2	5.639	MKM_5	4.029
KDW_4	3.399	MIP_3	5.987		

Setelah mengkaji validitas dan reliabilitas daripada instrumen penelitian, kajian ini dilanjutkan dengan menganalisis pengaruh antar variabel. Gambar 2 merupakan luaran dari piranti lunak SmartPLS yang digunakan dalam penelitian ini.



Gambar 2. Model Struktural

Dalam model struktural (inner model), koefisien determinasi (R^2) untuk variabel endogen bervariasi: FKP 0,336, KDW 0,329, KIP 0,211, MIP 0,769, dan MKM 0,378, sebagaimana ditunjukkan dalam Tabel 6. Nilai R^2 adalah proporsi tak berdimensi yang menunjukkan persentase varians terjelaskan (Hayes, 2021). Dalam penelitian ini, konsumsi berita menjelaskan perubahan 21,1% terhadap kepedulian isu politik. Seluruh variabel bebas mempengaruhi minat mempromosikan isu penting sebesar 76,9%, dimana menunjukkan kemampuan variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat. Tabel 6 menjabarkan koefisien determinasi yang ada di dalam penelitian ini.

Tabel 6. Koefisien determinasi variabel penelitian

Variabel	R Square	R Square Adjusted
FKP	0.336	0.323
KDW	0.329	0.315
KIP	0.211	0.204
MIP	0.769	0.762
MKM	0.378	0.366

Nilai f^2 menunjukkan besaran kontribusi masing-masing konstruk eksogen terhadap varians konstruk endogen, dengan ambang kecil (0,02), sedang (0,15), dan besar (0,35), serta merupakan metrik tak berdimensi (Kock & Dow, 2025). Dari Tabel 7 terlihat bahwa kontribusi terbesar datang dari MKM ke MIP dengan $f^2 = 0,842$ (besar), diikuti oleh KDW ke MKM $f^2 = 0,339$ (nyaris besar), dan FKP ke MIP $f^2 = 0,294$ (sedang). Efek KIP terhadap FKP juga tergolong sedang dengan $f^2 = 0,242$, sedangkan FKP ke KDW $f^2 = 0,152$ masih di kisaran sedang bawah. Beberapa jalur menunjukkan efek kecil, yakni KBE ke FKP $f^2 = 0,054$, KIP ke KDW $f^2 = 0,074$, dan KIP ke MKM $f^2 = 0,032$; efek KDW ke MIP $f^2 = 0,092$ tergolong kecil-sedang.

Tabel 7. Ukuran efek variabel penelitian

Variabel	FKP	KBE	KDW	KIP	MIP	MKM
FKP			0.152		0.294	
KBE	0.054			0.268		

KDW			0.092	0.339
KIP	0.242	0.074		0.032
MIP				
MKM			0.842	

Secara keseluruhan, jalur hipotesis mengarah positif dan signifikan ($t \geq 1,96$; $p < 0,05$), kecuali $KIP \rightarrow MKM$ ($\beta = 0,161$; $t = 1,524$; $p = 0,128$), di mana β adalah koefisien baku (unit tidak berdimensi), t adalah statistik uji (unit tidak berdimensi), dan p adalah probabilitas; sebagai contoh, $KBE \rightarrow FKP$ dengan $\beta = 0,212$ ($t = 2,687$; $p = 0,007$) dan $KBE \rightarrow KIP$ dengan $\beta = 0,460$ ($t = 6,420$; $p < 0,001$).

Tabel 8. Hasil uji pengaruh langsung

Pengaruh	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
FKP -> KDW	0.382	0.386	0.100	3.805	0.000
FKP -> MIP	0.308	0.308	0.058	5.288	0.000
KBE -> FKP	0.212	0.215	0.079	2.687	0.007
KBE -> KIP	0.460	0.462	0.072	6.420	0.000
KDW -> MIP	0.199	0.199	0.073	2.703	0.007
KDW -> MKM	0.522	0.526	0.080	6.555	0.000
KIP -> FKP	0.451	0.450	0.079	5.675	0.000
KIP -> KDW	0.266	0.264	0.104	2.560	0.011
KIP -> MKM	0.161	0.156	0.105	1.524	0.128
MKM -> MIP	0.553	0.554	0.060	9.176	0.000

Selain efek langsung, mediasi berlapis diuji dengan melaporkan efek tidak langsung (β_{ind}), t , dan p —semua metrik tak berdimensi—seperti $KBE \rightarrow KIP \rightarrow FKP$ ($\beta_{ind} = 0,207$; $t = 4,186$; $p < 0,001$), $KBE \rightarrow FKP \rightarrow KDW$ ($\beta_{ind} = 0,081$; $t = 2,075$; $p = 0,038$), dan pola $KDW \rightarrow MKM \rightarrow MIP$ ($\beta_{ind} = 0,289$; $t = 5,268$; $p < 0,001$) yang menegaskan peran mediasi berlapis variabel motivasi keterlibatan media .

Tabel 9. Hasil uji pengaruh tidak langsung

Pengaruh	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
KBE -> KIP -> FKP	0.207	0.208	0.050	4.186	0.000
KBE -> FKP -> KDW	0.081	0.083	0.039	2.075	0.038
KIP -> FKP -> KDW	0.172	0.174	0.058	2.976	0.003
KBE -> KIP -> FKP -> KDW	0.079	0.081	0.030	2.633	0.008
KBE -> KIP -> KDW	0.122	0.122	0.052	2.372	0.018
KBE -> FKP -> MIP	0.065	0.067	0.029	2.241	0.025
KIP -> FKP -> MIP	0.139	0.137	0.031	4.482	0.000
KBE -> KIP -> FKP -> MIP	0.064	0.064	0.018	3.542	0.000
KBE -> FKP -> KDW -> MIP	0.016	0.017	0.010	1.545	0.122
FKP -> KDW -> MIP	0.076	0.077	0.036	2.128	0.033
KIP -> FKP -> KDW -> MIP	0.034	0.035	0.018	1.919	0.055
KBE -> KIP -> FKP -> KDW -> MIP	0.016	0.016	0.009	1.823	0.068

Pengaruh	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
KIP -> KDW -> MIP	0.053	0.052	0.029	1.851	0.064
KBE -> KIP -> KDW -> MIP	0.024	0.024	0.014	1.796	0.073
KBE -> FKP -> KDW -> MKM -> MIP	0.023	0.024	0.012	1.900	0.057
FKP -> KDW -> MKM -> MIP	0.110	0.112	0.036	3.048	0.002
KIP -> FKP -> KDW -> MKM -> MIP	0.050	0.051	0.019	2.582	0.010
KBE -> KIP -> FKP -> KDW -> MKM -> MIP	0.023	0.023	0.009	2.421	0.016
KDW -> MKM -> MIP	0.289	0.291	0.055	5.268	0.000
KIP -> KDW -> MKM -> MIP	0.077	0.078	0.036	2.135	0.033
KBE -> KIP -> KDW -> MKM -> MIP	0.035	0.036	0.017	2.075	0.038
KIP -> MKM -> MIP	0.089	0.086	0.058	1.522	0.128
KBE -> KIP -> MKM -> MIP	0.041	0.041	0.030	1.371	0.170
KBE -> FKP -> KDW -> MKM	0.042	0.044	0.022	1.939	0.053
FKP -> KDW -> MKM	0.199	0.202	0.061	3.290	0.001
KIP -> FKP -> KDW -> MKM	0.090	0.091	0.032	2.803	0.005
KBE -> KIP -> FKP -> KDW -> MKM	0.041	0.042	0.016	2.608	0.009
KIP -> KDW -> MKM	0.139	0.140	0.062	2.237	0.025
KBE -> KIP -> KDW -> MKM	0.064	0.064	0.030	2.166	0.030
KBE -> KIP -> MKM	0.074	0.075	0.054	1.373	0.170

Secara keseluruhan, hasil ini menegaskan bahwa persepsi beban eksternal dan informasi politik berpengaruh baik langsung maupun melalui mekanisme mediasi kompleks. Semua ukuran yang dilaporkan (loading, α , CR, AVE, VIF, R^2 , β , t, p) masuk dalam kriteria yang dapat diterima. Temuan ini memberikan pemahaman menyeluruh mengenai konsumsi berita, komunikasi politik dan keterlibatan warganegara.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsumsi berita memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap komunikasi politik, baik dalam hal kepedulian terhadap isu-isu politik (KIP) maupun frekuensi komunikasi politik (FKP). Secara spesifik, pengaruh konsumsi berita terhadap KIP (H1a) memiliki nilai koefisien sebesar 0.460 dengan nilai p sebesar 0.000, menunjukkan pengaruh yang sangat signifikan. Prior (2005) menjelaskan bahwa individu yang lebih sering terpapar berita cenderung memiliki pengetahuan dan pemahaman yang lebih baik mengenai isu-isu politik, yang kemudian mendorong munculnya ketertarikan dan kepedulian terhadap isu-isu tersebut.

Selain itu, konsumsi berita juga berpengaruh secara signifikan terhadap frekuensi komunikasi politik (H1b), dengan nilai koefisien sebesar 0.212 dan nilai p sebesar 0.007. Artinya, individu yang aktif mengonsumsi berita lebih mungkin untuk terlibat dalam diskusi-diskusi politik dengan lingkungan sekitarnya (S. J. Kim, 2023). Hal ini sejalan dengan teori komunikasi massa yang menyatakan bahwa paparan terhadap konten media dapat memfasilitasi keterlibatan dalam percakapan *interpersonal* mengenai topik yang bersangkutan (Southwell & Yzer, 2007).

Hasil analisis mendukung hipotesis kedua (H2) bahwa komunikasi politik berpengaruh secara positif terhadap keterlibatan warganegara. KIP berpengaruh signifikan terhadap FKP (H2a) dengan nilai koefisien sebesar 0.451 dan nilai p sebesar 0.000. Ini mengindikasikan bahwa mereka yang peduli terhadap isu politik akan lebih sering berdiskusi atau membicarakan isu tersebut (Schmitt-Beck & Neumann, 2023). Kepedulian terhadap isu politik menjadi prasyarat penting untuk memicu komunikasi politik yang aktif. Pickard (2022) berpendapat bahwa tanpa adanya kepedulian, seseorang tidak akan merasa terdorong untuk membicarakan politik dalam kehidupan sehari-hari.

Selanjutnya, KIP juga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan diri warganegara (KDW) (H2b), dengan koefisien 0.266 dan p-value 0.011. Ini menunjukkan bahwa mereka yang memiliki tingkat kepedulian politik yang tinggi cenderung lebih percaya diri untuk terlibat dalam isu-isu kewarganegaraan (Dauer et al., 2021). Namun, pengaruh KIP terhadap minat keterlibatan masa depan (MKM) (H2d) tidak signifikan (koefisien 0.161; $p = 0.128$), mengindikasikan bahwa kepedulian isu politik belum tentu menjamin adanya minat untuk terlibat secara aktif dalam jangka panjang. Artinya, meskipun seseorang peduli terhadap isu-isu politik, hal tersebut tidak selalu diikuti dengan rencana atau niat keterlibatan di masa yang akan datang (Piscitelli & D'Uggento, 2022).

Frekuensi komunikasi politik (FKP) juga berpengaruh signifikan terhadap KDW (H2c) dengan koefisien 0.382 dan $p = 0.000$, serta terhadap MIP (H2e) dengan koefisien 0.308 dan $p = 0.000$. Dengan kata lain, semakin sering seseorang berdiskusi tentang politik, semakin tinggi pula kepercayaan dirinya untuk terlibat dalam wacana kewarganegaraan (Dang et al., 2022), dan semakin besar kemungkinan individu tersebut terlibat dalam upaya mempromosikan isu penting (Jost et al., 2022). Ini menunjukkan bahwa diskusi politik bukan hanya sekadar aktivitas verbal, tetapi juga memiliki konsekuensi psikologis dan tindakan nyata (Van Bavel et al., 2021).

Dalam konteks keterlibatan warganegara, kepercayaan diri (KDW) terbukti berpengaruh signifikan terhadap MKM (H2f) (koefisien 0.522; $p = 0.000$) dan MIP (H2g) (koefisien 0.199; $p = 0.007$). Artinya, individu yang memiliki rasa percaya diri sebagai warganegara akan cenderung memiliki minat untuk terlibat di masa mendatang dan terdorong untuk menyuarakan isu-isu penting (Sloam et al., 2021). Di sisi lain, MKM juga memiliki pengaruh kuat terhadap MIP (H2h) (koefisien 0.553; $p = 0.000$), menunjukkan bahwa minat keterlibatan masa depan merupakan prediktif utama terhadap keterlibatan aktual dalam mempromosikan isu penting (Saud & Margono, 2021).

Hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan adanya efek tidak langsung dari konsumsi media terhadap keterlibatan warganegara melalui komunikasi politik juga mendapat dukungan empiris. Salah satu jalur mediasi yang signifikan adalah jalur KBE \rightarrow KIP \rightarrow FKP dengan koefisien 0.207 dan $p = 0.000$. Ini menegaskan bahwa konsumsi berita mempengaruhi frekuensi komunikasi politik melalui peningkatan kepedulian terhadap isu politik (Guess et al., 2021). Artinya, konsumsi berita yang tinggi meningkatkan kepedulian, yang pada gilirannya mendorong diskusi politik (Cheng et al., 2023).

Demikian pula, jalur tidak langsung KBE \rightarrow FKP \rightarrow KDW menunjukkan pengaruh signifikan (koefisien 0.081; $p = 0.038$), yang mengindikasikan bahwa konsumsi berita meningkatkan kepercayaan diri kewarganegaraan melalui komunikasi politik (Guo & Chen, 2022). Jalur tiga tingkat KBE \rightarrow KIP \rightarrow FKP \rightarrow KDW juga signifikan (koefisien 0.079; $p = 0.008$), memperkuat temuan bahwa komunikasi politik adalah mekanisme penting yang menjembatani pengaruh konsumsi media terhadap keyakinan diri sebagai warganegara (Bobkowski & Rosenthal, 2022).

Efek tidak langsung konsumsi berita terhadap keterlibatan dalam mempromosikan isu penting (MIP) juga terlihat melalui jalur KBE \rightarrow FKP \rightarrow MIP (koefisien 0.065; $p = 0.025$), KBE \rightarrow KIP \rightarrow FKP \rightarrow MIP (koefisien 0.064; $p = 0.000$), serta jalur-jalur mediasi kompleks yang melibatkan KDW dan MKM. Salah satu jalur terpanjang namun signifikan adalah KBE \rightarrow KIP \rightarrow FKP \rightarrow KDW \rightarrow MKM \rightarrow MIP (koefisien 0.023; $p = 0.016$), menunjukkan bahwa konsumsi berita dapat menghasilkan efek berantai yang panjang, mulai dari peningkatan kepedulian politik hingga tindakan nyata dalam mempromosikan isu-isu penting (Liu & Hu,

2024). Namun, perlu dicatat bahwa tidak semua jalur mediasi memberikan hasil yang signifikan. Misalnya, jalur KIP → MKM → MIP (koefisien 0.089; $p = 0.128$) dan KBE → KIP → MKM → MIP (koefisien 0.041; $p = 0.170$) tidak signifikan secara statistik. Ini menunjukkan bahwa walaupun seseorang peduli terhadap isu-isu politik atau aktif mengonsumsi berita, hal itu tidak serta merta menghasilkan minat yang kuat untuk keterlibatan jangka panjang maupun tindakan nyata dalam mempromosikan isu penting (Toff & Nielsen, 2022).

Dari pengaruh antar variabel yang telah dijelaskan, dapat dipahami bahwa konsumsi berita menjadi pintu masuk penting dalam membentuk partisipasi politik warga negara. Paparan terhadap informasi politik melalui berbagai media, khususnya digital, memberikan stimulus kognitif yang memicu munculnya kesadaran politik (Nanz & Matthes, 2022). Kesadaran ini kemudian memengaruhi tingkat kepedulian dan menjadi landasan untuk diskusi politik yang lebih aktif (Khatibi et al., 2021). Dalam proses diskusi, terjadi pertukaran ide, klarifikasi pemahaman, dan pembentukan sikap, yang pada akhirnya meningkatkan keyakinan diri dan minat untuk terlibat dalam ranah kewarganegaraan (Kao et al., 2025).

Komunikasi politik berperan sebagai mediator kunci yang mempertemukan antara informasi yang diperoleh dari media dan perilaku kewarganegaraan yang nyata (Y. Kim & Kim, 2022). Komunikasi tersebut menjadi arena di mana warganegara menegosiasikan makna politik, mengkaji kepentingan mereka, serta memvalidasi sikap-sikap politik mereka melalui interaksi sosial (Habermas, 2022). Dalam konteks ini, semakin intens seseorang berkomunikasi mengenai politik, semakin besar kemungkinan ia merasa mampu dan terdorong untuk terlibat secara aktif (D. H. Kim et al., 2021).

Temuan ini juga menggarisbawahi pentingnya dimensi psikologis dalam keterlibatan warganegara, khususnya melalui kepercayaan diri sebagai warganegara. Kepercayaan diri ini tidak datang secara tiba-tiba, melainkan terbentuk dari proses yang berlapis, dimulai dari pemahaman informasi, diskusi, hingga penguatan sikap (Bandura, 2023). Kepercayaan diri inilah yang kemudian melandasi minat dan tindakan nyata dalam keterlibatan warganegara (Lieberman & Zhou, 2022).

Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam konteks kewarganegaraan di era digital, konsumsi berita tidak boleh dipandang sebagai aktivitas pasif semata. Konsumsi berita berpotensi menjadi titik awal dari serangkaian proses yang kompleks dan berjenjang, yang pada akhirnya mendorong keterlibatan warganegara yang aktif, kritis, dan reflektif. Temuan ini menjadi penting dalam merumuskan strategi literasi media dan penguatan partisipasi politik warga negara, khususnya dalam menghadapi tantangan disinformasi dan apatisme politik di era digital saat ini.

Keseluruhan temuan empiris dari penelitian ini memperkuat pentingnya memperhatikan dimensi komunikasi dalam pengembangan kewarganegaraan. Komunikasi politik, baik dalam bentuk kepedulian terhadap isu maupun dalam bentuk diskusi, terbukti menjadi penghubung utama antara pengetahuan yang diperoleh melalui media dan tindakan nyata dalam kehidupan kewarganegaraan. Oleh karena itu, penguatan kapasitas komunikasi politik masyarakat, melalui pendidikan politik, pelatihan literasi media, serta pembukaan ruang dialog publik yang inklusif, perlu dijadikan prioritas dalam kebijakan pembangunan demokrasi partisipatoris.

KESIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian dapat disimpulkan bahwa konsumsi berita memiliki pengaruh signifikan terhadap komunikasi politik dengan cara meningkatkan kepedulian isu politik dan frekuensi komunikasi politik. Komunikasi politik dapat berkonversi menjadi tindak nyata berupa keterlibatan warganegara. Secara tidak langsung, konsumsi berita dapat mempengaruhi keterlibatan warganegara melalui mediasi komunikasi politik dan penguatan kepercayaan diri warga. Proses ini menunjukkan bahwa informasi yang dikonsumsi masyarakat perlu diproses melalui interaksi sosial dan refleksi politik sebelum menghasilkan partisipasi aktif. Karena itu, komunikasi politik berperan sebagai jembatan antara paparan media dan tindakan kewargaan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Bapak Iman Rasidi beserta segenap kru Kedai Kopi Ikhlas yang senantiasa terbuka memberikan ruang bekerja dan diskusi yang nyaman selama proses penulisan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ab Hamid, M. R., Sami, W., & Mohmad Sidek, M. H. (2017). Discriminant Validity Assessment: Use of Fornell & Larcker criterion versus HTMT Criterion. *Journal of Physics: Conference Series*, 890, 012163. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/890/1/012163>
- Al-Emran, M., Mezhuyev, V., & Kamaludin, A. (2019). PLS-SEM in Information Systems Research: A Comprehensive Methodological Reference. *Proceedings of the International Conference on Advanced Intelligent Systems and Informatics 2018 (AISI 2018)*, 644–653. https://doi.org/10.1007/978-3-319-99010-1_59
- Bandura, A. (2023). Cultivate Self-Efficacy for Personal and Organizational Effectiveness. In *Principles of Organizational Behavior* (hal. 113–135). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781394320769.ch6>
- Bobkowski, P. S., & Rosenthal, H. M. (2022). Journalism Civic Self-Efficacy: Predicting Political Participation Among Secondary-School Journalism Students. *Journalism Practice*, 16(10), 2166–2184. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1897475>
- Bodó, B. (2021). Selling News to Audiences – A Qualitative Inquiry into the Emerging Logics of Algorithmic News Personalization in European Quality News Media. In *Algorithms, Automation, and News* (hal. 75–96). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003099260-5>
- Budiman, R., & Syafrony, A. I. (2023). The digital literacy of first-year students and its function in an online method of delivery. *Asian Association of Open Universities Journal*, 18(2), 176–186. <https://doi.org/10.1108/AAOUJ-01-2023-0017>
- Cheng, Z., Zhang, B., & Gil de Zúñiga, H. (2023). Antecedents of Political Consumerism: Modeling Online, Social Media and WhatsApp News Use Effects Through Political Expression and Political Discussion. *The International Journal of Press/Politics*, 28(4), 995–1016. <https://doi.org/10.1177/19401612221075936>
- Dang, L., Seemann, A., Lindenmeier, J., & Saliterer, I. (2022). Explaining civic engagement: The role of neighborhood ties, place attachment, and civic responsibility. *Journal of Community Psychology*, 50(3), 1736–1755. <https://doi.org/10.1002/jcop.22751>
- Dauer, J. M., Sorensen, A. E., & Wilson, J. (2021). Students' Civic Engagement Self-Efficacy Varies Across Socioscientific Issues Contexts. *Frontiers in Education*, 6. <https://doi.org/10.3389/feduc.2021.628784>
- Franke, G. R. (2010). Multicollinearity. In *Wiley International Encyclopedia of Marketing*. Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781444316568.wiem02066>
- Gerston, L. N. (2014). *Public Policymaking in a Democratic Society*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315701370>
- Guess, A. M., Barberá, P., Munzert, S., & Yang, J. (2021). The consequences of online partisan media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(14). <https://doi.org/10.1073/pnas.2013464118>
- Guo, L., & Chen, H.-T. (2022). The Impact of Social Media on Civic Engagement in China: The Moderating Role of Citizenship Norms in the Citizen Communication Mediation Model. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 99(4), 980–1004. <https://doi.org/10.1177/10776990211057139>
- Habermas, J. (2022). Reflections and Hypotheses on a Further Structural Transformation of the Political Public Sphere. *Theory, Culture & Society*, 39(4), 145–171.

- <https://doi.org/10.1177/02632764221112341>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Hayes, T. (2021). R-squared change in structural equation models with latent variables and missing data. *Behavior Research Methods*, 53(5), 2127–2157. <https://doi.org/10.3758/s13428-020-01532-y>
- Jost, J. T., Baldassarri, D. S., & Druckman, J. N. (2022). Cognitive–motivational mechanisms of political polarization in social-communicative contexts. *Nature Reviews Psychology*, 1(10), 560–576. <https://doi.org/10.1038/s44159-022-00093-5>
- Kao, C.-P., Su, L.-H., Wong, I. L., & Lin, K.-Y. (2025). Engaged and Being Inspired: How Science Volunteering Project Experience Drives Women’s Intention to Engage in Citizen Science? *Journal of Science Education and Technology*, 34(1), 31–44. <https://doi.org/10.1007/s10956-024-10144-6>
- Khatibi, F. S., Dedekorkut-Howes, A., Howes, M., & Torabi, E. (2021). Can public awareness, knowledge and engagement improve climate change adaptation policies? *Discover Sustainability*, 2(1), 18. <https://doi.org/10.1007/s43621-021-00024-z>
- Kim, B., Xiong, A., Lee, D., & Han, K. (2021). A systematic review on fake news research through the lens of news creation and consumption: Research efforts, challenges, and future directions. *PLOS ONE*, 16(12), e0260080. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0260080>
- Kim, D. H., Jones-Jang, S. M., & Kenski, K. (2021). Why Do People Share Political Information on Social Media? *Digital Journalism*, 9(8), 1123–1140. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1827966>
- Kim, S. J. (2023). The role of social media news usage and platforms in civic and political engagement: Focusing on types of usage and platforms. *Computers in Human Behavior*, 138, 107475. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107475>
- Kim, Y., & Kim, B. (2022). Effects of young adults’ smartphone use for social media on communication network heterogeneity, social capital and civic engagement. *Online Information Review*, 46(3), 616–638. <https://doi.org/10.1108/OIR-08-2020-0332>
- Kock, N., & Dow, K. E. (2025). *Statistical Significance and Effect Size Tests in SEM: Common Method Bias and Strong Theorizing* (hal. 95–105). <https://doi.org/10.1108/S1474-787120250000037005>
- Lieberman, E., & Zhou, Y.-Y. (2022). Self-Efficacy and Citizen Engagement in Development: Experimental Evidence from Tanzania. *Journal of Experimental Political Science*, 9(1), 46–63. <https://doi.org/10.1017/XPS.2020.47>
- Liu, Y., & Hu, K. (2024). How social media exposure constructs social confidence: An empirical study on impact, mechanisms, and multilateral relationships. *PLOS ONE*, 19(9), e0308745. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0308745>
- Nanz, A., & Matthes, J. (2022). Seeing political information online incidentally. Effects of first- and second-level incidental exposure on democratic outcomes. *Computers in Human Behavior*, 133, 107285. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107285>
- Nimmo, D. (1977). Political Communication Theory and Research: An Overview. *Annals of the International Communication Association*, 1(1), 441–452. <https://doi.org/10.1080/23808985.1977.11923698>
- OECD. (2023). *PISA 2022 Results (Volume I)*. OECD. <https://doi.org/10.1787/53f23881-en>
- Oser, J., Grinson, A., Boulianne, S., & Halperin, E. (2022). How Political Efficacy Relates to Online and Offline Political Participation: A Multilevel Meta-analysis. *Political Communication*, 39(5), 607–633. <https://doi.org/10.1080/10584609.2022.2086329>
- Pickard, S. (2022). Young environmental activists and Do-It-Ourselves (DIO) politics: collective engagement, generational agency, efficacy, belonging and hope. *Journal of Youth Studies*, 25(6), 730–750. <https://doi.org/10.1080/13676261.2022.2046258>
- Piscitelli, A., & D’Uggento, A. M. (2022). Do young people really engage in sustainable behaviors in their lifestyles? *Social Indicators Research*, 163(3), 1467–1485. <https://doi.org/10.1007/s11205-022-02955-0>

- Prior, M. (2005). News vs. Entertainment: How Increasing Media Choice Widens Gaps in Political Knowledge and Turnout. *American Journal of Political Science*, 49(3), 577–592. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5907.2005.00143.x>
- Qin, J., Du, Q., Deng, Y., Zhang, B., & Sun, X. (2023). How does short video use generate political identity? Intermediate mechanisms with evidence from China's small-town youth. *Frontiers in Psychology*, 14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1107273>
- Reichert, F., & Print, M. (2017). Mediated and moderated effects of political communication on civic participation. *Information, Communication & Society*, 20(8), 1162–1184. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1218524>
- Saud, M., & Margono, H. (2021). Indonesia's rise in digital democracy and youth's political participation. *Journal of Information Technology & Politics*, 18(4), 443–454. <https://doi.org/10.1080/19331681.2021.1900019>
- Schmitt-Beck, R., & Neumann, M. (2023). Do people like to discuss politics? A study of citizens' political talk culture. *European Political Science Review*, 15(3), 373–392. <https://doi.org/10.1017/S1755773922000625>
- Silaban, P. S. M. J., Mirza, D., Nafilah, N., & Tanjung, S. Z. (2025). Menghadapi Ancaman Nasionalisme Disintegrasi Bangsa di Tengah Trend Kabur Aja Dulu. *Jurnal Bintang Pendidikan Indonesia*, 3(2), 193–199.
- Sloam, J., Kisby, B., Henn, M., & Oldfield, B. (2021). Voice, equality and education: the role of higher education in defining the political participation of young Europeans. *Comparative European Politics*, 19(3), 296–322. <https://doi.org/10.1057/s41295-020-00228-z>
- Southwell, B. G., & Yzer, M. C. (2007). The Roles of Interpersonal Communication in Mass Media Campaigns. *Annals of the International Communication Association*, 31(1), 420–462. <https://doi.org/10.1080/23808985.2007.11679072>
- Swart, J. (2023). Tactics of news literacy: How young people access, evaluate, and engage with news on social media. *New Media & Society*, 25(3), 505–521. <https://doi.org/10.1177/14614448211011447>
- Tempo.co. (2023). *Komisioner KPU Khawatir dengan Hasil Survei yang Sebut Anak Muda Tak Percaya Partai Politik*. <https://www.tempo.co/politik/komisioner-kpu-khawatir-dengan-hasil-survei-yang-sebut-anak-muda-tak-percaya-partai-politik-202502>
- Theiss-Morse, E., & Hibbing, J. R. (2005). CITIZENSHIP AND CIVIC ENGAGEMENT. *Annual Review of Political Science*, 8(1), 227–249. <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.8.082103.104829>
- Toff, B., & Nielsen, R. K. (2022). How News Feels: Anticipated Anxiety as a Factor in News Avoidance and a Barrier to Political Engagement. *Political Communication*, 39(6), 697–714. <https://doi.org/10.1080/10584609.2022.2123073>
- Van Bavel, J. J., Harris, E. A., Pärnamets, P., Rathje, S., Doell, K. C., & Tucker, J. A. (2021). Political Psychology in the Digital (mis)Information age: A Model of News Belief and Sharing. *Social Issues and Policy Review*, 15(1), 84–113. <https://doi.org/10.1111/sipr.12077>
- Wolfsfeld, G. (2022). *Making Sense of Media and Politics*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003176657>