

Praktik Incidental News Consumption. Muncul dan Menguat di Media Sosial?

Bayujati Prakoso¹

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jakarta, Indonesia

INFORMASI ARTIKEL

Histori Artikel

Dikirimkan:

09 Mei 2023

Direvisi:

16 Mei 2023

Diterima:

22 Juni 2023

Diterbitkan:

04 September 2023

Abstrak - Konsumsi berita insidental di media sosial membuat beragam tujuan maupun implikasi. Studi ini bertujuan ingin melihat bagaimana pola konsumsi berita insidental di media sosial, dan mengeksplorasi ragam gagasan, dan temuan dari para pemikir tentang praktik Incidental News Consumption. Pendekatan yang digunakan pada studi ini adalah pendekatan kualitatif, dengan metode studi kasus. Sumber data diperoleh dari hasil wawancara, dan studi literatur yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada dua hal; pertama, ketiga informan mengonsumsi berita insidental di media sosialnya masing-masing. Kedua, dari berbagai studi para peneliti kontemporer menggambarkan praktik konsumsi berita insidental semakin banyak terjadi di media sosial, dan muncul dari beragam situasi, kondisi, tujuan, dan konteks situasional yang berbeda-beda, serta muncul dari berbagai negara yang berbeda-beda juga. Selain itu, studi dari para peneliti di berbagai negara secara eksplisit maupun implisit menguatkan studi ini akan adanya praktik konsumsi berita insidental di media sosial.

Kata Kunci

*Incidental News
Consumption
Social Media
Journalism Studies
Qualitative Research*

Abstract *The incidental news consumption on social media creates a variety of goals and implications. This study aims to see how insidental news consumption patterns are on social media, and explore the variety of ideas, and findings of thinkers about the practice of Incidental News Consumption. The approach used in this study is a qualitative approach, with a case study method. Data sources are obtained from the results of interviews, and studies of relevant literature. The results showed that there were two things; First, the three informants consumed incidental news on their respective social media. Second Second, from various studies contemporary researchers describe the practice of incidental news consumption as increasingly occurring on social media, emerging from a variety of different situations, conditions, objectives, and situational contexts, emerging from different countries. In addition, studies from researchers in various countries explicitly and implicitly corroborate this study of the practice of incidental news consumption on social media.*

Corresponding Author:

Bayujati Prakoso, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jakarta, Indonesia, 12130, Email: bayujati@uhamka.ac.id

PENDAHULUAN

Perubahan zaman tengah mengantarkan manusia pada kemajuan dari segala sektor, termasuk sektor teknologi dan informasi. Situasi ini memungkinkan untuk membuat segala aktivitas manusia berubah drastis



dan signifikan. Bantuan teknologi membuat segala aktivitas bekerja, pendidikan, termasuk aktivitas sosial semakin mudah dan cepat.

Pola pikir, karakter & gaya hidup ikut berubah seiring perkembangan dan kemajuan teknologi informasi. Tidak sedikit perubahan yang terjadi di masyarakat, seperti muncul karakter yang senang dalam menelusuri berbagai tantangan-tantangan, ingin bebas selalu dalam inisiatif dan berinovasi (Supratman, 2018). Sementara, cara memanfaatkan media juga berubah-ubah, seperti televisi tidak hanya sekadar alat strategis penyampai pesan-pesan produk Telkomsel yang dikemas dalam bentuk iklan, akan tetapi mengkomodifikasikan nilai Ramadan & Covid-19 sebagai bahan iklan (Prakoso & Syafuddin, 2020), YouTuber meraih keuntungan dari monetisasi konten video (Ulya, 2019), penggunaan media sosial untuk kebutuhan pendidikan, adaptasi budaya, mengeksplorasi hobi, hiburan, jaringan pertemanan semakin luas (Supratman, 2018). Perkembangan teknologi yang membawa banyak perubahan juga muncul pada bagaimana pola konsumsi media masyarakat. Hal ini menjadi produk teknologi; media digital juga ikut menuai dampaknya. Secara mendasar, media digital telah mengubah cara warganet menerima berita dan berinteraksi dengan berita (Weeks & Lane, 2020).

Pada pengkajian teoretis, terdapat sebuah situasi ketidaksengajaan dalam mengonsumsi berita di media. Hal ini terlihat adanya praktik ketidaksengajaan membaca berita di media sosial akibat dampak kemajuan teknologi. Pemanfaatan teknologi dalam mengonsumsi informasi berupa berita tampak tidak disengaja dilakukan melalui platform media sosial (bukan dari media platform berita). Pengguna media sosial terpapar berita tidak sengaja di media sosial (Ahmadi & Wohn, 2018; Bergström & Belfrage, 2018). Ada korelasi kuat antara keterpaparan berita insidental dan frekuensi mendapatkan pembaruan berita, serta frekuensi mengklik tautan berita di media sosial (Ahmadi & Wohn, 2018).

Ketidaksengajaan akses berita di media sosial juga muncul dari relasi pertemanan dan *opinion leader* yang ikut aktif dalam membagi informasi-informasi di media sosial. (Bergström & Belfrage, 2018) Dari salah satu temuan lainnya, orang yang hendak diwawancarai menyatakan bahwa ia dapat hampir seluruh berita dari media sosial, dan paling banyak dari Facebook. Secara teoretis, situasi tersebut dinamakan "*incidental news consumption*". Gagasan "*incidental news*" merupakan gagasan yang menitikberatkan pada cara orang menemukan (mendapatkan) informasi tentang peristiwa terbaru melalui media, padahal mereka tidak aktif mencari berita (Kligler-vilenchik et al., 2020). Dalam kondisi tersebut, siapa yang lebih atau kurang terpapar "mengonsumsi" berita secara tidak sengaja di media.

Pada penelusuran peneliti hingga kini, peneliti di Indonesia masih belum ditemukan studi secara spesifik yang membahas konsep & praktik *incidental news consumption*. Namun, terdapat beberapa penelitian yang berkaitan dengan konsep ini yakni; pengkajian konsumsi media telah banyak dilakukan oleh para peneliti, diantaranya, ditemukan media sosial menjadi pilihan remaja di Salatiga dalam beraktivitas, termasuk mencari informasi seputar ilmu pengetahuan dan teknologi (Krisnawati, 2016), konsumsi media oleh buruh perempuan yakni sinetron, dan berita-berita di televisi. Televisi menjadi medium dominan para pekerja buruh untuk mendapatkan hiburan dan informasi (Mariani, 2016).

Kemudian, pola konsumsi media pada temuan Lestari et al. (2017) menjelaskan bahwa penggunaan media *online* dan internet menjadi posisi tertinggi untuk berbagi informasi, diskusi atas segala problematika sosial-politik, termasuk menyoal isu lokal. Maka, dapat dikatakan pola konsumsi media memberikan manfaat yang beragam, sekaligus membantu segala aktivitas manusia dalam berbagai lini kehidupan. Dari beberapa studi konsumsi media *online* kerap banyak digunakan dalam berbagai aktivitas, dominan untuk mendapatkan pengetahuan & membantu dalam aktivitas-aktivitas penggunaannya. Pada studi lainnya, Rusadi (2014) menemukan bahwa konsumsi media internet lebih utama digunakan oleh para generasi *digital native*. Di sisi lain, meski pada generasi *digital settler* dan *digital immigrant* juga mengakses media internet, namun akses dominannya pada media konvensional. Kondisi ini merupakan gambaran konsumsi media dari berbeda generasi.

Implementasi konsumsi berita tampaknya muncul sebagai sebuah pola ketidaksengajaan (insidental). Tidak ada kesengajaan dalam mencari berita di media sosial. Orang-orang mendapat banyak informasi untuk meningkatkan kerangka kognitifnya secara kebetulan. Maka, peneliti terinspirasi pada studi yang dilakukan oleh Bergström & Belfrage (2018) bahwa terdapat pola konsumsi berita ketidaksengajaan/insidental dalam mengakses sebuah berita (*incidental news*). Orang-orang menemukan bahwa sebuah konten berita secara

kebetulan. Pada temuan lainnya, pertimbangan orang yang telah diwawancarai adalah merasa tertarik dan mengikuti perkembangan berita tersebut, walau tidak secara sengaja mengakses beritanya. Individu dengan mudah mengklik judul yang kebetulan/tidak sengaja dan membaca artikel seluruhnya. (Matthes et al., 2020) Situasi ini, (Kümpel, 2020) menggambarkan individu yang tidak termotivasi untuk mencari berita terpapar postingan berita dari aktivitas berbagi temannya, postingan yang disponsori oleh penyedia berita, atau dari kurasi konten algoritmik.

Mendapati kondisi ketidaksengajaan dalam mengonsumsi berita di media sosial menjadi menarik untuk meningkatkan khazanah pada studi konsumsi media, khususnya praktik *incidental news consumption*. Penelitian ini ingin menguji sekaligus mengonfirmasi, atau pada titik tertentu, menguatkan temuan Bergström & Belfrage (2018) mengenai adanya pola baru; pola ketidaksengajaan dalam mengonsumsi berita di media sosial—praktik *incidental news consumption*. Pada kondisi sosio-kultural dan negara yang berbeda, tujuan artikel ini ingin melihat bagaimana pola konsumsi berita di media sosial di Indonesia, dan ingin melihat para pemikir mengeksplorasi dan memberi tekanan inti pada praktik *incidental news consumption*. Ini akan membawa pada ragam narasi, dan teori, temuan dan identifikasi, serta implikasi yang beragam.

METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus. Pendekatan kualitatif merupakan pendekatan yang digunakan untuk mencari, banyak informasi mengenai sebuah kasus tertentu. Penelitian kualitatif didasari atas sebuah keyakinan banyak orang terlibat pada situasi tertentu, untuk mencoba menggambarkan dan memberi penjelasan pengalaman atau perasaan melalui kata-kata, deskripsi-deskripsi (Veal, 2006). Metode studi kasus (Widi, 2010) digunakan untuk memahami objek tertentu melalui deskripsi-deskripsi yang mendalam. Sumber data yang digunakan dalam metode studi kasus yakni berupa wawancara, data-data pengamatan lapangan, catatan biografi.

Data kualitatif berbagai bentuk, seperti catatan lapangan, transkrip wawancara, dokumen, buku harian, dan jurnal (Wimmer & Dominick, 2011). Penelitian ini menggunakan dua sumber data yakni data wawancara (primer), dan studi dokumentasi berupa data-data artikel, maupun dokumen-dokumen (sekunder) yang relevan. Selain itu, peneliti menggunakan perangkat lunak atau *software* VOSviewer untuk memvisualisasikan jaringan (visualisasi bibliometrik) sesuai topik yang relevan dengan studi ini.

Pada tabel 1 profil informan pada artikel ini yang sudah diwawancarai oleh peneliti. Topik wawancara mengenai pola konsumsi berita di media sosial. Demi menjaga kerahasiaan identitas informan, nama asli informan tidak dicantumkan dalam artikel ini, sehingga, digunakan nama inisial untuk data informan (tabel 1).

Tabel 1. Data Informan

No	Nama	Status
1	NCC	Mahasiswa
2	RB	Mahasiswa
3	AK	Mahasiswa

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aktivitas Media Sosial

Fokus artikel ini pada bagaimana pola konsumsi media di Indonesia, khususnya melihat pola konsumsi media di mahasiswa Indonesia. Aktivitas mahasiswa, yang kini dekat dengan teknologi membuat mereka dominan dalam mengakses media sosial. Peneliti mewawancarai tiga mahasiswa dari salah satu perguruan tinggi swasta di Jakarta Selatan bernama inisial NCC, RB, dan AK. Berdasarkan hasil dan telaah wawancara, peneliti menemukan dan mengklasifikasi pola konsumsi berita di media sosial dalam dua aspek; (1) bentuk umum mengenai durasi dan alasan mengakses media sosial, kemudian masuk ke dalam hal yang spesifik; (2) motif mengakses berita di media sosial.

Pertama, informan mendapatkan akses informasi melalui platform Twitter, dan juga Instagram. Kemudian, pada segi durasi waktu mengakses media sosial, informan memberi waktu yang berbeda-beda. Durasi mengakses media sosial dalam sehari sekitar 7-8 jam, 4-5 jam, dan 1-2 jam. Alasan mengakses media sosial (pada tabel 2) menunjukkan bahwa selain media sosial sebagai medium untuk mendapatkan

pengetahuan akan informasi/berita, akses begitu mudah, dan cepat dalam mencari informasi-informasi/berita di media sosial.

Tabel 2. Waktu & Alasan Akses Media Sosial

No.	Nama	Penjelasan
1.	NCC	1-2 jam. Alasannya adalah mencari informasi dan hiburan. Terdapat informasi yang tidak tahu dan belum di publikasikan di media konvensional, namun sudah ada di media sosial, terutama Twitter.
2.	RB	Sekitar 7-8 jam. Alasannya adalah dapat mudah mengakses berita dan melihat opini orang-orang, serta berita yang lebih terbaru.
3.	AK	Sekitar 4-5 jam, tidak menentu, terkadang bisa kurang atau lebih. Alasannya sebagai tempat untuk mencari hiburan dan informasi, karena lebih mudah diakses.

Sumber: data diolah peneliti (2020)

Kedua, pada tabel 3 menunjukkan bagaimana konsumsi informasi melalui platform media sosial lebih digemari oleh informan, ketimbang laman portal *website*. Akses yang cepat, dan keinginan pribadi sering mengakses media sosial menjadi alasan bagi informan untuk memilih media sosial untuk dapat mengakses beragam informasi/berita. Berbeda dengan informan lainnya, AK lebih memilih menggunakan portal berita/*website* berita untuk mengakses informasi/berita.

Tabel 3. Memilih Platform Akses Informasi/Berita

No.	Nama	Penjelasan
1.	NCC	Melalui Sosial media. Sebab, sering buka sosial media.
2.	RB	Media sosial, karena media sosial tidak perlu menunggu <i>loading</i> untuk mengakses <i>link</i> berita.
3.	AK	Portal berita.

Sumber: data diolah peneliti (2020)

Ketidaksengajaan Mengakses Berita di Media Sosial

Akses media sosial merupakan sesuatu yang terkadang jarang dibahas oleh banyak orang. Namun, tampaknya terdapat pola akses yang tidak biasa. Pola konsumsi berita telah mengalami pergeseran; semula tampak biasa, sadar, sengaja/berniat sedari awal untuk mengakses, kini akses berita mengalami ketidaksengajaan. Fakta ini terlihat pada tabel 4 ketika kondisi ketiga informan menyatakan bahwa mereka semua secara tidak sengaja mengakses berita melalui platform media sosial masing-masing.

Tabel 4. Akses Informasi/Berita di Media Sosial

No.	Nama	Penjelasan
1.	NCC	Tidak sengaja. Alasannya ketika saya buka media sosial, pasti ada saja berita berita yang muncul di <i>timeline</i> dari akun media sosial pribadi.
2.	RB	Tidak sengaja. Alasannya karena <i>headline</i> yang menarik atau informasi yang perlu untuk dibaca atau informasi yang terbaru.
3.	AK	Tidak pernah berniat dari awal, lebih sering tidak sengaja membuka media sosial lalu membuka informasi berita. Alasannya karena mem- <i>follow</i> akun-akun berita yang ada di media sosial ataupun muncul rekomendasi <i>link</i> yang terhubung dengan <i>website</i> berita, seperti di Instagram.

Sumber: data diolah peneliti (2020)

Temuan pada studi ini menunjukkan bahwa dalam mengakses informasi di media sosial merupakan perbuatan yang tidak sengaja. Fakta ini terlihat pada tabel 4 bahwa adanya situasi kala mengakses informasi yang tiba-tiba muncul, alias secara tidak sengaja di media sosial. Pada situasi ini, mereka mengonsumsi berita

insidental di media sosial. Ketiga informan mendapatkan berita/informasi insidental di akun media sosial milik mereka masing-masing dengan berbagai situasi (tabel 4), yakni; tiba-tiba muncul di *timeline* akun media sosial, melakukan fitur *follow* akun-akun penyedia layanan informasi/berita maupun muncul rekomendasi *link* yang terhubung dengan *website* berita, seperti yang ada di Instagram, lalu, juga muncul informasi dengan *headline-headline* yang dikemas menarik perhatian untuk dibaca. Penggambaran temuan peneliti ini membawa pada situasi tidak ada motivasi atau tidak sengaja mengakses berita di media sosial.

Efek terpapar berita insidental menunjukkan banyak dampak, implikasi, maupun identifikasi lebih luas. Hal ini ditunjukkan pada salah satunya temuan Fletcher & Nielsen (2018) dalam studinya menunjukkan bahwa pengguna tengah secara kebetulan terpapar berita di media sosial, dan terpaan yang tidak sengaja menggunakan lebih banyak sumber berita *online* yang berbeda dari pada non-pengguna. Media sosial YouTube dan Twitter merupakan media sosial yang kuat memberi pengaruh/efek terpaan insidental dari pada Facebook, dan juga orang muda lebih kuat terkena dampak konsumsi berita insidental. (Fletcher & Nielsen, 2018) Bahkan, dalam kondisi lainnya, (Park & Kaye, 2020) akibat semakin sering individu terpapar berita di media sosial secara tidak sengaja, maka, menandai bahwa orang jadi semakin sedikit kemungkinannya mencari berita dari media *online* dan media tradisional. Situasi konsumsi berita insidental, pada titik tertentu, juga memengaruhi pada aspek kehidupan sosial-politik. Efek terpaan konsumsi berita insidental memicu untuk munculnya diskusi politik (Ardévol-Abreu et al., 2019). Konsumsi berita insidental mendorong orang untuk memperoleh pengetahuan politik yang signifikan (Marcinkowski & Došenović, 2020). Hal ini menandai bagaimana berita insidental memengaruhi peningkatan kognitif seseorang.

Pada temuan penelitian ini, ketiga informan merasa mendapatkan informasi di media sosial secara tidak sengaja. Peningkatan pengetahuan terlihat pada ketiga informan yang mendapat pengetahuan informasi akibat dampak konsumsi berita insidental di media sosial. Paparan berita insidental ini paling dominan dari situs jejaring sosial (Barnidge, 2020). Pada kondisi tertentu, bahkan, situs jejaring sosial memberi andil terbesar perselisihan politik yang dirasakan melalui keterpaparan berita insidental. Hal ini menunjukkan ada relasi lebih kuat untuk media sosial daripada untuk media tradisional. Bahkan, media sosial tidak hanya memicu paparan insidental informasi politik, (Feezell, 2018) tetapi media sosial juga menyediakan forum melalui orang yang tertarik secara politik dapat dengan mudah berbagi informasi kepada publik yang mungkin kurang tertarik terhadap informasi politik.

Dari hasil wawancara, peneliti mendapatkan pengetahuan informasi dari masing-masing informan yang diperoleh secara tidak sengaja. Informasi yang diperoleh secara tidak sengaja itu cukup beragam; RB mendapatkan pengetahuan informasi tentang politik, dan lingkungan. "*Kalo ga sengaja biasanya sih tentang politik karena yg diikuti banyak akun2 sejenis. Berita tentang lingkungan juga,*" ucap RB (wawancara RB pada peneliti, 2020). Kemudian, NCC, ketika diwawancarai menuturkan informasi yang didapat yaitu lebih sering/dominan mendapat informasi hiburan, dan terkadang informasi politik, sosial, maupun kriminal. Lalu, AK memberi penjelasan, bahwa informasi yang didapat secara tidak sengaja tentang informasi bencana alam, fenomena sosial, kriminal, ekonomi, dan kesehatan. Selanjutnya, pada segi mendapatkan informasi di media sosial, ketiga informan yang diwawancarai oleh peneliti mengungkapkannya serempak, semua menjawab yang hal sama bahwa mereka mendapatkan informasi juga dari teman-temannya yang aktif di media sosial.

Meninjau *Incidental News Consumption*

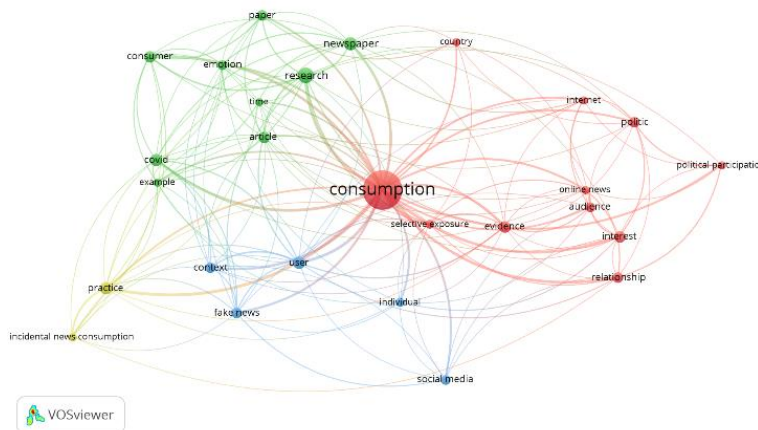
Berdasarkan identifikasi dengan *keyword* 'incidental news consumption' menggunakan pencarian database *Google Scholar* pada rentang tahun 2018 sampai 2022, dengan pembatasan 500 artikel (*papers*), didapatkan 500 artikel ilmiah, dan dengan jumlah sitasi (*citations*) mencapai 8497 sitasi artikel yang membahas 'incidental news consumption'. Dari data tersebut, selanjutnya untuk mendapat data objektif pemetaan penelitian terdahulu dan melihat perkembangan serta dinamika yang muncul, melalui studi yang berkaitan dengan topik 'incidental news consumption' dianalisis metadata 'incidental news consumption' didapatkan dari 3171 term, dan 45 term yang memenuhi ambang batas yang berkaitan seputar 'incidental news consumption'. Kemudian, berdasarkan analisis VOSviewer secara *default* jumlah minimum munculnya istilah yakni berjumlah 10 term (sesuai standar *default*-nya). Analisis ini digunakan untuk melihat pemetaan istilah yang sering muncul berdasarkan teks data.

Pada masing-masing dari 45 istilah/term, skor relevansi akan dihitung. Berdasarkan skor ini, istilah yang paling relevan akan dipilih. Pilihan *default* dari VOSviewer adalah memilih 60% istilah yang paling relevan. Didapatkan jumlah istilah yang akan dipilih, yaitu 27 terms. Maka, berdasarkan hal tersebut dianalisis menunjukkan bahwa istilah 'audience' menempati urutan pertama dengan skor 17 kemunculan term/occurrences term dengan skor relevance 2.00. Diurutan kedua, didapatkan istilah 'incidental news consumption' dengan skor 11 occurrences term dengan skor relevance 1.99. Menariknya, istilah 'consumption' dengan jumlah kemunculan term terbanyak yakni 255 occurrences term, dan skor relevance 0.75. Hal ini dapat dilihat pada gambar 1 dan gambar 2.

Selected	Term	Occurrences	Relevance
<input checked="" type="checkbox"/>	audience	17	2.00
<input checked="" type="checkbox"/>	incidental news consumption	11	1.99
<input checked="" type="checkbox"/>	practice	25	1.67
<input checked="" type="checkbox"/>	interest	22	1.66
<input checked="" type="checkbox"/>	political participation	13	1.57
<input checked="" type="checkbox"/>	country	11	1.55
<input checked="" type="checkbox"/>	politic	19	1.42
<input checked="" type="checkbox"/>	online news	12	1.27
<input checked="" type="checkbox"/>	relationship	21	1.25
<input checked="" type="checkbox"/>	paper	20	1.03
<input checked="" type="checkbox"/>	internet	12	0.94
<input checked="" type="checkbox"/>	consumer	23	0.88
<input checked="" type="checkbox"/>	social media	17	0.86
<input checked="" type="checkbox"/>	article	25	0.86
<input checked="" type="checkbox"/>	context	19	0.83
<input checked="" type="checkbox"/>	emotion	17	0.78
<input checked="" type="checkbox"/>	consumption	255	0.75
<input checked="" type="checkbox"/>	research	41	0.72
<input checked="" type="checkbox"/>	time	13	0.70
<input checked="" type="checkbox"/>	esample	11	0.61
<input checked="" type="checkbox"/>	evidence	22	0.60

Gambar 1. Seleksi Term 'incidental news consumption' dari VOSviewer versi 1.6.18

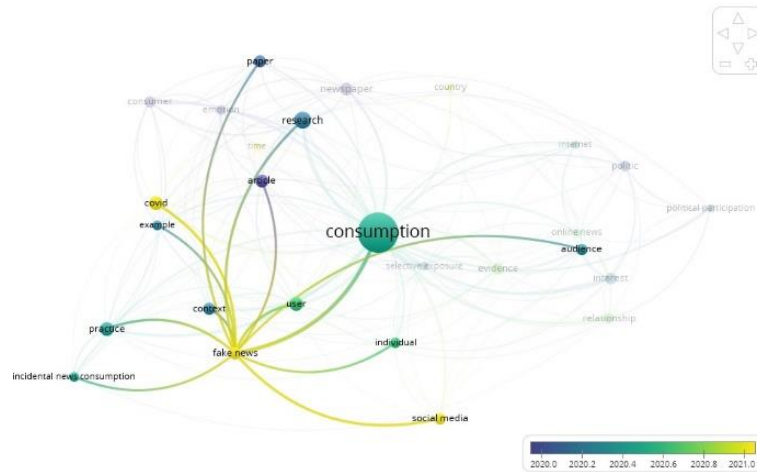
Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan VOSviewer, istilah/term 'incidental news consumption' (seperti pada gambar 2) menunjukkan bahwa istilah 'consumption' sebagai sentral term, dan yang paling besar ukurannya, hal ini menandai term yang paling banyak diteliti, sebab, hal ini bukan mengherankan praktik 'incidental news consumption' menyangkut konsumsi; yang dalam konteks tersebut, konsumsi berita.



Sumber: (VOSviewer, diolah oleh peneliti, 2023)

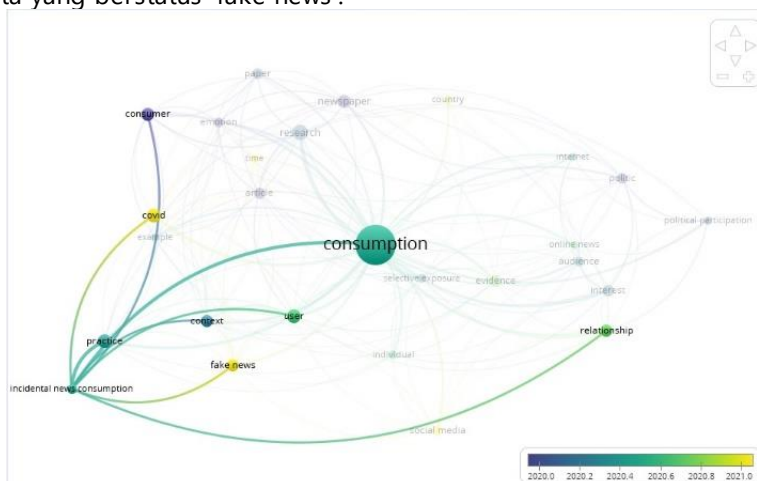
Gambar 2. Visualisasi 'incidental news consumption'

Lebih lanjut, praktik 'incidental news consumption' ternyata beberapa diantaranya berkaitan dengan studi terdahulu yang punya fokus kajian pada 'social media', 'online news', 'fake news', 'article', 'politic', 'political partisipation', 'emotion'. Dari term tersebut mengarah pada pusat ditengah yakni 'consumption'. Hal ini menggambarkan bahwa ketika pengguna (*users*) mengonsumsi informasi melalui media sosial, seputar artikel, termasuk mengonsumsi informasi politik, partisipasi politik, emosi, berita bohong. Praktik mengonsumsi berita tersebut, dalam penggambaran ini, kecenderungannya dilakukan secara insidental. Hal ini dapat terlihat term 'fake news' memiliki korelasi dengan term 'incidental news consumption' (terlihat pada gambar 3. Gambar 3 menunjukkan korelasi yang antara term 'fake news' dengan term; 'incidental news consumption'.



Gambar 3. Term 'fake news' dari VOSviewer versi 1.6.18

Term 'fake news' ini muncul dan berkorelasi dengan 'incidental news consumption', juga berkaitan dengan 'social media'. Kita dapat melihat keberadaan pandemi Covid-19 yang melanda diberbagai negara mengarah pada banyak efek/dampak pada berbagai hal. Termasuk bagaimana pola mengonsumsi berita. Dalam gambar 3 diatas, ada korelasinya mengonsumsi berita insidental dengan berita bohong (*fake news*). Dari sini, terlihat terdapat studi/kajian orang/individu yang mengonsumsi berita bohong secara insidental/atau secara tiba-tiba. Praktik konsumsi berita secara insidental ini juga terlihat dalam 'social media' dan 'covid'. Maka, pada konteks analisis ini menunjukkan bahwa terdapat konsumsi *fake news* Covid-19 secara tiba-tiba melalui media sosial. Kondisi demikian, juga diperkuat bahwa term 'incidental news consumption' beberapa diantaranya berkaitan dengan 'consumption', 'fake news', 'covid' (lihat pada gambar 4). Pada gambar 4 menunjukkan bahwa berita yang mengarah pada 'fake news' juga telah dikonsumsi secara insidental. Secara lebih luas, pada gambar 4 ditunjukkan praktik mengonsumsi berita secara tidak sengaja seputar Covid-19, dan juga ada seputar berita yang berstatus 'fake news'.



Gambar 4. Term 'incidental news consumption' dari VOSviewer versi 1.6.18

Pada studi terdahulu sebagaimana pada gambar 4 menunjukkan pada tahun 2021 adalah studi yang banyak diteliti mengenai fake news tentang Covid-19, sementara praktik mengonsumsi berita insidental sudah muncul pada tahun 2020. Terdapat relasi yang terlihat (pada gambar 4) upaya mengonsumsi berita insidental tentang fake news Covid-19 sudah mulai banyak diidentifikasi dan dipublikasikan dalam bentuk artikel oleh para peneliti mancanegara dari rentang tahun 2020-2021. Dilain sisi, dalam studi terdahulu, kajian konsumsi berita insidental atau disebut dengan *Incidental News Consumption* telah memberi dialektika teoretis tersendiri untuk khazanah keilmuan, khususnya kajian komunikasi, dan efek media. Sejumlah pemikir, ilmuwan dari berbagai negara dengan studinya banyak menemukan kondisi pola baru konsumsi berita yang secara tidak sengaja di media sosial. Berikut diantaranya beberapa ulasan studi tentang konsumsi berita insidental, yaitu;

Praktik mengonsumsi berita (Boczkowski et al., 2018) dengan tidak disengaja di media sosial telah meningkat, dari yang membaca saat menunggu dalam antrian untuk membaca di supermarket, untuk menonton sebentar, dan sebagainya. Upaya mengonsumsi berita secara kebetulan di media sosial seperti berdasar hasil wawancara Boczkowski et al. (2018) yakni kebanyakan orang selalu berhubungan dekat dengan teknologi *personal screens*, seperti Sofia, ia menuturkan, 1 adalah telepon genggam, 2 laptop, dan 3 televisi. Kemudian, Patricio, memaparkan, pesawat televisi berada diurutan kedua, sebagian karena ia bisa mengubah menjadi layar komputer. Kemudian, Agustin, menggunakan ponsel. Lalu, penggunaan televisi dan gawai nya tampak tanpa ragu dari jawaban Carlos. Orang-orang menjelaskan bahwa gawai memiliki keunggulan, dan ketersediaan dimana-mana. Kemudian, Carolina, berkata, "*Yang paling sering saya gunakan adalah ponsel karena fakta komunikasi yang konstan, dengan keluarga, teman, [dan] bos saya.*" (Boczkowski et al., 2018).

Lebih lanjut, terdapat studi tentang relasi antara terpaan berita insidental di media sosial dan partisipasi politik (Lee & Xenos, 2020). Menariknya, (Lee & Xenos, 2020) terdapat relasi timbal balik terpaan berita insidental di media sosial dan partisipasi politik. Lee & Xenos (2020) dalam studinya menjelaskan korelasi ini membawa pada sebuah implikasi tertentu, yakni pada masyarakat demokratis, pada kondisi itu, mewujudkan keterlibatan partisipasi politik. Hasil studi ini membawa pada kemungkinan potensi mobilisasi massa, juga mendorong adanya pelibatan partisipasi politik (Lee & Xenos, 2020).

Pada studi lain, mencoba mengeksplorasi pola konsumsi berita insidental dengan kaitannya pada algoritma, platform, dan proses datafikasi (Thorson, 2020). Selain melihat proses datafikasi yang memungkinkan terpapar berita secara *online*, studi yang dilakukan Thorson (2020) juga memetakan dengan jelas, bahwa terpaan berita secara disengaja dan tidak disengaja memiliki perbedaan dalam segi konsep. Terpapar berita secara tidak disengaja merupakan sebuah kondisi ketika pengguna menggunakan media sosial untuk tujuan-tujuan lain (Thorson, 2020). Dapat dimaknai, penggunaan media sosial sejak awal tidak diniati, atau tidak bertujuan untuk memperoleh berita. Sementara, sebaliknya, terpaan berita disengaja, dimaksudkan pada bagaimana sedari awal menggunakan media sosial untuk tujuan mencari berita.

Studi yang dilakukan Thorson (2020) menyatakan melalui algoritme, model berita insidental maupun berita disengaja memiliki keterkaitan yang disebabkan adanya aktivitas; perilaku pengguna dan teman di platform (DeVito, 2017) (dalam Thorson, 2020). Dalam konteks lain, informan bernama Leila mengungkapkan bahwa dirinya menemukan berita di media sosial kapan saja, dan dimana saja; "*Berita datang di saat saya sedang bersantai dan di Facebook, jadi saya membaca [cerita] di sana,*" ungkap Leila (Boczkowski et al., 2018). Ada beberapa hal yang mendorong terjadinya konsumsi berita insidental di antara pengguna Facebook, salah satunya apa yang ditunjukkan Kaiser et al. (2018) pada studinya bahwa penerima akan membaca informasi/artikel guna menambah kognitifnya ketika ia merasa dekat dengan teman yang merekomendasikan (pemberi rekomendasi) artikel itu. Efek pemberi rekomendasi dari teman-teman yang memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi, maka orang akan percaya dengan yang direkomendasikan lebih relevan dan memungkinkan berpotensi untuk membaca artikel tersebut (Kaiser et al., 2018). Pada hal ini, temuan Kaiser et al. (2018) mencerminkan peran pemberi rekomendasi dalam rangka terwujudnya konsumsi berita insidental.

Situasi keterpaparan berita insidental dalam konteks media sosial merupakan hal empirik. Namun, sejauh penelusuran peneliti, kebutuhan akan sebuah landasan teoretis-konseptual mengenai situasi tersebut belum banyak ditemukan. Wieland & Königslöw (2020) dalam studinya, merumuskan kerangka teoretis ihwal keterlibatan aktif orang ketika menggulirkan umpan berita tanpa melakukan publikasikan berita. Wieland & Königslöw (2020) merumusan konseptualisasinya tersebut yang dinamakan "A Triple-path Model of Incidental News Exposure". Model ini—pemrosesan bertia insidental—membawa pada aspek identifikasi terkait tiga hal; otomatis, insidental, dan aktif. Dalam studi Wieland & Königslöw (2020) menyatakan, terjadi pembelajaran secara kebetulan dalam menerima umpan berita di media sosial. Ada ketidaksengajaan, tidak memiliki motivasi dari awal dalam membaca berita di media sosial (Wieland & Königslöw, 2020).

Temuan teoretis nya Wieland & Königslöw (2020), dipaparkan bahwa pemrosesan berita yang terjadi selama terpaan berita tidak diawali dengan minat terhadap berita. Model tiga jalur Wieland & Königslöw (2020) dibuat mengidentifikasi tipikal perilaku dari *newsfeeds*, yakni "*Scrolling, Stopping, Clicking*". Pertama, pola aktivitas "*Scrolling*" yang secara otomatis di *newsfeeds*. Adanya kontrol aktif pada pengguna baru media sosial untuk menyesuaikan berita yang dikonsumsi melalui menurunkan profil tertentu, namun, hal tersebut hanya dominan bagi pengguna menggunakan platform baru (Wieland & Königslöw, 2020). Pada jalur satu mengenai

"scrolling"; dengan secara aktif menyesuaikan umpan berita (*newsfeeds*), penggunaan *newsfeeds* akan meningkat, menjadi pengalaman yang menyenangkan dan bermanfaat melakukan "scrolling", serta ini menjadi sebuah rutinitas (Wieland & Königslöw, 2020).

Konsep konsumsi berita insidental ini rupanya memberi hubungan kausalitas yang kompleks dan luas. Perspektif ekologi digunakan untuk memahami bagaimana terpaan yang tidak disengaja (insidental) beserta implikasinya (Weeks & Lane, 2020). Ada model yang ditawarkan oleh Weeks & Lane (2020) yang mengidentifikasi enam tingkat pengaruh yang saling berhubungan pada paparan insidental dan kosekuensinya pada wilayah individu dan lingkungan. Enam tingkat tersebut (Weeks & Lane, 2020) dibagi dua faktor, yakni faktor individual; "Cognitive, Identity/Demographic, Environmental Perceptions, Motivation", dan faktor lingkungan; "Social Networks, Media Systems".

Keenam tingkat ini (Weeks & Lane, 2020) terpaan insidental dan dampaknya akan bergantung pada banyak faktor individu, sosial, budaya dan lingkungan di mana ia tinggal. Sifat insidental yang sangat terkondisi menimbulkan tantangan untuk memahami perannya dalam ekosistem berita, dan penting adanya model teoretis yang lebih komprehensif untuk menentukan: (1) kapan terpaan insidental akan terjadi lebih atau kurang; (2) jenis informasi apa yang orang kebetulan diterima oleh orang; dan (3) kapan, mengapa, dan siapa yang paling berdampak (Weeks & Lane, 2020). Temuan penelitian Weeks & Lane (2020) menunjukkan bahwa untuk menggambarkan karakteristik individu (Cognitive, Identity/Demographic, Environmental Perceptions, Motivation) dan bentuk lingkungan orang (Social Networks, Media Systems) membentuk terpaan berita insidental, yakni dengan menawarkan model ekologi yang mengatur faktor-faktor menjadi enam tingkatan. Penting mempertimbangkan faktor individu dan lingkungan untuk memahami sifat terpaan insidental di ranah media sekarang (Weeks & Lane, 2020).

Studi lainnya, Mitchelstein et al. (2020) mencoba mengeksplorasi dengan melakukan 200 wawancara dari lima negara; Argentina, Amerika Serikat, Jepang, Finlandia, Israel mengenai praktik konsumsi berita insidental. Konsumsi berita insidental dari hasil telaah dan analisis Mitchelstein et al. (2020) menunjukkan adanya intensionalitas konsumsi berita yang dimulai dari disengaja menyisihkan waktu untuk mengakses berita di outlet tertentu, hingga membaca sekilas berita yang sebenarnya tidak diinginkan di media sosial dan media penyiaran.

Bagi Mitchelstein et al. (2020) kondisi demikian adalah sebagai sebuah rangkaian, bukan sebuah peristiwa. Mitchelstein et al. (2020) menerangkan dalam tiga hal; dari sisi mikro, responden tampak dengan tidak disengaja alias kebetulan mendapatkan informasi sebagai sampingannya ketika ia menggunakan media lain, seperti saat mendengarkan musik radio, maupun menelusuri *feeds* media sosial; kemudian, tingkat meso, ketika konteks sosial yang terdekat dari responden untuk mendapat berita dari anggota keluarga yang menyalakan televisi atau berbagi informasi berita di media sosial, juga dari kolega; lalu, pada tingkat makro, konflik, politisasi negara, ancaman bencana alam, dan regulasi telekomunikasi yang mengharuskan buletin berita radio setiap jam, membuat praktik konsumsi berita insidental semakin besar untuk di lakukan.

Meski responden (Mitchelstein et al., 2020) dapat memilih ketika kondisi demikian, namun hal itu tidak dilakukannya. Lebih lanjut, dalam studi Mitchelstein et al. (2020) menemukan terdapat kemiripan di lima negara berbeda pada tingkat mikro dan meso, sebab penyebaran media sosial dan kondisi sosial lokal yang mudah untuk diatur meski masih sama akses berita sebagai rangkaian dari disengaja hingga tidak disengaja/insidental. Secara substantif rinci pada temuan, terlihat pada tiga level mikro, meso, makro; (Mitchelstein et al., 2020) level mikro, adanya praktik konsumsi berita yang dimulai dari yang paling disengaja dengan adanya rasa kontrol dan pilihan yang sadar. Di lain sisi, terjadi praktik konsumsi berita insidental (Mitchelstein et al., 2020) melalui media sosial maupun media penyiaran. Pihla, seorang wanita pengangguran berusia 52 tahun asal Finlandia berkata bahwa, "*berita yah, itu terutama terjadi ketika saya memeriksa laporan cuaca di televisi dan saya akhirnya mengikuti berita (yang mengudara sebelum laporan cuaca).*" (Mitchelstein et al., 2020). Selain itu, Florencia, seorang akuntan berusia 30 tahun di Buenos Aires menjelaskan, "*saya tidak mengunjungi [Facebook] dengan tujuan untuk mendapatkan berita [...] tetapi, jika saya melihat informasi utama di Facebook yang menarik perhatian saya, saya mengkliknya dan membacanya.*" (Mitchelstein et al., 2020).

Pada level meso, (Mitchelstein et al., 2020) mencakup lingkungan sosial yang paling dekat dari responden, yakni keluarga, dan teman hidup, teman pribadi, kenalan kerja. Tampak banyak responden menyebut mereka terkadang belajar tentang berita karena salah satu anggota keluarganya mengaktifkan

televisi atau radionya (Mitchelstein et al., 2020). Kendali atas sebenarnya responden dapat memilih, namun mereka tidak dapat kendali atas pilihan media yang digunakan keluarga mereka, dan juga lingkungan media yang disukai oleh responden tidak selalu sesuai dengan rutinitas keluarga (Mitchelstein et al., 2020). Selain itu, (Mitchelstein et al., 2020) ada aktivitas lingkungan kerja juga memberi dampak pada proses terbentuknya konsumsi berita insidental, dan faktor lainnya terbentuknya konsumsi berita insidental adalah keluarga, teman, dan kawan kerja yang berbagi berita di media sosial.

Pada level makro, (Mitchelstein et al., 2020) responden dari Finlandia mengungkapkannya begitu urgensinya untuk selalu *update*, dan mengabaikan ranah politik. Jika di Jepang, respondennya tidak melaporkan tekanan mengakses berita yang berkaitan dengan problematika politik, sedangkan, di Amerika Serikat, responden memiliki daya ketertarikan yang tinggi pada berita selama awal-awal masa pemerintahan presiden Trump; lalu, di Argentina, sebagai negara yang memiliki historis krisis ekonomi dan politik, beberapa responden mengungkapkan merasa tertekan mengakses berita untuk keputusan politik, terutama saat kampanye pemilu, atau saat ketidakstabilan sosial dan ekonomi; kemudian, di Israel, responden mengutarakan konsumsi berita dipersepsikan sebagai sebuah kewajiban nasional, namun di sisi lainnya, dianggap memberatkan (Mitchelstein et al., 2020). Ringkasnya, (Mitchelstein et al., 2020) tingkat makronya, tiga negara yakni Argentina, Amerika Serikat, dan Israel punya masalah konflik politik-ekonomi yang meningkatkan adanya berita insidental. Berbeda, di negara Finlandia dan Jepang, intensitas pengaruh pada tingkat makro itu lebih rendah masalahnya.

Berbeda dari studi-studi lainnya, Kümpel (2020) menyoroti efek Matius dalam penggunaan berita media sosial yang berkaitan dengan kemungkinan menemukan konten berita di media sosial (terpaan berita) dan kemungkinan untuk benar-benar mengkliknya dan membaca artikel berita terkait. Dalam makna tersebut, studi Kümpel (2020) menunjukkan positif terpaan berita insidental pada pembelajaran dan perilaku partisipatif akan sangat mungkin terjadi pada pengguna media sosial yang sudah tertarik dengan berita dan politik; bahwa dengan demikian memiliki teman yang peduli dan berbagi konten berita; yang dengan begitu secara aktif menciptakan lingkungan informasi yang ramah berita di situs jejaring sosial; yang karenanya secara teratur berinteraksi dengan konten berita yang ditemui; dan melakukannya (dengan cara ini) memperkuat kustomisasi sistem telah menjadi target menarik untuk iklan berita. Pada studi Kümpel (2020) menunjukkan sifat media sosial memicu proses memperbanyak pengetahuan relatif di antara pengguna dengan minat yang sudah ada sebelumnya.

Oleh sebab itu, (Kümpel, 2020) keputusan terkait berita yang disadari, jaringan pertemanan, nilai algoritmik yang disematkan dalam praktik kurasi situs media sosial cenderung memperlebar kesenjangan antara yang sudah 'kaya informasi' dan 'miskin informasi'. Hal ini menggambarkan adanya efek Matthew, yakni ada ketidaksetaraan dalam penggunaan berita media sosial (Kümpel, 2020). Pada studi yang berbeda, Kümpel (2019) menyelidiki faktor apa yang memunculkan pergeseran dari keterpaparan berita insidental ke keterlibatan berita di situs jejaring sosial Facebook. Kümpel (2019) menemukan faktor pengaruh kuat pergeseran keterlibatan dalam membaca berita adalah dari persepsi pengguna, apakah mereka merasa tertarik atau relevan. Hal ini mengisyaratkan bahwa persepsi pengguna akan minat/menarik atau relevan menjadi faktor keputusan untuk membaca konten berita yang ditemui (Kümpel, 2019).

Sebagai sebuah penutup dan menguat pada kajian konsumsi berita insidental kontemporer, paparan berita insidental tengah menjadi potensi untuk menggerakkan banyak hal, termasuk pada studi Pan & Roberts (2020) menunjukkan bahwa pengguna cenderung lebih banyak mengonsumsi informasi di laman Wikipedia tentang politik dan sejarah secara kebetulan/tidak sengaja. Beranda Wikipedia berisi banyak tautan ke topik politik dan sejarah, yang mungkin memfasilitasi hal ini, dan ketika mereka kebetulan membaca informasi politik dan sejarah di Wikipedia, mereka merasa tertarik (Pan & Roberts, 2020).

KESIMPULAN

Pola konsumsi berita di media sosial pada studi ini menunjukkan semua informan mengonsumsi berita secara tidak sengaja di akun media sosial masing-masing. Mereka mendapat berita secara tidak sengaja melalui media sosial; mendadak muncul di *timeline* akun media sosial, melakukan *follow* akun penyedia layanan informasi/berita, maupun muncul rekomendasi *link* yang terhubung dengan *website* berita, seperti yang ada di Instagram, lalu, juga muncul informasi dengan *headline-headline* yang dikemas menarik perhatian untuk dibaca. Lalu, pada sisi mendapatkan informasi secara tidak sengaja, semua informan secara tidak sengaja

mendapat informasi yang beragam; RB lebih mendapat informasi tentang politik, dan lingkungan, lalu NCC dominan mendapat informasi hiburan, dan terkadang informasi politik, sosial, dan kriminal. Kemudian, AK mendapat informasi secara tidak sengaja mendapat informasi tentang bencana alam, fenomena sosial, kriminal, ekonomi, dan kesehatan. Di sisi lain, studi ini memberi sumbangsih pada peningkatan khazanah studi komunikasi, jurnalistik, kajian media, dan secara spesifik kajian *Incidental News Consumption*.

Temuan kedua, para pemikir, dan peneliti dari berbagai belahan dunia melakukan eksplorasi-eksplorasi, mengkaji dan menganalisis secara mendalam praktik *Incidental News Consumption*. Dan, dari studi ini memperlihatkan kondisi *Incidental News Consumption* ini akan membawa pada narasi, teori, temuan dan identifikasi, serta implikasi yang beragam. Kondisi demikian, menunjukkan bahwa keterpaparan berita insidental di media sosial tengah semakin banyak, beragam, dan muncul dari berbagai negara. Hal ini menunjukkan pula pada situasi, fungsi, efek, konteks situasional, sosio-kultural, motivasi, tujuan, implikasi, agenda, maupun latar belakang seseorang (yang terpapar praktik konsumsi berita insidental) yang berbeda-beda atas praktik konsumsi berita insidental. Selain itu, dengan adanya beragam gagasan, temuan dari para pemikir, peneliti, maka, pada saat yang sama, secara eksplisit maupun implisit menguatkan studi ini bahwa praktik konsumsi berita insidental tengah banyak dan menguat di media sosial.

Saran untuk studi di masa depan adalah menggunakan analisis kualitatif dengan wawancara mendalam, dan melakukan observasi adanya keterpaparan berita insidental pada masyarakat sipil secara lebih luas; dari pejabat pemerintahan hingga masyarakat biasa di lingkup Indonesia. Hal ini untuk menemukan bagaimana praktik dan dinamika konsumsi berita insidental di media sosial; siapa yang lebih banyak atau sedikit mengonsumsi berita secara tidak sengaja di media sosial, serta menganalisis efek klausul maupun implikasinya atas mengonsumsi berita insidental. Hal ini disebabkan, sejauh penelusuran peneliti hingga kini, masih sedikitnya literatur-literatur, atau artikel-artikel yang membahas, menitikberatkan mengenai studi *Incidental News Consumption* di media sosial yang ada di Indonesia.

REFERENSI

- Ahmadi, M., & Wohn, D. Y. (2018). The Antecedents of Incidental News Exposure on Social Media. *Social Media and Society*, 4(2). <https://doi.org/10.1177/2056305118772827>
- Ardèvol-Abreu, A., Diehl, T., & Gil de Zúñiga, H. (2019). Antecedents of internal political efficacy incidental news exposure online and the mediating role of political discussion. *Politics*, 39(1), 82–100. <https://doi.org/10.1177/0263395717693251>
- Barnidge, M. (2020). Testing the inadvertency hypothesis: Incidental news exposure and political disagreement across media platforms. *Journalism*, 21(8), 1099–1118. <https://doi.org/10.1177/1464884920915373>
- Bergström, A., & Belfrage, M. J. (2018). News in Social Media: Incidental consumption and the role of opinion leaders. *Digital Journalism*, 6(5), 583–598. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1423625>
- Boczkowski, P. J., Mitchelstein, E., & Matassi, M. (2018). “News comes across when I’m in a moment of leisure”: Understanding the practices of incidental news consumption on social media. *New Media and Society*, 20(10), 3523–3539. <https://doi.org/10.1177/1461444817750396>
- Feezell, J. T. (2018). Agenda Setting through Social Media: The Importance of Incidental News Exposure and Social Filtering in the Digital Era. *Political Research Quarterly*, 71(2), 482–494. <https://doi.org/10.1177/1065912917744895>
- Fletcher, R., & Nielsen, R. K. (2018). Are people incidentally exposed to news on social media? A comparative analysis. *New Media & Society*, 20(7), 2450–2468. <https://doi.org/10.1177/1461444817724170>
- Kaiser, J., Keller, T. R., & Königslöw, K. K. (2018). Incidental News Exposure on Facebook as a Social Experience: The Influence of Recommender and Media Cues on News Selection. *Communication Research*. <https://doi.org/10.1177/0093650218803529>
- Kligler-vilenchik, N., Hermida, A., Valenzuela, S., & Villi, M. (2020). Studying incidental news: Antecedents, dynamics and implications. *Journalism*, 21(8). <https://doi.org/10.1177/1464884920915372>
- Krisnawati, E. (2016). PERILAKU KONSUMSI MEDIA OLEH KALANGAN REMAJA DALAM PENCARIAN INFORMASI (Studi Kasus Perilaku Remaja di Kota Salatiga dalam Penggunaan Media Dalam Perspektif Teori Ketergantungan Media). *Komunikatif*, 5(1), 43–69.

- Kümpel, A. S. (2019). The issue takes it all? Incidental news exposure and news engagement on Facebook. *Digital Journalism*, 7(2), 165–186. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1465831>
- Kümpel, A. S. (2020). The Matthew Effect in social media news use: Assessing inequalities in news exposure and news engagement on social network sites (SNS). *Journalism*, 21(8), 1083–1098. <https://doi.org/10.1177/1464884920915374>
- Lee, S., & Xenos, M. (2020). Incidental news exposure via social media and political participation: Evidence of reciprocal effects. *New Media and Society*, 1–24. <https://doi.org/10.1177/1461444820962121>
- Lestari, Y., Yulia, V., & Puspita, Y. (2017). Pola Konsumsi Media dan Kaitannya dengan Partisipasi Masyarakat pada Isu-Isu Publik di Kota Padang. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 20(2), 149–160. <https://doi.org/10.20422/jpk.v20i2.190>
- Marcinkowski, F., & Došenović, P. (2020). From incidental exposure to intentional avoidance: Psychological reactance to political communication during the 2017 German national election campaign. *New Media and Society*. <https://doi.org/10.1177/1461444820902104>
- Mariani, A. (2016). MENGUNGKAP BUDAYA KONSUMSI MEDIA BURUH PEREMPUAN LEWAT PERSPEKTIF CULTURAL STUDIES (Studi Etnografi pada Buruh Industri & Rumah Tangga di Malang). *Jurnal Nomosleca*, 2(1). <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v2i1.345>
- Matthes, J., Nanz, A., Stubenvoll, M., & Heiss, R. (2020). Processing news on social media. The political incidental news exposure model (PINE). *Journalism*, 21(8), 1031–1048. <https://doi.org/10.1177/1464884920915371>
- Mitchelstein, E., Boczkowski, P. J., Tenenboim-Weinblatt, K., Hayashi, K., Villi, M., & Kligler-Vilenchik, N. (2020). Incidentalness on a continuum: A comparative conceptualization of incidental news consumption. *Journalism*, 21(8), 1136–1153. <https://doi.org/10.1177/1464884920915355>
- Pan, J., & Roberts, M. E. (2020). Censorship's Effect on Incidental Exposure to Information: Evidence From Wikipedia. *SAGE Open*, 10(1). <https://doi.org/10.1177/2158244019894068>
- Park, C. S., & Kaye, B. K. (2020). What's This? Incidental Exposure to News on Social Media, News-Finds-Me Perception, News Efficacy, and News Consumption. *Mass Communication and Society*, 23(2), 157–180. <https://doi.org/10.1080/15205436.2019.1702216>
- Prakoso, B., & Syafuddin, K. (2020). Komodifikasi Ramadan & Covid-19 Dalam Iklan Telkomsel Edisi " Terus Jalankan Kebaikan ." *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 20(1), 96–105. <https://doi.org/10.31294/jc.v19i2>
- Rusadi, U. (2014). Konsumsi Berita Lintas Media Massa Konvensional Dan Internet. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Komunikasi Dan Informatika*, 4(3), 173–186.
- Supratman, L. P. (2018). Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 15(1), 47–60. <https://doi.org/10.24002/jik.v15i1.1243>
- Thorson, K. (2020). Attracting the news: Algorithms, platforms, and reframing incidental exposure. *Journalism*, 1–16. <https://doi.org/10.1177/1464884920915352>
- Ulya, H. (2019). Komodifikasi Pekerja Pada Youtuber Pemula Dan Underrated. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 1–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/interaksi.8.2.1-12>
- Veal, A. J. (2006). *Research Methods for Leisure and Tourism: A Practical Guide* (Third). Pearson Education Limited.
- Weeks, B. E., & Lane, D. S. (2020). The ecology of incidental exposure to news in digital media environments. *Journalism*, 21(8), 1119–1135. <https://doi.org/10.1177/1464884920915354>
- Widi, R. K. (2010). *Asas Metodologi Penelitian: Sebuah Pengenalan dan Penuntun Langkah demi Langkah Pelaksanaan Penelitian*. Graha Ilmu.
- Wieland, M., & Königslöw, K. K. (2020). Conceptualizing different forms of news processing following incidental news contact: A triple-path model. *Journalism*, 1–18. <https://doi.org/10.1177/1464884920915353>
- Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (2011). *Mass Media Research: An Introduction* (Ninth). Wadsworth.