

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

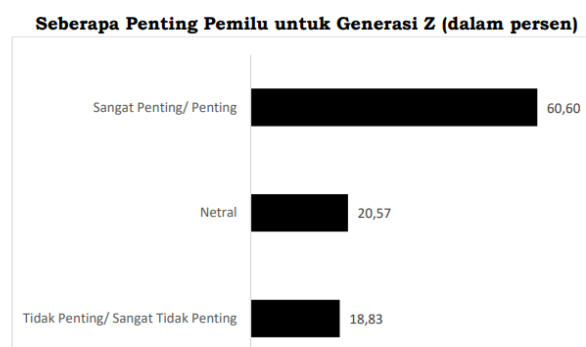
Informasi sudah menjadi kebutuhan mendasar bagi setiap individu. Kebutuhan akan informasi muncul akibat kurangnya kepuasan pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang (Oktavianto dan Suliyati, 2019). Terdapat “celah kosong” pada individu yang harus diisi agar informasi tersebut dapat menjadi sesuatu yang utuh. Lasa (2009) menyampaikan bahwa kebutuhan informasi muncul dari dorongan untuk memahami, menguasai lingkungan, serta memuaskan rasa ingin tahu seseorang terhadap informasi. Dengan kata lain, kebutuhan informasi didasari oleh kesenjangan informasi yang dimiliki dengan informasi yang dibutuhkan.

Kebutuhan informasi datang dari tiga kebutuhan manusia, salah satunya adalah kebutuhan kognitif. Dalam kebutuhan kognitif ini, individu mencari informasi dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman terhadap lingkungannya (Purnama, 2021). Terlebih apabila di lingkungannya sedang atau pernah terjadi sesuatu hal yang membuat individu ingin mengetahui apa yang terjadi. Dewi dan Istiqomah (2019) dalam hasil penelitiannya menyatakan bahwa motivasi seseorang untuk mencari informasi ialah motivasi sosial dan keingintahuan terhadap hal baru. Contoh kasus yang dipengaruhi oleh lingkungan sosial ialah peristiwa besar yang sudah terjadi di tahun 2024 ini, yaitu Pesta Demokrasi Pemilu 2024.

Pemilu 2024 merupakan pesta demokrasi terbesar yang diselenggarakan secara serentak untuk memilih Presiden dan Wakil Presiden, anggota DPR, DPD, DPRD Provinsi, serta DPRD Kabupaten/Kota. Pemilu ini menjadi momentum penting karena didominasi oleh generasi muda, yakni Generasi Z dan Milenial, yang secara kolektif menyumbang sekitar 56,45% dari total Daftar Pemilih Tetap (DPT) (KPU, 2023). Keterlibatan generasi muda dalam pemilu ini menunjukkan bahwa partisipasi politik di era digital mengalami pergeseran, dengan media sosial dan *platform* daring lainnya menjadi sarana utama dalam mencari dan menyebarkan informasi politik (Achmad & Dwimawanti, 2025). Oleh karena itu, akses terhadap informasi yang kredibel menjadi kunci penting dalam memastikan pemilih,

khususnya pemilih pemula, agar dapat mengambil keputusan yang rasional dan bertanggung jawab.

Kebutuhan informasi politik menjadi kebutuhan yang penting bagi warga negara Indonesia sebagai bagian dari implementasi politik demokrasi yang dijalankan oleh pemerintah (Maulana dkk., 2023). Evita (2023) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa bagi sebagian besar Generasi Z menganggap Pemilu 2024 penting/sangat penting. Kepentingan tersebut didasarkan oleh beberapa hal.



Gambar 1.1 Seberapa Penting Pemilu Untuk Generasi Z

Sumber: Evita, 2023

Pada gambar 1.1 di atas, data menunjukkan 60,60% Generasi Z menganggap Pemilu 2024 penting/sangat penting. Dari hasil survei tersebut, Evita (2023) memaparkan beberapa alasan bahwa Pemilu 2024 dianggap penting: 1) pemimpin tersebut yang akan memegang masa depan negara, 2) menganggap visi misi penting untuk digali karena visi misi mencerminkan kepemimpinan seseorang, dan 3) pemilu merupakan sesuatu atas kesepakatan bersama.

Informasi politik merupakan bagian dari informasi publik berdasarkan pasal 39 UU No. 2 tahun 2011 tentang Partai Politik serta pasal 15 UU No. 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik yang mengatur mengenai kewajiban partai politik (parpol) dalam menyediakan informasi publiknya. Keterbukaan informasi politik ini menunjukkan kepada masyarakat bahwa program-program yang telah direncanakan dikelola oleh pihak yang kredibel serta memiliki legitimasi untuk dipertanggungjawabkan secara transparan (Mahmudah, 2016). Program-program tersebut nantinya dikomunikasikan atau dikampanyekan kepada khalayak luas untuk mendapatkan dukungan suara mereka. Kampanye ini tidak hanya sekadar

untuk mempromosikan program, tetapi juga untuk membangun citra parpol agar baik di mata publik.

Berdasarkan data yang dirilis Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia (KPU RI), Daftar Pemilih Tetap (DPT) Pemilu 2024 didominasi oleh Generasi Z dan Generasi Milenial dengan jumlah sebesar 56,45% dari total keseluruhan pemilih (KPU, 2023), dengan pemilih dari Generasi Milenial sebanyak 33,60% dan Generasi Z sebanyak 22,85%. Namun, angka partisipasi pemilih pada Pemilu 2024 ini turun apabila dibandingkan dengan persentase pemilih pada Pemilu 2019, terutama pada pemilihan presiden atau Pilpres. Dilansir dari Tempo (2024), terdapat beberapa alasan mengapa seseorang memilih untuk golput: 1) tidak peduli terhadap politik; 2) tidak ada kandidat yang cocok; 3) masalah administrasi; 4) kurangnya pengetahuan tentang pemilu; dan 5) tidak difasilitasi untuk penyandang disabilitas.

Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang pemilu merupakan salah satu faktor terbesar yang mempengaruhi partisipasi politik (Dewi dkk., 2022). Hal ini berdampak besar karena pada dasarnya masyarakat tidak memiliki pengetahuan dan pemahaman tentang hak-hak mereka sebagai warga negara (Dewi dkk., 2022). Terutama bagi pemilih pemula yang baru mulai terlibat dalam proses dan dinamika politik. Pemilih pemula cenderung belum memiliki pendirian sendiri, masih mengikuti arus dari lingkungan sekitarnya seperti keluarga atau kawannya (Wijaya, 2023). Terlebih pemilih pemula yang merupakan Generasi Z, yang mana melek terhadap teknologi informasi, mudah terpapar informasi *hoax* (Naifah, 2024). Hal ini mempengaruhi pola pikir pemilih pemula yang tidak tahu menahu tentang kondisi politik (Dewanti, 2022).

Dalam situasi seperti ini, media informasi sangat berperan penting untuk memfasilitasi pencarian dan pemenuhan kebutuhan informasi politik masyarakat, terutama masyarakat pemilih. Dilansir dari Kominfo (2019), Genaruma Taswin dalam acara Seminar Nasional dan Lokakarya Pandu Digital, berkata di masa sebelumnya banyak anak muda memilih golongan putih (golput) karena tidak punya cukup informasi yang memadai mengenai pasangan calon, tetapi di zaman sekarang informasi mudah diakses sehingga tidak ada alasan lagi untuk melakukan golput. Namun, tidak semua media diminati masyarakat untuk mencari informasi

politik. Octafitria (2018) dalam hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa media sosial dapat berfungsi sebagai agen sosialisasi politik bagi kaum muda. Para kaum muda cenderung lebih mengandalkan media sosial dibandingkan sanak keluarga, media massa, lembaga pendidikan, maupun lembaga pemerintah, yang disebabkan dua hal utama. Pertama, perbedaan konten yang disajikan oleh media sosial dan agen sosialisasi lainnya. Kedua, terdapat perbedaan pendekatan yang diberikan melalui media sosial dengan lembaga sosialisasi lainnya. Pada media sosial, kaum muda dapat melihat berbagai macam sudut pandang dari kelompok masyarakat, lalu komunikasi dua arah yang terfasilitasi membuat mudah orang-orang melakukan diskusi sehingga kaum muda dapat menjadi lebih aktif. Selain itu, Pemilu 2024 didominasi oleh Generasi Milenial dan Generasi Z, yang mana kedua generasi tersebut sudah akrab dengan namanya teknologi.

KPU: Pemilih Pemilu 2024 Didominasi oleh Kelompok Gen Z dan Milenial

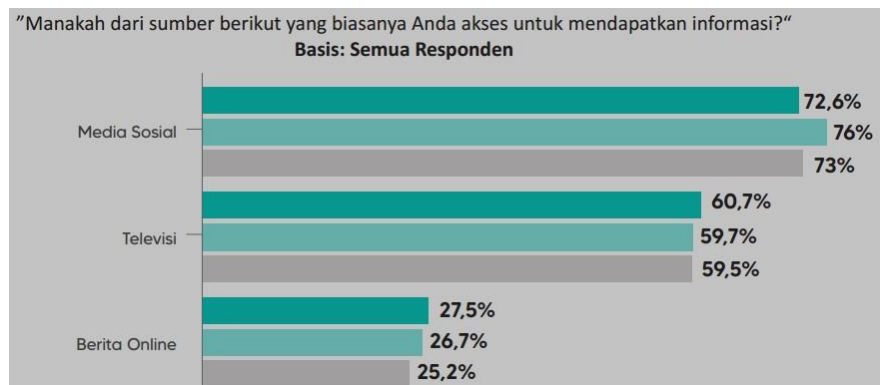


Gambar 1.2 Dominasi Pemilih Pemilu 2024

Sumber: Databoks.com, 2023

Media sosial kerap dijadikan pilihan utama oleh banyak orang sebagai sumber dalam memenuhi kebutuhan informasi mereka. Dalam hal ini, media sosial meliputi Facebook, Instagram, X, *website*, surat elektronik (*email*), portal, dll. Selama tiga

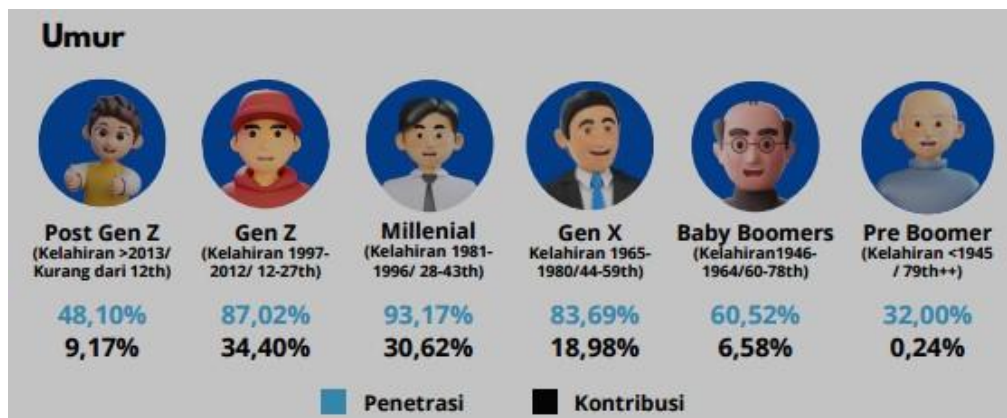
tahun terakhir media sosial sudah menjadi sumber rujukan utama masyarakat untuk mencari informasi (Kemenkominfo, 2022).



Gambar 1.3 Sumber Yang Dijadikan Referensi Untuk Memperoleh Informasi Selama Tiga Tahun Terakhir

Sumber: Kemenkominfo, 2022

Pada gambar 1.3 di atas, data menunjukkan bahwa selama tiga tahun terakhir, dari tahun 2020 hingga 2022, persentase penggunaan Media Sosial sebagai sumber mendapatkan informasi selalu di atas 70%. Tidak berbanding jauh dengan peringkat kedua yakni Televisi yang mendapatkan persentase sekitar 60%. Namun, terdapat *gap* besar dengan peringkat ketiga yakni Berita *Online* yang hanya mendapatkan persentase sekitar 25%.



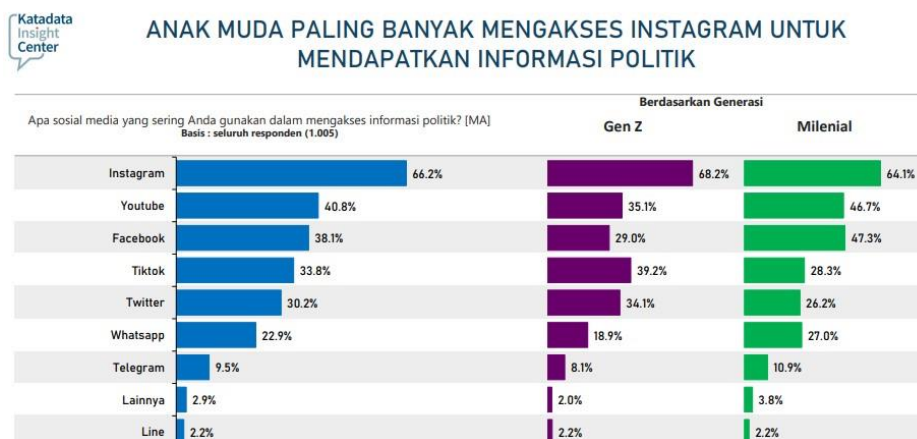
Gambar 1.4 Urutan Mayoritas Generasi Pengguna Media Sosial

Sumber: APJII, 2024

Dijabarkan pula bahwa pengguna media sosial umumnya para kawula muda atau Generasi Z (APJII, 2024). Berdasarkan data di atas, mayoritas umur yang sering berselancar di dunia maya adalah Generasi Z dengan besaran 34,40%, lalu disusul oleh Generasi Milenial sebanyak 30,62%. Generasi Z yang tumbuh

bersamaan dengan berkembangnya era digital memberi pengaruh pada preferensi mereka untuk memperoleh informasi. Terlebih lagi kenyamanan dan kemudahan yang ditawarkan *platform* membuat pengguna betah berlama-lama menggulir *platform* tersebut.

Adanya Pesta Demokrasi yang diadakan tahun 2024 ini membuat topik politik menjadi perbincangan panas hampir di setiap media sosial. Berdasarkan data dari KIC (2024) para kawula muda paling banyak mencari informasi politik dari akun media sosial berita *online*. Akun media sosial tersebut antara lain Instagram, Youtube, Facebook, TikTok, Twitter, dan lain-lain. Generasi yang paling banyak mengonsumsi informasi politik ialah Generasi Z, walaupun selisih dengan Generasi Milenial tidak jauh berbeda.



Gambar 1.5 Persentase Penggunaan Media Sosial Oleh Anak Muda

Sumber: Katadata Insight Center, 2023

Dari gambar di atas dapat diketahui media sosial apa saja yang paling banyak diakses oleh kedua generasi. Instagram menempati urutan pertama dengan persentase melambung tinggi yakni 66,2%. Peringkat kedua ditempati oleh Youtube sebesar 40,8%, lalu Facebook sebesar 38,1%, TikTok sebesar 33,8%, Twitter (X) sebesar 30,2%, Whatsapp sebesar 22,9%, dan Telegram sebesar 95%. Instagram menjadi media sosial yang paling banyak diakses adalah karena mampu menyajikan informasi yang menarik dalam bentuk video pendek.

Berdasarkan data yang telah dipaparkan, diketahui bahwa media sosial menjadi media pengantar yang paling diminati oleh masyarakat pemilih, khususnya Generasi Milenial dan Generasi Z, untuk mencari dan mendapatkan informasi

mengenai politik. Namun, kebenaran yang diberikan oleh media sosial belum tentu sesuai fakta. Dilansir dari RRI (2024), selama tahun 2023, persentase *hoax* politik menjadi yang tertinggi yakni sebanyak 2.330 dengan *hoax* politik sebanyak 1.292 dan 645 di antaranya terkait Pemilu 2024. Angka tersebut lebih banyak dua kali lipat dibandingkan musim Pemilu 2019. Selain itu, konten *hoax* didominasi oleh konten video.

Kerugian yang diakibatkan dari penyebaran *hoax* pada pemilu dapat dirasakan oleh masyarakat dan demokrasi secara umum. Putra dan Patra (2023) menjelaskan beberapa dampak yang ditimbulkan dari penyebaran *hoax* pada pemilu, antara lain: 1) mengakibatkan degradasi terhadap mutu informasi; 2) memperkuat polarisasi; 3) mendorong munculnya krisis kepercayaan terhadap lembaga serta mekanisme demokrasi; 4) meningkatkan risiko kekerasan politik; dan 5) memperbesar potensi intervensi dari pengaruh asing. Dampak-dampak tersebut perlu segera ditangani secara tegas agar proses demokrasi dapat berjalan dengan baik dan masyarakat dapat memilih pemimpin dengan benar. Selain itu, penyebaran *hoax* pada pemilu juga dapat membuat masyarakat menjadi apatis terhadap proses politik dan demokrasi. Masyarakat akan kehilangan minat untuk ikut berpartisipasi dalam proses pemilu dan menjadi pasif dalam berdemokrasi (Putra & Patra, 2023).

Bijak Memilih merupakan salah satu media *online* yang menyediakan kebutuhan informasi tentang Pemilu 2024 bagi masyarakat Indonesia, khususnya bagi masyarakat pemilih. Berdasarkan dari laman bijakmemilih.id, Bijak Memilih merupakan inisiatif independen yang digagas oleh *Think Policy* dan *What Is Up Indonesia* (WIUI). Dalam pelaksanaannya, *Think Policy* berperan sebagai sekretariat utama yang bertindak sebagai badan hukum, dan bersama dengan WIUI, mengelola berbagai aspek dari Bijak Memilih termasuk riset, *platform*, penyelenggara acara, media sosial, dan kemitraan. Kolaborasi dua *platform* tersebut bertujuan untuk menciptakan *platform* edukasi yang mandiri dan mudah dipahami sebagai persiapan menyambut Pemilu 2024.

Bijak Memilih berkolaborasi dengan organisasi-organisasi akar rumput, kepemudaan, dan universitas untuk mengadakan acara-acara *offline*. Terdapat lebih dari 80 kolaborator yang berpartisipasi dalam kolaborasi ini (BMx) dengan keterangan 70+ event BMx di 36+ kota dan kabupaten di dalam dan luar Indonesia.

Selain itu, Bijak Memilih juga berkolaborasi bersama parpol melalui Festival Pemilu. Sebanyak 6.878 partisipan yang bergabung dalam BMx dan Festival Pemilu. Pada BMx, rincian yang berpartisipasi ialah 11% penduduk di daerah terpencil, 7% masyarakat adat, 11% kelompok minoritas, dan 1% kelompok difabel. Sedangkan pada Festival Pemilu, di Surabaya sebanyak 50 partisipan, di Yogyakarta sebanyak 96 partisipan, di Medan sebanyak 97 partisipan, di Makassar sebanyak 52 partisipan, dan di Jakarta sebanyak 1.112 partisipan dengan 40% partisipasinya adalah pemilih pemula.

Setelah Festival Pemilu 2024 selesai dilaksanakan, Bijak Memilih melakukan survei di *website*-nya dengan mengangkat tema “Seberapa Ngaruh Bijak Memilih ke Hasil Pemilu”. Pada survei tersebut, diangkat tiga topik yaitu: 1) Apakah Bijak Memilih meningkatkan optimisme politik?, 2) Bagaimana keinginan partisipasi politik pengguna Bijak Memilih?, dan 3) Berhasilkah Bijak Memilih meningkatkan pengetahuan politik?. Metode pengumpulan data yang digunakan ialah melalui analisis situs web Bijak Memilih dan media sosial. Berdasarkan 32.240 responden, berikut adalah hasil diagram sebelum vs. setelah memakai Bijak Memilih.



Gambar 1.6 Sebelum vs. Setelah Memakai Bijak Memilih

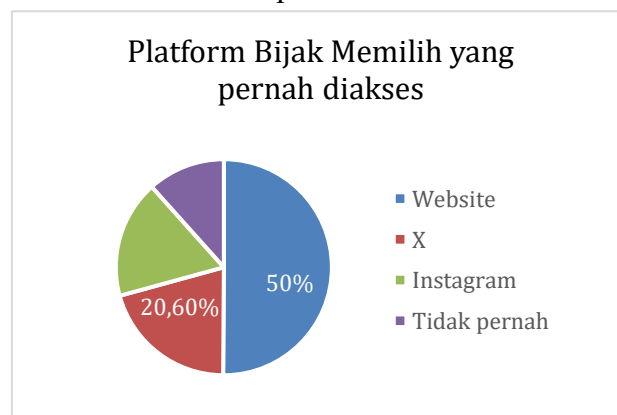
Sumber: Tiktok Bijak Memilih, 2024

Berdasarkan gambar di atas, dapat dilihat bahwa terdapat peningkatan suara antara sebelum dan setelah menggunakan Bijak Memilih. Sebanyak 29% pengguna Bijak Memilih menyatakan lebih optimis terkait politik Indonesia. Beberapa pengguna berkomentar bahwa dengan adanya Bijak Memilih membantu mereka untuk melek politik dan berusaha mencari berita lebih detail dan dalam terkait

pilihan mereka. Pemilih pemula (41%) yang menggunakan Bijak Memilih juga termotivasi untuk berpartisipasi dalam politik dengan lebih bermakna. Hal ini membantu mereka yang masih bingung mulai dari mana untuk mempelajari politik serta membantu pilihan mereka yang masih labil. Terakhir, lebih dari 90% responden belajar lebih banyak tentang berbagai aspek pemilu terutama mengenai isu prioritas, partai politik, dan kandidat presiden. Terlebih dengan adanya fitur kuis pada *website* menjadikan memahami isu dan partai politik lebih mendalam dan menyenangkan.

Bijak Memilih menyajikan informasi pemilu yang diambil dari sumber-sumber kredibel yang mana dilakukan pengkajian ulang sehingga dapat dikonfirmasi validitas datanya. Pada laman *website*-nya menyatakan bahwa Bijak Memilih hanya sebuah media pengantar untuk pemula dalam memahami isu-isu tertentu, khususnya pemilu. Di setiap isu yang diangkat pun, disertakan sumber-sumber dari beragam data sehingga pembaca dapat melihatnya dari berbagai sudut pandang. Pada *website*-nya, pencantuman sumber tersebut dikemas dalam bentuk *hyperlink* pada kalimat-kalimat yang apabila diklik akan diarahkan kepada sumber data.

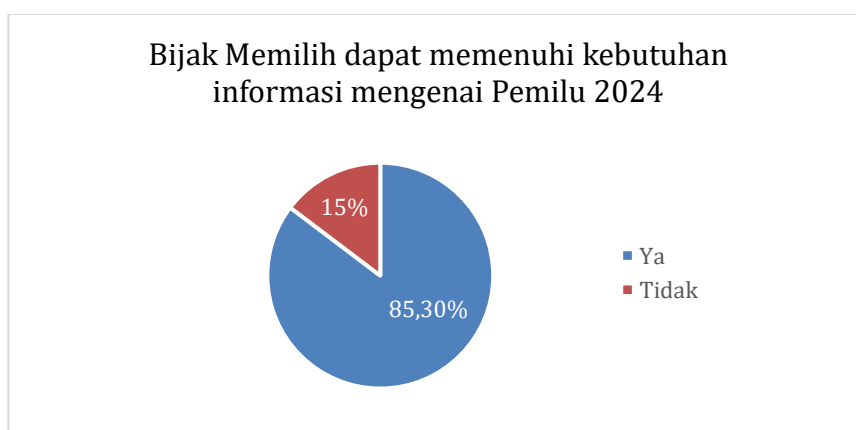
Berdasarkan hal tersebut, untuk melihat bagaimana kondisi sebenarnya mengenai pemanfaatan Bijak Memilih bagi masyarakat pemilih, maka dilakukan prasarvei dengan menyebarkan kuesioner sementara. Kuesioner tersebut terdiri dari indikator Bijak Memilih dan kebutuhan informasi. Berikut adalah perolehan dari penyebaran kuesioner sementara oleh peneliti.



Grafik 1.1 Platform Bijak Memilih Yang Pernah Diakses

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner Sementara, 2024

Diketahui bahwa sebagian besar responden mengetahui adanya *platform* Bijak Memilih. Dari *platform* tersebut, *website*-lah yang paling banyak diakses yakni sebanyak 50% responden, lalu disusul oleh X sebanyak 20,6% responden, dan terakhir Instagram sebanyak 17,6% responden. Tujuan responden mengakses Bijak Memilih ialah rata-rata untuk mengetahui informasi mengenai calon kandidat yang maju serta parpol yang mengusungnya. Informasi tersebut antara lain terkait profil, rekam jejak, latar belakang, dan visi misi calon kandidat serta parpol yang mengusungnya. Selain itu, alasan lain responden mengakses *platform* ialah untuk melihat berita pemilu yang sudah diringkas/dirangkum, mengetahui tata cara memilih yang tepat, serta penasaran akan *website* yang cocok untuk diakses oleh pemilih pemula.



Grafik 1.2 Persentase Bijak Memilih Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner Sementara, 2024

Berdasarkan diagram di atas, Bijak Memilih sudah dapat memenuhi kebutuhan informasi responden. Dapat dilihat dari jumlah responden yang menjawab “Ya” yakni sebanyak 85,3%. Selain itu, terdapat saluran lain yang digunakan oleh responden untuk mencari informasi mengenai Pemilu 2024, antara lain akun independen seperti @narasi.tv dan @haveaniesday, *website* koran digital seperti News, Kompas, IDN Times, & tempo, lalu *website* resmi pemerintah, serta akun kawalpemilu.

Berdasarkan penjelasan di atas, peran media sosial di masa Pemilu 2024 memberikan kontribusi besar bagi para pemilih. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Octafitria (2018), bahwa media sosial merupakan terobosan baru sebagai agen sosialisasi politik dibandingkan media massa lainnya. Selain itu, para pemilih,

terutama kaum muda, cenderung lebih memilih media sosial sebagai sumber informasi karena konten dan pendekatannya yang dilakukan dua arah.

Penelitian mengenai pemanfaatan media sosial sebagai pemenuhan kebutuhan informasi politik pengguna pernah dilakukan sebelumnya. Rifai dan Hariyanto (2019) dalam penelitiannya membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan tentang dampak media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pemilih muda di Karawang. Tingkat frekuensi, substansi pesan, dan daya tarik konten yang disampaikan turut berperan dalam menentukan pemenuhan kebutuhan informasi pemilih. Selain itu, konten dan interaksi media sosial secara signifikan meningkatkan hubungan sosial dan komunikasi untuk pemilih muda. Temuan lainnya ialah pada penelitian Mudiani (2023) yang menyatakan bahwa media sosial efektif untuk partisipasi politik di kalangan muda. Media sosial efektif karena memiliki jangkauan yang luas dan akses yang mudah terutama kepada pemilih pemula dari siswa-siswi SMA. Dalam penelitian lain, Saud dkk. (2020) meneliti mengenai partisipasi pemuda dalam politik melalui media sosial di Indonesia. Hasilnya menyatakan bahwa generasi muda di Indonesia termotivasi untuk partisipasi politik serta media sosial juga berpengaruh terhadap pengetahuan politik, perilaku, dan partisipasi *online*. Penelitian lain tentang pengaruh media sosial terhadap kebutuhan informasi politik Gen Z dilakukan oleh Maulana, Mu'arifah, dan Nanda (2023). Dalam penelitian tersebut ditemukan Gen Z menggunakan media sosial untuk kesadaran dan keterlibatan politik. Berdasarkan berbagai temuan penelitian tersebut, media sosial memiliki pengaruh besar sebagai media yang dapat memenuhi kebutuhan informasi pemilih pemula. Namun, masih sedikit riset yang meneliti penilaian *website* terhadap pemenuhan informasi, yang spesifik terhadap pengguna media sosial *website* yakni pemilih pemula.

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan, maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara penilaian *website* Bijak Memilih dengan pemenuhan kebutuhan informasi pemilih pemula. Hal ini dikarenakan Bijak Memilih didirikan untuk mengatasi keresahan masyarakat dalam menentukan pilihannya di Pemilu 2024 dan sebagai salah satu penyedia informasi, tentu harus mampu menyajikan informasi yang aktual dan faktual agar masyarakat mampu dengan mudah memahami dan memproses informasi yang disajikan terkait

isu pemilu. Selain itu, sebab pemilih Pemilu 2024 didominasi oleh kaum muda yang mana rata-rata intelek terhadap media sosial, peneliti ingin mengetahui apakah *website* Bijak Memilih dapat memenuhi kebutuhan informasi penggunanya. Oleh karena itu, fenomena tersebut diangkat dan dipilih judul “Hubungan Penilaian *Website* Bijak Memilih Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pemilih Pemula Pada Pemilu Tahun 2024”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan dalam dua bentuk, yakni rumusan masalah umum dan khusus. Berikut adalah deskripsi lebih lengkapnya.

1.2.1 Rumusan Masalah Umum

Rumusan masalah umum dalam penelitian ini adalah bagaimana hubungan penilaian *website* Bijak Memilih dengan pemenuhan kebutuhan informasi pemilih pemula pada pemilu tahun 2024?

1.2.2 Rumusan Masalah Khusus

- a. Bagaimana penilaian *website* Bijak Memilih oleh pemilih pemula pada pemilu tahun 2024?
- b. Bagaimana pemenuhan kebutuhan informasi pemilih pemula pada pemilu tahun 2024?

1.3 Tujuan Penelitian

Berikut adalah tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan.

1.3.1 Tujuan Umum

Untuk mengetahui bagaimana hubungan penilaian *website* Bijak Memilih dengan pemenuhan kebutuhan informasi pemilih pemula pada pemilu tahun 2024.

1.3.2 Tujuan Khusus

- a. Untuk mengetahui penilaian *website* Bijak Memilih oleh pemilih pemula pada pemilu tahun 2024.
- b. Untuk mengetahui pemenuhan kebutuhan informasi pemilih pemula pada pemilu tahun 2024.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pemanfaatan media *online* sebagai alat untuk meningkatkan literasi politik. Selain itu, memberikan wawasan baru tentang peran dan dampak media *online* dalam proses pemilu.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini menjadi salah satu bentuk implementasi ilmu, pengetahuan, dan pengalaman akademik yang didapatkan selama belajar di Program Studi Perpustakaan dan Sain Informasi, sekaligus memberikan kontribusi nyata terhadap pengembangan penelitian di bidang kebutuhan informasi.

b. Bagi Website Bijak Memilih

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan bahwa terdapat berbagai aspek kebutuhan informasi yang digunakan pemilih dalam mencari informasi pada suatu *website*. Hal ini memberikan rekomendasi terkait perbaikan atau pengembangan fitur-fitur pada *website* agar lebih efektif dan efisien dalam menyediakan informasi.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi untuk meneliti yang berkaitan tentang media *online* dan kebutuhan informasi.

1.5 Struktur Organisasi Penelitian

Struktur organisasi pada penelitian ini terdiri dari lima bab yang tersusun secara sistematis, yaitu:

BAB I Pendahuluan, yakni memuat uraian mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Kajian Pustaka, yakni berisi landasan teori yang mendukung pembahasan pada permasalahan penelitian ini, dan penjabaran kerangka berpikir.

BAB III Metode Penelitian, yakni menjelaskan sistematika metode penelitian, karakteristik responden, teknik pengambilan sampel, instrumen yang digunakan, prosedur pelaksanaan, dan metode analisis data.

BAB IV Hasil dan Pembahasan, yakni menyajikan temuan penelitian berdasarkan analisis data serta membahas hasil data untuk menjawab rumusan masalah.

BAB V Simpulan, Implikasi, dan Rekomendasi, yakni merangkum hasil penelitian, menguraikan makna temuan, serta memberikan saran praktis dan arahan untuk penelitian selanjutnya.