



Persepsi Pemilih Pemula Terhadap Situs “Bijak Memilih” sebagai Sumber Informasi Pemilu 2024

Perception of First-Time Voters Towards the "Bijak Memilih" Website as a Source of Information for the 2024

Friska Lestari Samosir^{1*}, Windri Saifudin²

¹²Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya, Indonesia
frisklestari@gmail.com, windri.saifudin.ilkom@upnjatim.ac.id

Abstrak

Penyebaran informasi Pemilu 2024 menjadi lebih cepat dan mudah diakses berkat hadirnya media digital. Media digital seringkali digunakan sebagai media penyebaran informasi politik, kampanye, serta informasi-informasi terkait Pemilu 2024. Melalui media digital, informasi bisa disebarluaskan secara cepat, tanpa terbatas jarak, ruang, dan waktu. Cepatnya penyebaran informasi tersebut didukung juga pada karakter *user generated content* (UGC) yang memungkinkan para pengguna mampu memproduksi, mendistribusikan, serta mengonsumsi informasi di media digital secara bebas. Kebebasan sering dimanfaatkan untuk mempengaruhi dan mengubah opini publik. Hal ini dilakukan melalui informasi yang tidak dapat dipertanggungjawabkan, seperti menjatuhkan salah satu pasangan calon atau menyebarkan berita bohong. Untuk mengantisipasi munculnya informasi-informasi yang keliru, situs “Bijak Memilih” berupaya memberikan informasi yang netral, edukasi politik terkait kandidat, partai politik, dan isu-isu yang relevan untuk membuat keputusan di Pemilu 2024. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi pemilih pemula terutama Generasi Z terhadap situs “Bijak Memilih” sebagai sumber informasi Pemilu 2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif, data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan studi literatur. Analisis dalam penelitian ini menggunakan teori Persepsi oleh Bernard Barelson yang terdiri atas tiga tahap, yaitu sensasi, atensi, dan interpretasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi pemilih pemula terhadap situs “Bijak Memilih” dapat digunakan sebagai sumber informasi dan edukasi. Informasi ini turut mendukung pemilih pemula saat membuat keputusan dalam Pemilu 2024.

Kata kunci: Edukasi Politik; Pemilih Pemula; Pemilu; Persepsi

Abstract

The spread of information about the 2024 election has become faster and more accessible thanks to digital media. Digital media is often used as a platform to spread political information, campaigns, and other election-related information. Through digital media, information can be shared quickly, without being limited by distance, space, or time. The rapid spread of information is also supported by the user-generated content (UGC) feature, which allows users to freely create, distribute, and consume information on digital platforms. This freedom is often used to influence and change public opinion. This is done through unreliable information, such as discrediting a candidate or spreading fake news. To prevent the spread of incorrect information, the "Bijak Memilih" website strives to provide neutral information and political education related to candidates, political parties, and relevant issues to help make decisions in the 2024 election. This

study aims to understand the perceptions of first-time voters, especially Generation Z, towards the "Bijak Memilih" website as a source of information for the 2024 election. This research uses a qualitative approach with a descriptive type, and data is collected through interviews, observations, and literature studies. The analysis in this study uses Bernard Barelson's Perception theory, which consists of three stages: sensation, attention, and interpretation. The research results show that first-time voters perceive the "Bijak Memilih" website as a reliable source of information and education. This information helps first-time voters when making decisions in the 2024 election.

Keywords: Political Education; First-Time Voters; Election; Perception

I. PENDAHULUAN

Penelitian ini berfokus pada bagaimana persepsi pemilih pemula terhadap situs "Bijak Memilih" sebagai sumber informasi Pemilu 2024. Pemilihan umum (pemilu) merupakan sarana perebutan kekuasaan yang sah dalam negara berdemokrasi. Pemilu menjadi ajang pendelegasian kekuatan oleh rakyat yang digunakan negara untuk mengisi jabatan politik di pemerintah mulai dari tingkat legislatif, eksekutif, dan yudikatif (Paputungan & Datuela, 2023). Proses ini sesuai dengan prinsip kedaulatan rakyat yang menegaskan bahwa keputusan dan kekuasaan berada di tangan rakyat dan dilaksanakan berdasarkan Undang-Undang Dasar dan Pancasila (Kamaludin et al., 2022).

Untuk mempengaruhi pemilih dalam proses pengambilan keputusan, kandidat melakukan proses kampanye (Fatimah, 2018). Dalam proses kampanye, media berperan signifikan sebagai saluran komunikasi yang bertujuan menyebarkan pesan kampanye kepada khalayak. Berdasarkan *Undang-Undang No. 7 Tahun 2017* Pasal 275 ayat (1) menyebutkan bahwa pelaksanaan kampanye dalam pemilu dilakukan dengan berbagai cara, seperti pemasangan alat peraga di tempat umum, media sosial, media cetak, media elektronik, dan internet. Namun, pelaksanaan kampanye dengan pemasangan umbul-umbul, spanduk di badan jalan, poster dan baliho, serta orasi langsung mulai ditinggalkan (Alifiyani, 2018). Seiring dengan perkembangan teknologi dan komunikasi, kampanye yang dulu dilakukan secara konvensional sekarang beralih dengan memaksimalkan media digital.

Menurut Sofyan dan Toriq (2018) media digital merupakan semua jenis konten berupa teks, audio, gambar, video, dan grafik yang dapat dikirim melalui internet atau jaringan komputer. Melalui media digital, informasi dapat menyebar secara cepat, tanpa batasan jarak, ruang, dan waktu. Cepatnya penyebaran informasi ini turut didukung adanya karakter *user generated content* (UGC) yang memungkinkan para pengguna membentuk partisipasi yang lebih luas dan bebas (Sarkawi, 2016). Karakter *user generated content* (UGC) memungkinkan para pengguna dapat memproduksi, mendistribusikan, serta mengonsumsi informasi di media digital secara bebas. Kebebasan tersebut seringkali dimanfaatkan untuk mempengaruhi dan membentuk opini publik melalui informasi-informasi yang tidak dapat dipertanggungjawabkan.

Penggunaan *user generated content* (UGC) dalam media digital akhirnya disalahgunakan untuk menyebarkan kebohongan secara anonim. Media digital

yang semula membuka ruang berdialog dan menyuarakan pendapat (*freedom of speech*) justru beralih mendorong untuk menyebarkan pesan yang mengandung kebencian dan intoleransi (*freedom to hate*). Kondisi ini mempercepat peningkatan berita bohong dan ujaran kebencian selama proses pemilu berlangsung (Gunawan & Ratmono, 2021). Sementara itu, Saifudin (2020) menjelaskan bahwa penyebaran berita bohong dan ujaran kebencian turut didukung oleh keterlibatan pengguna anonim yang memanfaatkan kepercayaan publik sebagai konsumen berita bohong. Publik dalam hal ini turut serta memperluas penyebaran berita bohong dengan meneruskan kembali berita palsu yang mereka terima.

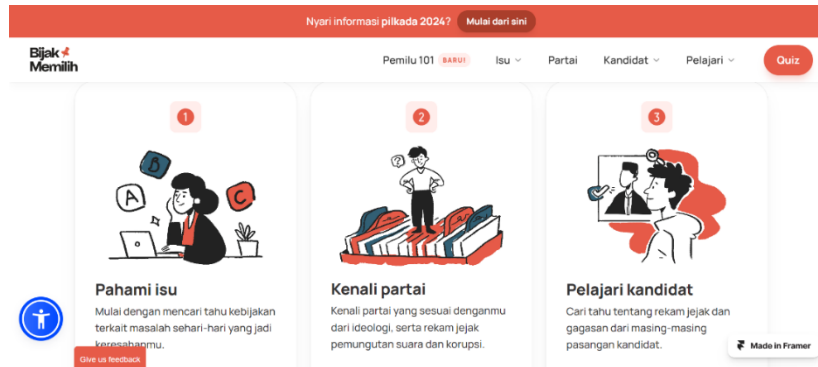
Melimpahnya sajian berita bohong dan ujaran kebencian ini juga berkaitan dengan saturasi media. Menurut (Pahlevi & Ginting, 2020) saturasi media merujuk pada kondisi di mana khalayak kesulitan dalam mengelola atau membedakan antara informasi yang benar dan tidak. Mereka tidak dapat mengimbangi kemampuan persebaran informasi yang cepat di media digital dengan kualitas informasi yang baik. Akibatnya berita bohong selama musim pemilu tidak dapat dihindarkan. Selama masa kampanye Pemilu 2024 yang berlangsung sejak 28 November 2023 hingga 11 Januari 2024, Kominfo mencatat telah menghapus sebanyak 51 konten hoaks dan menerbitkan sebanyak 175 klarifikasi (Rri.co.id, 2024).

Keadaan tersebut berdampak langsung bagi para pemilih dalam Pemilu 2024. Kebohongan di kalangan aktor politik telah menciptakan ketidakpercayaan (*distrust*) dan ketidakpastian (*uncertainty*) terhadap berbagai informasi yang ada di media. Hal ini kemudian mempengaruhi bagaimana pemilih dalam mengonsumsi informasi. Mereka cenderung mencari informasi secara mandiri dan subjektif, artinya informasi yang akan mereka terima harus menyesuaikan kebutuhan, keinginan, dan keyakinan diri mereka. Kondisi ini dikenal dengan era *post-truth*, yaitu masa di mana orang menerima pendapat dan gagasan dengan berlandaskan emosi atau keyakinan daripada mengedepankan fakta yang sifatnya objektif (OxfordLearnersDictionaries.com).

Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan kemampuan literasi media di kalangan masyarakat. Menurut (Maqruf, 2021) literasi media atau *media literacy* merupakan keterampilan dan pemahaman khalayak yang lebih kritis dalam menganalisis rancangan teks media menurut perspektif pembuatnya untuk mempengaruhi khalayak. Dalam konteks pemilu, urgensi literasi media ini perlu didukung dengan literasi politik. Menurut Rahayu et al. (2018) mendefinisikan literasi politik (*political literacy*) sebagai pemahaman mendasar seputar konflik, kebijakan, peraturan-peraturan, persetujuan, dan pengetahuan tentang memperoleh informasi politik yang valid. Sehubungan dengan hal ini, situs "Bijak Memilih" memainkan peran penting dalam literasi politik.

Bijak Memilih merupakan platform yang bergerak di bidang pendidikan politik dan kebijakan publik independen yang bertujuan mengakomodasi berbagai komunikasi untuk mendorong partisipasi masyarakat yang berkualitas dalam proses demokrasi. Bijak Memilih sebagai platform edukasi politik menyediakan

akses informasi, terkait isu-isu, partai politik, dan kandidat presiden yang relevan dalam proses pengambilan keputusan di Pemilu 2024. Gerakan ini dipelopori oleh Think Policy dan What Is Up Indonesia? (WIUI). Gambar 1 Bijak Memilih sendiri dapat diakses melalui berbagai platform, seperti Instagram, TikTok, YouTube, Twitter, dan *website*.



Gambar 1. Situs "Bijak Memilih"

Kehadiran Bijak Memilih merupakan wujud dari kekhawatiran akan Pemilu 2024 yang didominasi pemilihnya datang dari generasi muda. Menurut Komisi Pemilihan Umum (KPU, 2024), dari total 204.807.2022 pemilih dalam Pemilu 2024, sekitar 55% atau 114 juta di antaranya berasal dari Generasi Z dan Generasi Milenial. Angka tersebut mengakibatkan Generasi Z dan Generasi Milenial dipandang sebagai aset berharga yang dapat mempengaruhi hasil akhir perolehan suara dalam pemilu. Generasi muda merupakan sekadar angka yang dapat dikonversi menjadi suara (Heryanto, 2018).

Pemilih pemula cenderung memiliki pengetahuan yang minim. Pemilih muda dianggap belum memiliki kerangka berpikir yang solid dalam pemilu menjadikan mereka terombang-ambing. Hal ini sejalan dengan definisi pemilih pemula (*first time voters*) yang merujuk pada warga negara yang baru pertama kali memenuhi syarat sebagai pemilih dalam pelaksanaan pemilihan umum sebagaimana diatur dalam perundang-undangan (Pitria et al., 2023). Pemilih pemula juga identik dengan sebutan swing voters di mana mereka membuat pilihan yang berubah-ubah menyesuaikan dengan tingkat kesukaan, penerimaan, popularitas, dan keterpilihan partai di antara kalangan muda itu sendiri (Heryanto, 2018).

Penelitian ini bermaksud ingin mengetahui bagaimana persepsi pemilih pemula terhadap situs "Bijak Memilih" sebagai sumber informasi politik di pemilu 2024, khususnya dalam pemilihan presiden. Menurut Rakhmat (2012) persepsi merupakan proses internal yang mempengaruhi bagaimana seseorang memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan sehingga mempengaruhi bagaimana ia memberikan respons dan berperilaku. Pada penelitian ini, persepsi merujuk pada bagaimana pemilih pemula menentukan, memahami, dan merespons informasi politik yang mereka terima melalui situs "Bijak Memilih".

Penelitian mengenai persepsi sudah banyak dilakukan, salah satunya penelitian yang dilakukan Herning Suryo dan Haryo Kusumo Aji Tahun (2020) dalam jurnal Ilmu Pemerintahan. Penelitian tersebut mengkaji persepsi pemilih pemula dalam menerima pesan politik pada Pemilu 2019 yang dikaji dalam aspek-aspek, seperti motif, faktor eksternal, nilai-nilai yang dianut, pengalaman, kebudayaan, dan pengharapan. Namun, pembahasan pada penelitian persepsi pemilih pemula terhadap situs “Bijak Memilih” tidak hanya berupaya menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi mereka, tetapi juga mengungkapkan bagaimana persepsi yang terbentuk dari pemilih pemula.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono (dalam Aulia & Ritonga, 2024) penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang berfokus pada pemahaman dan penjelasan suatu fenomena yang didasarkan pada filsafat tertentu. Pada penelitian ini, peneliti akan mengidentifikasi secara jelas untuk memperoleh pemahaman mendalam dari seputar pengalaman, perilaku, motivasi, tindakan, hingga persepsi dalam konteks yang alamiah. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* untuk menentukan informan, di mana informan akan ditentukan secara selektif berdasarkan tujuan dan kebutuhan penelitian (Pujileksono, 2015). Penelitian ini memiliki kriteria informan, di antaranya memenuhi syarat sebagai daftar pemilih tetap (DPT) pada Pemilu 2024, pemilih pemula dengan rentang usia 17-21 tahun, berpartisipasi dalam memberikan hak suara di Pemilu 2024, serta mengetahui situs “Bijak Memilih”. Untuk pengumpulan data, penelitian ini menggunakan beberapa teknik, yaitu wawancara mendalam (*in-depth interview*), observasi, dan studi literatur. Setelah data terkumpul, analisis dilakukan menggunakan teknik analisis data menurut Miles dan Huberman (Sugiyono, 2016). Penelitian ini diawali dengan mengumpulkan data mentah yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi. Peneliti akan melakukan reduksi data dengan menyaring, memilih, dan merangkum informasi yang relevan. Setelah melalui reduksi, data yang relevan tersebut akan disajikan secara sistematis untuk memudahkan analisis lebih lanjut ke dalam narasi teks. Peneliti kemudian akan mengidentifikasi pola dan hubungan antara desain, aksesibilitas, dan konten situs “Bijak Memilih” terhadap persepsi pemilih pemula. Pada akhirnya, penelitian ini dapat memperoleh kesimpulan akhir yang menjawab rumusan masalah, yaitu bagaimana persepsi pemilih pemula terhadap situs “Bijak Memilih” sebagai sumber informasi Pemilu 2024.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Media Digital sebagai Sumber Informasi Pemilih Pemula

Pelaksanaan pemilihan umum (pemilu) melibatkan partisipasi luas dari berbagai lapisan masyarakat Indonesia, termasuk Generasi Z sebagai bagian dari pemilih pemula. Menurut Rohim dan Wardana (2019), generasi muda cenderung

menunjukkan sikap skeptis terhadap proses politik dan efektivitas pemilu. Mereka memiliki persepsi, pemikiran, kemauan, dan keyakinan tersendiri terhadap pemilu. Kebutuhan informasi dalam situasi ini menjadi hal penting untuk mendukung proses pengambilan keputusan saat Pemilu 2024.

Aktivitas Generasi Z dalam mengakses informasi pemilu menunjukkan kecenderungan yang lebih besar ke arah digital. Generasi ini memiliki ketergantungan terhadap internet dalam kesehariannya. Menurut Hasanuddin Ali dari Alvara Research (dalam Noor, 2023) ketergantungan Generasi Z terhadap internet telah menyentuh angka 93,9 persen. Ketergantungan tersebut mencerminkan pola konsumsi informasi oleh Generasi Z yang lebih cepat dan mudah. Mereka cenderung menjadikan media *online* sebagai sumber utama untuk mendapatkan informasi yang relevan.

Media online adalah seluruh bentuk media yang dapat diakses dan dikonsumsi melalui internet (Arpandi, 2023). Media *online* menawarkan berbagai pilihan format, mulai dari teks, gambar, audio, hingga video yang memungkinkan informasi lebih interaktif dan mudah dipahami. Media ini mencakup berbagai platform, seperti *website* atau portal berita, platform unggah video seperti YouTube dan TikTok, media sosial, platform berbasis audio seperti *podcast*, serta buku digital *atau e-book*. Berdasarkan pengalaman informan sendiri, mereka banyak mencari dan menemukan informasi seputar pemilu melalui media sosial dan portal berita.

Penggunaan media sosial dan portal berita dalam hal ini memberikan kemudahan akses Informasi yang beragam, di antaranya persentase pemilih dalam Pemilu 2024, rekam jejak, visi-misi, program kerja, dan hasil survei perolehan suara dari masing-masing pasangan calon presiden dan wakil presiden. Informan juga mencari informasi tentang hasil Keputusan Mahkamah Konstitusi terkait batasan usia calon presiden dan wakil presiden yang ramai diperdebatkan. Selain informasi seputar pemilu, informan mengaku tertarik dengan analisis isu-isu strategis terkait arah kebijakan masing-masing kandidat, seperti pendidikan, ekonomi, kesehatan, serta rencana pemindahan Ibu Kota Nusantara (IKN).

Penggunaan media online sebagai sumber informasi oleh Generasi Z turut diperkuat oleh peralihan aktivitas pemilu ke dunia digital. Peralihan ini ditandai dengan semakin banyaknya aktivitas kampanye dan sosialisasi pemilu yang dilakukan secara online. Menurut Ma'aruf dan Putra (2019) menyebutkan Presiden Jokowi sebelumnya pernah memanfaatkan media sosial Instagram dalam membentuk citra dirinya di Pemilu 2019. Penelitian ini menemukan bahwa Generasi Z sebagai penerima pesan memperoleh pemahaman yang cermat terhadap konten yang dibagikan. Pemahaman ini bersumber dari penyajian konten yang tidak hanya menarik, tetapi juga menggunakan bahasa yang jelas dan mudah dipahami.

Penggunaan media *online* dalam proses pemilu selanjutnya juga dimanfaatkan Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) sebagai sarana pendidikan politik (Berlian et al., 2023). Strategi Bawaslu dalam memberikan pendidikan

politik berorientasi pada ranah fungsi pengawasan dan pencegahan. Sebagaimana tertuang dalam (*UU No. 7 Tahun 2017*, n.d.) Pasal 101, tugas dan wewenang Bawaslu untuk menjalankan langkah pencegahan dan aksi penindakan di tingkat kabupaten/kota.

Penggunaan media *online* dengan ini memungkinkan adanya personalisasi dalam penyampaian informasi. Menurut Majid dan Andrian (2023) menjelaskan penyampaian pesan politik harus selalu relevan dengan target audiens yang dituju. Untuk menyusun pesan yang efektif, audiens akan dibagi berdasarkan segmen usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, serta status ekonomi dan budaya di wilayah tertentu. Setiap segmen ini akan membentuk pendekatan politik berbeda yang diwujudkan ke dalam penyajian konten.

Menurut Majid dan Andrian (2023) pemilih pemula cenderung menunjukkan ketertarikan terhadap konten politik yang memadukan elemen kreatif serta penggunaan bahasa yang sederhana. Pesan yang disampaikan juga harus menghibur agar tidak membosankan mengingat kompleksitas pemilu menurut pandangan mereka. Akun media informasional dalam hal ini tidak hanya berperan sebagai sumber informasi dan hiburan, tetapi juga memiliki kemampuan untuk menangkap dan menyebarkan tren terkini hingga menjadi viral (Prajarto et al., 2019).

Viralitas konten yang dihasilkan ini selanjutnya berdampak pada keterlibatan Generasi Z yang lebih jauh dalam bermedia. Ketika sebuah konten menjadi viral, Generasi Z cenderung terdorong untuk ikut serta dalam diskusi, berbagi, atau bahkan berkontribusi menciptakan konten serupa. Aktivitas ini sejalan dengan teori kognisi sosial yang mengungkapkan bahwa pengguna media akan memberikan respons terhadap informasi yang mereka anggap menarik atau bermanfaat. Viralitas dalam hal ini telah memperkuat daya jangkau informasi yang disampaikan sehingga mampu mempengaruhi opini publik secara luas.

Kecenderungan pemilih pemula yang tertarik pada elemen kreatif dalam konten politik ini turut diwujudkan melalui kehadiran situs “Bijak Memilih”. Situs ini berupaya memberikan ragam konten yang mudah diakses. Penggunaan situs “Bijak Memilih” mempengaruhi bagaimana informan menerima dan memproses rangsangan informasi, seperti visual, tekstual, dan multimedia. Proses ini memiliki kaitan erat dengan tahap awal pembentukan persepsi, yaitu sensasi. Menurut Bernard Barelson, sensasi terjadi ketika seseorang menerima rangsangan melalui panca indra sebagai reseptor yang menghubungkan ke otak (Sobur, 2014). Tahap sensasi dalam hal ini terjadi ketika informan pertama kali mengetahui atau mengenal situs “Bijak Memilih”.

Proses informan dalam memperoleh informasi di situs “Bijak Memilih” ini melibatkan perantara platform media sosial. Media sosial menjadi penghubung bagi informan untuk mengetahui situs “Bijak Memilih. Hal ini sejalan dengan perilaku pencarian informasi mereka yang cenderung memanfaatkan media *online* sebagai sumber utama.

Proses informan dalam memperoleh informasi pemilu memanfaatkan kekuatan jaringan sosial untuk memperluas jangkauan dan visibilitas penyebaran

informasi. Menurut Ardha (2014), media sosial menjadi ruang bebas yang memungkinkan aktivitas dua arah sehingga pengguna dapat saling bertukar informasi dan melakukan kolaborasi, baik secara teks, visual, dan audiovisual. Media sosial dilengkapi dengan fitur-fitur interaktif dan algoritma yang canggih sehingga mampu menghubungkan orang-orang dengan konten pemilu yang relevan bagi mereka. Aktivitas ini memiliki kaitan erat dengan karakter media sosial itu sendiri, yaitu jaringan (*network*) antar pengguna, informasi (*information*), interaksi (*interactivity*), konten oleh pengguna (*user generated content*), dan penyebaran (*share / sharing*).

Media sosial juga memberikan informan pengalaman lebih mendalam sehubungan dengan proses mengenal situs “Bijak Memilih”. Informan mengungkapkan bahwa terdapat keterlibatan seorang *influencer* yang ia ikuti di Instagram, yaitu Abigail Limuria sebagai salah satu tokoh penting di balik pendirian Bijak Memilih. Melalui akun pribadinya @abigailimuria, Abigail membagikan momen penyelenggaraan Festival Pemilu yang menjadi puncak kampanye Bijak Memilih.

Postingan oleh *influencer* dalam hal ini bertindak sebagai rangsangan awal yang memperkenalkan informan kepada situs “Bijak Memilih”. Menurut Siagian dan Kurnia (2023) *influencer* merupakan orang-orang yang menggunakan platform media sosial dengan banyak massa atau audiens. *Influencer* memiliki kekuatan sebagai pemimpin opini dalam topik tertentu untuk mempengaruhi keputusan dan persepsi audiens terhadap barang atau jasa tertentu. *Influencer* dalam hal ini telah mendorong kesadaran merek (*brand awareness*) informan terhadap situs “Bijak Memilih”. Sebagaimana dijelaskan oleh Durianto (dalam Siagian & Kurnia, 2023) bahwa kesadaran merek atau *brand awareness* merupakan kemampuan calon konsumen untuk mengenal dan mengingat suatu merek, serta sejauh mana skala pengetahuan mereka terhadap merek tersebut.

Keseluruhan proses informan dalam memperoleh informasi di situs “Bijak Memilih” ini menunjukkan keterlibatan rangsangan yang dominan berasal dari indra penglihatan. Pemilih pemula memberikan respons terhadap rangsangan visual yang dipengaruhi tampilan desain pada *website*. Tampilan yang dibuat sederhana dan intuitif memudahkan pengguna untuk menangkap informasi dengan cepat dan mudah.

Informan menyoroti aspek tampilan antarmuka pengguna (UI) dan pengalaman pengguna (UX) di situs “Bijak Memilih”. Informan mengaku tertarik dengan pemilihan palet warna dan penggunaan ikon yang terkesan menyenangkan. Proses navigasi yang sederhana seperti *scrolling* juga berperan dalam memudahkan informan memilih bagian yang menarik perhatian dan meningkatkan kenyamanan mereka dalam mengakses informasi. Keberadaan UI/UX menunjukkan preferensi Generasi Z dalam menggunakan media yang tidak terbatas untuk sekadar memperoleh informasi, tetapi juga menarik secara visual dan mampu memberikan pengalaman mendalam.

Menurut Reynaldi dan Setiyawati (2022) *User Interface* (UI) atau antarmuka pengguna merupakan sebuah desain atau tampilan produk yang mencakup

bentuk, ukuran, warna dan tata letak suatu produk, sedangkan *User Experience* (UX) merupakan pengalaman yang dirasakan pengguna saat berinteraksi dengan produk yang mencakup unsur kegunaan, pengaruh kegunaan, dan permasalahan yang dialami. Penggunaan UI dalam situs “Bijak Memilih” terlihat pada desain visual, seperti tampilan halaman, warna, *font*, ikon, dan penyusunan tata letak. Penggunaan UI lainnya juga ditunjukkan pada fitur navigasi, seperti menu dan *hyperlink* yang mudah diakses. Penggunaan UX dalam situs “Bijak Memilih” sendiri merujuk pada kemudahan alur informasi dan navigasi yang rasional, kepuasan pengguna terhadap konten yang disajikan, aksesibilitas bebas hambatan, serta kecepatan kinerja yang responsif.

Selain rangsangan penglihatan, informan juga menangkap rangsangan pendengaran yang didapat dari konten Bijak Memilih di Instagram. Informan mengaku bahwa semula ia merasa terkejut mendapati ada platform yang berani mengangkat topik politik tanpa keberpihakan pada pihak tertentu. Unggahan tersebut memicu rasa ingin tahu dan mendorong informan untuk membuka situs “Bijak Memilih”. Rangsangan pendengaran dalam hal ini memperkuat pesan yang disampaikan dan membantu informan mengingat informasi lebih tajam.

Terdapat hubungan erat antara rangsangan yang diterima informan dengan persepsi awal terhadap situs “Bijak Memilih”. Informan yang mengawali pengalamannya melalui rangsangan penglihatan cenderung memperhatikan tampilan dan navigasi *website*. Sementara rangsangan lain yang diterima indra pendengaran melalui unggahan konten Instagram turut mendukung pembentukan persepsi awal yang berkesan terhadap situs “Bijak Memilih”. Perbedaan rangsangan ini menunjukkan kemampuan sensorik yang berbeda oleh setiap informan.

Preferensi Pemilih Pemula dalam Mengakses Informasi di Situs “Bijak Memilih”

Pelaksanaan Pemilu 2024 menemui tantangan dan peluang bagi pemilih pemula yang akan menggunakan hak suaranya untuk pertama kalinya. Kemajuan teknologi dan komunikasi telah memunculkan disrupsi informasi sehingga berdampak pada meningkatnya jumlah berita bohong, berita palsu, dan ujaran kebencian di berbagai platform dengan basis internet. Sebaliknya peluang besar juga muncul ditandai keberagaman sumber informasi alternatif yang dapat digunakan pemilih pemula dari Generasi Z.

Generasi Z cenderung lebih akrab dengan penggunaan teknologi dan media sosial yang telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari mereka. Kebiasaan ini membuat mereka memusatkan perhatian pada jenis informasi yang dinilai relevan dan penting sehingga menciptakan preferensi tertentu. Menurut Audina dan Wahyutama (2023) preferensi sumber informasi pemilu dapat berpengaruh terhadap pembentukan pengetahuan, sikap, perilaku dalam partisipasi politik, serta keputusan memilih. Perilaku ini sekaligus mempengaruhi bagaimana Generasi Z berinteraksi dengan informasi politik dan pemilu. Situs “Bijak Memilih”

dalam hal ini berfungsi sebagai pilihan sumber informasi yang komprehensif terkait proses pemilu.

Aktivitas informan dalam menggunakan situs “Bijak Memilih” dengan melibatkan pemusatan perhatian telah menunjukkan terjadinya tahap atensi untuk membentuk persepsi. Bernard Barelson (Sobur, 2014) mendefinisikan atensi sebagai proses yang terjadi ketika seseorang mengarahkan perhatian terhadap suatu peristiwa atau rangsangan. Proses atensi dalam hal ini terjadi ketika informan memfokuskan diri terhadap salah satu alat indra yang menerima rangsangan.

Menurut (Rakhmat, 2012) terdapat dua faktor yang berperan dalam menarik dan mempengaruhi atensi (perhatian), yaitu faktor penarik eksternal dan faktor penaruh internal. Faktor penarik eksternal merujuk pada faktor situasional, yaitu faktor yang menjelaskan bagaimana stimulus diperhatikan karena memiliki sifat-sifat yang menonjol. Faktor penarik perhatian eksternal pada situs “Bijak Memilih” mencakup berbagai elemen yang dirancang untuk menarik perhatian informan agar menggunakan situs sebagai sumber informasi, seperti gerakan, intensitas stimulus, kebaruan, dan perulangan.

Aspek gerakan merujuk pada stimulus yang berubah-ubah atau bergerak, cenderung menonjol, dan menarik perhatian lebih (Rakhmat, 2012). Aspek gerakan pada situs “Bijak Memilih” ditunjukkan pada rancangan desain *website* yang memanfaatkan teknologi *motion graphics*. Menurut Nabila dan Thohari (2019) *motion graphics* merupakan gabungan antara ilustrasi, tipografi, fotografi, dan videografi dengan menggunakan teknik animasi atau bagian dari *design graphics*. Penggunaan *motion graphics* dalam situs “Bijak Memilih” terlihat pada efek *pop up* dari objek gambar dan teks yang responsif terhadap kursor yang digerakkan. Penggunaan *motion graphics* ini bertujuan agar objek atau informasi yang dibagikan dapat tersampaikan dengan lebih dinamis dan menarik.

Selain aspek gerakan, informan juga dipengaruhi aspek intensitas stimulus yang merujuk pada stimulus yang lebih kuat atau intens diterima (Rakhmat, 2012). Aspek intensitas stimulus mengacu pada pemilihan palet warna pada situs “Bijak Memilih”, yaitu warna putih, merah, hitam, dan biru tua. Menurut Swasty dan Utama (2017) secara objektif atau fisik, warna merupakan karakteristik cahaya yang diukur berdasarkan panjang gelombang yang dipancarkan. Sementara secara subjektif atau psikologis, warna merupakan pengalaman yang dirasakan oleh indra penglihatan dan berhubungan dengan persepsi individu.

Penggunaan warna pada *website* menjadi salah satu faktor yang mendorong daya tarik visual dan reaksi subjektif yang timbul dalam waktu 50 milidetik. Ketika sebuah *website* menerapkan kombinasi warna yang harmonis, susunan warna yang dihasilkan dapat menciptakan identitas melalui palet warna dan keseimbangan visual yang membuat informan merasakan hubungan emosional dengan situs “Bijak Memilih”. Pemilihan warna yang menarik ini sekaligus menjadi penanda atas bagian-bagian penting dari konten, tombol navigasi, dan elemen interaktif lainnya yang ada di situs.

Faktor penarik perhatian eksternal juga dipengaruhi aspek kebaruan. Aspek ini merujuk pada stimulus yang sifatnya baru atau unik sehingga dapat menarik lebih banyak perhatian karena dirasa berbeda dari pengalaman sebelumnya (Rakhmat, 2012). Aspek kebaruan dalam situs “Bijak Memilih” ditunjukkan pada keragaman informasi yang mampu menjadi jawaban atas kebingungan yang dirasakan anak-anak muda seperti informasi partai secara detail. Informasi ini, meliputi afiliasi politik, anggota, dan rekam jejak partai. Selain informasi partai, informan juga menemukan kebaruan dari informasi berisi gagasan masing-masing kandidat yang membantu mereka melakukan perbandingan berdasarkan kepedulian kandidat terhadap isu-isu tertentu. Kedua informasi ini merupakan hal yang baru di mana informan cenderung menemukan sumber informasi yang hanya terbatas pada profil singkat dari kandidat yang tengah mencalonkan diri.

Faktor penarik perhatian eksternal lainnya juga ditunjukkan pada aspek perulangan. Aspek perulangan dalam hal ini merujuk pada informasi yang disajikan secara berulang sehingga memperkuat pemahaman dan perhatian informan. Dalam pengalamannya, informan mengaku mengakses situs “Bijak Memilih” berulang kali untuk memperoleh rangkuman debat dari ketiga pasangan calon presiden dan wakil presiden. Selain rangkuman debat, aspek perulangan juga terjadi saat informan menemukan cuplikan video yang membutuhkan konfirmasi lebih lanjut.

Perulangan dalam hal ini memuat sugesti yang mempengaruhi alam bawah sadar informan. Informan mengaku tidak mengikuti Bijak Memilih di media sosial manapun sehingga pembaruan informasi yang ada di situs “Bijak Memilih” tidak muncul di beranda mereka. Mereka secara sengaja dan sukarela tetap mengunjungi situs “Bijak Memilih” untuk mengkonfirmasi kebenaran informasi yang sebelumnya atau pernah mereka temukan di media lain.

Setelah faktor-faktor eksternal, faktor lainnya yang berperan dalam mempengaruhi atensi adalah faktor internal penaruh perhatian. Faktor ini mempengaruhi bagaimana seseorang akan memilih, memproses, dan mempertahankan informasi yang diterima (Rakhmat, 2012). Bagian ini berfokus untuk menemukan motif-motif yang mendorong informan dalam menggunakan situs “Bijak Memilih” secara biologis dan sosiopsikologis.

Faktor biologis secara sederhana diartikan sebagai faktor yang bersumber dari kebutuhan biologis seseorang. Faktor ini memuat karakteristik, proses fisiologis, serta genetik individu yang mempengaruhi pembentukan persepsi. Faktor biologis pada situs “Bijak Memilih” merujuk pada alasan yang mendorong informan mengakses informasi yang dipengaruhi oleh kebutuhan informasi Pemilu 2024. Informan mengaku menjadi lebih teredukasi dan semakin yakin dalam membuat keputusan untuk menentukan calon kandidat yang sesuai dengan preferensi pribadinya. Proses ini sejalan dengan kebutuhan kognitif. Menurut Katz, Gurevitch, & Haas (dalam Riani, 2017) kebutuhan kognitif merupakan kebutuhan yang mendasari khalayak menggunakan media sebagai sarana untuk memperoleh informasi, pengetahuan, dan menambah pemahaman akan suatu hal.

Selain faktor biologis, informan juga dipengaruhi faktor sosiopsikologis, yaitu faktor yang bersumber dari keadaan emosional dalam diri. Faktor sosiopsikologis dalam situs “Bijak Memilih” mengacu pada alasan informan yang dipengaruhi oleh kepercayaan akan informasi Pemilu 2024 yang dibagikan. Informan dalam hal ini tidak hanya mengakses situs “Bijak Memilih” atas dasar informatif saja, melainkan juga berupaya memperoleh validasi bahwa informasi yang ia terima memiliki sumber yang berotoritas dan berintegritas. Proses ini merujuk pada kebutuhan personal integratif, yaitu kebutuhan menggunakan media yang didorong kebutuhan untuk meningkatkan kredibilitas, percaya diri, dan status (Riani, 2017).

Faktor sosiopsikologis lainnya juga terlihat dari kecenderungan informan mengakses informasi yang didorong oleh daya tarik visual dan estetika situs “Bijak Memilih”. Minat terhadap estetika menunjukkan bahwa informan memiliki preferensi visual yang kuat dan cenderung tertarik pada elemen desain yang indah atau menarik. Informan juga dapat meningkatkan citra diri mereka di mata orang lain ketika membagikan temuan mereka dari situs “Bijak Memilih” lalu mendiskusikannya dengan lingkungan mereka. Kecenderungan ini berkaitan dengan aktivitas eksplorasi yang dilandasi kesenangan dan kepuasan pribadi. Proses ini merujuk pada kebutuhan afektif, yaitu kebutuhan yang mendasari khalayak untuk memenuhi kebutuhan emosional, mendapatkan hiburan, serta pengalaman yang estetik (Riani, 2017).

Penggunaan Situs “Bijak Memilih” sebagai Media Penyampaian Informasi Pemilu

Kehadiran situs “Bijak Memilih” turut berkontribusi secara signifikan sebagai media penyampaian informasi pemilu. Penggunaan situs “Bijak Memilih” sebagai sumber informasi tidak terbatas hanya pada bagaimana informasi disajikan, tetapi juga tentang bagaimana informan menafsirkan dan memberikan makna pada informasi tersebut. Proses ini melibatkan tahap interpretasi, yaitu proses informan memaknai rangsangan atau pesan yang telah diterima melalui indra (Sobur, 2014). Interpretasi informan terhadap situs “Bijak Memilih” sebagai sumber informasi ini mencakup beberapa dimensi, seperti kemutakhiran, relevansi, dan kredibilitas (Lien et al., 2020).

Dimensi kemutakhiran merujuk pada waktu dan frekuensi pembaruan untuk memastikan informasi yang disajikan tetap *up to date* dengan perubahan terbaru (Lien et al., 2020). Kemutakhiran dalam situs “Bijak Memilih” tercermin pada pembaruan konten secara berkala. Salah satu konten yang secara konsisten diperbarui pada situs “Bijak Memilih”, yaitu rangkuman debat ketiga pasangan calon presiden dan wakil presiden.

Penilaian kemutakhiran lainnya juga dapat dilihat pada respons tanggap terhadap peristiwa terbaru, seperti perkembangan kebijakan atau isu-isu yang muncul. Namun, penilaian kemutakhiran Bijak Memilih dalam hal ini justru lebih banyak memanfaatkan platform media sosial daripada *website*. Menurut Audina dan Wahyutama (2023) menjelaskan bahwa media sosial seringkali digunakan untuk merespons isu-isu yang beredar secara *real-time* dengan disertai

pembaruan segera dan relevan kepada khalayak yang lebih besar. Media sosial Bijak Memilih dalam hal ini lebih mampu menyebarkan informasi dengan lebih cepat dan luas, sedangkan pembaruan di situs memerlukan interval waktu tertentu. Adanya integrasi platform media sosial ini memperkuat strategi penyebaran informasi yang baru dan relevan.

Selain kemutakhiran, penggunaan sumber informasi juga mengedepankan dimensi relevansi. Menurut Lien et al. (2020) relevansi berkaitan dengan kesesuaian dan pentingnya informasi terhadap kepentingan pengguna. Penilaian relevansi pada situs “Bijak Memilih” terbagi atas dua bagian, yaitu tampilan dan isi konten.

Tampilan sebuah *website* tentu memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman pengguna yang memuaskan. Informan menunjukkan respons terhadap elemen-elemen emosional, seperti desain antarmuka (UI) yang *seamless*. UI semacam ini mengutamakan pengalaman pengguna yang lancar dan tidak terputus, seperti navigasi yang memudahkan pengguna berpindah antar halaman atau fitur, efek transisi dan animasi yang memberikan umpan balik visual tampak halus saat berpindah-pindah, interaksi minimalis dengan meminimalkan jumlah klik atau gerakan yang diperlukan saat mengakses informasi, serta desain yang terlihat bersih dan sederhana untuk menghindari elemen yang mengganggu fokus pengguna. Penggunaan UI *seamless* ini sejalan dengan kecenderungan Generasi Z yang lebih menghargai efisiensi dan fungsionalitas dibandingkan desain yang kompleks atau berlebihan (Putra, 2024).

Selain visual, penilaian relevansi juga mengacu pada isi konten atau kualitas informasi yang disajikan situs “Bijak Memilih”. Menurut Pudjihardjo dan Wijaya (2015) nilai informasi terbagi atas tiga karakteristik penting, yaitu akurat, ketepatan waktu, kelengkapan, dan kesesuaian. Akurat dalam situs “Bijak Memilih” merujuk pada informasi yang dibagikan memiliki ketepatan fakta dan kenyataan yang ada. Adapun ketepatan waktu merujuk pada upaya situs yang memastikan pengguna tidak kehilangan kesempatan untuk berpartisipasi dalam pemilu melalui penyediaan informasi, seperti Simulasi hari pemilu, bagaimana cara terdaftar sebagai pemilih tetap, serta panduan untuk mencari tahu lokasi pemilihan.

Kualitas informasi selanjutnya mencakup aspek kelengkapan yang merujuk pada seluruh kebutuhan informan atas informasi. Informasi ini terbagi atas tiga komponen utama yang diawali informasi umum untuk memahami konteks pemilu, pendalaman pemilu yang memberikan wawasan lebih terkait siapa saja yang peserta dalam Pemilu 2024, serta informasi seputar pelaksanaan pemilu yang berisikan tata cara dan prosedur yang berkaitan dengan proses pemungutan suara. Kualitas informasi selanjutnya juga mencakup aspek kesesuaian. Informan melihat situs “Bijak Memilih” mampu menyajikan informasi berisikan isu-isu yang relevan dengan kehidupan anak muda secara sederhana. Informasi ini membantu informan memahami konsep-konsep pemilu yang kompleks, tetapi informan justru menyoroti informasi pasca pemilu di situs “Bijak Memilih”. Akibatnya

informan mengaku perlu mengakses sumber informasi selain situs “Bijak Memilih”.

Penggunaan situs “Bijak Memilih” juga mengacu pada dimensi kredibilitas yang merujuk pada sejauh mana informasi dapat dipercaya (Lien et al., 2020). Dimensi ini turut memperlengkapi dimensi sebelumnya untuk melihat kedalaman sumber informasi situs “Bijak Memilih”. Informan mengungkapkan bahwa situs “Bijak Memilih” telah menjadi sumber informasi yang terpercaya melalui dukungan data-data yang lengkap dan proses penyuntingan yang melibatkan para ahli. Informan juga menyoroti perjalanan Bijak Memilih yang beroperasi sejak tahun 2023 dan telah meraih berbagai penghargaan turut memperkuat dimensi kredibilitas ini.

Aspek kredibilitas dalam situs “Bijak Memilih” ini turut menemukan adanya perbedaan pendekatan yang dilakukan informan dalam memverifikasi informasi yang mereka peroleh. Sebagian informan mengaku secara aktif melakukan pengecekan silang terhadap informasi di situs “Bijak Memilih” dengan sumber lainnya, sedangkan sebagian lain mengaku menerima informasi dengan cara yang lebih pasif tanpa melakukan pemeriksaan silang.

Peran Situs “Bijak Memilih” dalam Pendidikan Politik

Situs “Bijak Memilih” sebagai media penyedia informasi turut memainkan peran penting dalam pendidikan politik. Menurut Rohim dan Wardana (2019) menjelaskan bahwa pendidikan politik bertujuan memberikan pengetahuan, kesadaran, nilai, sikap, orientasi, dan menumbuhkan partisipasi dalam politik. Pendidikan politik diharapkan dapat menjadi sarana memperoleh pemahaman yang komprehensif.

Peran situs “Bijak Memilih” dalam memenuhi tanggung jawab pendidikan politik ini memunculkan beragam persepsi. Menurut Rakhmat (2012) persepsi merupakan pengalaman dalam diri seseorang terhadap suatu objek, kejadian, atau hubungan yang terbentuk dengan menyimpulkan informasi atau memaknai pesan. Persepsi terhadap situs “Bijak Memilih” dengan ini mengacu pada bagaimana informan menyerap, menafsirkan, menilai, lalu mengintegrasikan informasi yang mereka terima ke dalam pengetahuan dan keputusan mereka dalam pemilu.

Secara umum, persepsi informan terhadap situs “Bijak Memilih” sebagai sumber informasi cenderung positif. Informan melihat bahwa situs ini mampu menyediakan informasi yang lengkap dan netral mengenai berbagai aspek, seperti kandidat, partai politik, dan isu-isu yang relevan. Informasi ini kemudian membuka ruang diskusi di lingkungan sosial sehingga informan tidak hanya menjadi khalayak pasif informasi, tetapi juga aktif memperluas jangkauan dan pengaruh situs “Bijak Memilih”.

Persepsi positif situs “Bijak Memilih” sebagai sumber informasi ini kemudian mempengaruhi pandangan informan terhadap pemilu. Informan mengaku tidak lagi melihat pemilu sebagai hal yang jauh dari kehidupan mereka, tetapi telah menjadi hal yang relevan dan penting. Situs “Bijak Memilih” dengan ini turut

menumbuhkan kesadaran dan kepedulian informan memahami pentingnya pemilu. Kesadaran ini kemudian mendorong partisipasi aktif informan dalam memberikan hak suaranya saat hari pemilihan berlangsung. Partisipasi aktif ini sekaligus menunjukkan bahwa informan memahami peran dan tanggung jawab sebagai warga negara yang baik. Menurut Julian (2023) partisipasi pemilih dapat menjadi tolak ukur penilaian kesuksesan pelaksanaan pemilihan umum.

Situs “Bijak Memilih” selanjutnya membantu informan membuat keputusan yang berkualitas dan dapat dipertanggungjawabkan. Informan sebagai pemilih yang baru pertama kali terlibat dalam proses pemilihan cenderung memiliki ketidaktahuan terhadap politik praktis. Ketidaktahuan ini berorientasi pada pemikiran yang kurang rasional dan keputusan yang condong pada kepentingan jangka pendek atau opini sementara (Wahid et al., 2020). Sebagian informan mengaku penggunaan situs “Bijak Memilih” sebagai sumber informasi berdampak signifikan terhadap keputusan memilih mereka.

Sementara sebagian informan lain justru berpendapat bahwa mereka tidak merasakan dampak tersebut. Informan dengan kondisi ini mengaku telah memiliki pandangan politik yang jelas didukung lingkungan sosial. Mereka juga merasa situs ini belum cukup kuat untuk menjadi kebutuhan utama dalam persiapan menghadapi Pemilu 2024 disebabkan keterbatasan waktu akses yang relatif singkat. Berdasarkan pengalamannya, informan baru mulai mengetahui dan mengakses situs “Bijak Memilih” mendekati hari pemilihan sehingga situs ini belum mampu membentuk kebiasaan atau ketergantungan.

Situs “Bijak Memilih” selanjutnya berperan dalam meningkatkan minat informan mendalami bidang politik. Menurut informan, situs “Bijak Memilih” yang mengeksplorasi isu-isu serius dengan gaya penyampaian yang menyenangkan, tetapi tetap kritis ini telah membangkitkan rasa ingin tahu mereka terkait politik lebih jauh. Situs “Bijak Memilih” dengan ini turut berperan serta meningkatkan literasi politik di kalangan informan. Informan dapat menjadi anak muda yang lebih kritis dan siap berpartisipasi aktif dalam proses demokrasi lainnya.

Setelah mengetahui dampak positif terhadap penggunaan situs “Bijak Memilih” yang dijelaskan di atas, informan selanjutnya menyoroti perlunya peningkatan fitur pencarian (*search*). Fitur ini akan semakin memperlengkapi kemudahan akses informasi situs “Bijak Memilih” dari segi efisiensi waktu. Terlepas dari kekurangan tersebut, informan berharap semakin banyak platform edukasi lain setelah situs “Bijak Memilih”. Menurut informan, banyaknya platform edukasi yang ada dapat memperluas kesempatan anak muda untuk mendapatkan pengalaman belajar berbeda.

Selain sebagai sumber informasi, situs “Bijak Memilih” juga dipersepsikan sebagai hiburan atau rekreasi edukatif. Informan dalam hal ini sebenarnya tetap memandang situs “Bijak Memilih” sebagai sumber informasi yang baik secara keseluruhan. Namun, informan tidak merasakan dampak signifikan dari situs ini, baik terhadap perilaku maupun keputusan memilihnya. Informan cenderung melihat situs “Bijak Memilih” sebagai pengisi waktu luang untuk menambah wawasan.

Keseluruhan persepsi informan terhadap situs “Bijak Memilih” ini sangat dipengaruhi oleh kerangka rujukan (*frame of reference*) dan bidang pengalaman (*field of experience*) yang mereka miliki. Menurut Rakhmat (2012) dalam kegiatan komunikasi, kerangka rujukan mempengaruhi bagaimana orang memberi makna pada pesan yang diterimanya. Kerangka rujukan dan bidang pengalaman dalam hal ini merujuk pada faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi informan terhadap situs “Bijak Memilih”, di antaranya pengalaman, pengetahuan, dan lingkungan sosial.

Faktor pembentuk persepsi informan yang pertama didorong adanya pengalaman langsung. Informan mengaku berkesempatan menghadiri kampanye akbar ketiga kandidat di Surabaya. Informan sebagai seseorang yang aktif dalam proses politik tentu memiliki pengharapan yang tinggi terhadap kualitas dan relevansi informasi yang disajikan situs “Bijak Memilih”. Pengharapan ini turut mendukung pandangan kritis yang disampaikan informan terhadap penggunaan situs sebagai sumber informasi.

Selain pengalaman langsung, persepsi informan terhadap situs “Bijak Memilih” turut dipengaruhi pengalaman tidak langsung. Informan menjelaskan bahwa peran media digital selama proses Pemilu 2024 telah membentuk persepsi mereka, baik terhadap pemilu maupun situs “Bijak Memilih”. Penggunaan media digital ini sekaligus memberikan peluang lebih mendalam untuk memahami dan terlibat dalam proses pemilu.

Faktor yang mempengaruhi persepsi terhadap situs “Bijak Memilih” lainnya, yaitu pengetahuan. Informan dengan basis pendidikan hukum memiliki pengetahuan yang lebih luas atas mekanisme dan proses pemilu. Kondisi ini membuatnya dapat memahami dan mengapresiasi keseluruhan bidang politik lebih jauh dibandingkan informan lainnya. Akses pengetahuan yang berbeda inilah yang memunculkan pandangan berbeda dimana informan melihat situs “Bijak Memilih” sebagai media hiburan daripada sumber informasi yang ia andalkan. Sebaliknya, informan yang tidak memiliki akses basis pendidikan hukum justru memiliki pandangan berbeda. Keterbatasan pengetahuan yang dimiliki informan tersebut justru memperkuat pandangannya tentang pentingnya keberadaan situs “Bijak Memilih”. Informan mengaku terbantu dalam memahami konsep pemilu yang kompleks berkat kehadiran situs ini.

Faktor yang mempengaruhi persepsi terhadap situs “Bijak Memilih” selanjutnya adalah lingkungan sosial. Berdasarkan pengakuan informan, interaksi yang intens antara teman sebaya dalam konteks informal memungkinkan terjadinya pertukaran informasi dan pandangan politik yang lebih menarik dan relevan. Lingkungan sosial ini kemudian mendorong informan untuk lebih aktif mencari informasi atau mengenal situs “Bijak Memilih” itu sendiri.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis penelitian mengenai situs “Bijak Memilih” sebagai sumber informasi Pemilu 2024 menunjukkan persepsi pemilih pemula yang beragam. Persepsi pertama memandang situs “Bijak Memilih” dapat menjadi sumber

informasi utama yang bermanfaat dalam proses pemilu. Sementara persepsi kedua melihat situs “Bijak Memilih” bukan menjadi sumber informasi utama dalam proses Pemilu 2024. Informan dengan penilaian ini merasa penggunaan situs “Bijak Memilih” tidak dapat memenuhi kebutuhannya atas informasi sehingga masih membutuhkan sumber lain. Selain itu, informan juga menganggap situs “Bijak Memilih” cenderung sebagai media hiburan dan rekreasi. Penelitian ini selanjutnya juga menemukan perlunya penambahan fitur pencarian (*search*) pada situs “Bijak Memilih”. Fitur ini membuat pencarian informasi menjadi lebih cepat dan mudah sehingga dapat meningkatkan persepsi situs “Bijak Memilih” di kalangan pengguna yang semakin baik. Keseluruhan persepsi pemilih pemula terhadap situs “Bijak Memilih” ini tidak lepas dari pengaruh faktor kerangka rujukan dan bidang pengalaman, seperti pendidikan, pengalaman, dan lingkungan sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Alifiyani, N. (2018). MEDIA SOSIAL SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK. *Potret Pemikiran*, 22(2). <https://doi.org/10.4108/eai.22-7-2023.2335116>
- Ardha, B. (2014). Social Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 Di Indonesia. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(01), 105–120. <http://oreilly.com/web2/archive/>
- Arpandi. (2023). Media Online dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat pada Pemilihan Umum (Pemilu). *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial Dan Pengabdian Kepada Masyarakatan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 843–855. <https://doi.org/10.56832/edu.v3i1.293>
- Audina, Z., & Wahyutama. (2023). Media Sosial sebagai Preferensi Sumber Informasi Politik Generasi Milenial. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 16097–16105. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/8921>
- Aulia, M. P., & Ritonga, S. (2024). Pola Komunikasi Interpersonal Orang Tua Dan Anak Dalam Memahami Bahaya Gadget. *Hulondalo: Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Ilmu Komunikasi*, 3(2), 71–83.
- Berlian, M. F., Juwandi, R., & Bahrudin, F. A. (2023). Media dan Pendidikan Politik oleh Badan Pengawas Pemilu. *Journal of Civic Education*, 6(1), 14–20. <https://doi.org/10.24036/jce.v6i1.889>
- Fatimah, S. (2018). Kampanye sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu. *Resolusi: Jurnal Sosial Politik*, 1(1), 5–16. <https://doi.org/10.32699/resolusi.v1i1.154>
- Gunawan, B., & Ratmono, B. M. (2021). *Kebohongan di Dunia Maya*. Kepustakaan Populer Gramedia.
- Heryanto, G. G. (2018). *Media Komunikasi Politik*. IRCiSoD.
- Julian, F. P. (2023). Peningkatan Pemahaman Siswa Dalam Mendorong Partisipasi Pemilih Pemula Guna Menciptakan Masyarakat Sadar Politik. *KADARKUM: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 95. <https://doi.org/10.26623/kdrkm.v4i2.8003>

- Kamaludin, K., Arman, A., & Dunggio, S. (2022). Analisis Sinergi Eksekutif Dan Legislatif Dalam Penyusunan Peraturan Daerah Tentang APBD Di Kabupaten Kolaka Utara. *Hulondalo Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Ilmu Komunikasi*, 1(1), 01–17. <https://doi.org/10.59713/jipik.v1i1.16>
- KPU. (2024). *Daftar Pemilih Tetap (DPT) Pemilu 2024*. <https://www.kpu.go.id/berita/baca/11702/dpt-pemilu-2024-nasional-2048-juta-pemilih>
- Lien, D. A., Gunawan, A. W., Aruan, D. A., Kusuma, S., & Adriyanto, S. (2020). *Literasi Informasi: 7 Langkah Knowledge Management*. Penerbit Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.
- Ma'aruf, A. R. S., & Putra, D. K. S. (2019). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Personal Branding Joko Widodo Pada Pemilih Pemula Pemilu 2019. *Journal Acta Diurna*, 15(2), 1. <https://doi.org/10.20884/1.actadiurna.2019.15.2.2129>
- Majid, Moch. N., & Andrian, E. D. (2023). Strategi Komunikasi Politik Dalam Pemilihan Umum Di Era Digital. *PERSEPTIF: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(1), 53–61. <https://doi.org/10.62238/perseptifjurnalilmusosialdanhumaniora.v1i2.34>
- Maqruf, R. D. (2021). Bahaya Hoaks Dan Urgensi Literasi Media: Studi Pada Mafindo Solo Raya. *Academic Journal of Da'wa and Communication*, 1(1), 121–150. <https://doi.org/10.22515/ajdc.v1i1.3273>
- Nabila, N., & Thohari, A. H. (2019). Analisis Pemanfaatan Media Visual (Motion Graphics) Dalam Sosialisasi Aplikasi Pelayanan Perizinan Terpadu Satu Pintu (Ptsp) Online Di Batam. *Journal of Applied Multimedia and Networking*, 3(1), 13–17. <https://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JAMN/article/view/1351>
- Noor, R. Z. Z. (2023). *Buku Referensi Political Marketing Management 5.0*. Deepublish Publisher.
- OxfordLearnersDictionaries.com. (n.d.). *Post Truth adjective definition, pictures, pronunciation and usage notes*. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/post-truth?q=post+truth>
- Pahlevi, F., & Ginting, R. (2020). Literasi Media Mahasiswa Ilmu Komunikasi dalam Menggunakan Facebook. *Ettisal: Journal of Communication*, 5(1). <https://doi.org/10.21111/ejoc.v5i1.3947>
- Paputungan, R., & Datuela, A. (2023). Implementasi Peraturan KPU Tentang Penyelenggaraan Pemilihan Bupati Tahun 2020 di Kabupaten Bone Bolango. *Hulondalo Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Ilmu Komunikasi*, 1(2), 88–100. <https://doi.org/10.59713/jipik.v1i2.78>
- Pitria, E., Utari, D., Marseta, Y., Sari, M. T., & Pangestu, R. A. (2023). Peran Pemilih Pemula dalam Pemilu 2024. *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 3(3), 210–218. <https://doi.org/10.55606/kreatif.v3i3.2105>
- Prajarto, Y. A. N., Tania, S., & Purwaningtyas, M. P. F. (2019). Preferensi Informasi dan Perilaku Bermedia Warganet di Akun Instagram Media

- Informasi Selebritas. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 16(2), 191–208. <https://doi.org/10.24002/jik.v16i2.1805>
- Pudjihardjo, M. C., & Wijaya, H. (2015). Analisa Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, Dan Tampilan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Pemasaran Di Media Sosial (Studi Pada Pengguna Media Sosial Di Shapeharve) Maria. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 3(2), 364–379. [http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1238843&val=6506&title=Analisa Pengaruh Kepercayaan Kemudahan Kualitas Informasi Dan Tampilan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Pemasaran Di Media Sosial Studi Pada Pengguna Media Sosial](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1238843&val=6506&title=Analisa%20Pengaruh%20Kepercayaan%20Kemudahan%20Kualitas%20Informasi%20Dan%20Tampilan%20Produk%20Terhadap%20Keputusan%20Pembelian%20Melalui%20Pemasaran%20Di%20Media%20Sosial%20Studi%20Pada%20Pengguna%20Media%20Sosial)
- Pujileksono, S. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Intrans Publishing.
- Putra, D. A. (2024). Perancangan desain UI/UX website Artealogic sebagai media portofolio, produk, serta kampanye pentingnya branding dan bisnis bagi Generasi Z. *Jurnal Vicidi*, 14(1), 104–114. <https://doi.org/10.37715/vicidi.v14i1.4600>
- Rahayu, N. Q., Juanda, & Yusnianti, E. (2018). Melek Politik (Political Literacy) Pemilih Pemula Pada Pemilu Serentak 15 Februari 2017 Di kota Lhokseumawe (Studi Kasus Pada Sma/Smk Negeri Se Kota Lhokseumawe). *Prosiding Seminar Nasional ...*, 2(1), 71–78. <http://e-jurnal.pnl.ac.id/index.php/semnaspnl/article/view/797>
- Rakhmat, J. (2012). *Psikologi Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Reynaldi, V. K., & Setiyawati, N. (2022). Perancangan Ui/Ux Fitur Mentor on Demand Menggunakan Metode Design Thinking Pada Platform Pendidikan Teknologi. *JIPi (Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Pembelajaran Informatika)*, 7(3), 835–849. <https://doi.org/10.29100/jipi.v7i3.3109>
- Riani, N. (2017). Model Perilaku Pencarian Informasi Guna Memenuhi Kebutuhan Informasi (Studi Literatur). *Jurnal Publis*, 1(2), 14–20. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v3i3.2949>
- Rohim, M., & Wardana, A. (2019). Analisis Politik Milenial : Persepsi Siswa SMA Terhadap Dinamika Politik Pada PEMILU 2019 di Indonesia. *JIP (Jurnal Ilmu Pemerintahan) : Kajian Ilmu Pemerintahan Dan Politik Daerah*, 4(1), 47–63. <https://doi.org/10.24905/jip.4.1.2019.47-63>
- Rri.co.id. (2024). *Menkominfo: Puluhan Konten Hoaks Selama Pemilu Berhasil Dihapus*. <https://www.rri.co.id/pemilu/515041/menkominfo-puluhan-konten-hoaks-selama-pemilu-berhasil-dihapus>
- Saifudin, W. (2020). *Proses Gatekeeping Radio Suara Surabaya Dalam Menjaga Akurasi Berita Di Tengah Serbuan Hoax* [Universitas Airlangga]. <http://repository.unair.ac.id/id/eprint/97573>
- Sarkawi, D. (2016). Perubahan Sosial dan Budaya Akibat Media Sosial. *Jurnal Administrasi Kantor*, 4(2), 307–338. <https://media.neliti.com/media/publications/234422-perubahan-sosial-dan-budaya-akibat-media-15a199c9.pdf>

- Siagian, M. S., & Kurnia. (2023). Pengaruh Influencer terhadap Brand Awareness melalui Media Sosial. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 3(3), 972–983. <https://doi.org/10.29313/bcscm.v3i3.9612>
- Sobur, A. (2014). *Ensiklopedia Komunikasi p-z*. Simbiosis Rekatama Media.
- Sofyan, H., & Toriq, I. (2018). Peran Media Digital dalam Perkembangan Industri Kreatif. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 1, 676–681. <https://doi.org/10.55916/frima.v0i1.254>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.
- Suryo, H., & Aji, H. K. (2020). Media Sosial Dan Pesan Politik (Persepsi Pemilih Pemula Dalam Menerima Pesan Politik Pada Pemilihan Umum 2019 Melalui Media Sosial). *Research Fair Unisri*, 4(1). <https://doi.org/10.33061/rsfu.v4i1.3390>
- Swasty, W., & Utama, J. (2017). Warna sebagai Identitas Merek pada Website. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 3(01), 1–16. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v3i01.1294>
- UU No. 7 Tahun 2017. (n.d.). Retrieved April 25, 2024, from <https://peraturan.bpk.go.id/Details/39037/uu-no-10-tahun-2008>
- Wahid, U., Aminudin, A., Afdjani, H., Sumardi, E., & Rosita, R. (2020). Penyuluhan Partisipasi Politik Dan Sosial Media Bagi Pemilih Pemula Pemilukada 2020 Di Sekolah Menengah Atas (SMA) Islam Cikal Harapan 01 Serpong Tangerang Selatan. *Resona Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 96–116. <https://journal.stiem.ac.id/index.php/resona/article/view/585>