

PENGARUH LITERASI DIGITAL DAN INTENSITAS MENONTON CHANNEL YOUTUBE MALAKA PROJECT TERHADAP PEMEMUHAN KEBUTUHAN INFORMASI POLITIK

Mariska Alfianita¹, Emilianshah Banowo²,
Universitas Gunadarma¹, AKMRTV Jakarta²,
mariskaalfianita39@gmail.com¹, emilianshah@gmail.com²,

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi digital dan intensitas menonton *channel* Youtube Malaka terhadap pemenuhan kebutuhan informasi politik. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik survei dengan instrumen penelitian yaitu penyebaran kuesioner melalui Google Form dengan mengaplikasikan skala *Likert* dan menggunakan teori *uses and gratifications*. Sampel yang dioperasikan pada penelitian ini yaitu 400 responden dari *subscriber channel* Youtube Malaka dan penonton *channel* Youtube Malaka dengan menggunakan rumus *Slovin*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa literasi digital dan intensitas menonton *channel* Youtube Malaka berpengaruh secara signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi politik. Dengan nilai koefisien determinasi sejumlah 75,5% dan sisanya 24,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak ada dalam penelitian. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan literasi digital agar informasi yang diperoleh melalui media digital dapat dipahami dan dimanfaatkan secara optimal oleh audiens

Kata kunci: Literasi Digital, Intensitas Menonton, Pemenuhan Kebutuhan Informasi, Teori *Uses and Gratifications*, Youtube

PENDAHULUAN

Sejalan dengan perkembangan teknologi yang semakin hari sangat pesat dan cepat, memudahkan masyarakat dalam mencari dan memperoleh informasi, khususnya informasi politik. Internet sebagai salah satu teknologi modern yang membagikan dampak yang cukup signifikan bagi seseorang dalam mencari dan mengakses informasi secara digital. Hal ini dapat mendorong individu untuk melakukan literasi digital, yaitu individu mampu untuk memperoleh serta menyaring informasi-informasi secara fakta mengenai isu-isu politik secara kritis (Nurhaipah & Ramallah, 2024).

Dilansir dari We Are Social tahun 2025 pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan yaitu meraih 212 juta individu ataupun sebanding dengan 74,6% dari jumlah populasi yang ada di Indonesia, perihal ini mengindikasikan bahwasannya penggunaan media digital telah menyebar ke berbagai lapisan masyarakat. Dan pengguna media sosial aktif di Indonesia menggapai 143 juta populasi atau sebanding dengan 50,2% dari jumlah populasi di Indonesia, dengan rata – rata masyarakat Indonesia menghabiskan waktu dalam menggunakan internet berkisar 7 jam 22 menit, dan mayoritas menggunakan internet untuk mencari informasi yaitu sebesar 82,7%. Youtube tergolong satu di antara platform media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia setiap bulannya, yaitu rata-rata masyarakat Indonesia mengakses Youtube mencapai 209 kali setiap bulannya. Menurut Baskoro, Youtube merupakan situs website dengan video yang dapat diunduh, diunggah, dan dibagikan ke seluruh negara (Allo et al., 2023). Selain itu Youtube juga dapat digunakan oleh masyarakat untuk mencari informasi, salah satunya yaitu

informasi mengenai politik secara cepat dan tepat. Salah satu *channel* Youtube yang menyampaikan informasi politik secara cepat dan tepat yaitu *channel* Youtube Malaka Project. *Channel* Youtube Malaka Project ini merupakan *channel* Youtube yang menyajikan konten yang membahas tentang isu-isu politik secara mendalam dan relevan, dengan gaya penyampaian yang jelas dan mudah dimengerti oleh kalangan masyarakat luas.

Saat ini, banyak individu di Indonesia yang memanfaatkan platform digital untuk melakukan literasi untuk mencari dan memenuhi akan informasi yang dibutuhkan oleh setiap individunya (Rusdy, 2021). Menurut Gilster, literasi digital termasuk sebagai kemampuan guna menguasai dan memanfaatkan informasi dalam beragam jenis, hal ini mencakup lebih dari kemampuan membaca, tapi juga mencakup dengan makna dan memahami apa yang di baca oleh individu tersebut (Raharjo & Winarko, 2021). Dilansir dari Kealogi dan databoks.katadata.co.id Literasi digital di Indonesia menunjukkan adanya peningkatan setiap tahunnya yaitu pada tahun 2020 indeks literasi digital ada di posisi angka 3,46 dan pada tahun 2024 indeks literasi digital di Indonesia mencakup angka 3,78 dalam skala 5.

Mayoritas pelaku literasi digital adalah generasi Z yaitu sebesar 59,7%, sedangkan baby boomers menunjukkan indeks dalam literasi digital sebesar 28%. Meski demikian, dilansir dari CNBC Indonesia tingkat literasi digital Indonesia hanya sebesar 62% hal tersebut merupakan jumlah paling di bandingkan dengan beberapa negara ASEAN lainnya yang rata-rata menghasilkan 70%. Hal ini menjadi tantangan bahwa alaupun indeks literasi digital di Indonesia mengalami peningkatan, tetapi masih banyak masyarakat Indonesia rentan dengan adanya informasi-informasi yang tidak akurat atau hoaks (Amaly & Armiah, 2021).

Hasil survey yang diadakan oleh We Are Social juga menunjukkan bahwasannya masyarakat Indonesia menghabiskan waktunya untuk menonton Youtube setiap bulannya mencapai 29 jam 4 menit atau setiap harinya masyarakat Indonesia menonton tayangan Youtube selama 58 menit menggunakan android, dan dilansir dari Kompas.id masyarakat Indonesia dapat menghabiskan waktu dalam menonton Youtube selama 4 jam setiap harinya dengan menggunakan perangkat televisi. Hal ini menggambarkan bahwa intensitas menonton masyarakat Indonesia di platform digital salah satunya yaitu Youtube sangat tinggi. Dalam hal ini, lama waktu yang dihabiskan menunjukkan bahwa Youtube menjadi media yang cocok untuk memenuhi akan kebutuhan informasi masyarakat yang berbeda-beda. Maka, intensitas menonton dapat diartikan juga dengan tidak hanya melihat sebuah tayangan tetapi juga memperhatikannya dengan seksama. Tetapi dengan tingginya angka intensitas menonton tidak selalu masyarakat paham akan informasi yang disampaikan, karena banyak individu yang hanya menonton tayangan tetapi tidak melakukan pemahaman dengan benar.

Penelitian Ismail et al. (2024) menunjukkan bahwa adanya hubungan antara literasi digital dan pemenuhan kebutuhan informasi dalam konteks media sosial secara umum, namun belum ada penelitian yang mengaitkan secara khusus antara dua variabel yaitu variabel literasi digital dan intensitas menonton terhadap pemenuhan kebutuhan

informasi politik di platform media sosial Youtube, khususnya pada channel youtube Malaka. Atas dasar itu, penelitian ini berorientasi memenuhi kesenjangan atau kekosongan tersebut dengan meneliti sejauh mana literasi digital dan intensitas menonton dalam memenuhi kebutuhan informasi audiensnya.

Fenomena mengenai peningkatan literasi digital di Indonesia setiap tahunnya dan intensitas menonton Youtube mempunyai tingkat yang cukup tinggi di Indonesia. Tetapi tetap banyak masyarakat Indonesia yang belum mampu secara interpretatif untuk menyaring dan memahami informasi terutama informasi politik yang diterimanya. Karena, tingginya intensitas menonton dan mengakses Youtube tidak selalu dibarengi oleh tingkat literasi digital yang tinggi, oleh karena itu banyak masyarakat yang mengakses Youtube tetapi tidak menjamin dapat memenuhi kebutuhan informasi masyarakat mengenai politik secara objektif

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi

Kata komunikasi berasal dari kata *communio* yang dalam bahasa Inggris menjadi *communion* yang berartikan “pergaulan”, “persatuan” dan lain-lain. Dari kata tersebut dibentuk kata kerja yaitu *communicare* yang bermakna membagi sesuatu dengan seseorang. Kata *communicare* itu pada akhirnya ditetapkan kata kerja benda *communication*, atau dalam bahasa Inggris *communication* dan dalam bahasa Indonesia diterima menjadi komunikasi. Komunikasi merupakan bukan hanya sekedar menyampaikan informasi, tetapi komunikasi merupakan proses yang disengaja di mana individu (komunikator) mengirimkan pesan kepada individu lain (komunikan) dengan maksud tertentu, yaitu untuk mempengaruhi sikap atau perilaku penerima pesan tersebut. Hal ini dapat menunjukkan bahwa komunikasi memiliki peran dalam membentuk cara individu untuk berpikir, bertindak dan bersikap.

Komunikasi Politik

Komunikasi politik termasuk sebuah mekanisme di mana pesan politik diberitahukan dari satu pihak kepada pihak yang menerimanya, dengan tujuan mempengaruhi sikap, pendapat atau perilaku pihak yang menerimanya. Komunikasi politik merupakan bagian objek dari ilmu politik sebab pesan yang diinformasikan sepanjang proses komunikasi bersifat politik, khususnya yang berkaitan dengan kekuasaan politik negara dan pemerintahan, serta aktivitas komunikator sebagai kegiatan politik.

Menurut Nimoo, komunikasi politik mempunyai beberapa unsur, diantaranya yaitu komunikasi massa, Komunikator politik dapat menggunakan konsep komunikasi massa. Unsur selanjutnya yaitu pesan, pesan merujuk pada informasi atau materi tentang bagaimana negara menjaga kepentingan masyarakatnya. Selanjutnya terdapat unsur dalam komunikasi politik yaitu media. Dalam berjalannya komunikasi politik, para komunikator politik mengaplikasikan beragam saluran komunikasi politik dan komunikasi persusif politik yang mempunyai kemampuan dalam menembus semua lapisan masyarakat. Selanjutnya yaitu unsur khalayak komunikasi politik. Komunikasi

politik menggunakan istilah publik untuk mengacu pada semua orang yang andil dalam struktur politik negara. Secara khusus, kelompok ini meliputi seluruh pihak yang diikat dengan hukum oleh konstitusi dan undang-undang. Dan unsur yang terakhir yaitu, unsur efek yang dapat muncul dari komunikasi politik yaitu efek kognitif, yang dimana efek ini berkaitan dengan wawasan individu mengenai pesan yang diinformasikan, efek afektif, yang dimana efek ini berkaitan dengan penguasaan individu tentang pesan yang diberitahukan, dan efek yang terakhir yakni efek konatif, bahwasannya efek ini dapat merubah perilaku dan perilaku individu dalam menerapkan pesan komunikasi politik.

Media Sosial

Media sosial didefinisikan oleh Nasrullah sebagai medium di internet yang mempermudah orang berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi, dan menyusun kata sosial secara virtual (A Rafiq, 2020). Dalam menggunakan media sosial, setiap individu juga mendapat manfaat dari menggunakan media sosial diantaranya yaitu mendapatkan inspirasi, lebih kreatif, terhubung dengan semua orang menjadi lebih mudah, dapat menghilangkan hambatan komunikasi, dapat mencari tahu lebih mudah mengenai apa yang ingin diketahui oleh setiap individu (Yusuf et al., 2023).

Youtube

Menurut Baskoro, Youtube tergolong situs website dengan video yang bisa diunduh, diunggah, dan disebarluaskan ke seluruh negara (Allo et al., 2023). Youtube merupakan sebuah platform media sosial yang memungkinkan penyebaran video online dan menampilkan media audio visual, Youtube sangat diminati di komunitas anak-anak dan orang dewasa. Sekarang, Youtube termasuk satu diantara platform media digital yang populer untuk mencari informasi.

Youtube mempunyai beberapa karakteristik yang membuat masyarakat senang dalam menggunakan Youtube (Jabbar et al., 2022), diantaranya yaitu tidak ada batasan durasi untuk mengunggah video. Hal ini yang membedakan Youtube dengan sebagian aplikasi lainnya yang memiliki keterbatasan durasi minimal waktu. Karakteristik selanjutnya yaitu sistem pengamanan yang lebih akurat. Youtube membatasi penggunaannya dengan tidak memperbolehkan video yang mengandung SARA, ilegal dan akan memberikan pertanyaan konfirmasi sebelum mengunggah video, karakteristik selanjutnya yaitu berbayar. Menurut Theoldman, Youtube memberikan penawaran bagi siapapun yang mengunggah videonya dan mendapatkan minimal 1000 viewers penonton maka akan diberikan honorarium (Jabbar et al., 2022). Selanjutnya, karakteristik Youtube yaitu sistem offline, Youtube mempunyai fitur baru bagi para pengguna untuk menonton videonya yaitu sistem offline. Sistem ini memudahkan para pengguna untuk melihat videonya ketika offline tetapi sebelumnya video itu diharuskan didownload terlebih dahulu. Dan ciri yang terakhir yakni terdapat editor sederhana, pada menu awal mengunggah video, pengguna akan diajukan guna mengedit videonya terlebih dahulu. Menu yang ditawarkan diantaranya memangkas video, memilih warna ataupun memperbanyak efek transisi video.

Literasi Digital

Literasi digital sangat penting bagi masyarakat Indonesia, karena dengan melakukan literasi digital dengan benar, masyarakat Indonesia dapat menerima informasi secara fakta dan akurat serta dapat terhindar dari berbagai dampak negatif, seperti penyebaran hoaks, penipuan secara digital dan yang lainnya. Literasi digital merupakan kemampuan membaca atau menulis yang dilakukan secara digital atau yang bermediakan digital. Menurut Gilster, literasi digital diartikan sebagai kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dalam bermacam format (Raharjo & Winarko, 2021). Dijelaskannya juga bahwasannya literasi digital mencakup lebih dari hanya kemampuan membaca, tetapi literasi digital mencakup akan kemampuan membaca dengan makna dan memahami apa yang di bacanya, hal ini merupakan keterampilan inti dari literasi digital.

Dalam variabel literasi digital terdapat empat dimensi dari variabel literasi digital yang dikembangkan dari Jaringan Pegiat Literasi Digital (Japelidi) yang dikombinasikan dengan literasi model Lin, diantaranya yaitu, *Functional consuming* adalah kemampuan individu guna mengakses informasi dan mengerti makna ataupun arti mengenai informasi tersebut, *Functional prosuming* adalah menggambarkan kemampuan individu agar ikut serta dan mewujudkan konten media, *Critical consuming* adalah merujuk pada kemampuan individu dalam memahami isi media secara lebih mendalam, dan *Critical prosuming* adalah kemampuan individu untuk mengartikan isi pesan media secara kritis saat terlibat dan berinteraksi pada media digital (Muannas & Mansyur, 2020).

Intensitas Menonton

Intensitas adalah mengambil tindakan dengan sejumlah usaha tertentu pada waktu khusus (Ramadhan & Putri, 2024). Intensitas mengarah pada durasi seseorang menikmati acara ataupun program. Intensitas dalam kehidupan sehari-hari mencerminkan frekuensi seseorang melakukan sebuah tindakan, yang berhubungan dengan tingkat kegiatan individu, yakni intensitas itu sendiri (Ramadhan & Putri, 2024). Jadi, intensitas menonton diartikan tidak hanya menonton program, tetapi juga memberikan perhatian yang intens terhadap program tersebut.

Menurut Ajzen dalam variabel intensitas menonton terdapat empat dimensi dalam variabel ini, diantaranya yaitu frekuensi, frekuensi adalah seberapa sering publik menonton tayangan pertunjukkan (Ramadhan & Putri, 2024). Selanjutnya yaitu durasi, durasi adalah jumlah waktu yang dibutuhkan seseorang untuk melakukan perilaku target. Dimensi selanjutnya adalah perhatian, hal ini merujuk Ketertarikan seseorang terhadap objek tertentu yang menjadi tujuan tindakan. Dan dimensi yang terakhir ada penghayatan, hal ini merujuk pada Pada saat menonton acara, berarti individu memahami atau menyerap acara tersebut, ini kemudian digunakan sebagai informasi baru dan diakumulasikan sebagai pengetahuan bagi pihak-pihak yang terlibat.

Kebutuhan Informasi

Kebutuhan informasi muncul sebagai hasil dari keadaan yang tidak menentu yang terjadi karena ketidakselarasan (gap) dalam pengetahuan individu antara apa yang diketahui dengan apa yang individu butuhkan, sehingga individu harus mencari informasi untuk memenuhi kebutuhannya. Melalui internet dan platform media sosial, kebutuhan informasi dapat terpenuhi secara efisien dan efektif. Setiap manusia mempunyai ketidaktahuan akan pengetahuan dan informasi, oleh karena itu manusia berhak atas memperoleh kebutuhan informasi, sebab masing manusia memiliki keperluan informasi yang berlainan.

Menurut Guha, variabel kebutuhan informasi memiliki empat dimensi yaitu pendekatan kebutuhan informasi mutakhir (*current need approach*) yang mendorong individu guna tetap proaktif dalam mencari dan memperoleh data terbaru, sebab dorongan ini sering kali mendesak dan memengaruhi keputusan sehari-hari (Sutrisno et al., 2019). Berikutnya, pendekatan kebutuhan informasi rutin (*everyday need approach*) berfokus pada pencarian yang spesifik dan cepat, cocok untuk kebutuhan harian yang tidak rumit. Ada pula pendekatan kebutuhan informasi mendalam (*exhaustive need approach*) menekankan akurasi serta kelengkapan data, sehingga pengguna bisa menyelami topik secara menyeluruh tanpa celah. Terakhir, pendekatan kebutuhan informasi sekilas (*catching up need approach*) menawarkan ringkasan singkat namun jelas, ideal untuk sekadar mengejar kabar terbaru tanpa detail berlebih. Pendekatan-pendekatan ini membantu memahami bagaimana informasi dibutuhkan secara efektif di berbagai situasi.

Teori Uses and Gratifications

Teori Uses and Gratifications dikembangkan oleh Blumer dan Katz tepat tahun 1974 sebagai respons terhadap pendekatan sebelumnya yang menganggap audiens bersifat pasif dalam menerima pesan media. Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Elihu Katz, Jay G Blumer dan Michael Gurevitch. Dalam teori ini mengemukakan makna setiap individu secara aktif untuk mencari media serta isi media tersebut berguna untuk mencapai kepuasan atau hasil tertentu (Wakas & Wulage, 2021).

Teori ini berawal dari asumsi bahwa media bukanlah pihak yang mendominasi, melainkan hanya alat yang dimanfaatkan oleh pengguna untuk mencapai sesuatu yang individu inginkan. Blumer dan Katz menjelaskan bahwa individu tidak sekedar menerima informasi secara acak dari media, melainkan individu benar-benar memilih media tertentu berdasarkan alasan dan motivasi individu tersebut. Ada beberapa jenis kebutuhan yang mendorong individu mengaplikasikan media, seperti keinginan untuk mencari informasi (kognitif), mencari hiburan (afektif), membangun identitas diri, menjalin hubungan sosial, sampai sekedar menghilangkan rasa jenuh atau stres.

Teori Uses and Gratifications menyoroiti bagaimana audiens secara aktif memilih media untuk memenuhi kebutuhan pribadi mereka, dan teori ini didasari oleh lima asumsi utama (Wakas & Wulage, 2021). Asumsi pertama menyatakan bahwa khalayak dianggap aktif, yang berarti sebagian besar pengguna media massa diasumsikan memiliki tujuan spesifik dalam interaksi mereka dengan media. Asumsi kedua menekankan bahwa dalam proses komunikasi massa, inisiatif utama untuk menghubungkan pemenuhan kebutuhan

dengan pemilihan media justru berasal dari anggota khalayak itu sendiri. Selanjutnya, asumsi ketiga menunjukkan bahwa media massa harus bersaing dengan sumber informasi lain untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Asumsi keempat menjelaskan bahwa kebutuhan yang terpenuhi melalui media hanyalah sebagian dari spektrum kebutuhan manusia yang lebih luas, dan cara kebutuhan ini dipenuhi sangat bergantung pada perilaku khalayak yang bersangkutan. Asumsi kelima menyatakan bahwa banyak tujuan pemilihan media massa disimpulkan dari data yang diberikan oleh anggota khalayak, yang mengasumsikan bahwa orang cukup sadar untuk melaporkan minat dan motif mereka kepada institusi terkait; selain itu, penilaian nilai tentang bagaimana khalayak menghubungkan kebutuhan mereka dengan media atau konten tertentu sebaiknya ditunda. Teori ini telah diterapkan secara luas di berbagai bidang, mulai dari media tradisional seperti televisi, radio, dan surat kabar, hingga platform digital modern.

METODELOGI PENELITIAN

Penelitian ini mengoperasikan pendekatan kuantitatif dan menggunakan paradigma positivisme karena menguji secara statistik sejauh mana literasi digital dan intensitas menonton dapat mempengaruhi dalam kebutuhan informasi politik pada *channel* Youtube Malaka. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *subscriber channel* Youtube Malaka dengan mengambil sampel sebanyak 400 responden, dengan kriteria yaitu pengguna aktif media sosial Youtube yang berusia 17 – 41 tahun. Teknik pengambilan sampel ini dengan menggunakan metode *purposive sampling* dan dengan menggunakan rumus slovin.

HASIL DAN DISKUSI

Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antara suatu variabel independen (variabel bebas) dengan suatu variabel dependen (variabel terikat) (Sugiyono & Lestari, 2021).

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandarized Coefficients		Strandarized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constants)	13,792	1,947		7,085	,000
	X1	,295	,032	,376	9,319	,000
	X2	,544	,041	,541	13,407	,000

a. Dependent Variabel: Y

Sumber : Olahan Data Peneliti

Kesimpulannya adalah sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) memperoleh nilai 13,792 yang memiliki nilai positif, maka bisa dimaknai nilai tersebut memiliki pengaruh yang searah antara variabel bebas (independent) dengan variabel terikat (dependent)
2. Nilai b1X1 sebesar 0,295 yang memiliki arti bahwa literasi digital memiliki nilai positif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Hal ini menyatakan bahwa

semakin besar pengaruh literasi digital pada *channel* Youtube Malaka maka akan semakin meningkat pemenuhan kebutuhan informasi politik bagi para audiensnya.

3. Nilai b_2X_2 sebesar 0,544 yang memiliki arti bahwa intensitas menonton memiliki nilai positif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Hal ini menyatakan bahwa semakin besar pengaruh intensitas menonton pada *channel* Youtube Malaka maka akan semakin meningkat pemenuhan kebutuhan informasi politik bagi para audiensnya.

Uji T

Uji T diukur berguna mengetahui benarkah secara parsial atau individu variabel independen (variabel bebas) berpengaruh terhadap variabel dependen (variabel terikat). Dalam melakukan uji t yaitu membandingkan antara nilai t hitung dengan t tabel, jika nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel, maka hipotesis dapat diterima.

Tabel 7. Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandarized Coefficients		Strandarized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constants)	13,792	1,947		7,085	,000
	X1	,295	,032	,376	9,319	,000
	X2	,544	,041	,541	13,407	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Olahan Data Peneliti

Berlandaskan hasil Uji T (Parsial) yang sudah diukur di atas literasi digital dan intensitas menonton mempunyai pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi, karena nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel, yakni melebihi dari nilai 1,966 dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05. Untuk itu dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara literasi digital dan intensitas menonton terhadap pemenuhan kebutuhan informasi politik pada *channel* Youtube Malaka.

Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel independen (variabel bebas) secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi variabel dependen (variabel terikat) (Ghozali, 2018).

Tabel 8. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	19845,628	2	9922,814	616,502	,000 ^b
	Residual	6389,849	397	16,095		
	Total	26235,478	399			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Olahan Data Peneliti

Berlandaskan hasil uji F (Simultan) tersebut, menunjukkan hasil dari nilai F hitung sebesar 616,502, yang dimana hasil tersebut lebih besar dibandingkan nilai F tabel yaitu 3,02 dan nilai signifikansi dari Uji F yaitu 0,000, yang dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Literasi Digital (X1) dan Intensitas Menonton (X2) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi Politik (Y).

Uji Koefisien Determinasi

Menurut Ghazali (2018) koefisien determinasi secara mendasar menghitung seberapa jauh model mampu menjabarkan variabel dependen (variabel terikat).

Tabel 9 : Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,870 ^a	,756	,755	4,012

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Olahan Data peneliti

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi di atas, hasil dari pengujian tersebut menunjukkan hasil koefisien determinasi sebesar 0,755 atau apabila dipersentasekan sebesar 75,5% yang memiliki arti bahwa literasi digital (X1) dan intensitas menonton (X2) mempunyai pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi (Y) sebesar 75,5% dan sisanya sebesar 24,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak ada dalam penelitian.

Analisis Penelitian

Penelitian ini membahas tentang pengaruh literasi digital dan intensitas menonton *channel* Youtube Malaka terhadap pemenuhan kebutuhan informasi politik. Dalam variabel Literasi digital terdiri 4 dimensi, yakni *functional consuming*, *critical prosuming*, *functional prosuming* dan *critical consuming*, yang semua dimensi ini memiliki peran dalam pemenuhan kebutuhan informasi, selain itu variabel intensitas menonton juga berperan dalam pemenuhan kebutuhan informasi dengan terdapat empat dimensi, yaitu durasi, atensi, frekuensi, dan penghayatan.

Jumlah responden ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat tolerir sebesar 5% sehingga diperoleh 400 responden, dengan mayoritas responden yaitu perempuan sebesar 61,2% yang merupakan pelajar atau mahasiswa yang berusia muda dengan berbagai variasi latar belakang dan pendidikan. Instrumen yang digunakan terkonfirmasi valid dan reliabel dengan hasil uji validitas nilai *r*-hitung lebih besar dari nilai *r*-tabel dan nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,60.

Pada uji asumsi klasik membuktikan bahwa data memenuhi syarat untuk dilakukan analisis regresi linear berganda. Hasil analisis ini mengungkapkan bahwa literasi digital dan intensitas menonton secara simultan membagikan kontribusi yang

positif dan signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi politik, yang tercermin melalui persamaan regresi yang menggambarkan kedua variabel tersebut.

Pengujian hipotesis menegaskan bahwa setiap variabel independen memiliki pengaruh signifikan secara parsial, sementara pengaruh secara simultan sangat kuat karena nilai F hitung melebihi dibandingkan nilai F tabel. Nilai koefisien determinasi sebesar 75,5% yang menunjukkan bahwa mayoritas variabel pemenuhan kebutuhan informasi dapat dijelaskan oleh variabel literasi digital dan intensitas menonton, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak ada dalam penelitian.

Secara menyeluruh, penelitian ini menekankan bahwasannya kemampuan literasi digital yang memadai serta intensitas menonton yang tinggi menjadi faktor utama dalam mendukung individu untuk memenuhi kebutuhan informasi politik melalui *channel* Youtube Malaka.

Pembahasan

Penelitian ini berlandaskan pada teori *uses and gratifications*, dimana dalam teori ini individu yang menonton *channel* Youtube Malaka memiliki kebebasan untuk memilih sumber informasi yang sesuai dengan kebutuhan individu tersebut. Dalam hal ini, individu memanfaatkan Youtube sebagai media untuk memperoleh informasi khususnya terkait isu-isu politik. Individu yang menonton *channel* Youtube Malaka memilih dan menilai informasi berdasarkan tingkat literasi digital yang dimiliki serta intensitas menonton individu tersebut terhadap konten-konten yang disajikan oleh *channel* Youtube Malaka. Hal ini mendorong individu untuk membandingkan informasi yang diperoleh dari *channel* Youtube Malaka dengan sumber lain, sehingga dapat membentuk pola pikir dan pemahaman individu terkait berita atau isu politik yang ada. Keputusan untuk mempercayai informasi tersebut, serta kemudahan dalam mengakses dan memahami konten, menjadi faktor penting yang mempengaruhi sejauh mana individu dapat memenuhi kebutuhan akan informasinya.

Hasil ini dapat dijelaskan melalui asumsi yang ada pada teori *uses and gratifications*, yaitu asumsi pertama menjelaskan bahwa pengguna secara aktif mengambil sumber informasi yang relevan dengan kebutuhan dan preferensi individu tersebut. Dalam konteks penelitian ini, penonton *channel* Youtube Malaka dapat dikategorikan sebagai pengguna media yang aktif. Asumsi kedua dari teori *uses and gratifications* yaitu menyatakan bahwa pengguna media, dalam hal ini penonton *channel* Youtube Malaka, memiliki tujuan yang spesifik ketika menonton *channel* tersebut, seperti memperoleh pemahaman politik, mengikuti perkembangan isu politik terkini atau mendapatkan sudut pandang mengenai berita baru terkait peristiwa politik tersebut. Asumsi teori ketiga dari teori *uses and gratifications* adalah *channel* Youtube Malaka bersaing dengan *channel - channel* Youtube lain yang menyajikan konten yang serupa di aspek informasi politik. Dalam persaingan ini, kualitas literasi digital penonton berperan penting karena dapat mempengaruhi kemampuan individu dalam menilai, memilih, dan memahami informasi yang disajikan oleh *channel* Youtube Malaka. Asumsi keempat dari teori *uses and gratifications* adalah intensitas menonton dan penerimaan informasi

politik dari *channel* Youtube Malaka tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas kontennya saja, melainkan dengan konteks sosial penontonnya. Dan asumsi yang terakhir yaitu Asumsi terakhir dari *teori uses and gratifications* adalah kualitas dan dari *channel* Youtube Malaka dan kemampuan literasi digital bagi inidvidunya, akan dapat mempengaruhi sejauh mana kebutuhan informasi politik individu tersebut terpenuhi.

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan teori *uses and gratifications*, variabel literasi digital dan intensitas menonton *channel* Youtube Malaka memiliki peran penting dan saling melengkapi dalam memenuhi kebutuhan informasi politik bagi setiap individunya. Literasi digital memungkinkan individu untuk memahami, mengevaluasi informasi politik yang diterimanya, sehingga individu dapat membedakan mana informasi yang akurat, relevan dan berkredibel. Disamping itu, intensitas menonton yang tinggi dapat membaiukan peluang bagi individu guna memperoleh lebih banyak akan informasi politik, dan dapat memperdalam pemahaman mengenai isu-isu politik yang sedang terjadi. Variabel antara literasi digital dan intensitas menonton membuat individu tidak hanya mengonsumsi informasi secara pasif saja, melainkan juga aktif dalam memverifikasi dan membagikan informasi politik ke individu yang lain. Dalam teori *uses and gratifications*, kedua variabel ini dapat membantu inidvidu dalam memilih sumber informasi yang paling sesuai dengan kebutuhan dan tujuan individu tersebut, khususnya dalam konteks politik.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (Atmodjo, et all, 2024) yang mendeskripsikan bahwa literasi digital menguasai pengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi hiburan. Hal ini memperkuat argumen bahwa literasi digital termasuk komponen kunci dalam menentukan sejauh mana seseorang mampu memenuhi kebutuhannya akan informasi. Selain itu, penelitian ini tidak hanya menitikberatkan pada literasi digital, tetapi juga menambahkan variabel intensitas menonton, yang memberikan kontribusi baru dalam menjelaskan bagaimana frekuensi konsumsi konten politik dapat memengaruhi tingkat pemenuhan kebutuhan informasi politik masyarakat. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menguatkan temuan-temuan sebelumnya, tetapi juga mengisi kesenjangan penelitian dengan menambahkan perspektif baru terkait interaksi antara literasi digital, intensitas menonton, dan pemenuhan kebutuhan informasi politik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti yaitu bahwa penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk menguji pengaruh literasi digital dan intensitas menonton *channel* Youtube Malaka terhadap pemenuhan kebutuhan informasi politik. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh literasi digital dan intensitas menonton terhadap pemenuhan kebutuhan informasi politik. Literasi digital dan intensitas menonton mempunyai pengaruh sebesar 75,5% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Selain itu, dapat diintrepetasikan juga bahwasannya informasi politik yang disajikan oleh *channel* Youtube Malaka dapat memenuhi

kebutuhan informasi bagi audiens yang mengikutinya, sehingga dapat muncul persepsi atas media tersebut.

Saran

1. Untuk penelitian selanjutnya: penelitian selanjutnya menggunakan variabel tambahan yang dapat memengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi, dan penelitian berikutnya juga dapat diharapkan untuk memperluas objek penelitian dalam kanal Youtube politik lainnya atau media sosial lainnya.
2. Untuk pembuat Konten: disarankan untuk *channel* Youtube Malaka agar terus konsisten untuk menyajikan konten – konten politik yang lebih informatif, agar kebutuhan informasi audiens dapat terpenuhi dengan baik dan disarankan untuk *channel* Youtube Malaka apat membuat konten dengan durasi yang lebih efektif serta *channel* Youtube Malaka dapat menambahkan elemen visual atau menambahkan poin-poin penting di bagian awal konten agar audiens tertarik

REFERENSI

- A Rafiq. (2020). Dampak Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika*, 1(1).
- Allo, M. S. T., Onsu, R. R., & Tulung, L. E. (2023). Pengaruh Konten Youtube Cretivox Friends with Benefit Terhadap Perilaku Negatif Universitas Sam Ratulangi. *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS*, 13(1), 50–58. <https://doi.org/10.35797/jab.13.1.50-58>
- Amaly, N., & Armiah, A. (2021). Peran Kompetensi Literasi Digital Terhadap Konten Hoaks dalam Media Sosial. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 20(2), 43. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v20i2.6019>
- Ramadhan, F., & Putri, S. A. (2024). Pengaruh Intensitas Menonton Youtube Tonight Show terhadap Pengembangan Wawasan Mahasiswa Stikom Interstudi (Studi Variety Show). *Jurnal Komunikasi, Masyarakat Dan Keamanan*, 5(2), 93–116. <https://doi.org/10.31599/hd2e9046>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ismail, E., Atmodjo, J. T., & Rahman HI, A. (2024). LITERASI DIGITAAL PENGGUNA SOSIAL MEDIA LEMBAGA SENSOR FILM INDONESIA. *MediaKom : Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 13(2), 182. <https://doi.org/10.22441/mediakom.v13i2.24383>
- Jabbar, M. A., Kahar, F., & Wahyudin, W. (2022). Penggunaan Media YouTube dalam Meningkatkan Keterampilan Mendengar Bahasa Arab Kelas X MA Al-Ikhlas Labunti Raha Sulawesi Tenggara. *Education and Learning Journal*, 3(2), 108. <https://doi.org/10.33096/eljour.v3i2.176>
- Muannas, M., & Mansyur, M. (2020). Model Literasi Digital untuk Melawan Ujaran Kebencian di Media Sosial (Digital Literacy Model To Counter Hate Speech On Social Media). *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komunikasi*, 22(2), 125–142.
- Nurhaipah, T., & Ramallah, Z. (2024). LITERASI MEDIA DALAM MENANGKAL INFORMASI HOAKS JELANG KONTESTASI POLITIK 2024. *Indonesian Journal of Digital Public Relations (IJDPR)*, 2(2), 100. <https://doi.org/10.25124/ijdp.v2i2.6834>
- Raharjo, N. P., & Winarko, B. (2021). Analisis Tingkat Literasi Digital Generasi Milenial Kota Surabaya dalam Menanggulangi Penyebaran Hoaks. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 10(1), 33. <https://doi.org/10.31504/komunika.v10i1.3795>
- Rusdy, M. (2021). Pengaruh Literasi Digital Terhadap Pencegahan Informasi Hoaks pada Remaja di SMA Negeri 7 Kota Lhokseumawe. *Jurnal Pekommas*, 6(2), 77–84.

- Sugiyono, S., & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi(Kuantitatif, Kualitatif, dan Cara Mudah Menulis Artikel pada Jurnal Internasional)*. Alvabeta.
- Sutrisno, E., Astuti, I. D., & Rahmanto, A. N. (2019). The Communication of Cyber Public Relation (CPR) Bureaucracy in the Field of Social Media. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 6(3).
- Wakas, J. E., & Wulage, M. B. N. (2021). Analisis teori Uses and Gratification: Motif menonton konten firman Tuhan influencer Kristen pada media sosial TikTok. *Tepian: Jurnal Misiologi Dan Komunikasi Kristen*, 1(1), 25–44.
- Yusuf, F., Hardianto Rahman, Sitti Rahmi, & Angri Lismayani. (2023). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI, INFORMASI, DAN DOKUMENTASI: PENDIDIKAN DI MAJELIS TAKLIM ANNURSEJAHTERA. *JHP2M*, 2(1).