

## KREDIBILITAS SUMBER DAN PENGARUH AKUN INSTAGRAM @HERBYUSS TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN *FOLLOWERS* DALAM PENYAMPAIAN INFORMASI ATAU BERITA

Sakhira Rafa Aliyah <sup>1\*</sup>; Oki Achmad Ismail <sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Telkom , Bandung, Indonesia; shakiraraafaalyh@student.telkomuniversity.ac.id<sup>1</sup>;

okiaismail@telkomuniversity.ac.id<sup>2</sup>

\*Correspondence : shakiraraafaalyh@student.telkomuniversity.ac.id

### ABSTRAK

Penelitian ini menjelaskan bagaimana Kredibilitas Sumber Akun Instagram @herbyuss dan Pengaruhnya Terhadap Tingkat Kepercayaan *Followers* Dalam Penyampaian Informasi atau Berita. Percepatan informasi yang terjadi saat ini menyebabkan tantangan besar dalam mengendalikan informasi yang diterima oleh para pengguna media di internet menjadikan semakin sulitnya para pengguna media untuk membatasi atau memilah informasi. Dampak dari percepatan arus informasi tersebut memunculkan adanya akun-akun media sosial Instagram yang menyebarkan informasi atau berita terkini, hanya saja kredibilitas dari akun tersebut masih dipertanyakan dengan bentuk fenomena *Citizen Journalism*. Salah satu bentuk kegiatan atau aksi *Citizen Journalism* terdapat pada akun Instagram @herbyuss. Penelitian ini menggunakan Teori Kredibilitas Sumber (*Source Credibility Theory*). Peneliti menggunakan jenis penelitian dengan metode penelitian kuantitatif. Analisis data pada penelitian ini menggunakan uji analisis koefisien determinasi yang memperoleh persentase nilai  $r^2$  sebesar 50,7% menunjukkan kredibilitas akun instagram @herbyuss berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan *followers*. Pada Uji hipotesis T (parsial) memperoleh nilai  $t$  hitung sebesar 20,227 dengan tingkat signifikansi 0,05. Nilai nilai  $t$  hitung 20,227 >  $t$  tabel senilai 1,9659 dan nilai signifikan yang dinyatakan 0,000 < 0,05 hal tersebut membuktikan bahwa Kredibilitas Akun Instagram @herbyuss memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Tingkat Kepercayaan *Followers*.

### Kata kunci

*Citizen Journalism, Instagram, Kredibilitas, Tingkat Kepercayaan*

### ABSTRACT

This study explains the Influence of the Credibility of the Instagram Account @herbyuss on the Level of Followers' Trust in Delivering Information or Current News. The acceleration of information that is currently occurring causes a major challenge in controlling information received by media users on the internet, making it increasingly difficult for media information users to limit or sort. The impact of the acceleration of the flow of information has given rise to Instagram social media accounts that spread information or current news. One form of Citizen Journalism activity or action is on the Instagram account @herbyuss. This study uses Source Credibility Theory. Researchers use type of research with quantitative research method. In this study using the coefficient of determination obtained a percentage value of  $r^2$  of 50.7% indicating that the credibility of the Instagram account @herbyuss has an effect on the level of follower trust. The T hypothesis test (partial) obtained a  $t$  count value of 20.227 with a significance level of 0.05. The calculated  $t$  value is 20.227 >  $t$  table value is 1.9659 and the significant value stated is 0.000 < 0.05. this proves that the credibility of the @herbyuss Instagram account has a significant influence on level of follower trust.

### Keywords

*Citizen Journalism, Credibility, Instagram, Level of Trust*

## Pendahuluan

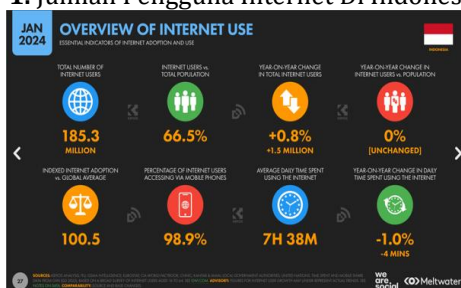
Pada era yang sangat berkembang ini, teknologi juga tumbuh beriringan mengikuti kemajuan zaman. Kemunculan internet yang telah menciptakan Media Baru dalam berkomunikasi antar manusia, juga menjadi sarana baru yang memudahkan pertukaran pesan. Internet merupakan salah satu komponen utama teknologi yang mempunyai potensi untuk mendorong interaksi sosial baru terhadap sesama manusia. Internet juga menjadi sarana dalam memudahkan penggunaannya untuk melakukan akses dimana saja dan kapan saja yang bertujuan untuk mempermudah kehidupan manusia dalam berkomunikasi, mencari dan memperoleh informasi atau berita. Sebagai bagian penting dari informasi atau berita yang tersebar di internet, hal tersebut juga tidak terlepas dari adanya kegiatan jurnalistik.

*Journalism* berasal dari kata “*journal*” yang memiliki arti merujuk pada catatan-catatan harian. Adapun menurut D. Adinegoro dalam (Daulay, 2016) menyatakan jurnalistik dapat dianggap sebagai salah satu keahlian menulis yang pada dasarnya memang bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat dengan cepat agar tersebar seluas-luasnya. Dengan adanya informasi ataupun berita yang dapat diperoleh di media secara *online* dengan mudah pada saat ini, informasi atau berita yang dihasilkan juga beragam.

Kebebasan pers diatur dalam UU No. 40 Tahun 1999, memungkinkan adanya akses yang lebih luas dan cepat terhadap berbagai informasi atau berita. Kebebasan pers juga dapat menimbulkan salah satu fenomena yakni *Citizen Journalism*. *Citizen Journalism* memiliki arti, warga negara atau masyarakat yang berpartisipasi aktif dalam proses pengumpulan, analisis, penyebaran informasi, atau berita. Warga tidak selalu memiliki latar belakang jurnalistik, tetapi mereka dapat berkontribusi dan berpartisipasi dalam penyampaian informasi menurut Kolodzy (2007) dalam (Pebriani et al, 2023). Seiring berjalannya waktu, *Citizen Journalism* semakin menemukan pola atau bentuk untuk keberlangsungannya dalam menyampaikan informasi atau berita kepada masyarakat. Namun, tindakan *Citizen Journalism* tidak selalu mengikuti kaidah-kaidah atau kode etik jurnalistik yang meningkatkan risiko penyebaran berita palsu (*hoax*) dan kebenarannya belum tentu dapat dipertanggungjawabkan.

Dengan kemunculan internet dan bagaimana internet mempengaruhi cara kita berkomunikasi dan mencari informasi, salah satu fenomena yang dapat terjadi yakni *Citizen Journalism* yang merupakan fokus dari penelitian ini.

Gambar 1. Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia (2024)



Sumber : (wearesocial.com, 2024)

Menurut laporan *We Are Social 2024* total jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat dalam satu dekade terakhir, mencapai 185 juta orang setara dengan 66,5% dari total penduduk Indonesia sebanyak 278,7 juta orang per awal tahun 2024.

Maraknya penggunaan internet oleh masyarakat untuk memudahkan pekerjaan dan mencari informasi telah menyebabkan peningkatan pengguna internet di Indonesia setiap tahun. Menurut pernyataan *We Are Social 2024* alasan utama masyarakat menggunakan internet adalah untuk mencari informasi (83,1%), berhubungan dengan teman dan saudara (70,9%), dan menemukan ide-ide baru (70,6%). Selain itu, 70,6% masyarakat menggunakan internet untuk mengisi waktu luang, 61,1% untuk mencari dan mengikuti berita terkini, dan lainnya untuk kesehatan, pekerjaan, dan pendidikan. Dengan demikian, peran utama internet adalah menghubungkan koneksi dari satu individu ke individu lainnya.

Masyarakat yang menggunakan internet untuk mencari informasi membuat peran media sebagai alat komunikasi massa sangat diperlukan. Media sosial merupakan bagian dari Media Baru yang membantu individu memperoleh dan menyampaikan informasi. Media sosial berbasis *online* memungkinkan masyarakat mendapatkan berbagai informasi dengan mudah (Wicaksana & Anggraini, 2023). Perkembangan internet yang cepat menimbulkan berbagai bentuk interaksi manusia, salah satunya adalah media sosial *online* yang memfasilitasi pertukaran informasi secara *real-time* sesuai waktu kejadian (Syifa et al., 2022). Media sosial memegang peran penting dalam pemenuhan kebutuhan informasi dan mendorong munculnya aplikasi media *online* yang memberikan pengalaman terbaik lewat fitur-fitur yang tersedia.

Instagram adalah salah satu media sosial yang kerap digunakan oleh masyarakat. Menurut data pengguna media sosial laporan *We Are Social* pada 2024 aplikasi media sosial Instagram menempati posisi kedua terbanyak dengan persentase pengguna sebanyak 85,3% diikuti Facebook 81,6% dan Tiktok 73,5%. Instagram memungkinkan pengguna meningkatkan kreativitas melalui fitur-fitur yang tersedia, berbagi gambar atau video, serta mengirim pesan langsung. Indonesia merupakan negara dengan pengguna aplikasi media sosial Instagram terbanyak keempat di dunia, dengan 106 juta pengguna per April 2023 dilansir dari tautan *upgraded.id* pada Februari 2024. Menurut Atmoko (2012) dalam (Fadia & Ismail, 2023) Instagram adalah *platform* jejaring sosial yang mirip dengan Twitter, dengan tujuan utama memberikan informasi kepada pengguna lain. Fitur *caption* di Instagram memungkinkan pengguna menyampaikan pesan lebih jelas melalui gambar yang diunggah, menjadikannya media yang efektif dan efisien untuk memenuhi kebutuhan komunikasi dan informasi sehari-hari.

Instagram tidak hanya digunakan untuk eksistensi pengguna, tetapi juga menjadi sumber media informasi, terutama berita. Instagram mendorong masyarakat untuk menciptakan berbagai jenis akun sebagai media komunikasi massa. Media *online* yang diciptakan memiliki fokus dalam penyebaran informasi atau berita saat ini. Salah satu contoh akun yang merupakan media penyalur informasi atau berita di Instagram yakni akun Instagram @Folkative. Menurut (Astriani & Nanda, 2022) akun Instagram @Folkative merupakan salah satu *platform* media *online* di Indonesia yang membagikan informasi atau berita terkini dari dalam dan luar negeri. Informasi atau berita yang dikemas dalam bentuk unggahan konten tersebut dibagi menjadi beberapa kategori. Akun Instagram @Folkative dapat dikatakan termasuk aksi dari *Citizen Journalism* pada kategori *Audience Participation* dikarenakan unggahan informasi atau beritanya diambil dari foto atau video unggahan pengguna akun Instagram lainnya dan kemudian dibagikan ulang pada akun Instagram @Folkative, yang mana akun tersebut juga tetap mencantumkan sumber informasi atau beritanya.

Bentuk lain dari Media *online* terdapat pada akun Instagram @herbyuss yang menjadi fokus pada penelitian ini. Akun @herbyuss merupakan akun Instagram yang termasuk akun penyalur informasi atau berita yang dikemas dalam bentuk yang mengikuti tren masa kini. Akun Instagram @herbyuss juga merupakan bagian dari anak akun media informasi @ussfeeds. Dibentuk pada tahun 2020, akun Instagram @herbyuss telah memiliki sekitar 76.800 pengikut per April 2024 dengan 7.749 unggahan yang berisi konten visual dalam bentuk video dan gambar.

Gambar 2. Laman akun Instagram @herbyuss



Sumber: (<https://www.instagram.com/herbyuss>, 2024)

Konsep penyampaian informasi oleh akun Instagram @herbyuss memiliki daya tarik khusus karena berorientasi pada kaum perempuan atau feminim. Informasi yang diunggah oleh akun ini sering kali bersifat *real-time* dan viral. Akun @herbyuss aktif dalam mengunggah konten, baik berupa berita terkini maupun informasi edukatif yang mengarah pada perempuan.

Penggunaan media sosial oleh akun Instagram @herbyuss merupakan salah satu bentuk dari aksi *Citizen Journalism* yang memiliki banyak pengikut. Berdasarkan data dari Dewan Pers, lembaga independen yang melindungi kemerdekaan pers sesuai dengan UU Nomor 40 Tahun 1999, akun Instagram @herbyuss tidak terdaftar sebagai bagian resmi dari lembaga pers. Hal tersebut juga didukung oleh akun Instagram @herbyuss yang juga termasuk kedalam beberapa kategori dari *Citizen Journalism*. Menurut J.D. Lasica (2003), *Citizen Journalism* dapat dikategorikan menjadi beberapa tipe: *Audience participation*, Situs web informasi atau berita independen, *Platform* berita partisipatif, *Platform* media kolaboratif, bentuk lain dari media terbatas, serta situs penyiaran swasta. Akun Instagram @herbyuss termasuk pada kategori *platform* berita partisipatif penuh dikarenakan adanya pencantuman informasi sumber pada setiap unggahan berita atau informasinya serta dikategorikan juga sebagai *Audience participation* dikarenakan unggahan pada akun Instagram @herbyuss yang diambil dari foto atau video unggahan pengguna akun Instagram lainnya yang kemudian dibagikan ulang. Oleh karena itu, individu yang menganggap dirinya sebagai jurnalis profesional perlu mematuhi kode etik jurnalistik yang mencakup prinsip-prinsip seperti independensi, keseimbangan, kebenaran, metode etis, penolakan suap, dan perlindungan sumber informasi (Ardesaputra, 2024)

Terdapat adanya perbandingan dari kedua akun media sosial penyalur informasi atau berita pada Instagram tersebut merupakan bentuk dari percepatan arus informasi yang semakin sulit dibendung. Kredibilitas sumber informasi pada media sosial juga menjadi kunci dalam pengguna menafsirkan dan merespons informasi yang

disampaikan. Ada beberapa indikator Kredibilitas Menurut Flanagin & Metzger (2000) yakni terdiri dari, *Believability*, *Accuracy*, *Trustworthiness*, *Bias*, dan *Completeness*. Kredibilitas sumber informasi atau berita mempengaruhi nilai tingkat kepercayaan bagi para pengguna media sosial dalam menyaring informasi menjadikan para penyalur berita untuk terus meningkatkan kredibilitas informasi. Menurut Doney & Cannon (1997) memberikan keterangan terdapat empat dimensi yang menjadi konsep tingkat kepercayaan yang merupakan indikator dari tolak ukur kepercayaan, yakni : *Reliability*, *Honesty*, *Concern*, dan *Credibility*. Kepercayaan yang dibangun oleh akun media penyalur berita dengan para pengguna media sosial ditunjukkan lewat bagaimana sebuah akun tersebut memberikan berita atau informasi yang kredibel.

Penelitian ini berfokus pada *Citizen Journalism*, khususnya penggunaan akun Instagram @herbyuss sebagai contoh aksi *Citizen Journalism*. Akun-akun resmi seperti @kuyou.id dan @kompasmuda yang berada di bawah naungan Dewan Pers menjadi perbandingan. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat masih mempercayai akun yang tidak memiliki kaidah jurnalistik namun memiliki jumlah pengikut yang setara dengan akun-akun resmi. Meskipun akun @herbyuss tidak berada di bawah naungan Dewan Pers, jumlah pengikut pada akun Instagram nya dapat setara dengan akun-akun resmi. Hal ini merupakan contoh percepatan arus informasi yang memunculkan akun-akun media sosial yang menyajikan berita terkini dengan kredibilitas yang masih dipertanyakan. Akun penyalur informasi dituntut untuk menghasilkan informasi yang kredibel, sesuai dengan fakta dan sumber yang aktual agar memenuhi tingkat kepercayaan pengikutnya.

Penelitian sebelumnya oleh Alfiansha Fadia (2023) berjudul "Pengaruh Terpaan Informasi dari Unggahan Akun Gosip @Playitsaferbaby Terhadap Tingkat Kepercayaan Followers" berfokus pada terpaan informasi dan tingkat kepercayaan pengikut. Penelitian ini berbeda dalam hal tujuan, dengan fokus pengaruh terpaan informasi terhadap kepercayaan pengikut. Penelitian oleh Mia Puspitasari (2024) berjudul "Pengaruh Kredibilitas Berita dan Jenis Berita pada Konten Instagram @Batamnews online Terhadap Tingkat Kepercayaan Followers" meneliti jenis berita yang kredibel dan pengaruhnya terhadap kepercayaan pengikut. Penelitian ini serupa dalam meneliti kredibilitas dan kepercayaan, namun dengan fokus yang berbeda. Penelitian oleh Dyah Ayu Prabowo (2024) berjudul "Pengaruh Kredibilitas dan Motif Pengguna Media Sosial Instagram @SEAtodaynews Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi pada Followers" berfokus pada pengaruh kredibilitas dan motif pengguna terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Penelitian tersebut berfokus pada seberapa berpengaruhnya kredibilitas dan motif pengguna Instagram dalam pemenuhan kebutuhan informasi pengikut atau *followers*, sama-sama meneliti mengenai kredibilitas.

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, maka dari itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Disebutkan sementara karena jawaban yang diberikan hanya berdasarkan pada teori yang relevan dan belum berdasarkan pada bukti empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

Ha : Terdapat pengaruh kredibilitas sumber dari unggahan informasi atau berita pada akun Instagram @herbyuss terhadap tingkat kepercayaan *followers* yang signifikan.

H0: Tidak terdapat pengaruh kredibilitas sumber dari unggahan informasi atau berita pada akun Instagram @herbyuss terhadap tingkat kepercayaan *followers* yang signifikan

## Metode

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, sesuai dengan definisi dari Moh Kasiram (2009) dalam Waruwu (2023) bahwa metode kuantitatif adalah cara memperoleh pengetahuan dengan menggunakan data dalam bentuk angka untuk menganalisis informasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dikarenakan memungkinkan pengukuran data secara objektif dan akurat sehingga hasil data dapat mudah dianalisis secara statistik dan dapat diterapkan pada populasi yang lebih luas sehingga bertujuan untuk memberikan pemahaman lebih rinci tentang fenomena penelitian dengan mengumpulkan data yang dapat diukur secara kuantitatif, sebagaimana dijelaskan oleh Creswell (2014) dalam Ardiansyah et al. (2023).

Teknik pengumpulan data melibatkan survei menggunakan kuesioner. Pengumpulan data yang dikumpulkan berdasarkan tanggapan responden terhadap pertanyaan dalam kuesioner yang disusun oleh peneliti. Penelitian ini dilakukan dengan teknik pengambilan data menggunakan kuesioner serta memanfaatkan teknik pengumpulan data dan tinjauan literatur sebelumnya. Kuesioner penelitian dalam bentuk *Google Form* terdiri dari pernyataan atau pertanyaan tertulis yang ditujukan kepada responden untuk mengukur variabel yang diteliti.

Variabel independen (X) yang digunakan pada penelitian ini diukur dengan indikator-indikator Kredibilitas sumber pada Akun Instagram @herbyuss ; *Believability, Accuracy, Trustworthiness, Bias, dan Completeness*. Variabel dependen (Y) diukur dengan indikator-indikator dari Tingkat Kepercayaan *Followers*, seperti *Reliability, Honesty, Concern, dan Credibility*. Skala pengukuran pada penelitian ini menggunakan skala Likert dengan empat tingkat persetujuan: Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS).

Populasi pada penelitian ini adalah *followers* akun Instagram @herbyuss, yang berjumlah 76.800 pengikut pada Februari 2024. Sampel diambil sebanyak 400 responden dengan teknik *Simple Random Sampling* menggunakan rumus Slovin. Sampel inklusi pada penelitian ini diambil berdasarkan kriteria responden yang merupakan responden pengguna internet, responden menggunakan media sosial Instagram, responden merupakan *followers* akun informasi atau berita @herbyuss di Instagram dan responden bersedia mengisi kuesioner.

Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan langsung dari responden melalui kuesioner. Angket atau kuesioner merupakan teknik utama yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data, dengan 30 responden untuk menguji Uji Validitas dan Uji Realibilitas serta 400 responden yang digunakan sebagai sampel dari populasi tersebut yang merupakan *followers* akun informasi atau berita @herbyuss di media sosial Instagram. Kuesioner disebarikan melalui media sosial untuk menjangkau responden dengan lebih efektif. Serta data sekunder dari sumber bacaan seperti buku, jurnal, dan artikel.

Uji Validitas dilakukan untuk menilai keakuratan instrumen dengan membandingkan skor keseluruhan dengan skor tiap item menggunakan perangkat lunak seperti Microsoft Excel atau SPSS (*Statistical Program of Social Science*). Penggunaan metode analisis SPSS (*Statistical Program of Social Science*) pada penelitian ini bertujuan untuk pengolahan data dan analisis dalam jumlah besar menjadi lebih efisien dan keakuratan hasil pada analisis. Hasil Uji Validitas pada penelitian ini dikatakan valid dikarenakan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  di setiap instrumen pernyataannya. Uji Reliabilitas dilakukan untuk menentukan konsistensi instrumen dalam mengukur variabel yang

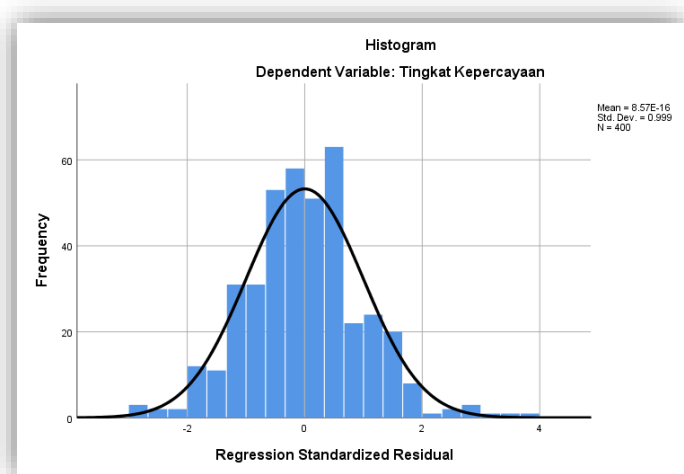
sama. Hasil Uji Reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai Cronbach alpha yang tinggi, sehingga dapat dikategorikan sebagai *reliable*.

## Hasil dan Pembahasan

### Analisis Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji *Histogram* dan *Normal Probability Plot* menggunakan bantuan program perangkat lunak SPSS versi 26. Kedua metode tersebut digunakan dikarenakan penelitian ini membutuhkan sampel yang cukup besar.

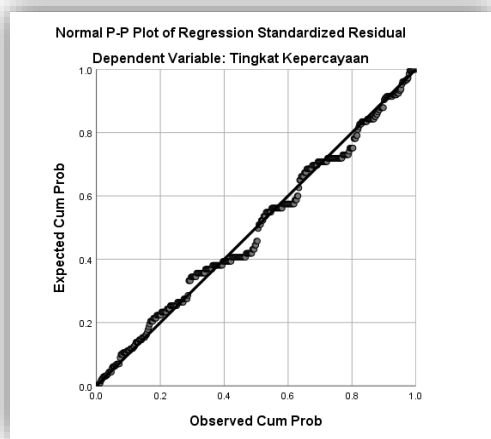
**Gambar 3.** Hasil Uji Histogram



**Sumber :** Olahan Peneliti, 2024

Uji normalitas dapat dilihat dari grafik histogram, apabila pola distribusi data normal, maka bentuk kurva pada histogram akan membentuk lonceng yang simetris (Girsang & Syahrial, 2021). Berdasarkan gambar di atas, grafik histogram dari data penelitian yang telah diuji oleh peneliti menunjukkan pola distribusi yang berbentuk seperti lonceng simetris secara terbalik, memiliki arti bahwa distribusi data tersebut menunjukkan distribusi normal.

**Gambar 4.** Hasil Uji Normal P.Plot

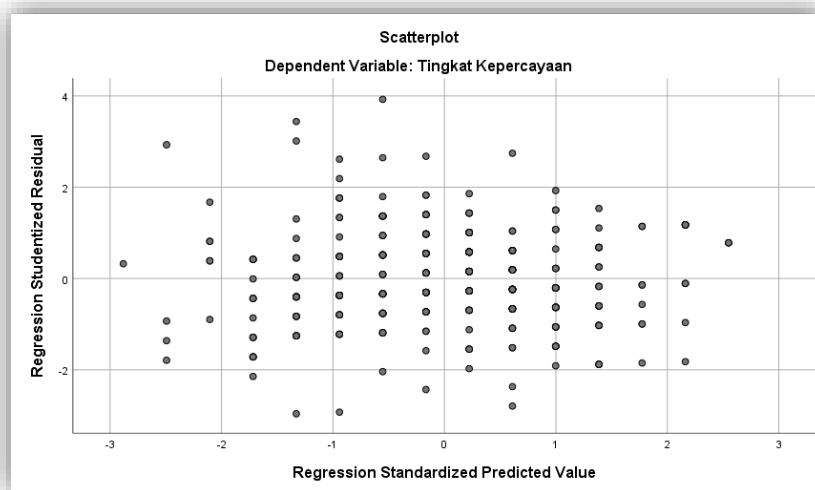


**Sumber :** Olahan Peneliti, 2024

Berdasarkan gambar di atas hasil dari grafik *Normal Probability Plot* di atas, dapat disimpulkan bahwa grafik data atau titik-titik tersebar di sekitar garis diagonal mengikuti arah grafik histogram. Hal tersebut menunjukkan bahwa hasil data yang dilakukan memenuhi asumsi normalitas. Sejalan dengan pendapat Ghozali (2011) dalam (Bimantara et al., 2021) menyatakan suatu model regresi dikatakan memenuhi asumsi normal jika titik-titik plot tersebar di sekitar garis diagonal dengan mengikuti arah garis diagonal pada grafik.

### **Analisis Hasil Uji Heteroskedastisitas**

**Gambar 5.** Hasil Uji Heterokedastisitas



**Sumber :** Olahan Peneliti, 2024

Berdasarkan gambar di atas hasil dari uji heterokedastisitas pada grafik *Scatterplot* yang digunakan pada penelitian ini menunjukkan bahwa titik-titik pada grafik menyebar dan tidak membentuk sebuah pola tertentu, sehingga membuktikan bahwasannya tidak terdapat gangguan dan bebas dari heterokedastisitas. Hal ini juga didukung dengan

pernyataan bahwa jika model dalam regresi ada pada ketiadaan pola tertentu dan penyebaran titik pada grafik acak menunjukkan tidak adanya heterokedastisitas.(Bimantara et al., 2021). Hasil dari pengujian asumsi klasik yang telah dilakukan, bahwa data dapat dilakukan untuk uji selanjutnya menggunakan analisis regresi linear sederhana.

### Analisis Hasil Uji Koefisien Korelasi

Gambar 6. Hasil Uji Koefisien Korelasi

		Kredibilitas	Tingkat Kepercayaan
Kredibilitas	Pearson Correlation	1	.712**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	400	400
Tingkat Kepercayaan	Pearson Correlation	.712**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	400	400

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Olahan Peneliti, 2024

Koefisien korelasi digunakan untuk mengukur tingkat keeratan hubungan antara variabel bebas (X) Kredibilitas Sumber pada Akun Instagram @herbyuss terhadap variabel terikat (Y) Tingkat Kepercayaan *Followers* Dalam Penyampaian Informasi Berita Terkini, semakin tinggi nilai koefisien korelasi maka semakin kuat hubungan antara variabel tersebut dan sebaliknya (Sinaga, 2016). Koefisien korelasi juga nilai atau ukuran yang mengindikasikan seberapa kuat hubungan linier antara kedua variabel.

Berdasarkan tabel koefisien korelasi *Product Moment* pada gambar di atas menunjukkan nilai koefisien korelasi antara variabel X (Kredibilitas) dan variabel Y (Tingkat Kepercayaan) memperoleh hasil 0,712. Maka 0,712 mengindikasikan tingkat korelasi antara variabel. Nilai koefisien korelasi tersebut juga menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel (X) Kredibilitas Sumber pada Akun Instagram @herbyuss dan variabel (Y) Tingkat Kepercayaan *Followers*.

Tabel 1. Pedoman Kriteria Interpretasi Korelasi Koefisien

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono, 2018

Melalui pedoman pada tabel di atas, Intrepretasi Koefisien Korelasi diketahui bahwa memperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,712 yang termasuk dalam rentang 0,600 – 0,799 menunjukkan bahwa hubungan antar variabel tersebut termasuk pada

kategori tingkat hubungan “Kuat”. Semakin tinggi nilai koefisien korelasi, semakin kuat juga hubungan antar variabel pada penelitian ini. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikan korelasi sebesar 0,000 yang tertera di tabel *Correlations* pada gambar di atas yang menjelaskan bahwasannya terdapat korelasi yang signifikan antara kedua variabel dikarenakan hasil nilai signifikan < 0,05 yang berarti variabel (X) Kredibilitas Sumber pada Akun Instagram @herbyuss memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel (Y) Tingkat Kepercayaan *Followers*.

### Analisis Hasil Uji Koefisien Determinasi

Gambar 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.712 <sup>a</sup>	.507	.506	2.35080

a. Predictors: (Constant), Kredibilitas

Sumber : Olahan Peneliti, 2024

Uji koefisien determinasi pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh antara variabel independen (X) Kredibilitas Sumber pada Akun Instagram @herbyuss terhadap variabel dependen (Y) Tingkat Kepercayaan *Followers*. Berdasarkan gambar di atas pada tabel koefisien determinasi, nilai  $r^2$  diperoleh sebesar 0,507. Angka dari nilai tersebut diperoleh dari uji koefisien determinasi tersebut digunakan untuk menilai seberapa besar hubungan variabel Kredibilitas Sumber pada Akun Instagram @herbyuss (X) terhadap Tingkat Kepercayaan *Followers* (Y). Hasil data tersebut diubah ke dalam bentuk persentase menggunakan perhitungan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{KD} &= r^2 \times 100\% \\ &= 0,507 \times 100\% \\ &= 50,7\% \end{aligned}$$

Pada persentase hasil dari perhitungan menggunakan rumus di atas dapat disimpulkan bahwa makna besarnya kontribusi pengaruh Kredibilitas Akun Instagram @herbyuss (X) bisa menjelaskan variabel Tingkat Kepercayaan *Followers* (Y) sebesar 50,7%, sedangkan hasil dari nilai tersebut masih memiliki sisa di angka 49,3%. Angka tersebut merupakan variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti pada penelitian ini.

## Analisis Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Gambar 8. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	11.396	1.622		7.028	.000
	Kredibilitas	.923	.046	.712	20.227	.000

a. Dependent Variable: Tingkat Kepercayaan

Sumber : Olahan Peneliti, 2024

Pada penelitian ini analisis regresi sederhana merupakan alat ukur untuk mengukur seberapa besar pengaruh antara variabel (X) Kredibilitas Sumber Akun Instagram @herbyuss terhadap variabel (Y) Tingkat Kepercayaan *Followers*. Berdasarkan gambar di atas model persamaan regresi linear sederhana dinyatakan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$
$$Y = 11,396 + 0,923 X$$

Keterangan:

Y : Subjek Variabel Dependen, **Tingkat Kepercayaan *Followers***

a : Nilai Konstanta, titik potong kurva terhadap sumbu Y

b : Nilai Koefisien Regresi, kemiringan kurva linear

X : Subjek Variabel Independen, **Kredibilitas Akun Instagram @herbyuss**

Berdasarkan perhitungan persamaan regresi linear sederhana di atas, dapat dianalisis bahwa pengaruh variabel (X) Kredibilitas Akun Instagram @herbyuss terhadap variabel (Y) Tingkat Kepercayaan *Followers* yakni: (1) Nilai konstanta yang terdapat pada gambar diatas menunjukkan 11.396 yang berarti jika variabel independen (X) Kredibilitas Sumber Akun Instagram @herbyuss diasumsikan nol (0) atau konstan, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa nilai (Y) Tingkat Kepercayaan *Followers* adalah sebesar 11,396, (2) Nilai koefisien regresi (X) Kredibilitas Sumber Akun Instagram @herbyuss sebesar 0,923 yang bersifat positif sehingga menjelaskan bahwa jika variabel X mengalami kenaikan satu poin maka menyebabkan nilai dari (Y) Tingkat Kepercayaan jika meningkat sebesar 0,923. Oleh karena itu dapat disimpulkan, Kredibilitas Sumber Akun Instagram (X) memiliki pengaruh positif atau proposional dengan Tingkat Kepercayaan *Followers* (Y).

## Analisis Hasil Uji Hipotesis T (Parsial)

Gambar 9. Hasil Uji Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	11.396	1.622		7.028	.000
	Kredibilitas	.923	.046	.712	20.227	.000

a. Dependent Variable: Tingkat Kepercayaan

Sumber : Olahan Peneliti, 2024

Pada penelitian ini uji menggunakan uji hipotesis (Parsial), pengujian model regresi menggunakan cara parsial dilakukan untuk menilai apakah uji hipotesis dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh Kredibilitas Sumber Akun Instagram @herbyuss (X) terhadap Tingkat Kepercayaan *Followers* (Y), berikut merupakan hasil uji hipotesis pada penelitian ini:

**Ha** : Terdapat pengaruh kredibilitas sumber dari unggahan informasi atau berita pada akun Instagram @herbyuss terhadap tingkat kepercayaan *followers* yang signifikan.

**HO** : Tidak terdapat pengaruh kredibilitas sumber dari unggahan informasi atau berita pada akun Instagram @herbyuss terhadap tingkat kepercayaan *followers* yang signifikan.

Berdasarkan gambar di atas pada tabel di atas hasil uji T diketahui nilai *t* hitung sebesar 20,227. Hasil uji hipotesis pada penelitian ini dijelaskan sebagai berikut: (1) Jika *t* hitung > *t* tabel dan nilai signifikan < 0,05, maka dapat disimpulkan **HO** ditolak **Ha** diterima yang memiliki arti terdapat pengaruh yang signifikan pada Kredibilitas Akun Instagram @herbyuss terhadap Tingkat Kepercayaan *Followers*, (2) Jika *t* hitung < *t* tabel dan nilai signifikan > 0,05 maka dapat disimpulkan **HO** diterima **Ha** ditolak yang memiliki arti tidak terdapat pengaruh yang signifikan pada Kredibilitas Akun Instagram @herbyuss terhadap Tingkat Kepercayaan *Followers*.

Maka dari itu, dapat disimpulkan hasil dari uji *t* yang telah dilakukan oleh peneliti, memperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 yang berarti < 0,05 serta hasil dari nilai *t* hitung sebesar 20,227 yang menjelaskan angka tersebut > *t* tabel yang bernilai 1.9659 berdasarkan pada tabel distribusi *t* (*two tail*). Dengan demikian hipotesis penelitian ini dinyatakan bahwa **HO** ditolak dan **Ha** diterima yang berarti Kredibilitas Sumber pada Akun Instagram @herbyuss memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Tingkat Kepercayaan *Followers*.

Dengan kemajuan teknologi yang pesat khususnya dalam arus informasi, pengguna media kini memiliki peran aktif dalam memilih dan menggunakan sumber informasi atau berita yang dianggap relevan dengan kebutuhan setiap individu. Kehadiran *New Media* didukung oleh kemunculan teknologi digital yang canggih, dengan *smartphone* sebagai perangkat untuk mempermudah akses informasi memudahkan para pengguna media untuk mengakses informasi secara cepat dan mudah.

*Computer Mediated Communication* (CMC) berdefinisi yakni berbagai bentuk interaksi dan pertukaran informasi yang dilakukan memanfaatkan perangkat keras dan perangkat lunak untuk dapat berkomunikasi melalui teknologi digital (Littlejohn, 2009), menunjukkan adanya bukti dari percepatan informasi yang terjadi di dunia digital, yang juga didukung dengan kehadiran *New Media*. Instagram merupakan salah satu contoh *platform* atau alat dari media sosial yang dapat memberikan informasi atau berita secara efisien, sejalan dengan prinsip-prinsip kategori serta manfaat dari *Computer Mediated Communication* (CMC). Instagram sebagai *platform* media sosial yang menyajikan beragam informasi dan berita yang diharapkan dapat dipercaya oleh pengguna. Dalam penelitian ini, akun Instagram @herbyuss diuji untuk menilai kredibilitas sumber pada akunnya dan pengaruhnya terhadap tingkat kepercayaan *followers*. Penelitian ini melibatkan 400 responden dan menggunakan teori Kredibilitas Sumber untuk mengukur pengaruh kredibilitas terhadap kepercayaan *followers*.

Hasil penelitian pada analisis deskriptif dari variabel kredibilitas akun Instagram @herbyuss diukur dengan lima indikator: *Believability* memperoleh 83%, *Accuracy* memperoleh 86%, *Trustworthiness* memperoleh 84%, *Bias* memperoleh 63% dan *Completeness* memperoleh 85%. Hasil ini menunjukkan bahwa informasi atau berita pada akun @herbyuss umumnya dianggap kredibel dan terpercaya oleh *followers*-nya. Pada analisis deskriptif variabel tingkat kepercayaan *followers* diukur dengan empat indikator dan memperoleh hasil: *Reliability* 86%, *Honesty* 83%, *Concern* 85%, dan *Credibility* 84%. Hal tersebut menjelaskan bahwasannya akun Instagram @herbyuss telah berhasil membangun dan mempertahankan tingkat kepercayaan terhadap para *followers*-nya lewat informasi atau berita terkini yang diunggah.

Pengaruh kredibilitas akun Instagram terhadap tingkat kepercayaan *followers* diuji dengan koefisien korelasi *Pearson Product Moment*, yang menunjukkan nilai 0,712, mengindikasikan hubungan kuat antara kedua variabel. Uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa kredibilitas akun mempengaruhi tingkat kepercayaan sebesar 50,7%, dengan sisa 49,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Hasil regresi linear sederhana didapatkan nilai konstanta sebesar 11.396 serta nilai koefisien pada variabel Kredibilitas Sumber pada Akun Instagram senilai 0,923 dan bersifat positif. Hal tersebut menjelaskan bahwasannya jika setiap kali variabel (X) meningkat satu, satuan maka variabel (Y) akan meningkat sebesar 0,923. Dengan demikian, dapat disimpulkan Kredibilitas Sumber Akun Instagram memiliki pengaruh yang signifikan dan proporsional dengan Tingkat Kepercayaan *Followers*. Uji hipotesis menggunakan uji T menunjukkan bahwa nilai t hitung adalah 20,227 dengan nilai signifikan 0,000, yang berarti terdapat pengaruh signifikan antara kredibilitas akun Instagram @herbyuss terhadap tingkat kepercayaan *followers*. Penelitian ini mendukung bahwa kredibilitas akun Instagram mempengaruhi tingkat kepercayaan secara signifikan.

Berdasarkan hasil dari pemaparan tersebut, *New Media* merupakan bentuk digitalisasi yang memiliki aksesibilitas dalam penggunaannya sebagai sarana komunikasi. *Media Baru* yang didukung dengan kemunculan media sosial dalam bentuk Instagram yang merupakan sebuah alat berdasarkan teori *Computer Mediated Communication* (CMC) memiliki peran penting bagi para pengguna media sosial dalam kehidupan sehari-hari untuk memperoleh informasi atau berita. Media sosial juga telah menjadi *platform* atau wadah yang banyak melahirkan akun-akun Instagram *Citizen Journalism*. Dapat dibuktikan dengan akun Instagram @herbyuss yang merupakan aksi

dari *Citizen Journalism* termasuk pada kategori akun Instagram *platform* berita partisipatif penuh dikarenakan adanya pencantuman informasi sumber pada setiap unggahan berita atau informasinya serta dikategorikan *Audience Participation* dengan unggahan pada akun Instagram @herbyuss yang diambil dari foto atau video unggahan pengguna akun Instagram lainnya dan dibagikan ulang. Sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan, membuktikan bahwa akun Instagram @herbyuss berfungsi sebagai alat komunikator atau media dari penyalur media informasi yang dianggap kredibel serta berpengaruh dalam meningkatkan rasa tingkat kepercayaan *followers* pada akun Instagram @herbyuss itu sendiri. Didukung dengan landasan Teori Kredibilitas Sumber (*Source Credibility Theory*) oleh Hovland, Janis dan Kelly (1963) memiliki definisi bahwa individu atau penerima akan lebih cenderung terpengaruh jika memang sumber informasi tersebut dianggap kredibel oleh penerima. Teori yang digunakan pada penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan hasil positif dari setiap jawaban *followers* akun Instagram @herbyuss. Adanya hasil pada penelitian ini yang menunjukkan bahwasannya terdapat adanya pengaruh dan besar pengaruh Kredibilitas Sumber pada Akun Instagram @herbyuss Terhadap Tingkat Kepercayaan *Followers* yang signifikan membuktikan bahwa fenomena *Citizen Journalism* mulai dinormalisasi dan marak terjadi di masyarakat khususnya para pengguna media sosial. Akun-akun *Citizen Journalism* di Instagram seperti @herbyuss menunjukkan bagaimana media sosial dapat mempengaruhi persepsi dan kepercayaan masyarakat terhadap suatu informasi. Fenomena *Citizen Journalism* menunjukkan perubahan dalam jurnalisme, di mana individu dapat mendistribusikan dan mempengaruhi berita secara langsung. Hal ini menandakan bahwa *Citizen Journalism* mulai diterima dan menjadi bagian dari cara masyarakat memperoleh dan mempercayai informasi di era digital saat ini.

## Kesimpulan

Berdasarkan analisis dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada penelitian yang berjudul “Kredibilitas Sumber Akun Instagram @herbyuss dan Pengaruhnya Terhadap Tingkat Kepercayaan *Followers* Dalam Penyampaian Informasi atau Berita”, dapat disimpulkan bahwa terdapat adanya pengaruh besar dan signifikan dari Kredibilitas akun Instagram @herbyuss terhadap Tingkat Kepercayaan *Followers*.

Hasil dari analisis koefisien korelasi pada variabel Kredibilitas Akun Instagram terhadap variabel Tingkat Kepercayaan *Followers* memperoleh nilai sebesar 0,712 mengindikasikan bahwa korelasi antar kedua variabel termasuk dalam kategori korelasi kuat.

Analisis uji regresi sederhana pada Kredibilitas Akun Instagram @herbyuss memperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,923 dan nilai konstanta sebesar 11.396 menunjukkan bahwa kredibilitas akun Instagram @herbyuss memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat kepercayaan *followers*.

Pada koefisien determinasi pengaruh variabel Kredibilitas Akun Instagram terhadap variabel Tingkat Kepercayaan *Followers* memperoleh persentase nilai sebesar 50,7% dengan persentase tersebut menunjukkan kredibilitas akun Instagram @herbyuss berpengaruh sebesar 50,7% terhadap tingkat kepercayaan *followers*, berdasarkan hasil persentase tersebut dapat diketahui bahwasannya masih tersisa 49,3% komponen variabel yang belum diteliti pada penelitian ini. Hasil uji hipotesis berdasarkan uji T menunjukkan hasil data dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$

dan nilai  $t$  hitung sebesar 20,227 > 1,9659, artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang dinyatakan Kredibilitas Sumber pada Akun Instagram @herbyuss terdapat pengaruh dan memiliki pengaruh terhadap Tingkat Kepercayaan *Followers*.

## Referensi

- Ardesaputra, A. A. (2024). Penerapan Etika Jurnalistik Pada Produksi Videografi Kompas Tv Riau. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 4(1). <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v4i1.1599>
- Ardiansyah, & Jailani, M. S. (2023). Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian ilmiah pendidikan pada pendekatan kualitatif dan kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1-9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Astriani, R., & Nanda, S. E. (2022). The Effect Of Using Instagram Social Media On Followers'information Requirements In Following Accounts@ Folkative. *Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 1(1), 01-09. <https://doi.org/10.56127/jushpen.v1i1.83>
- Bimantara, H., Budiraharjo, K., & Roessali, W. (2021). Analisis Distribusi Nanas Di Desa Wonorejo Trisulo Kecamatan Plosoklaten Kabupaten Kediri. *Jurnal Litbang Provinsi Jawa Tengah*, 19(1), 21-36. <https://doi.org/10.36762/jurnaljateng.v19i1.843>
- Daulay, Hamdan. (2016). *Jurnalistik dan kebebasan pers*. PT Remaja Rosdakarya
- Doney, P. M., & Cannon, J. P. (1997). An examination of the nature of trust in buyer-seller relationships. *Journal of marketing*, 61(2), 35-51. <https://doi.org/10.1177/002224299706100203>
- Fadia, A. Z., & Ismail, O. A. (2023). Pengaruh Terpaan Informasi Dari Unggahan Akun Gosip@ Playitsaferbaby Terhadap Tingkat Kepercayaan Followers. *Sang Pencerah: Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton*, 9(3), 661-670.
- Flanagin, A. J., & Metzger, M. J. (2000). Perceptions of Internet information credibility. *Journalism & mass communication quarterly*, 77(3), 515-540. <https://doi.org/10.1177/1077699000077003>
- Girsang, M. J., & Syahril, H. (2021). Pengaruh Kepemimpinan dan Kecerdasan Emosional Terhadap Kinerja Karyawan Pada Persahaan Umum Perumahan Nasional Regional 1 Medan Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 2(1), 9-21. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v2i1.461>
- Hovland, Carl I., Irving K. Janis, and Harold H., Kelley. (1953). *Communication and Persuasion*. CT: Yale University Press.
- Lasica, J. D. (2003). Blogs and Journalism Need Each Other. *Nieman Reports*, 57(3), 70-74. <https://niemanreports.org/issues/fall-2003/>
- Pebriani, D. M., Arindawati, W. A., & Nurkinan, N. (2023). Fenomena Citizen Journalism di Media Sosial pada Akun Instagram@ Infocikarang-Karawang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 11149-11157. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i2.8133>
- Puspitasari, M., & Abidin, S. (2024). Pengaruh Kredibilitas Berita Dan Jenis Berita Pada Konten Insragram@ Batamnews online Terhadap Tingkat Kepercayaan Followers. *Scientia Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 6(2). <https://doi.org/10.33884/scientiajournal.v6i2.8322>
- Sinaga, S., & Ibrahim, M. (2016). *Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan (Bagian Produksi Minyak Kelapa Sawit PT. Mitra Unggul Pusaka Segati Pelalawan Riau)* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Syifa, M., Rahman, A., Dewi, S. P., Shafira Ningtyas, L., Samosir, F. L., Herviani, A. E., & Achmad, Z. A. (2022). Kredibilitas Informasi di Era Post-Truth Dikalahkan Kecepatan Informasi: Pengabaian Undang Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Information Credibility in the Post-Truth Era Defeated Information Speed: Ignoring the Information and Electronic Transaction Law. *Jejaring Administrasi Publik*, 14(2). <https://doi.org/10.20473/jap.v14i2.46677>

- Waruwu, M. (2023). Pendekatan penelitian pendidikan: metode penelitian kualitatif, metode penelitian kuantitatif dan metode penelitian kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896-2910. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i1.6187>
- Wicaksana, D. A., & Anggraini, R. (2023). Pengaruh Instagram @Detikcom Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Eastasouth Journal of Positive Community Services*, 1(2), 55-76. <https://doi.org/10.58812/ejpcs.v1i02.60>