

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Persepsi Audiens Muda tentang Kredibilitas Informasi pada Akun Instagram @coppamagz” Seiring dengan perkembangan media sosial, Instagram telah menjadi salah satu platform paling populer bagi kalangan muda untuk mengakses beragam konten, termasuk informasi mengenai budaya populer dan hiburan Korea Selatan. Dalam konteks ini, persepsi dan penilaian audiens terhadap informasi yang mereka terima mungkin dipengaruhi oleh keandalan sumber informasi tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi audiens muda terhadap kredibilitas informasi pada akun Instagram @coppamagz berdasarkan tiga aspek, yaitu keahlian (*Expertise*), kepercayaan (*Trustworthiness*), dan daya tarik (*Attractiveness*). Teori Kredibilitas Sumber (*Source Credibility Theory*), yang dikemukakan oleh Carl Hovland, menjadi landasan penelitian ini, yang menggunakan metode deskriptif kualitatif. Observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka adalah metode pengumpulan data. Informasi untuk penelitian ini berasal dari audiens muda yang mengikuti akun Instagram @coppamagz sebagai informan pendukung dan informan ahli dari pihak pengelola akun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan audiens muda terhadap konten di akun Instagram @coppamagz dibentuk oleh persepsi mereka terhadap kemampuan akun untuk menyampaikan informasi yang relevan, konsisten, dan mudah dipahami, serta transparansi dalam mencantumkan sumber informasi. Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan audiens tentang kredibilitas akun Instagram @coppamagz tidak diterima secara mutlak melainkan dibangun melalui pengalaman audiens muda mengikuti akun, perbandingan dengan sumber informasi lain, serta penilaian terhadap konteks informasi yang diterima. Selain itu, daya tarik visual juga membantu meningkatkan penerimaan informasi dan membentuk persepsi awal tentang kredibilitas. Namun, ini tidak menjadi dasar untuk menentukan kepercayaan terhadap informasi. Dengan demikian, kredibilitas informasi di akun Instagram @coppamagz didasarkan pada keahlian, kepercayaan, dan daya tarik sumber informasi, yang juga dipengaruhi oleh kemampuan audiens untuk menilai secara kritis informasi.

Kata Kunci : Kredibilitas Informasi, Instagram, Audiens Muda, CoppaMagz

ABSTRACT

This study is titled “Young Audiences’ Perceptions of Information Credibility on the Instagram Account @coppamagz.” With the rise of social media, Instagram has become one of the most popular platforms for young people to access a variety of content, including information about South Korean pop culture and entertainment. In this context, the audience’s perceptions and evaluations of the information they receive may be influenced by the reliability of the information source. This study aims to examine young audiences’ perceptions of the credibility of information on the Instagram account @coppamagz based on three aspects: expertise, trustworthiness, and attractiveness. The Source Credibility Theory, proposed by Carl Hovland, serves as the foundation for this study, which employs a qualitative descriptive method. Data collection methods include observation, interviews, documentation, and literature review. The information for this study was obtained from young audiences who follow the @coppamagz Instagram account as supporting informants and expert informants from the account administrators. The research findings indicate that young audiences’ trust in the content on the @coppamagz Instagram account is shaped by their perceptions of the account’s ability to convey relevant, consistent, and easy-to-understand information, as well as its transparency in citing sources. Furthermore, this study indicates that the audience’s trust in the credibility of the @coppamagz Instagram account is not accepted unconditionally but is built through young audiences’ experiences following the account, comparisons with other information sources, and their assessment of the context of the information received. Additionally, visual appeal also helps enhance information acceptance and shape initial perceptions of credibility. However, this alone does not serve as the basis for determining trust in the information. Thus, the credibility of information on the @coppamagz Instagram account is based on the expertise, trustworthiness, and appeal of the information source, which is also influenced by the audience’s ability to critically evaluate the information.

Keywords: Information Credibility, Instagram, Young Audience, CoppaMagz

RINGKESAN

Panilitian ieu judulna "Persepsi Pamirsa Ngora kana Kredibilitas Inpormasi dina Akun Instagram @coppamagz". Kalayan tumuwuhna média sosial, Instagram geus jadi salah sahiji platform pangpopulér pikeun nonoman ngaksés rupa-rupa eusi, kaasup inpormasi ngeunaan kabudayaan populér jeung hiburan Koréa Kidul. Dina kontéks ieu, persepsi jeung panilaian pamirsa kana inpormasi anu maranéhna tampi bisa kapangaruhan ku kapercayaan sumberna. Panilitian ieu boga tujuan pikeun nalungtik persepsi pamirsa ngora ngeunaan kredibilitas informasi dina akun Instagram @coppamagz dumasar kana tilu aspék: kaparigelan, kapercayaan, jeung daya tarik. Teori Kredibilitas Sumber, nu diusulkeun ku Carl Hovland, jadi dasar panalungtikan ieu, nu ngagunakeun métode deskriptif kualitatif. Métode pangumpulan data ngawengku observasi, wawancara, dokumentasi, jeung tinjauan pustaka. Inpormasi pikeun panalungtikan ieu dicokot tina pamirsa ngora anu nuturkeun akun Instagram @coppamagz salaku informan pangrojong jeung informan ahli ti administratur akun. Hasil panalungtikan nunjukkeun yén kapercayaan pamirsa ngora kana eusi akun Instagram @coppamagz dibentuk ku persepsi maranéhna ngeunaan kamampuan akun éta pikeun nyalurkeun informasi anu relevan, konsisten, jeung gampang dipikaharti, ogé ku transparansi dina nyebutkeun sumberna. Salajengna, panalungtikan ieu nunjukkeun yén kapercayaan pamiarsa kana kredibilitas akun Instagram @coppamagz henteu ditampi sacara tanpa syarat, tapi diwangun ngaliwatan pangalaman pamiarsa ngora dina nuturkeun akun éta, ngabandingkeun jeung sumber informasi séjén, sarta panilaian maranéhna kana kontéks informasi anu ditampi. Sajaba ti éta, daya tarik visual ogé ngabantu ningkatkeun panarimaan informasi jeung ngabentuk persepsi awal ngeunaan kredibilitas. Sanajan kitu, ieu henteu janten dasar pikeun nangtukeun kapercayaan kana informasi. Ku kituna, kredibilitas informasi dina akun Instagram @coppamagz dumasar kana kaahlian, kapercayaan, jeung daya tarik sumber informasi, anu ogé dipangaruhan ku kamampuan pamiarsa pikeun meunteun informasi sacara kritis.

Kecap konci: Kapercayaan Informasi, Instagram, Pamirsa Ngora, CoppaMagz