

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Salah satu fenomena menarik dalam kebiasaan generasi muda untuk memperoleh informasi di media sosial adalah meningkatnya popularitas akun-akun hiburan informatif seperti akun media sosial Instagram CoppaMagz. Akun ini dikenal luas sebagai media hiburan dan informasi yang mengangkat budaya populer Korea Selatan, terutama berita mengenai aktor dan idol yang memiliki tingkat popularitas tinggi, serta dikaitkan dengan isu sosial dan tren digital yang relevan saat ini. Keberadaan akun Instagram seperti *@coppamagz* memperlihatkan bagaimana media sosial kini tidak hanya berfungsi sebagai ruang hiburan semata, tetapi juga berkembang menjadi sumber informasi alternatif yang ikut membentuk cara berpikir dan pandangan generasi muda terhadap isu-isu terkini.

Namun, fungsi media sosial yang terus berkembang sebagai sumber informasi juga telah memunculkan masalah-masalah baru. Kemudahan yang dimiliki pengguna dalam memperoleh informasi dari akun hiburan edukatif tidak selalu disertai dengan cara untuk mengevaluasi kebenaran materi yang diperoleh. Pada kenyataannya, sebelum benar-benar menilai kualitas materi yang ditawarkan, pengguna sering kali menaruh kepercayaan pada suatu akun berdasarkan popularitasnya, tingkat interaksi, atau cara penyampaian kontennya. Oleh karena itu, keandalan informasi di media sosial menjadi masalah krusial yang memerlukan penelitian lebih lanjut.

Gambar 1.1 Profil Akun Instagram @coppamagz



Sumber : Instagram @coppamagz (diakses 1 Juni 2026)

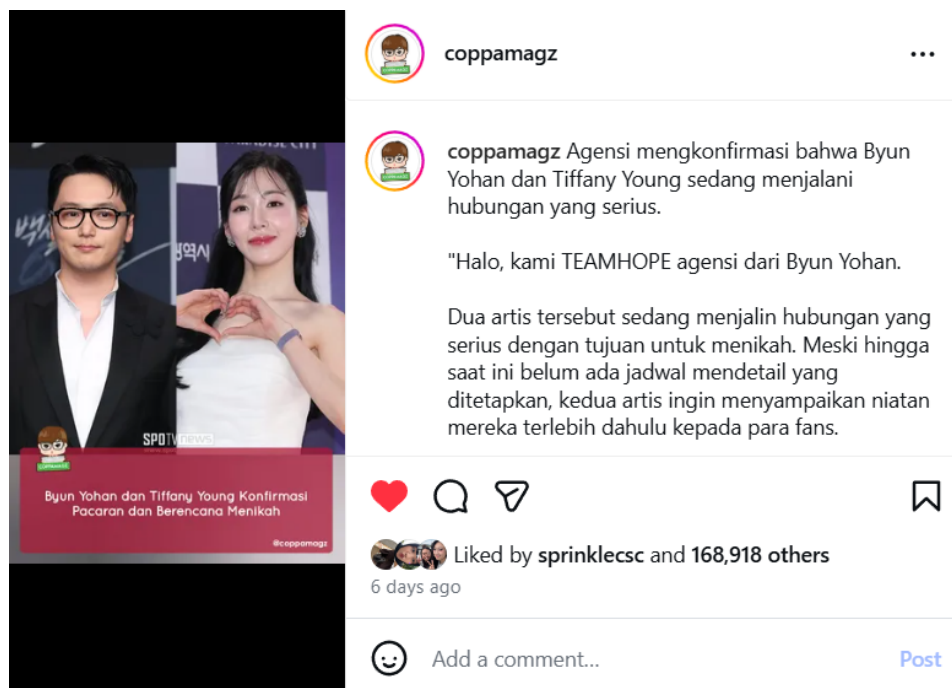
Bagi banyak anak muda, terutama Generasi Z dan milenial awal, media sosial telah menjadi tempat utama mencari informasi, mengikuti perkembangan tren, sekaligus berpartisipasi dalam diskusi publik secara digital. Hingga tahun 2026, akun ini telah memiliki 1,9 juta pengikut di Instagram dan secara aktif membagikan berbagai bentuk konten seperti *feed*, *reels*, dan *story* interaktif yang dikemas secara visual dan komunikatif. Jumlah pengikut tersebut menunjukkan bahwa akun Instagram @coppamagz memiliki banyak pengikut. Oleh karena itu, informasi yang dipublikasikan tidak hanya dikonsumsi sebagai hiburan atau memenuhi kebutuhan, tetapi juga dapat memengaruhi pemahaman audiens, pendapat, dan persepsi mereka tentang berbagai masalah yang dibahas.

Akun Instagram *@coppamagz* menampilkan gaya komunikasi yang sederhana dan informatif dalam setiap unggahannya. Dalam kebanyakan kasus, konten berisi kebanyakan kasus, konten berisi informasi dasar seperti siapa, apa, kapan, dan di mana, yang disajikan dalam bentuk visual dan cerita singkat. Pola penyajian ini menunjukkan upaya untuk menyesuaikan konten dengan audiens media sosial yang cenderung visual dan cepat. Pemanfaatan elemen visual dan gaya bahasa komunikatif tersebut berpotensi memengaruhi cara audiens muda menerima dan memahami informasi, termasuk dalam menilai sumber dan isi pesan di tengah banyaknya konten digital yang beredar di media sosial. Penyajian informasi yang menarik secara visual dapat meningkatkan penerimaan audiens terhadap informasi tanpa selalu disertai dengan proses verifikasi atau kepastian mengenai tingkat akurasi. Kondisi ini menunjukkan bahwa memberikan informasi memainkan peran penting dalam membentuk persepsi audiens terhadap kredibilitas informasi. Ini menjadikan pengaruh tersebut penting.

Popularitas dan jangkauan audiens yang dimiliki akun Instagram *@coppamagz* saat ini tidak terlepas dari latar belakang pembentukannya. CoppaMagz berawal dari komunitas penggemar K-pop bernama Cooking Oppa, yang didirikan pada tahun 2015 di platform LINE dan memiliki jumlah pengikut yang cukup besar, sekitar 300.000 pengikut pada saat itu, menurut penelusuran pada unggahan akun media sosial pendirinya. Penggemar komunitas ini secara aktif menerima informasi tentang industri hiburan Korea. Komunitas tersebut mengalami perubahan identitas karena perkembangan media sosial dan perubahan pola konsumsi informasi audiens. Sekitar tahun 2016, komunitas tersebut kemudian dikenal dengan nama

CoppaMagz. CoppaMagz kemudian berkembang menjadi akun media informasi hiburan berbasis Indonesia yang berfokus pada penyajian konten seputar budaya populer Korea, seperti K-pop, aktor Korea, drama Korea, dan isu-isu populer lainnya.

Gambar 1.2 Postingan Instagram @coppmagz



Sumber : Instagram @coppmagz (diakses 19 Desember 2025)

Perkembangan akun Instagram @coppmagz menjadi salah satu platform informasi hiburan dengan jumlah pengikut yang besar menunjukkan bahwa akun tersebut tidak hanya digunakan untuk menyebarkan informasi, tetapi juga telah menarik perhatian penelitian akademis. Penelitian sebelumnya telah menggunakan @coppmagz sebagai subjek untuk mempelajari berbagai fenomena komunikasi

digital yang terjadi di media sosial. Namun, fokus penelitian saat ini adalah kepuasan pengikut dan pemenuhan kebutuhan informasi kuantitatif.

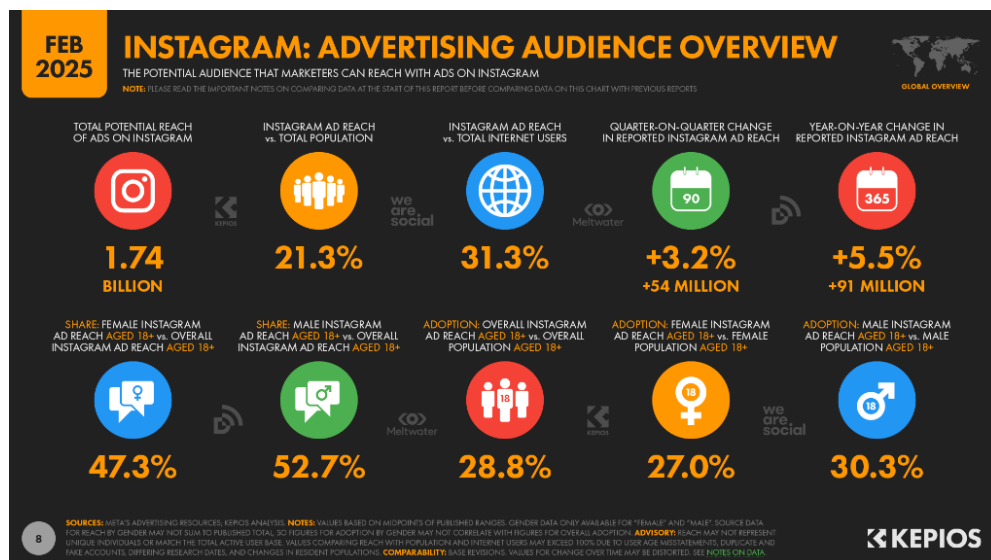
Meskipun penelitian tersebut menunjukkan seberapa efektif akun @coppamagz dalam memenuhi kebutuhan informasi pengikut dan kepuasan mereka, penelitian tersebut tidak menjelaskan bagaimana pengikut muda menilai informasi yang disampaikan akun tersebut. berdasarkan pengalaman mereka dengan konten media sosial. Namun, persepsi tentang kredibilitas informasi sangat penting karena dapat memengaruhi seberapa percaya audiens terhadap informasi yang mereka terima. Oleh karena itu, dengan menggunakan metode kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan menyelidiki persepsi audiens muda tentang kredibilitas informasi pada akun Instagram @coppamagz.

Perubahan ke arah komunikasi digital di Indonesia tampaknya lebih nyata dan signifikan. Fenomena ini beriringan dengan meningkatnya pengguna media sosial di Indonesia. Media sosial telah menjadi bagian penting dari kehidupan modern dan bukan lagi sekedar pilihan. Jutaan orang menggunakan platform *online* seperti Instagram untuk mendapatkan informasi, membagikan aktivitas sehari-hari, dan mencari inspirasi. Laporan Digital 2025: Indonesia menyatakan bahwa sekitar 221 juta orang di Indonesia menggunakannya setiap hari (Datareportal, 2025), menjadikannya platform ketiga paling populer dari jumlah tersebut setelah Tiktok dan WhastApp.

Keterlibatan masyarakat terhadap media sosial, khususnya Instagram, menunjukkan betapa pentingnya platform ini untuk aktivitas sosial, pencari tren, dan penyebaran informasi di berbagai lapisan masyarakat, baik di perkotaan

maupun pedesaan. Namun, mudahnya mendapatkan dan menyebarkan informasi juga menimbulkan risiko baru, seperti informasi palsu meningkat yang dapat memengaruhi persepsi dan keputusan orang tentang hal-hal seperti masalah kesehatan dan politik. Kondisi ini menunjukkan kesulitan yang dihadapi masyarakat Indonesia saat menavigasi dunia digital, seperti mejaga keakuratan, kepercayaan, dan kredibilitas informasi di tengah arus komunikasi media sosial yang cepat.

Gambar 1.3 Persentase pengguna Instagram di Indonesia



Sumber : (Datareportal, 2025)

Statistik demografis pengguna Instagram di Indonesia secara jelas menunjukkan dominasi kelompok usia muda. Segmen pengguna Instagram terbesar di Indonesia terdiri dari **dewasa muda berusia 18-34 tahun**, yang mencakup **72,3%** dari total pengguna platform. **Kelompok usia 25-34 tahun adalah yang paling dominan**, dengan **21% pengguna perempuan** dan **20,1%**

laki-laki , menunjukkan interaksi yang seimbang antar gender (*Instagram Users Statistics in Indonesia 2025 | Insta Active Users, 2025*).

Menurut penelitian ini, generasi muda adalah yang paling aktif menggunakan media sosial, terutama Generasi Z dan Milenial awal. Selain menggunakan platform media sosial seperti Instagram untuk hiburan, mereka juga memanfaatkannya untuk pengumpulan informasi, pemantauan tren, dan ekspresi diri. Sesuai dengan fitur utama Instagram yang berfokus pada komunikasi berbasis gambar dan video singkat, pola perilaku digital mereka umumnya cepat, fleksibel, dan lebih menyukai konten visual.

Gambar 1.4 Distribusi Pengguna Instagram di Indonesia Berdasarkan Kelompok Usia, 2025

AGE GROUP	FEMALE USERS (%)	MALE USERS (%)
18-24	17.6%	13.6%
25-34	21.0%	20.1%
35-44	8.8%	8.0%
45-54	3.7%	3.3%
55-64	1.4%	1.1%
65+	0.7%	0.9%

Sumber : (*Instagram Users Statistics in Indonesia 2025 | Insta Active Users, 2025*)

Meskipun akses informasi menjadi lebih mudah, masalah lain muncul, seperti kelebihan informasi dan penyebaran informasi palsu. Sebagai pengguna dominan, audiens muda seringkali kekesulitan membedakan antara infromasi yang benar-benar dapat dianadalkan dan yang hanya berupa spekulasi atau opini. Kredibilitas

dalam komunikasi massa tidak hanya dipengaruhi oleh substansi pesan, tetapi juga oleh persepsi audiens terhadap keandalan sumbernya. Untuk memahami bagaimana audiens muda menciptakan makna dan kepercayaan terhadap informasi yang mereka konsumsi, sangat penting untuk memahami bagaimana mereka mengevaluasi keandalan konten di media sosial.

Perkembangan komunikasi dan teknologi informasi telah mengubah cara orang berkomunikasi di seluruh dunia. Sumber informasi pada awal perkembangannya biasanya bersifat satu arah dan cenderung monologis, seperti berita di surat kabar atau TV. Namun, dengan berkembangnya teknologi informasi dan munculnya media sosial, pola komunikasi ini telah berubah menjadi proses interaktif yang bersifat dua arah berkat kemunculan internet dan media sosial.

Masyarakat sekarang bukan hanya penonton pasif, tetapi sekarang menjadi partisipan aktif dalam proses penyebaran informasi. Platform berbasis digital memungkinkan khalayak untuk tidak hanya menerima informasi, tetapi juga berpartisipasi aktif dalam penciptaannya. Menurut Kaplan dan Haenlein (2010), media sosial adalah kumpulan aplikasi online berbasis Web 2.0 yang memungkinkan pengguna untuk secara bebas memproduksi, mendistribusikan, dan bertukar konten. Akibat transformasi ini, audiens kini secara aktif terlibat dalam proses komunikasi dari pada hanya menjadi penerima pesan. Setiap orang memiliki kemampuan untuk menjadi prosumer pencipta dan konsumen informasi di arena digital terbuka ini, berkontribusi pada pergerakan pesan melintasi batas waktu dan ruang (Kaplan & Haenlein, 2010).

Kehidupan sehari-hari masyarakat sangat dipengaruhi oleh perubahan dalam cara komunikasi tersebut. Melalui media sosial, orang-orang di seluruh dunia, termasuk Indonesia, memperoleh informasi dengan lebih cepat, langsung, dan personal. Platform ini menimbulkan masalah baru terkait keabsahan dan kredibilitas informasi menjadi isu penting selain membantu orang berkomunikasi dan membangun reputasi. Informasi tersebar dengan cepat, karena kemudahan berbagi konten, tetapi kadang-kadang informasi itu salah, menyesatkan, atau bahkan hoaks. Kaplan dan Haenlein (2010) menegaskan bahwa interaksi sosial di ruang digital hanya dapat berjalan efektif apabila didasari oleh kepercayaan (*trust*) dan keaslian (*authenticity*). Artinya, kredibilitas menjadi unsur fundamental dalam menjaga kualitas komunikasi di dunia maya. Fenomena maraknya berita palsu dan misinformasi di media sosial telah mengubah cara masyarakat menilai dan menerima informasi, sehingga khalayak kini lebih selektif dan kritis terhadap pesan yang mereka konsumsi.

Berdasarkan pemaparan fenomena dan kajian literatur di atas, penulis tertarik untuk mengetahui dan memahami lebih dalam bagaimana audiens muda membentuk persepsi terhadap kredibilitas informasi yang disajikan di media sosial, khususnya pada akun @coppamagz. Oleh karena itu, penelitian ini akan difokuskan pada analisis **PERSEPSI AUDIENS MUDA TENTANG KREDIBILITAS INFORMASI PADA AKUN INSTAGRAM @COPPAMAGZ** dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

1.2. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1. Fokus Penelitian

Berdasarkan dari penjelasan yang telah dipaparkan oleh peneliti pada konteks penelitian di atas, maka yang menjadi fokus dari penelitian ini adalah tentang **“Persepsi Audiens Muda Tentang Kredibilitas Informasi Pada Akun Instagram @coppamagz”**.

1.2.2. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian di atas, maka peneliti akan menyusun pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi audiens muda tentang keahlian akun Instagram @coppamagz ?
2. Bagaimana persepsi audiens muda tentang tingkat kepercayaan akun Instagram @coppamagz ?
3. Bagaimana persepsi audiens muda tentang daya tarik akun Instagram @coppamagz ?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pernyataan penelitian di atas, maka peneliti memiliki tujuan penelitian yang ingin dicapai sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui persepsi audiens muda tentang keahlian akun Instagram @coppamagz

2. Untuk mengetahui persepsi audiens muda tentang tingkat kepercayaan akun Instagram @coppamagz
3. Untuk mengetahui persepsi audiens muda tentang daya tarik akun Instagram @coppamg

1.3.2. Kegunaan Penelitian

Dari penelitian ini, peneliti berharap bahwa hasil penelitian ini akan berkontribusi pada kemajuan ilmu pengetahuan. Sehubungan dengan penelitian ini, penelitian ini memiliki kegunaan teoritis dan praktis yang secara umum dapat membantu masyarakat secara keseluruhan dan berkontribusi pada kemajuan Ilmu Komunikasi secara umum.

1.3.2.1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam memperkaya pengetahuan dan pemahaman mengenai kajian persepsi audiens terhadap media digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang bagaimana audiens muda membentuk pandangan dan penilaian ini diharapkan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji isu serupa pada konteks era digital.

1.3.2.2. Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengelola akun Instagram media hiburan digital seperti CoppaMagz dalam

memahami bagaimana audiens muda menilai kredibilitas konten yang mereka sajikan. Hasil penelitian ini juga dapat memberikan wawasan bagi pembaca, khususnya pengguna media sosial, mengenai pentingnya sikap kritis dalam menerima dan menilai informasi yang ditampilkan oleh akun media hiburan.