

SKRIPSI

**TINGKAT KEPERCAYAAN MASYARAKAT TERHADAP
PENYEBARAN INFORMASI PADA AKUN
INSTAGRAM sidrapinfo.id**



OLEH

**PUTRA PRATAMA YASIR
NIM: 19.3600.001**

**PROGRAM STUDI JURNALISTIK ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2026 M/1448 H

**TINGKAT KEPERCAYAAN MASYARAKAT TERHADAP
PENYEBARAN INFORMASI PADA AKUN
INSTAGRAM sidrapinfo.id**



OLEH

**PUTRA PRATAMA YASIR
NIM: 19.3600.001**

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Pada Program Studi Jurnalistik Islam Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

**PROGRAM STUDI JURNALISTIK ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2026 M/1448 H

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Tingkat Kepercayaan Masyarakat terhadap
Penyebaran Informasi pada akun *Instagram*
sidrapinfo.id

Nama Mahasiswa : Putra Pratama Yasir

Nomor Induk Mahasiswa : 19.3600.001

Program Studi : Jurnalistik Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
B.1454/In.39/FUAD.03/PP.00.9/06/2023

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Prof. Dr. Iskandar, S.Ag., M.Sos.I. (.....)

NIP : 197507042009011006

Pembimbing Pendamping : Nahrul Hayat, M.I.Kom. (.....)

NIP : 19911302018011001

Mengetahui :

Dekan,
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah



Dr. H. M. Mubiddin, Lc., M.Fil.I. (.....)
NIP. 19760713 200912 1 002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Tingkat Kepercayaan Masyarakat terhadap
Penyebaran Informasi pada akun *Instagram*
sidrapinfo.id

Nama Mahasiswa : Putra Pratama Yasir

Nomor Induk Mahasiswa : 19.3600.001

Program Studi : Jurnalistik Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Nomor: B.1454/In.39/FUAD.03/PP.00.9/06/2023

Tanggal Kelulusan : 7 Juli 2026

Disahkan oleh Komis Penguji:

Prof. Dr. Iskandar, S.Ag., M.Sos.I.	(Ketua)	(.....)
Nahrul Hayat, M.I.Kom.	(Sekretaris)	(.....)
Dr. Sulvinajayanti, S.Kom., M.I.Kom.	(Anggota)	(.....)
Mifda Hilmiyah, M.I.Kom.	(Anggota)	(.....)

Mengetahui :

Dekan
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah



Dr. H. Mubiddin, Lc., M.Fil.I
NIP. 19760713 200912 1 00

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
 الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ
 وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Swt. berkat hidayah, taufik, dan maunah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Parepare (IAIN).

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ibunda Hj. Ningsih Soetomo dan ayahanda Muh. Yasir Rahu karena telah memberi pengorbanan yang begitu besar untuk penulis dan memberikan semangat yang tidak terhitung agar tetap bisa menyelesaikan kuliah sampai selesai. Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari bapak Prof. Dr. Iskandar, S.Ag., M.Sos.I. dan bapak Nahrul Hayat, M. I. Kom. selaku Pembimbing, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih. Selanjutnya, penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Darmawati, S.Ag., M.Pd., sebagai Rektor IAIN Parepare, Ibu Dr. Zulfah, M.Pd., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Ibu Dr. Nurhikmah, M.Sos.I., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, Bapak Dr. Kaharuddin, S.Ag., M.Pd.I, selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, yang telah bekerja keras mengelola Pendidikan di IAIN Parepare.
2. Bapak Dr. H. Muhiddin, Lc., M.Fil.I., selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, Bapak Dr. Ahmad Yani, M.Hum sebagai Wakil dekan I bidang AKKK dan Bapak Dr. H. M. Ihsan Darwis, M.Si. sebagai Wakil dekan II bidang AUPK. Terima kasih atas segala kemudahan dan kebijakan yang telah diberikan,

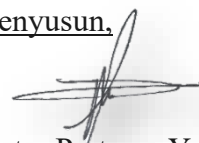
serta dedikasi tinggi yang menjadi teladan bagi penulis.

3. Bapak Nahrul Hayat, M. I. Kom. selaku Ketua Program Studi Jurnalistik Islam sekaligus pembimbing kedua, terima kasih saran, kritik, dan kesabaran yang tak terhingga dari beliau berdua telah menjadi faktor penentu utama dalam penyelesaian penelitian ini. Setiap petunjuk dari beliau sangat berarti dan membuka wawasan baru bagi penulis.
4. Bapak Prof. Dr. Iskandar, S.Ag., M.Sos.I. selaku pembimbing utama, terima kasih atas ilmu, bimbingan, dan arahan yang telah diberikan selama proses pembimbingan.
5. Bapak dan Ibu dosen studi Jurnalistik Islam yang telah meluangkan waktu mereka dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.
6. Kepada Ibu Dr. Hj. Nurmi, M.A., selaku kabag dan Seluruh kepala unit di lingkungan IAIN Parepare beserta jajaran staf administrasi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah serta staf akademik yang telah membantu penulis sejak awal perkuliahan hingga proses penyelesaian studi.
7. Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta seluruh jajarannya yang telah memberikan pelayanan yang baik kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare.

Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 7 Juni 2026 M
21 Dzulhijjah 1447 H

Penyusun,



Putra Pratama Yasir
NIM : 19.3600.001

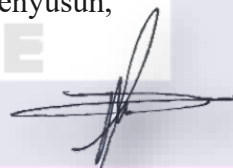
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Putra Pratama Yasir
NIM : 19.3600.001
Tempat/Tgl. Lahir : Parepare, 13 Februari 2001
Program Studi : Jurnalistik Islam
Judul Skripsi : Tingkat Kepercayaan Masyarakat terhadap Penyebaran Informasi pada akun *Instagram* sidrapinfo.id

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya sendiri, apabila di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi ini dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 7 Juni 2026
Penyusun,



Putra Pratama Yasir
NIM : 19.3600.001

ABSTRAK

Putra Pratama Yasir, *Tingkat Kepercayaan Masyarakat terhadap Penyebaran Informasi pada akun Instagram sidrapinfo.id* (dibimbing oleh Bapak Iskandar dan Bapak Nahrul Hayat)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepercayaan masyarakat Kabupaten Sidenreng Rappang (Sidrap) terhadap penyebaran informasi pada akun Instagram @sidrapinfo.id. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi pendapat masyarakat mengenai keakuratan, kredibilitas, konsistensi, dan transparansi informasi yang disampaikan oleh akun tersebut sebagai salah satu sumber informasi lokal di Kabupaten Sidrap. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (field research) dengan pendekatan kuantitatif. Data penelitian diperoleh sebanyak 427 responden melalui penyebaran kuesioner kepada masyarakat Kabupaten Sidrap yang merupakan pengikut aktif akun Instagram @sidrapinfo.id. Teknik pengambilan sampel menggunakan stratified random sampling dengan responden yang berasal dari seluruh kecamatan di Kabupaten Sidrap. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif untuk menggambarkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap informasi yang dipublikasikan oleh akun tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat Kabupaten Sidrap terhadap akun Instagram @sidrapinfo.id tergolong rendah hingga sedang. Hal ini ditunjukkan oleh rata-rata variabel Penyebaran Informasi (X) sebesar 1,97 dan Tingkat Kepercayaan Masyarakat (Y) sebesar 1,93 (skala 1–4) dari 427 responden yang mayoritas berusia 21–25 tahun (65,3%) dan berjenis kelamin laki-laki (46,2%). Pada variabel (X), nilai tertinggi ada pada indikator validitas konten (2,21), sedangkan nilai terendah pada penyampaian informasi darurat (1,76) dan kejelasan bahasa (1,82). Sementara pada variabel (Y), indikator kredibilitas akun menjadi yang terendah (1,82), menunjukkan akun belum menjadi rujukan utama meskipun indikator dasar pengambilan keputusan memperoleh skor tertinggi (2,05). Untuk meningkatkan kepercayaan publik, pengelola @sidrapinfo.id direkomendasikan memperketat verifikasi berita, mencantumkan sumber secara transparan, menyederhanakan bahasa, memperbaiki visualisasi, serta mempercepat penyampaian informasi darurat.

Kata Kunci: Kepercayaan Masyarakat, Penyebaran Informasi, Instagram, @sidrapinfo.id, Kabupaten Sidrap.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	14
C. Tujuan Penelitian.....	14
D. Kegunaan Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	16
B. Landasan Teoritis.....	20
C. Kerangka Konseptual.....	21
D. Kerangka Pikir.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	25
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	27
C. Populasi dan Sampel.....	28
D. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	32
E. Definisi Operasional Variabel.....	33

F. Instrumen Penelitian	36
G. Teknik Analisis Data	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
A. Hasil pembahasan	51
B. Pembahasan	78
BAB V PENUTUP.....	85
A. Simpulan	85
B. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	I
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

No.	Judul Tabel	Hal.
1.	Tabel 3.1 Distribusi Sampel Penelitian	31
2.	Tabel 3.2 Definisi Variabel	36
3.	Tabel 3.3 Pengukuran Skala Likert	39
4.	Tabel 3.4 Validitas Instrumen Variabel X	41
5.	Tabel 3.5 Validitas Instrumen Variabel Y	42
6.	Tabel 3.6 Uji Reliabilitas Instrumen Variabel X	43
7.	Tabel 3.7 Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Y	44
8.	Tabel 3.8 Analisis Statistik Deskriptif Varibel X	47
9.	Tabel 3.9 Variabel Y	48
10.	Tabel 3.10 Uji Normalitas	51
11.	Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	54
12.	Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasakan Jenis Kelamin	55
13.	Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel X Penyebaran Informasi pada Akun Instagram @sidrapinfo.id	57
14.	Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel Y Tingkat Kepercayaan Masyarakat	59
15.	Tabe 4.5 Uji Reliabilitas	60
16.	Tabel 4.6 Keakuratan Informasi Informasi yang disampaikan oleh akun Instagram @sidrapinfo.id dapat dipercaya.	61
17.	Tabel 4.7 Objektivitas Informasi Berita yang disampaikan oleh akun Instagram @sidrapinfo.id disajikan secara objektif tanpa manipulasi.	62
18.	Tabel 4.8 Verifikasi Informasi Informasi yang dipublikasi oleh akun Instagram	63

	@sidrapinfo.id telah melalui proses verifikasi sebelum disebarkan kepada masyarakat.	
19.	Tabel 4.9 Validitas Konten Konten informasi yang dipublikasikan oleh akun Instagram @sidrapinfo.id terbebas dari informasi palsu atau hoaks	64
20.	Tabel 4.10 Kecepatan Informasi Informasi pada akun Instagram @sidrapinfo.id disampaikan dengan cepat kepada masyarakat.	65
21.	Tabel 4.11 Transparansi Sumber Informasi Sumber informasi pada akun Instagram @sidrapinfo dicantumkan secara jelas dan terbuka kepada masyarakat	66
22.	Tabel 4.12 Kejelasan Bahasa Informasi Bahasa yang digunakan akun Instagram @sidrapinfo.id mudah dipahami oleh masyarakat	67
23.	Tabel 4.13 Relevansi Konten Informasi Konten informasi yang dipublikasikan oleh akun Instagram @sidrapinfo.id sesuai dengan kebutuhan masyarakat Kabupaten Sidrap	68
24.	Tabel 4.14 Netralitas Informasi Informasi yang dipublikasikan oleh Instagram @sidrapinfo.id tidak menunjukkan keberpihakan tertentu	69
25.	Tabel 4.15 Manfaat Informasi Informasi yang dipublikasikan oleh akun Instagram @sidrapinfo.id memberikan manfaat bagi masyarakat Kabupaten Sidrap	70
26.	Tabel 4.16 Interaksi Sosial Akun Instagram @sidrapinfo.id memberikan ruang interaksi yang baik antara masyarakat melalui komentar atau	71

	tanggapan pada informasi yang dipublikasikan	
27.	Tabel 4.17 Respons Admin Admin akun Instagram @sidrapinfo.id memberikan respons yang baik terhadap pertanyaan atau klarifikasi masyarakat	72
28.	Tabel 4.18 Etika Informasi Informasi yang dipublikasikan oleh akun Instagram @sidrapinfo.id disampaikan dengan memperhatikan etika komunikasi dan tidak bersifat provokatif	73
29.	Tabel 4.19 Informasi Darurat Akun Instagram @sidrapinfo.id mampu menyampaikan informasi darurat kepada masyarakat dengan cepat dan tepat	74
30.	Tabel 4.20 Visualisasi Konten Foto atau visual yang digunakan pada akun Instagram @sidrapinfo.id mendukung kejelasan informasi yang disampaikan	75
31.	Tabel 4.21 Dasar Pengambilan Keputusan Informasi yang dipublikasikan oleh akun Instagram @sidrapinfo.id layak dijadikan rujukan dalam memahami kondisi sosial di Kabupaten Sidrap	76
32.	Tabel 4.22 Pengaruh Opini Publik Informasi yang dipublikasikan oleh akun Instagram @sidrapinfo.id memengaruhi opini masyarakat terhadap isu yang terjadi di Kabupaten Sidrap	77
33.	Tabel 4.33 Kepercayaan Masyarakat Masyarakat percaya terhadap informasi yang dipublikasikan oleh akun Instagram @sidrapinfo.id	78
34.	Tabel 4.34 Kredibilitas Akun Akun Instagram @sidrapinfo.id memiliki kredibilitas sebagai media informasi masyarakat Kabupaten Sidrap	79

DAFTAR GAMBAR

NO.	Judul Gambar	Hal.
1.	Kerangka Pikir	24



DAFTAR LAMPIRAN

NO.	Judul Lampiran	Hal.
1.	SK Pembimbing	VII
2.	Akun Instagram	VIII
3.	Kuesioner	IX
4.	Bukti Chat	XII
5.	Bukti Pengisian Google Form	XX



PEDOMAN TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

A. Transliterasi

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tsa	Ts	te dan sa
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	Dz	de dan zet
ر	Ra	R	Er

ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Shad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dhad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	,	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda(‘).

1. Vokal

- a. Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَ	Fathah	A	A
إِ	Kasrah	I	I
أُ	Dhomma	U	U

- b. Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَيَّ	Fathah dan Ya	Ai	a dan i
أَوْ	Fathah dan Wau	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ :Kaifa

حَوْلَ : Haula

2. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
نَی / نَا	Fathah dan Alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
یِ	Kasrah dan Ya	Ī	i dan garis di atas
وُ	Kasrah dan Wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh :

مَات : māta
رَمَى : ramā
قِيلَ : qīla
يَمُوت : yamūtu

3. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *tamarbutah* ada dua:

- Tamarbutah* yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- Tamarbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *tamarbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tamarbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (*h*).

Contoh :

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *raudahal-jannah* atau *raudatul jannah*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnahal-fāḍilah* atau *al-madīnatulfāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

4. Syaddah (*Tasydid*)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

الْحَقُّ : *al-haqq*

الْحَجُّ : *al-hajj*

نُعَم : *nu‘ima*

عَدُوٌّ : *‘aduwwun*

Jika huruf ى bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (يَ), maka ia litransliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَرَبِيٌّ : ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

عَلِيٌّ : ‘Ali (bukan ‘Alyy atau ‘Aly)

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf لا (alif lam ma'arifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy- syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

6. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْعُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أَمْرٌ : *Umirtu*

7. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar *Qur'an*), *Sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Fīzilāl-qur'an

Al-sunnahqablal-tadwin

Al-ibāratbi 'umum al-lafzlābi khusus al-sabab

8. *Lafẓal-Jalalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudafilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللهِ *Dīnullah*

بِالله *billah*

Adapun *tamarbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓal-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللهِ *Humfīrahmatillāh*

9. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*).

Contoh:

*Wa māMuhammadunillārasūl
na awwalabaitinwudi ‘alinnāsilalladhībīBakkatamubārakan
Syahru Ramadan al-ladhīunzilafihal-Qur’an
Nasir al-Din al-Tusī
AbūNasral-Farabi*

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abūal-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abūal-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abūal-Walid Muhammad Ibnu)

NaşrḤamīdAbū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, NaşrḤamīd (bukan:Zaid, NaşrḤamīdAbū)

B. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	=	<i>subḥānahūwata ‘āla</i>
saw.	=	<i>ṣallallāhu ‘alaihi wasallam</i>
a.s.	=	<i>‘alaihi al- sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir tahun
w.	=	Wafat tahun
QS .../...: 4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrāhīm/ ..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص	=	صفحة
دم =	=	بدون
صلعم	=	صلى الله عليه وسلم
ط	=	طبعة
بن	=	بدون ناشر
الخ	=	إلى آخرها / إلى آخره
ج	=	جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

Ed : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).

Et al : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.

Cet : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.

Terj : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.

Vol : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.

No : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Media sosial kini berperan sebagai salah satu saluran utama dalam mendistribusikan berbagai bentuk informasi kepada masyarakat. Di antara *platform* yang banyak digunakan, *Instagram* menjadi salah satu yang paling populer karena berbasis tampilan visual, sehingga memudahkan penggunaanya untuk berbagi foto, video, dan berbagai informasi secara cepat serta praktis. Fungsinya tidak lagi terbatas pada komunikasi personal, melainkan juga bertransformasi sebagai ruang penyebaran informasi publik, termasuk informasi yang berkaitan dengan kehidupan masyarakat pada level daerah.¹

Perkembangan teknologi menjadi salah satu jawaban atas kebutuhan masyarakat dalam menghadapi berbagai tantangan global. Saat ini, perubahan besar terutama terlihat pada kemajuan teknologi yang digunakan untuk mendukung aktivitas kehidupan sehari-hari. Kehadiran internet dan perangkat pintar seperti *smartphone* telah menciptakan kemudahan dan percepatan dalam mengakses informasi maupun melakukan berbagai kegiatan. Internet menjadi salah satu inovasi teknologi yang paling dimanfaatkan oleh masyarakat karena kemampuannya untuk menghubungkan individu serta menyediakan berbagai layanan secara praktis.² Oleh karena itu tak jarang kita jumpai berbagai inovasi yang terjadi di dunia internet.³

¹ Zumrotul Elvi Ali, 'Peran Media Sosial Sebagai Sumber Informasi', *Unairnews*, 2023 <https://unair.ac.id/post_fetcher/fakultas-vokasi-peran-media-sosial-sebagai-sumber-informasi/>.

² Cecep Abdul Cholik, 'Perkembangan Teknologi Informasi Komunikasi/Ict Dalam Berbagai Bidang', *Jurnal Fakultas Teknik Unisa Kuningan*, 2.2 (2021), 39–46.

³ Sari, *Perkembangan Teknologi Dan Dampaknya Terhadap Kehidupan Sehari-Hari* (Jakarta: Penerbit Ilmu Digital, 2023).

Media sosial menjadi ruang komunikasi digital yang memungkinkan penggunanya saling bertukar pesan dan membentuk komunitas melalui koneksi internet. Sejak hadirnya perangkat berbasis Android dan *iPhone*, ragam *platform* media sosial semakin berkembang pesat, salah satunya adalah *Instagram*. *Platform* ini memiliki popularitas yang sangat tinggi dan menempati posisi kedua setelah *WhatsApp* sebagai media komunikasi daring yang paling banyak diakses. Berdasarkan data pada App Store, *Instagram* berada pada peringkat ketiga aplikasi gratis dengan perolehan rating 4,8 dari 5 bintang, yang menunjukkan bahwa fitur-fitur yang tersedia mampu memberikan pengalaman penggunaan yang memuaskan bagi masyarakat.⁴

Kabupaten Sidrap di Sulawesi Selatan merupakan wilayah yang membutuhkan akses informasi yang memadai guna mendorong keterlibatan masyarakat dalam proses pembangunan daerah. Kehadiran akun *Instagram* sidrapinfo.id menjadi salah satu media informasi lokal yang berupaya menyediakan berita, pengumuman, serta isu-isu yang berkaitan langsung dengan kebutuhan masyarakat Sidrap. Setiap unggahan yang dipublikasikan diarahkan untuk menyampaikan informasi secara cepat, akurat, dan dapat dipercaya oleh penggunanya. Kehidupan masyarakat saat ini tidak dapat dipisahkan dari interaksi digital, karena setiap aktivitas di dunia nyata sering kali direpresentasikan kembali melalui media sosial, dan sebaliknya, dinamika di ruang maya turut memberikan pengaruh terhadap perilaku di kehidupan sehari-hari. Kondisi ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran signifikan dalam membentuk cara pandang dan karakter masyarakat modern.

⁴ Yustia Perdana Ilham Deri, "Media Sosial Instagram Dalam Di Tengah Stigma Masyarakat," *Institut Pemerintahan Dalam Negeri*, 2023, [Http://Eprints.Ipdn.Ac.Id/13557/](http://Eprints.Ipdn.Ac.Id/13557/).

Pengaruh besar penyebaran informasi melalui media sosial terhadap masyarakat menuntut setiap individu untuk memiliki kemampuan literasi media. Pemahaman mengenai literasi media menekankan pentingnya sikap kritis dalam mengonsumsi informasi, salah satunya dengan cara melakukan perbandingan terhadap berbagai informasi yang diperoleh dari media sosial sebelum mempercayai atau menyebarkannya kembali.⁵ Dalam rangka hal tersebut, penelitian ini ingin melihat bagaimana tingkat kepercayaan masyarakat terhadap media sosial yang mereka konsumsi. Tingkat kepercayaan terhadap Media sosial akan berimplikasi pada budaya masyarakat pada konteks membandingkan informasi di media sosial.

Pemanfaatan media sosial sebagai medium penyebaran informasi, aspek kepercayaan publik memegang peranan yang sangat krusial. Kepercayaan tersebut muncul dari berbagai faktor yang memengaruhi bagaimana masyarakat menerima dan menilai kredibilitas suatu *platform* media sosial, seperti keakuratan informasi, kredibilitas sumber, konsistensi konten, dan transparansi pengelolaan informasi. Jika masyarakat tidak mempercayai informasi yang disampaikan, tujuan utama dari penyebaran informasi, yaitu memberikan edukasi dan membangun partisipasi, tidak akan tercapai.⁶

Kepercayaan publik terhadap media sosial menjadi isu penting, karena informasi yang beredar sering kali tidak melalui proses verifikasi dan tidak seluruhnya disampaikan oleh lembaga pers profesional. Fenomena *hoax*, disinformasi, dan bias pemberitaan masih mudah ditemukan, sehingga masyarakat

⁵ Bagus Fadlan Aulia, Salwa Shofiyah Subarjah, And Yulia Rahma, 'Media Sosial Sebagai Sarana Peningkatan Literasi Digital Masyarakat', *Jurnal Bima: Pusat Publikasi Ilmu Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 2.2 (2024), 86–93 <<https://journal.aripi.or.id/index.php/Bima/Article/View/806>>.

⁶ Yuli Rohmiyati, 'Analisis Penyebaran Informasi Pada Sosial Media', *Anuva*, 2.1 (2018), 29 <<https://doi.org/10.14710/anuva.2.1.29-42>>.

perlu lebih selektif dalam menerima informasi sebagai dasar mengambil keputusan dan membentuk opini. Hal ini sesuai dengan firman Allah Swt. dalam QS. Al-Hujurat ayat 6 yang menegaskan pentingnya tabayyun atau verifikasi informasi sebelum diterima dan disebarluaskan agar tidak terjadi kesalahan dan kerugian bagi pihak lain.

فَتَصَبِّحُوا بِجَهَالَةٍ ۖ قَوْمًا تَصِيبُوا أَنْ فَتَبَيَّنُوا بَنِيَّ فَاسِقٌ جَاءَكُمْ إِنْ آمَنُوا الَّذِينَ يَأْتِيهَا
 ⑥ نَدِمِينَ فَعَلْتُمْ مَا عَلَى

Terjemahan :

“Wahai orang-orang yang beriman, jika seorang fasik datang kepadamu membawa berita penting, maka telitilah kebenarannya agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena ketidaktahuan(-mu) yang berakibat kamu menyesali perbuatanmu itu.”

Fenomena *hoax*, manipulasi informasi, dan bias dalam penyampaian konten di media sosial semakin menambah tantangan dalam membangun kepercayaan publik. Kondisi ini juga berlaku bagi Sidrapinfo.id, di mana masyarakat perlu memastikan bahwa informasi yang mereka terima dari akun tersebut benar-benar dapat diandalkan dan tidak menyesatkan.⁷ Oleh karena itu, penting untuk mengukur sejauh mana tingkat kepercayaan masyarakat Kabupaten Sidrap terhadap penyebaran informasi yang dilakukan melalui akun *Instagram* ini.

Penyebaran informasi kepada publik di Indonesia memiliki dasar hukum yang jelas sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers. Undang-undang tersebut menegaskan bahwa setiap warga negara berhak mendirikan perusahaan pers, namun perusahaan pers wajib berbadan hukum Indonesia dan memiliki tanggung jawab terhadap kesejahteraan wartawannya. Ketentuan tersebut

⁷ Siti Nurhaliza, ‘Tantangan Dan Risiko Partisipasi Publik Melalui Media Sosial’, *Iap2 Indonesia*, 2025 <<https://lap2.Or.Id/Tantangan-Dan-Risiko-Partisipasi-Publik-Melalui-Media-Sosial/>>.

menunjukkan bahwa kegiatan penyampaian informasi kepada publik bukan hanya aktivitas bebas, tetapi memerlukan pertanggungjawaban yang jelas terhadap isi informasi maupun dampak yang ditimbulkan kepada masyarakat.⁸

Dalam UU Pers juga dijelaskan bahwa pers memiliki fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial.⁹ Meski akun media sosial seperti sidrapinfo.id bukan termasuk kategori perusahaan pers berbadan hukum, konten yang diunggah tetap berfungsi sebagai rujukan informasi publik sehingga prinsip-prinsip dasar pers harus tetap diterapkan. Publik Sidrap tetap menjadikan akun ini sebagai salah satu sumber berita daerah, sehingga kualitas dan akurasi informasinya akan memengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat dan situasi sosial di lingkungan mereka.

Selain landasan hukum, penyampaian informasi kepada publik juga diatur dalam Kode Etik Jurnalistik yang disahkan melalui Peraturan Dewan Pers Nomor 6/Peraturan-DP/V/2008. Kode etik ini menegaskan bahwa informasi yang dipublikasikan harus akurat, berimbang, profesional, serta tidak beritikad buruk. Terdapat pula kewajiban untuk melakukan verifikasi informasi (*check and recheck*), mencantumkan sumber yang dapat dipertanggungjawabkan, serta memberikan ruang hak jawab apabila terdapat pihak yang dirugikan. Ketentuan tersebut menjadi acuan moral agar media tidak sekadar menjadi penyalur informasi, tetapi juga penjaga kepercayaan publik.¹⁰ Dalam praktik penyampaian informasi di media sosial, sering

⁸ Anggi Setyowati And Pramukhtiko Suryo Kencono, 'Kebebasan Pers Dalam Penyampaian Berita Menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers', *Indonesian Journal Of Law And Justice*, 2.1 (2024), 18.

⁹ Agus Siagian, *Hukum Pers: Menjamin Kebebasan Pers Berbasis Keadilan* (Cv. Gita Lentera, 2025).

¹⁰ Indra Sibagariang, Yuniar Rahmatiar, And Muhammad Abas, 'Pertanggungjawaban Kode Etik Pers Terhadap Penyimpangan Pada Profesi Jurnalis Berdasarkan Undang Undang Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers', *Justitia Jurnal Ilmu Hukum Dan Humaniora*, 6.2 (2023), 389.

muncul persoalan berupa *hoax*, manipulasi narasi, maupun ketidakjelasan sumber informasi.¹¹ Kondisi ini dapat mengikis kepercayaan publik apabila pengelola akun tidak menjaga prinsip objektivitas dan transparansi sebagaimana diatur dalam kode etik dan kewajiban pers. Akun sidrapinfo.id yang menjadi sumber informasi masyarakat Sidrap perlu menunjukkan profesionalitas dalam penyajian konten agar tetap dipercaya di tengah tingginya persaingan informasi digital. Kepercayaan masyarakat tidak hanya ditentukan oleh seberapa cepat informasi dipublikasikan, tetapi terutama oleh kejujuran dan kebenaran data yang ditampilkan.

Penelitian ini bertujuan untuk menilai sejauh mana masyarakat memberikan kepercayaan terhadap informasi yang dipublikasikan di media sosial, yang dapat diamati melalui kebiasaan mereka dalam membandingkan informasi antarplatform yang diakses. Fokus utama penelitian ini terletak pada pengukuran tingkat kepercayaan khalayak terhadap pemberitaan yang beredar di media sosial. Kepercayaan publik menjadi isu penting karena media sosial, termasuk *Instagram*, saat ini telah berkembang menjadi salah satu sumber informasi dominan bagi masyarakat Indonesia. Laporan Digital News Report 2025 yang diterbitkan Reuters Institute dan University of Oxford menunjukkan bahwa media daring dan media sosial masih menjadi sumber berita yang paling banyak digunakan, terutama di kawasan perkotaan, meskipun data mencatat adanya penurunan porsi penggunaan media sosial dari 58 persen pada tahun 2021 menjadi 44 persen pada tahun 2025.¹²

¹¹ Maria Ulfa Batoebara And Buyung Solihin Hasugian, 'Isu *Hoax* Meningkat Menjadi Potensi Kekacauan Informasi', *Device: Journal Of Information System, Computer Science And Information Technology*, 4.2 (2023), 64–79.

¹² Siti Ayu Rachma Dan Yunita Amalia, 'Digital News Report 2025: Kepercayaan Masyarakat Ke Media Di Indonesia Naik', *Merdeka.Com*, 2025.

Media sosial telah menjadi ruang terbuka yang memungkinkan siapa saja untuk memproduksi dan menyebarkan informasi tanpa batasan yang ketat.¹³ Hal ini membawa dampak positif berupa percepatan arus informasi, namun di sisi lain juga menimbulkan kerentanan terhadap penyebaran informasi palsu atau *hoax*. Informasi yang tidak diverifikasi dan tidak melalui proses klarifikasi kerap beredar luas, terutama ketika topik yang diangkat bersifat sensasional, kontroversial, atau menyentuh emosi publik. Kondisi ini mengakibatkan masyarakat sering kali kesulitan membedakan antara fakta dan opini, atau antara berita yang benar dengan berita yang menyesatkan. Pada akhirnya, apabila *hoax* tersebar tanpa *filter*, maka kepercayaan masyarakat terhadap media sosial secara umum dapat menurun, karena *platform* tersebut dianggap gagal menyediakan informasi yang dapat diandalkan.¹⁴

Penyebaran informasi palsu tidak hanya berpotensi merusak kredibilitas suatu akun atau platform, tetapi juga dapat menimbulkan kekhawatiran mendalam di tengah masyarakat, memengaruhi stabilitas kondisi politik, bahkan memberi dampak negatif pada perekonomian lokal. Fenomena ini menjadi jauh lebih krusial jika ditarik ke dalam konteks menjelang Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada), di mana arus informasi sering kali dimanfaatkan sebagai instrumen politik untuk memengaruhi persepsi pemilih melalui kampanye hitam atau klaim sepihak. Dalam ruang lingkup daerah, misalnya pada akun Instagram @sidrapinfo.id, beredarnya informasi yang tidak benar di masa sensitif ini mampu menurunkan kepercayaan publik secara drastis terhadap konten yang ditampilkan, sekalipun akun tersebut

¹³ Fadil Mas'ud And Others, 'Etika Dalam Media Sosial Antara Kebebasan Ekspresi Dan Tanggung Jawab Digital', *Jimmi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisiplin*, 2.2 (2025), 235–46.

¹⁴ Virani Wulandari, Gema Rullyana, And Ardiansah Ardiansah, 'Pengaruh Algoritma Filter Bubble Dan Echo Chamber Terhadap Perilaku Penggunaan Internet', *Berkala Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 17.1 (2021), 98–111 <<https://doi.org/10.22146/Bip.V17i1.423>>.

memiliki jumlah pengikut yang besar. Hal ini sangat berisiko mengingat di masa pra-Pilkada, masyarakat sangat membutuhkan rujukan informasi yang netral untuk menentukan pilihan kepemimpinan mereka ke depan.

Situasi tersebut menggambarkan bahwa membangun kepercayaan masyarakat di era digital, khususnya di tengah memanasnya suhu politik daerah, bukan semata-mata berkaitan dengan kecepatan dalam menyebarkan informasi terkini, melainkan juga terkait erat dengan ketelitian dalam melakukan verifikasi data dan memastikan sumber informasi jelas serta dapat dipertanggungjawabkan secara hukum maupun etika. Pengelola akun media sosial daerah memikul beban tanggung jawab untuk tidak terjebak dalam pusaran hoaks yang sengaja diciptakan untuk memecah belah pendukung antarcalon. Oleh karena itu, peningkatan literasi digital di kalangan masyarakat agar lebih kritis dalam menyaring isu politik, yang disertai dengan komitmen kuat pengelola akun dalam menjaga netralitas serta akurasi konten, menjadi bagian yang sangat vital. Upaya kolektif ini penting dilakukan untuk mencegah dampak negatif dari peredaran hoaks yang dapat mencederai kualitas demokrasi serta menjaga agar kondusivitas daerah tetap terjaga hingga hari pemungutan suara tiba.

Algoritma media sosial pada dasarnya dirancang untuk menghadirkan konten yang sesuai dengan preferensi pengguna. Tujuannya adalah meningkatkan keterlibatan (*engagement*) dengan menampilkan informasi yang dianggap paling relevan berdasarkan riwayat pencarian, interaksi, dan minat pengguna. Namun, di balik manfaat tersebut terdapat kelemahan yang signifikan, yaitu terciptanya *filter*

bubble.¹⁵ Fenomena ini membuat pengguna hanya terekspos pada informasi yang memperkuat pandangan atau keyakinan mereka sendiri, sehingga mengurangi kesempatan untuk melihat sudut pandang yang berbeda. Akibatnya, masyarakat menjadi kurang terbuka terhadap keragaman informasi, dan potensi bias semakin besar karena media sosial membatasi akses pada perspektif alternatif yang seharusnya dapat memperkaya pemahaman.

Fenomena *filter bubble* membawa pengaruh besar terhadap tingkat kepercayaan masyarakat pada media sosial. Algoritma yang menyajikan informasi sesuai minat pengguna dapat menciptakan ruang informasi tertutup, sehingga pendapat individu mengenai suatu isu kian menguat sekalipun tidak didukung data yang benar. Kondisi tersebut menjadikan akses informasi semakin sempit dan memunculkan keraguan terhadap keberagaman maupun objektivitas konten yang tersedia di *platform* digital. Dalam konteks akun lokal seperti @sidrapinfo.id, situasi ini bisa mengakibatkan sebagian pengguna hanya mengandalkan informasi yang sejalan dengan pandangan mereka, sedangkan pengguna lain merasa isi pemberitaan tidak menggambarkan keadaan sebenarnya. Transparansi dalam pengelolaan konten serta peningkatan kemampuan literasi digital menjadi aspek penting agar masyarakat mampu lebih selektif dan kritis terhadap informasi yang muncul di media sosial.

Salah satu masalah yang sering muncul dalam penyebaran informasi di media sosial adalah ketidakjelasan asal usul konten yang dibagikan.¹⁶ Informasi yang beredar di media sosial sering kali tidak mencantumkan penulis, narasumber, atau

¹⁵ Muhammad Bahram, 'Tantangan Hukum Dan Etika (Rekayasa Sosial Terhadap Kebebasan Berpendapat Di Dunia Digital)', *Sentri: Jurnal Riset Ilmiah*, 2.12 (2023), 5092–5109.

¹⁶ Anissa Rahmadhany, Anggi Aldila Safitri, And Irwansyah Irwansyah, 'Fenomena Penyebaran *Hoax* Dan Hate Speech Pada Media Sosial', *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3.1 (2021), 30–43.

lembaga yang bertanggung jawab, sehingga masyarakat kesulitan memastikan kebenarannya karena tidak tersedia rujukan untuk melakukan pengecekan ulang. Dalam lingkungan informasi lokal seperti akun @sidrapinfo.id, publik tentu menginginkan setiap unggahan bersumber dari pihak yang memiliki otoritas atau kredibilitas yang jelas. Ketika suatu informasi tidak menampilkan sumber yang dapat dipercaya, muncul potensi keraguan dari masyarakat yang akhirnya memengaruhi tingkat kepercayaan mereka terhadap konten yang diberikan.

Media sosial tidak hanya digunakan untuk menyampaikan informasi yang bermanfaat, tetapi juga kerap dimanfaatkan oleh pihak-pihak tertentu untuk melakukan manipulasi opini publik.¹⁷ Manipulasi informasi pada media sosial dapat terjadi melalui pengeditan atau pengubahan konten sehingga maknanya bergeser untuk memenuhi kepentingan tertentu, baik dalam ranah politik, ekonomi, maupun sosial. Masyarakat menjadi pihak yang paling rentan terhadap praktik tersebut karena karakter media sosial yang sangat terbuka dan menjangkau banyak orang. Informasi yang bias atau menyesatkan dapat dengan mudah memengaruhi cara pandang publik hingga membentuk pemahaman yang menyimpang dari fakta sebenarnya.

Kampanye desinformasi yang terencana lebih berbahaya lagi karena dilakukan secara sistematis dengan strategi tertentu, seperti penggunaan akun anonim, bot, atau penyebaran konten berulang untuk memperkuat narasi tertentu.¹⁸ Dampak dari

¹⁷ Fransiskus Nomor, Ida Bagus Anggapurana Pidada, And Kadek Fredi Andrika Adnantara, 'Penegakan Hukum Terhadap Penyalahgunaan Sosial Media Dalam Membangun Opini Publik Pada Pemilu 2024', *Jembatan Hukum: Kajian Ilmu Hukum, Sosial Dan Administrasi Negara*, 1.3 (2024), 308–26.

¹⁸ Achmed Syahril Yahya And Others, 'Strategi Komunikasi Siberkreasi Dalam Upaya Kampanye Literasi Digital Cyberbullying Melalui Media Sosial (Studi Kasus Pada Akun Media Sosial Siberkreasi)' (Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2024).

kampanye ini bukan hanya membuat masyarakat salah memahami suatu isu, tetapi juga dapat memicu perpecahan sosial, hilangnya rasa percaya terhadap media, bahkan mencederai proses demokrasi. Jika dibiarkan, kondisi ini bisa merusak tatanan sosial karena masyarakat akan kesulitan membedakan informasi asli dan palsu. Oleh karena itu, upaya kolektif dari pengelola akun media sosial, masyarakat, dan pihak berwenang sangat dibutuhkan untuk meminimalisasi praktik manipulasi dan desinformasi, sehingga media sosial tetap dapat menjadi ruang publik yang sehat dan terpercaya.

Permasalahan yang kerap muncul dalam pemanfaatan media sosial sebagai rujukan informasi adalah rendahnya kualitas konten yang disajikan. Banyak unggahan dipublikasikan tanpa dukungan riset dan data yang memadai sehingga materi yang ditampilkan menjadi dangkal, tidak utuh, serta lebih mengutamakan tren dan popularitas dibandingkan ketepatan informasi. Orientasi pada jumlah tontonan dan interaksi sering kali mengabaikan aspek edukatif dan ketelitian dalam penyampaian data. Jika kondisi ini terus terjadi, masyarakat akan memperoleh informasi yang tidak relevan dan kurang bermakna, sehingga kepercayaan terhadap media sosial sebagai sumber informasi yang dapat diandalkan akan semakin berkurang.¹⁹

Selain itu, penggunaan endorser atau *influencer* dalam penyebaran informasi di media sosial menjadi strategi yang semakin populer, terutama karena mereka memiliki jumlah pengikut yang besar dan loyalitas audiens yang tinggi.²⁰ Kehadiran

¹⁹ Chairun Nisa Zempi, Ana Kuswanti, And Siti Maryam, 'Analisis Peran Media Sosial Dalam Pembentukan Pengetahuan Politik Masyarakat', *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6.1 (2023), 116–23.

²⁰ Musthafa Syukur And Saida Salsabila, 'Influencer Impact; Solusi Produsen Dalam Mempromosikan Produk', *Jurnal Istigro*, 8.2 (2022), 129–40.

influencer sering kali membuat informasi yang disampaikan tampak lebih menarik dan mudah diterima oleh masyarakat. Namun, kondisi ini juga menimbulkan dilema, karena tidak semua konten yang dipromosikan benar-benar berdasarkan fakta atau riset yang memadai. Ketika *influencer* lebih mengutamakan keuntungan komersial dibanding integritas informasi, maka kepercayaan masyarakat terhadap konten yang mereka sampaikan bisa berkurang secara signifikan.

Media sosial tidak hanya menjadi sarana penyampaian informasi, tetapi juga berperan sebagai wadah bagi publik untuk mengutarakan pendapat, ide, dan pandangan pribadi. Setiap orang memiliki kesempatan yang sama untuk berbicara mengenai isu sosial, politik, budaya, hingga pengalaman hidupnya. Kondisi ini memberikan ruang partisipasi masyarakat yang lebih luas dalam berbagai diskusi yang berkembang. Namun, kebebasan tersebut juga memunculkan tantangan, sebab pendapat yang dibagikan tidak selalu berlandaskan fakta dan kerap dipengaruhi emosi maupun kepentingan subjektif. Akibatnya, batas antara informasi yang objektif dan opini pribadi menjadi kabur, sehingga masyarakat dapat salah menafsirkan pendapat sebagai kebenaran.²¹

Strategi yang dapat membantu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap informasi di media sosial termasuk penerapan pemahaman kritis terhadap konten, peningkatan transparansi dalam sumber informasi, pendidikan mengenai literasi digital, dan upaya bersama dari *platform* media sosial, pemerintah, dan masyarakat untuk menyebarluaskan informasi yang akurat dan terverifikasi.²²

²¹ Bambang Arianto And Bkti Handayani, 'Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi', 2023.

²² Maulana Syafii Syafii, Irfai Fathurohman, And Much Arsyad Fardani, 'Sabrina, Anisa Rizki', *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan*, 6.1 (2022), 88–96.

Pemberitaan di tengah masyarakat dapat mempengaruhi persepsi dan sikap masyarakat terhadap suatu isu atau peristiwa. Berita yang akurat, berimbang, dan berkualitas dapat memberikan informasi yang objektif dan memadai kepada masyarakat. Selain itu, pemberitaan yang mencakup keberagaman sudut pandang dan memperhatikan privasi serta martabat individu juga penting untuk menjaga integritas jurnalisme.

Menurut aturan dan regulasi yang mengatur praktik dan perilaku dalam industri media dan komunikasi sosial. Hukum normatif ini bertujuan untuk mengatur dan memastikan bahwa komunikasi sosial dilakukan dengan prinsip-prinsip yang etis, bertanggung jawab, dan sesuai dengan kepentingan publik bahwa:

“Etika dan Standar Profesional: Hukum normatif menetapkan kode etik dan standar profesional yang harus diikuti oleh media sosial dalam menjalankan tugas jurnalistiknya, termasuk prinsip kebenaran, akurasi, keseimbangan, keberagaman, serta menjaga privasi dan martabat individu”.²³

Penjelasan tersebut menunjukkan bahwa etika serta standar profesional dalam komunikasi sosial menjadi landasan moral yang harus dipatuhi dalam praktik jurnalistik, termasuk pada media sosial. Penyampaian informasi dituntut untuk selalu mengutamakan kebenaran, ketepatan data, dan berlandaskan fakta. Proses verifikasi perlu dilakukan secara teliti sebelum informasi dipublikasikan kepada khalayak. Selain itu, pemberitaan harus mencerminkan sudut pandang yang proporsional serta memberi ruang yang adil bagi setiap pihak yang terlibat. Sikap keberpihakan yang dapat memengaruhi persepsi publik perlu dihindari agar informasi yang disampaikan

²³ Cangara, Hafied. “*Pengantar Ilmu Komunikasi*”.(Jakarta : Pt Rajagrafindo Persada, 2019)
H.34

tetap objektif dan mampu memenuhi hak masyarakat untuk memperoleh berita yang dapat dipercaya.

Sidrapinfo.id sebagai salah satu pengguna media sosial *Instagram* dengan akun *Instagram* “sidrapinfo.id” yang memiliki *followers* sebanyak 172 Ribu untuk akun sidrapinfo.id sendiri bersifat independen dan tidak terikat oleh Pemerintah Daerah Sidrap yang di mana dijadikan wadah penyampaian kepada masyarakat terkait masalah aktivitas di Kabupaten Sidrap yang dibentuk pada Juni 2019.

Berdasarkan latar belakang di atas maka dipandang perlu untuk melakukan penelitian terkait dengan Akun Media Sosial *Instagram* sidrapinfo.id dengan judul “Tingkat Kepercayaan Masyarakat Kabupaten Sidrap terhadap Penyebaran Informasi di Media Sosial *Instagram* Sidrapinfo.id”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan, maka peneliti merumuskan masalahnya, yaitu:

1. Bagaimana tingkat kepercayaan masyarakat Kabupaten Sidrap terhadap informasi di media sosial *Instagram* sidrapinfo.id?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui seberapa tinggi tingkat kepercayaan masyarakat kabupaten Sidrap terhadap informasi di media sosial *Instagram* sidrapinfo.id.

D. Kegunaan Penelitian

Dari sebuah penelitian ini akan memberikan kegunaan baik secara teoritis maupun secara praktis, maka kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmiah dalam bidang komunikasi dan jurnalisme digital, khususnya mengenai tingkat kepercayaan masyarakat terhadap informasi di media sosial.
 - b. Hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan teoritis bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji media sosial lokal sebagai sumber informasi publik, terutama dalam konteks literasi digital dan kepercayaan masyarakat.
2. Secara praktis
- a. Penelitian ini dapat memberikan informasi praktis mengenai bagaimana masyarakat Kabupaten Sidrap menilai keakuratan, kredibilitas, konsistensi, dan transparansi informasi yang disampaikan oleh akun *Instagram* sidrapinfo.id, sehingga dapat menjadi masukan bagi pengelola akun untuk meningkatkan kualitas penyajian informasi.
 - b. Penelitian ini dapat membantu masyarakat dalam meningkatkan kesadaran literasi digital, sehingga lebih kritis dalam menyikapi informasi yang beredar di media sosial dan mampu membedakan antara konten yang akurat dengan yang menyesatkan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Tinjauan penelitian relevan merupakan langkah krusial dalam sebuah riset. Tujuannya adalah untuk memetakan penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan topik atau metode, sehingga penelitian yang akan dilakukan bisa lebih terarah, tidak mengulang pekerjaan yang sudah ada, dan bisa memberikan kontribusi baru yang signifikan. Berdasarkan penelusuran referensi penelitian yang dilakukan oleh penulis, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang memiliki hubungan dengan penelitian penulis. Diantaranya adalah sebagai berikut. Pada bagian ini, peneliti mengambil beberapa penelitian yang sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Adapun penelitian terdahulu yaitu:

Penelitian pertama dilakukan oleh Aldevita Putri Damayanti dan Happy Prasetyawati dari Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Interstudi dengan judul “Pengaruh Terpaan Berita *Hoax* dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Penyebaran Berita *Hoax* di Media Sosial TikTok” (2023). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana terpaan berita *hoax* dan kepercayaan masyarakat memengaruhi penyebaran *hoax* di TikTok. Menggunakan metode kuantitatif dengan teknik *convenience sampling*, hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara simultan berpengaruh sebesar 38,9%, yang tergolong dalam kategori lemah. Penelitian ini relevan karena membahas faktor kepercayaan masyarakat terhadap informasi yang beredar di media sosial, meskipun *platform* yang digunakan

dalam penelitian tersebut adalah TikTok, bukan *Instagram*.²⁴ Persamaan dengan penelitian saya yaitu sama-sama membahas kepercayaan masyarakat terhadap informasi yang beredar di media sosial serta menggunakan perspektif ilmu komunikasi untuk melihat bagaimana publik merespons pesan yang diterima. Keduanya juga menempatkan media sosial sebagai ruang penyebaran informasi yang memengaruhi cara masyarakat memahami isu tertentu. Adapun perbedaannya, dimana penelitian saya berfokus pada tingkat kepercayaan masyarakat terhadap penyebaran informasi dari satu akun spesifik, yaitu Instagram *sidrapinfo.id*, sehingga analisisnya lebih deskriptif dan menilai kredibilitas akun tersebut. Sementara itu, proposal pembandingan meneliti pengaruh terpaan berita *hoax* dan kepercayaan masyarakat dalam mendorong perilaku penyebaran *hoax* di TikTok, sehingga penelitian tersebut bersifat kausal dan lebih menekankan hubungan antarvariabel yang terkait dengan fenomena *hoax* secara luas. Dengan demikian, perbedaannya terletak pada fokus objek, jenis informasi yang dikaji, dan tujuan analisis yang dihasilkan.

Penelitian kedua adalah skripsi oleh Yusran Fahab dari IAIN Parepare dengan judul “Analisis Resepsi Khalayak pada Akun Sosial Media *Instagram* Pinrang Info” (2024). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana masyarakat memaknai informasi yang disampaikan oleh akun *Instagram* @pinrang_info. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi, serta dianalisis menggunakan teori *Encoding/Decoding* dari Stuart Hall. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian

²⁴ Aldevita Putri Damayanti And Happy Prasetyawati, ‘Pengaruh Terpaan Berita *Hoax* Dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Penyebaran Berita *Hoax* Di Media Sosial Tiktok’, *Inter Script: Journal Of Creative Communication*, 5.1 (2023), 57–73.

besar khalayak berada pada posisi *dominant hegemonic*, yaitu menerima pesan sesuai dengan maksud pengirim, sedangkan sebagian lainnya berada pada posisi negosiasi, yakni menerima sebagian dan menolak sebagian informasi.²⁵ Persamaan penelitian saya yaitu sama-sama membahas bagaimana masyarakat menerima dan mempercayai informasi yang disajikan melalui akun media sosial lokal di Instagram. Keduanya menempatkan media sosial sebagai sumber informasi publik dan meneliti bagaimana audiens merespons konten yang disajikan, baik dari segi kepercayaan, pemahaman, maupun sikap terhadap informasi. Adapun perbedaannya, dimana penelitian saya lebih menekankan pada tingkat kepercayaan masyarakat terhadap penyebaran informasi pada akun sidrapinfo.id, sehingga fokus utamanya adalah mengukur sejauh mana masyarakat menilai informasi tersebut akurat, kredibel, dan dapat dipercaya. Sementara itu, penelitian tentang Analisis Resepsi Khalayak pada akun Instagram Pinrang Info lebih menekankan pada cara audiens menerima, menafsirkan, dan memaknai informasi yang diposting, sehingga pendekatannya lebih pada pemahaman subjektif dan interpretasi khalayak. Dengan demikian, perbedaannya terletak pada fokus analisis: penelitian Anda bersifat evaluatif terhadap tingkat kepercayaan, sedangkan penelitian pembandingan bersifat interpretatif terhadap resepsi atau penerimaan khalayak.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Yustia Perdana Ilham dari Institut Pemerintahan Dalam Negeri (IPDN) dengan judul “Efektivitas Penggunaan Media Sosial *Instagram* dalam Penyebaran Informasi Publik di Tengah Stigma Masyarakat Kabupaten Lombok Timur” (2023). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif

²⁵ Yusran Fahab, ‘Analisis Resepsi Khalayak Pada Akun Sosial Media Instagram Pinrang Info’, 2024.

deskriptif dan dianalisis menggunakan teori efektivitas sistem informasi dari James O'Brien. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *akun Instagram* resmi pemerintah daerah @kominfolotim dinilai kurang efektif dalam menyampaikan informasi publik. Hal ini disebabkan oleh adanya stigma negatif dari masyarakat terhadap media sosial serta rendahnya minat masyarakat terhadap konten yang dibagikan oleh akun tersebut.²⁶ Persamaannya dengan penelitian penulis yaitu sama-sama membahas media sosial Instagram sebagai sarana penyebaran informasi publik serta melihat bagaimana masyarakat merespons informasi tersebut. Keduanya berangkat dari konteks komunikasi digital yang menyoroti peran Instagram dalam menyampaikan informasi dan bagaimana publik menilai kualitas maupun dampaknya.

Adapun perbedaannya yaitu penelitian saya secara khusus fokus pada tingkat kepercayaan masyarakat terhadap informasi yang disebar oleh satu akun tertentu, yaitu sidrapinfo.id, sehingga analisisnya lebih diarahkan pada kredibilitas, akurasi, dan kepercayaan publik terhadap akun tersebut. Sementara itu, proposal tentang efektivitas penggunaan Instagram dalam penyebaran informasi publik di Lombok Timur lebih menekankan pada seberapa efektif *Instagram* sebagai media komunikasi publik, terutama dalam situasi adanya stigma masyarakat. Penelitian tersebut tidak hanya menilai kepercayaan, tetapi juga mencakup aspek jangkauan pesan, keterlibatan audiens, dan kemampuan *platform* dalam mengubah persepsi publik. Dengan demikian, perbedaannya terletak pada fokus: penelitian saya menilai kepercayaan terhadap satu akun, sedangkan penelitian pembandingan menilai efektivitas media sosial secara lebih luas dalam konteks penyebaran informasi publik.

²⁶ Ilham Deri Yustia Perdana, "Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Penyebaran Informasi Publik Di Tengah Stigma Masyarakat Kabupaten Lombok Timur" (Ipdn, 2023).

Ketiga penelitian tersebut menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam penyebaran informasi dan membentuk persepsi masyarakat. Penelitian-penelitian ini menjadi landasan penting dalam memperkuat konteks dan urgensi penelitian yang akan dilakukan.

B. Tinjauan Teori

Teori Kredibilitas Sumber (*Source Credibility Theory*)

Teori kredibilitas sumber (*Source Credibility Theory*) merupakan salah satu teori penting dalam komunikasi persuasif yang menjelaskan bahwa keberhasilan suatu pesan sangat bergantung pada sejauh mana sumber atau komunikator dipersepsikan sebagai sosok yang kredibel oleh khalayak.²⁷ Dalam kerangka ini, kredibilitas sumber bukan hanya terkait dengan isi pesan yang disampaikan, tetapi terutama dengan siapa yang menyampaikan pesan tersebut dan bagaimana cara ia menyampaikannya. Literatur komunikasi umumnya memformulasikan kredibilitas sumber ke dalam dua unsur utama, yaitu keterpercayaan (*trustworthiness*) dan keahlian (*expertise*).

Keterpercayaan berkaitan dengan persepsi bahwa komunikator jujur, tulus, berintegritas, objektif, serta memiliki rekam jejak yang konsisten sehingga layak dipercaya. Sementara itu, keahlian berkaitan dengan pengetahuan, kompetensi, dan kemampuan teknis komunikator mengenai isu atau bidang yang menjadi objek pembicaraan, sehingga audiens menilai bahwa ia memiliki otoritas untuk berbicara tentang hal tersebut. Dalam perspektif klasik, konsep kredibilitas juga bertaut dengan gagasan Aristoteles tentang *ethos*, *pathos*, dan *logos*, di mana *ethos*

²⁷ Yunus Winoto and others, 'The Application of Source Credibility Theory in Studies about Library Services', 5.2 (2015), 1–14.

mencerminkan karakter dan moralitas pembicara, pathos menggambarkan kemampuan mengelola emosi audiens, dan logos menunjukkan kekuatan argumentasi rasional. Teori kredibilitas sumber ini memiliki implikasi luas, termasuk dalam penelitian hukum dan praktik peradilan pidana, misalnya dalam menilai kredibilitas saksi, ahli, maupun institusi penegak hukum, serta dalam memahami sejauh mana pesan-pesan hukum dan kampanye antikorupsi dapat diterima secara efektif oleh masyarakat.

Penelitian yang dilakukan Hovland, Janis dan Kelley, menemukan tiga aspek yang mempengaruhi kredibilitas sumber, yakni:

1. Keterpercayaan (*trustworthiness*) Berkaitan dengan penilaian khalayak bahwa sumber informasi dianggap tulus, bijak dan adil, objektif, memiliki integritas pribadi, serta memiliki tanggung jawab sosial yang tinggi. Umumnya penilaian dilakukan berdasarkan pada perilaku sumber pada masa lalu dan dugaan akan perilakunya pada saat sekarang. Dengan kata lain track record seseorang akan menjadi acuan apakah yang bersangkutan dianggap memiliki keterpercayaan atau tidak. Yang menarik, ialah tentang konsistensi, yang ternyata juga menjadi salah satu kriteria keterpercayaan. Khalayak percaya pada sikap sosok yang konsisten, dan sebaliknya hilang kepercayaan pada sosok yang tidak konsisten.
2. Keahlian (*expertise*) Faktor keahlian berhubungan dengan penilaian dimana sumber dianggap mahir dalam berkomunikasi antar internal organisasi dan eksternal dengan organisasi yang lain.

Daya Tarik (*attractiveness*) Secara umum konsep ini meliputi penampilan fisik dan identifikasi psikologis. Harap dipahami, pada konteks ini daya tarik berbeda dengan karisma. Seseorang mungkin saja menarik, tapi tidak karismatik. Sebaliknya seseorang bisa saja berkarisma tapi nilai-nilai yang ada pada orang tersebut sangat berbeda dan tidak menarik hati orang lain untuk melakukan identifikasi psikologis.²⁸

Menurut Rohim, kredibilitas dapat dibedakan atas tiga macam diantaranya:

1. *Initial Credibility*, merupakan kredibilitas yang diperoleh oleh komunikator sebelum proses komunikasi berlangsung.
2. *Derived Credibility*, merupakan kredibilitas yang diperoleh seseorang pada saat komunikasi berlangsung.
3. *Terminal Credibility*, merupakan kredibilitas yang diperoleh seseorang komunikasi setelah pendengar atau pembaca mengikuti ulasannya. Seorang komunikator yang ingin memperoleh kredibilitas perlu memiliki pengetahuan yang dalam, pengalaman yang luas, serta adanya kekuasaan yang dipatuhi dan status sosial yang dihargai.

Dalam Teori Kredibilitas Sumber, kredibilitas komunikator dibentuk dari keterampilan seorang komunikator yang mempelajari semua informasi tentang objek yang dimaksud dan memiliki kepercayaan pada standar keaslian informasi yang dikirimkan. Dalam artian tersebut kredibilitas terdapat dua unsur yakni, keterpercayaan dan keahlian yang dimiliki oleh penyampai pesan/ komunikator.²⁹

²⁸ Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, 'Communication and Persuasion: Psychological Studies of Opinion Change.' (Communication and persuasion: Psychological studies of opinion change., 1953).

²⁹ Yunus Winoto, 'Penerapan Teori Kredibilitas Sumber (Source of Credibility) Dalam Penelitian-Penelitian Layanan Perpustakaan', *EduLib*, (Volume 5, (2015).

C. Definisi Operasional

a. Tingkat Kepercayaan Masyarakat

Tingkat kepercayaan masyarakat adalah ukuran atau indikator sejauh mana masyarakat memberikan kepercayaan kepada institusi, pemerintah, atau kelompok tertentu, baik dalam pemberitaan, pelayanan publik, maupun penegakan hukum.³⁰ Tingkat kepercayaan masyarakat biasanya diukur melalui survei persepsi, yang menggambarkan sejauh mana masyarakat merasa yakin, puas, atau mendukung institusi terkait sesuai dengan norma dan nilai bersama, keinginan untuk mendukung, dan pengalaman langsung terhadap pelayanan atau kebijakan publik. Kepercayaan ini berperan sebagai fondasi utama legitimasi serta efektivitas lembaga, terutama dalam pemerintahan dan layanan publik.³¹ Tingkat kepercayaan masyarakat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu sebagai berikut :

- a. Kualitas dan transparansi pelayanan publik.
- b. Akuntabilitas dan integritas aparatur atau institusi.
- c. Sikap pemerintah dan respons terhadap masalah masyarakat.

³⁰ Marthinus And Hendri Hartati Hukom, *Indeks Kepercayaan Masyarakat Terhadap Badan Narkotika Nasional 2024* (Jakarta Timur: Badan Narkotika Nasional Republik Indonesia, 2024), IV.

³¹ Wa Ode Muhandiana, La Ode Anto, and Tuti Dharmawati, 'Analisis Tingkat Kepercayaan Masyarakat: Kualitas Personal Dan Relasional Perangkat Desa Dalam Pengelolaan (Analysis of Public Trust Levels: Personal and Relational Quality of Village Officials in Governance)', *Studi Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen (SAKMAN)*, 5 (2025), 1–13 <<https://media.neliti.com/media/publications/629534-analisis-tingkat-kepercayaan-masyarakat-fe9b3354.pdf>>.

- d. Pengalaman langsung masyarakat dengan institusi, serta opini dan pemberitaan media massa.³²
- e. Nilai, norma bersama, dan partisipasi masyarakat dalam pengambilan kebijakan.
- f. Faktor demografis, seperti lokasi, pendidikan, serta aspek sosial lain seperti agama dan ekonomi.

Kepercayaan masyarakat yang tinggi dapat meningkatkan partisipasi publik dalam pembangunan, memperkuat akuntabilitas pemerintah, serta mengurangi risiko penyimpangan dan konflik dalam tata kelola publik. Sebaliknya, kepercayaan yang rendah dapat menurunkan legitimasi institusi dan menyebabkan menurunnya partisipasi maupun kepatuhan masyarakat. Dengan demikian, tingkat kepercayaan masyarakat adalah tolak ukur penting yang memengaruhi berbagai aspek tata kelola pemerintahan serta kehidupan sosial, dan wajib diperhatikan dalam kebijakan publik dan penegakan hukum.³³

b. Penyebaran Informasi di Media Sosial

Penyebaran informasi di media sosial adalah proses bagaimana pesan, berita, opini, maupun konten lain bergerak dari satu pengguna ke banyak pengguna lain melalui *platform* digital secara cepat, luas, dan interaktif.³⁴

Media sosial merupakan teknologi interaktif yang memungkinkan pengguna menciptakan, berbagi, dan menyebarkan konten seperti teks,

³² Zikri Fachrul Nurhadi and Haryadi Mujiyanto, 'Tingkat Kepercayaan Masyarakat Terhadap Pemberitaan Di Media Massa Daring Di Kota Garut', *Jurnal Digital Media & Relationship*, 2.2 (2020), 57–66 <file:///C:/Users/Windows/Downloads/admin,+57-66+Zikri+Fachrul+.pdf>.

³³ Fikrinur Setyansyah, 'Hakim Dalam Kepercayaan Publik: Antara Silent Corps Dan Pencitraan', *MARINews*, 2025 <<https://marinews.mahkamahagung.go.id/berita/hakim-dalam-kepercayaan-publik-0th>>.

³⁴ Rohmiyati.

gambar, dan video kepada jejaring pertemanan atau publik. Penyebaran informasi di dalamnya berciri dua arah, cepat, masif, tidak banyak dibatasi ruang dan waktu, serta sering terjadi secara viral ketika banyak pengguna melakukan *like*, *share*, *repost*, atau komentar.³⁵ Media sosial berperan sebagai sumber informasi alternatif yang mudah diakses, murah, dan mampu menjangkau masyarakat luas dalam waktu singkat. Penyebaran informasi yang cepat ini membantu edukasi, kampanye sosial, penyebaran kebijakan publik, dan koordinasi masyarakat dalam berbagai kegiatan, termasuk dalam keadaan darurat.³⁶

Kemudahan penyebaran informasi juga memicu maraknya informasi palsu, *hoax*, provokasi, penipuan daring, dan kejahatan siber karena konten dapat dibagikan tanpa verifikasi yang memadai. *Hoax* sering menyebar melalui jejaring pribadi, grup tertutup, dan aplikasi pesan, sehingga sulit diawasi dan dapat menimbulkan keresahan, kebencian, serta penurunan kepercayaan terhadap institusi. Masyarakat dituntut memiliki literasi digital dan kemampuan memeriksa kredibilitas sumber sebelum mempercayai atau membagikan informasi di media sosial. Dari sisi regulasi dan penegakan hukum, penyalahgunaan penyebaran informasi di media sosial (misalnya *hoax*, penipuan, ujaran kebencian) semakin menjadi fokus melalui aturan khusus dan instrumen hukum siber.³⁷

³⁵ Nandy, 'Pengertian Media Sosial, Sejarah, Fungsi, Jenis, Manfaat, Dan Perkembangannya', *Gramedia Blog*, 2025 <<https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/>>.

³⁶ Sophia Margareta, 'Media Sosial Menjadi Platform Komunikasi Modern Di Era Digital', *Telkom University*, 2025 <<https://mcomms.telkomuniversity.ac.id/s2-ilmu-komunikasi-media-sosial-platform-komunikasi-modern/>>.

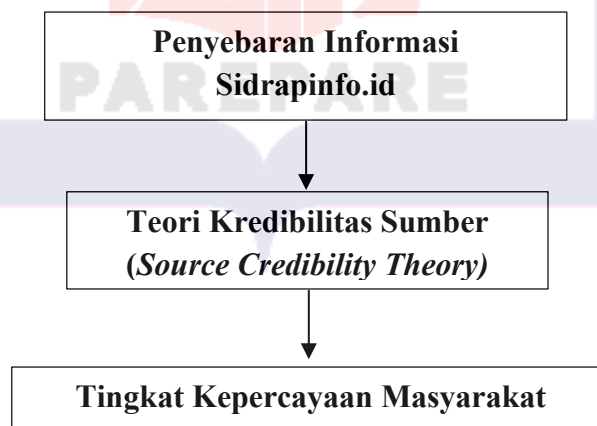
³⁷ Mas Atsilah and Rahmah Tamhidah, 'Pengaruh Media Sosial Terhadap Penyebaran Informasi Palsu Dan Kejahatan Siber', *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3 (2023), 9133–47 <<https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/7197/5176>>.

c. *Instagram sidrapinfo.id*

Instagram sidrapinfo.id adalah akun pusat informasi Kabupaten Sidrap yang berfungsi sebagai media digital untuk menyebarkan berita dan berbagai informasi terkini terkait kabupaten tersebut. Akun ini dikelola sebagai *digital creator* dan memiliki 182 ribu pengikut dan aktif membagikan berbagai laporan warga, berita lokal, serta informasi penting seputar Sidrap dan sekitarnya. *Hashtag* yang sering digunakan adalah #sidrapinfo, dan isi kontennya mencakup laporan kondisi daerah, peristiwa terkini, dan kegiatan masyarakat Sidrap. Dengan demikian, sidrapinfo.id di Instagram adalah sumber informasi utama yang menyediakan update cepat dan jangkauan luas bagi masyarakat yang ingin mengetahui perkembangan dan berita terbaru di Kabupaten Sidrap melalui media sosial tersebut.

D. Kerangka Pikir

Kerangka Pikir adalah suatu pemikiran yang menggabungkan teori, fakta, observasi, serta kajian pustaka yang akan menjadi karya tulis ilmiah, Kerangka pikir ini dibuat saat membuat konsep-konsep dari penelitian.



E. Hipotesis

Dalam penelitian kuantitatif digunakan teori yang akan mengidentifikasi hubungan antar variabel. Hubungan antar variabel bersifat dugaan sementara atau biasa diistilahkan dengan hipotesis. Hipotesis merupakan jawaban sementara atau jawaban teoritis berdasarkan rumusan masalah yang belum dijawab secara empiris.³⁸ Sehingga melalui hipotesis, penelitian menjadi jelas arah pengujiannya, adapun hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Hipotesis Nol (H_0)

Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara penyebaran informasi di akun *Instagram* @sidrapinfo.id dengan tingkat kepercayaan masyarakat Kabupaten Sidrap.

2. Hipotesis Alternatif (H_1)

Terdapat hubungan yang signifikan antara penyebaran informasi di akun *Instagram* @sidrapinfo.id dengan tingkat kepercayaan masyarakat Kabupaten Sidrap.

³⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D)* (Bandung: Alfabeta, 2012).

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan tujuan untuk mengukur dan menganalisis data secara numerik guna memperoleh gambaran yang objektif dan terukur mengenai fenomena yang diteliti. Pendekatan kuantitatif memungkinkan peneliti untuk menguji hipotesis serta mengidentifikasi hubungan antar variabel secara statistik. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*), di mana data diperoleh secara langsung dari masyarakat Kabupaten Sidrap yang aktif menggunakan media sosial, khususnya *Instagram*, dan merupakan *followers* akun sidrapinfo.id.

Data yang dikumpulkan berupa data kuantitatif yang diperoleh melalui instrumen survei berupa kuesioner tertutup yang dirancang khusus untuk mengukur persepsi dan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap informasi yang disampaikan oleh akun sidrapinfo.id. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *stratified random sampling*, yaitu membagi populasi menjadi beberapa kelompok (*strata*) lalu memilih sampel secara acak dari setiap strata, sehingga memberikan peluang yang diketahui untuk terpilih bagi setiap individu, yaitu warga Kabupaten Sidrap yang mengikuti akun *Instagram* sidrapinfo.id dan aktif mengakses kontennya.

Jumlah responden dalam penelitian ini ditentukan dari setiap kecamatan yang ada di Kabupaten Sidrap. Dengan total 11 kecamatan, maka responden yang ditetapkan sejumlah 427 orang. Penetapan ini dimaksudkan untuk memberikan representasi yang merata dari setiap wilayah administratif di Kabupaten Sidrap.

Teknik pengumpulan data difokuskan pada penyebaran kuesioner baik secara daring (melalui Google Form atau media sosial) maupun luring (dibagikan langsung kepada responden terpilih). Instrumen kuesioner disusun berdasarkan indikator dari teori *uses and gratifications* yang mencakup aspek-aspek seperti keakuratan informasi, pengelola akun, konsistensi konten, dan transparansi dalam penyampaian informasi.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif untuk mengetahui distribusi frekuensi dan persentase, serta statistik inferensial seperti uji korelasi Pearson atau regresi linear sederhana untuk menganalisis hubungan antar variabel. Penelitian ini menekankan pendekatan *positivistik*, yang berfokus pada objektivitas, pengukuran empiris, dan generalisasi hasil penelitian terhadap populasi yang lebih luas. Oleh karena itu, pendekatan normatif dan sosiologis yang umum digunakan dalam penelitian kualitatif tidak digunakan dalam penelitian ini.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Sidenreng Rappang, Provinsi Sulawesi Selatan. Wilayah penelitian mencakup sebelas kecamatan, yaitu Kecamatan Panca Lautang, Tellu Limpoe, Watang Pulu, Baranti, Panca Rijang, Kulo, Maritengngae, Watang Sidenreng, Dua Pitue, Pitu Riawa, dan Pitu Riase.

Pemilihan Kabupaten Sidenreng Rappang sebagai lokasi penelitian didasarkan pada karakteristik responden yang ditetapkan, yaitu masyarakat yang berdomisili di Kabupaten Sidenreng Rappang, aktif menggunakan media sosial Instagram, dan mengikuti akun Instagram @sidrapinfo.id. Pengumpulan data secara luring dilakukan dengan menjangkau responden pada masing-masing

kecamatan, sedangkan pengumpulan data secara daring dilakukan menggunakan Google Form yang disebarluaskan kepada pengikut akun @sidrapinfo.id.

Objek penelitian ini adalah persepsi masyarakat terhadap informasi yang disebarluaskan melalui akun Instagram @sidrapinfo.id. Akun tersebut tidak tepat disebut sebagai pusat informasi resmi Pemerintah Kabupaten Sidenreng Rappang karena dalam bagian lain naskah dijelaskan bahwa akun @sidrapinfo.id bersifat independen dan tidak terikat dengan pemerintah daerah. Oleh karena itu, akun tersebut lebih tepat disebut sebagai akun informasi lokal independen yang menyebarkan berita dan informasi mengenai Kabupaten Sidenreng Rappang.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Mei 2026. Berdasarkan waktu pengisian kuesioner yang terdapat pada data penelitian, proses pengumpulan data responden berlangsung mulai tanggal 3 sampai dengan 11 Mei 2026. Setelah pengumpulan data selesai, kegiatan penelitian dilanjutkan dengan pemeriksaan kelengkapan jawaban, pengodean data, tabulasi, pengujian instrumen, pengolahan statistik, dan penyusunan hasil penelitian.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Darmawan “populasi adalah sumber data dalam penelitian tertentu yang memiliki jumlah banyak dan luas”. Adapun pendapat lain menurut Sugiyono “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti

untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”.³⁹ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kabupaten Sidenreng Rappang (Sidrap) yang aktif menggunakan media sosial *Instagram* dan merupakan pengikut (*followers*) dari akun sidrapinfo.id. Akun ini dipilih karena menjadi salah satu sumber informasi populer di daerah tersebut dengan jumlah pengikut yang mencapai 182 ribu.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengikut (182rb) akun sidrapinfo.id yang aktif menggunakan media sosial Instagram dan mengikuti akun Instagram @sidrapinfo.id. Populasi tersebut dipilih karena secara langsung berpotensi menerima dan mengakses informasi yang disebarkan melalui akun @sidrapinfo.id.

Jumlah pengikut akun Instagram @sidrapinfo.id tidak dapat secara langsung digunakan sebagai jumlah populasi penelitian. Hal tersebut disebabkan tidak semua pengikut akun berdomisili di Kabupaten Sidenreng Rappang, tidak semua pengikut aktif mengakses informasi, dan Instagram tidak menyediakan data terbuka mengenai pembagian pengikut berdasarkan kecamatan.

Oleh karena itu, angka 38, 39, atau 40 orang pada setiap kecamatan bukan jumlah populasi, melainkan jumlah sampel atau responden yang berhasil diperoleh dari masing-masing kecamatan.

Tabel 3.1 Distribusi Sampel Penelitian

No.	Kecamatan	Kriteria Populasi	Jumlah
1.	Panca Lautang	Pengguna instagram dan followers	39

³⁹ Sugiyono And Puji Lestari, “Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, Dan Cara Mudah Menulis Artikel Pada Jurnal Internasional)” (Alfabeta Bandung, Cv, 2021).

		@sidrapinfo.id	
2.	Tellu Limpoe	Pengguna instagram dan followers @sidrapinfo.id	39
3.	Watang Pulu	Pegguna instagram dan followers @sidrapinfo.id	39
4.	Baranti	Pengguna instagram dan followers @sidrapinfo.id	39
5.	Panca Rijang	Pengguna instagram dan followers @sidrap.info	39
6.	Kulo	Pengguna instagram dan followers @sidrap.info	39
7.	Maritengngae	Pengguna instagram dan followers @sidrap.info	39
8.	Watang Sidenreng	Pengguna instagram dan followers @sidrap.info	39
9.	Dua Pitue	Pengguna instagram dan followers @sidrap.info	38
10.	Pitu Riawa	Pengguna instagram dan followers @sidrap.info	38
11.	Pitu Riase	Pengguna instagram dan followers @sidrap.info	38

Sumber: Analisis Peneliti (2026)

Populasi tersebut dianggap relevan karena mereka secara langsung terpapar informasi yang disebarkan oleh akun sidrapinfo.id, sehingga memungkinkan untuk menilai tingkat kepercayaan mereka terhadap konten yang disampaikan.

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu. Sampel akan diambil jika peneliti tidak sanggup untuk melakukan penelitian dengan mengambil data langsung dari populasi.⁴⁰

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil dengan cara tertentu dan memiliki karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian. Sampel diperlukan ketika jumlah populasi terlalu besar untuk dijangkau secara keseluruhan.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *stratified random sampling* yaitu membagi populasi menjadi beberapa kelompok (strata) lalu memilih sampel secara acak dari setiap strata, sehingga memberikan peluang yang diketahui untuk terpilih bagi setiap individu. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah:

- a. Berdomisili di Kabupaten Sidrap
- b. Aktif menggunakan media sosial *Instagram*
- c. Mengikuti akun @sidrapinfo.id.
- d. Pernah melihat atau mengakses informasi yang dipublikasikan akun @sidrapinfo.id.
- e. Bersedia mengisi kuesioner secara lengkap.

Untuk mendapatkan representasi yang merata dari seluruh wilayah administratif, peneliti membagi wilayah Kabupaten Sidrap menjadi 11 kecamatan. Seluruh responden sebanyak 427, kemudian diambil sampel 38-39 responden per-Kecamatan. Penentuan jumlah ini bertujuan untuk menjamin keterwakilan dari setiap

⁴⁰ Rosmala Dewi And Meslo Pardede, 'Pengaruh Kemampuan Kerja, Motivasi Dan Pengembangan Karier Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Bina Buana Semesta', *Jebi: Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia*, Vol. 16, N (2021).

kecamatan, sekaligus mempertahankan efisiensi dalam pengumpulan data. Dengan teknik *stratified random sampling*, peneliti dapat memperoleh data yang lebih relevan dan sesuai dengan tujuan penelitian, khususnya dalam mengukur tingkat kepercayaan masyarakat terhadap informasi yang disampaikan oleh akun *Instagram* sidrapinfo.id.

D. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Setiap penelitian yang dilakukan tentu menggunakan beberapa teknik dan instrument penelitian, teknik dan instrument yang satu dengan yang lainnya saling menguatkan agar data yang diperoleh dari lapangan benar-benar valid dan otentik.

Adapun teknik dan instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Kuesioner merupakan instrumen utama dalam penelitian ini. Teknik ini dilakukan dengan menyebarkan seperangkat pertanyaan tertutup kepada responden yang telah dipilih berdasarkan kriteria tertentu, yakni masyarakat Kabupaten Sidrap yang merupakan *followers* dari akun *Instagram* @sidrapinfo.id. Pertanyaan dalam kuesioner disusun berdasarkan indikator dari teori *uses and gratification*, dengan mengukur aspek seperti:
 - b. Keakuratan informasi
 - c. Kredibilitas sumber atau pengelola akun
 - d. Konsistensi konten
 - e. Transparansi penyampaian informasi.

Kuesioner disebarkan secara daring (*online*) maupun luring (langsung) untuk

menjangkau responden dari 11 kecamatan yang ada di Kabupaten Sidrap. Setiap kecamatan diwakili oleh 38-39 responden, sehingga total sampel berjumlah 427 orang.

- a. Teknik dokumentasi dilakukan untuk melengkapi data primer, khususnya dalam pengumpulan data sekunder terkait jumlah pengikut akun @sidrapinfo.id, aktivitas penyebaran informasi di akun tersebut, serta referensi yang mendukung seperti jurnal, artikel, dan buku-buku ilmiah yang relevan. Dokumentasi ini berguna untuk memperkuat argumen teoretis dan analisis yang dilakukan dalam penelitian.

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel memberikan gambaran tentang indikator-indikator variabel yang digunakan sebagai dasar pengukuran dalam penelitian. Definisi ini dirancang untuk mempermudah proses kuantifikasi dan pengolahan data, sehingga hasil penelitian dapat menjawab tujuan utama, yaitu mengetahui tingkat kepercayaan masyarakat Kabupaten Sidrap terhadap penyebaran informasi pada akun Instagram @sidrapinfo.id. Berikut ini adalah definisi operasional variabel dalam penelitian “Tingkat Kepercayaan Masyarakat Terhadap Penyebaran Informasi pada Akun Instagram @sidrapinfo.id”:

1. Variabel X: Penyebaran Informasi pada Media Sosial Instagram @sidrapinfo.id

Variabel penyebaran informasi pada Media Sosial Instagram @sidrapinfo.id (X) mengukur bagaimana informasi dipublikasikan, disajikan, dan disebarkan melalui akun Instagram @sidrapinfo.id kepada masyarakat Kabupaten Sidrap. Variabel ini mencakup kualitas informasi, objektivitas pemberitaan,

kecepatan penyebaran, transparansi sumber, kemudahan bahasa, relevansi konten, etika penyajian, serta dukungan visual dalam unggahan.

2. Variabel Y: Tingkat Kepercayaan Masyarakat

Variabel Tingkat Kepercayaan Masyarakat (Y) mengukur sejauh mana masyarakat Kabupaten Sidrap mempercayai akun Instagram @sidrapinfo.id sebagai sumber informasi lokal. Kepercayaan ini dilihat dari kelayakan informasi sebagai rujukan, pengaruh akun dalam membentuk opini publik, jumlah pengikut sebagai cerminan kepercayaan, serta kelayakan akun untuk terus diikuti karena kredibilitas dan kualitas informasinya.

Tabel 3.2 Definisi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Penyebaran informasi pada Instagram @sidrapinfo.id	Keakuratan informasi	Informasi yang dibagikan akurat dan dapat dipercaya	Likert 1 sampai 5
	Objektivitas informasi	Berita disampaikan secara objektif tanpa manipulasi	Likert 1 sampai 5
	Verifikasi informasi	Setiap konten telah melalui proses verifikasi	Likert 1 sampai 5
	Validitas konten	Konten terbebas dari hoax atau informasi palsu	Likert 1 sampai 5
	Kecepatan informasi	Informasi disebarakan lebih cepat dibanding media lokal lainnya	Likert 1 sampai 5
	Transparansi sumber	Sumber informasi dicantumkan secara jelas dan transparan	Likert 1 sampai 5
	Kejelasan	Bahasa unggahan	Likert 1 sampai 5

	bahasa	mudah dipahami masyarakat	5
	Relevansi konten	Konten relevan dengan situasi dan kebutuhan masyarakat Sidrap.	Likert 1 sampai 5
	Netralitas informasi	Penyajian informasi tidak menunjukkan keberpihakan tertentu	Likert 1 sampai 5
	Manfaat informasi	Informasi membantu memahami kondisi sosial dan daerah sekitar.	Likert 1 sampai 5
	Interaksi sosial	Komentar pada postingan memberikan tambahan informasi bermanfaat.	Likert 1 sampai 5
	Respons admin	Tanggapan atau klarifikasi admin diberikan dengan dan tepat.	Likert 1 sampai 5
	Etika informasi	Informasi darurat dipublikasikan dengan cepat dan tepat.	
	Informasi darurat	Informasi darurat dipublikasikan dengan cepat dan tepat.	Likert 1 sampai 5
	Visualisasi konten	Foto dan video yang disertakan sesuai dan mendukung isi informasi	Likert 1 sampai 5
Tingkat	Dasar pengambilan Keputusan	Informasi layak dijadikan dasar dalam mengambil Keputusan tertentu	Likert 1 sampai 5
	Pengaruh opini publik	Akun @sidrapinfo.id memiliki pengaruh	Likert 1 sampai 5

kepercayaan masyarakat		dalam membentuk opini public masyarakat Sidrap	
	Kepercayaan publik	Jumlah pengikut akun mencerminkan Tingkat kepercayaan masyarakat terhadap informasinya	Likert 1 sampai 5
	Kredibilitas akun	Akun @sidrapinfo.id layak terus diikuti karena kredibilas dan kualitas informasinya	Likert 1 sampai 5

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk memperoleh atau mengumpulkan data dalam rangka memecahkan masalah penelitian atau mencapai tujuan penelitian. Instrumen dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur variabel penyebaran informasi pada akun Instagram @sidrapinfo.id dan tingkat kepercayaan masyarakat Kabupaten Sidrap secara sistematis dan objektif sesuai dengan pendekatan kuantitatif yang digunakan.

Isi kuesioner mencakup empat dimensi utama yang relevan dengan tingkat kepercayaan terhadap informasi yang disebarkan melalui akun *Instagram* @sidrapinfo.id. Dimensi pertama adalah keakuratan informasi, yang bertujuan untuk mengukur persepsi responden terhadap kebenaran dan ketepatan konten yang disampaikan. Dimensi kedua adalah kredibilitas akun, yang melihat sejauh mana akun @sidrapinfo.id dianggap sebagai sumber informasi yang dapat dipercaya. Dimensi ketiga adalah konsistensi konten, yang mengevaluasi keteraturan dan keselarasan dalam penyajian informasi. Sedangkan dimensi keempat adalah transparansi informasi, yang menilai tingkat keterbukaan dan verifikasi terhadap

informasi yang dibagikan.

Kuesioner tersebut disebarakan kepada 427 responden yang merupakan pengikut aktif akun Instagram sidrapinfo.id dan berdomisili di Kabupaten Sidrap. Para responden dipilih dari 11 kecamatan yang ada di wilayah tersebut, masing-masing sebanyak 38-39 orang per-kecamatan, guna memastikan representasi yang merata secara geografis. Proses distribusi kuesioner dilakukan melalui dua metode, yaitu secara daring (online) dan luring (langsung), agar cakupan responden lebih luas serta dapat menjangkau berbagai lapisan masyarakat pengguna media sosial di daerah tersebut.

Setiap pernyataan dalam kuesioner menggunakan skala likert 5 poin, yang memungkinkan responden memberikan penilaian sesuai dengan tingkat persetujuan mereka terhadap pernyataan yang diajukan. Skala likert ini memiliki rentang sebagai berikut :

Tabel 3.3 Pengukuran Skala Likert

Keterangan	Kode	Skor
Sangat setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak setuju	TS	2
Sangat tidak setuju	STS	1

1. Uji Instrumen

Sebelum data dianalisis lebih lanjut, terlebih dahulu dilakukan uji instrument untuk memastikan bahwa kuesioner yang digunakan layak sebagai alat pengumpulan data. Uji instrumen dalam penelitian ini meliputi uji validitas dan uji reliabilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana butir pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti, yaitu penyebaran informasi pada akun Instagram @sidrapinfo.id dan tingkat kepercayaan masyarakat. Pengujian validitas dilakukan menggunakan korelasi *person product momen* dengan rumus:

$$r = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

- r = koefisien korelasi
- n = jumlah responden
- X = skor setiap item pernyataan
- Y = skor total variabel
- $\sum X$ = jumlah skor item
- $\sum Y$ = jumlah skor total

Kriteri pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah sebagai berikut:

$r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ = Item pernyataan valid

$r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ = Item pernyataan dinyatakan tidak valid

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji apakah setiap item pernyataan pada variabel penyebaran informasi dan tingkat kepercayaan masyarakat benar benar mampu mengukur konsep yang diteliti. Jenis validitas yang digunakan adalah validitas konstruk, yaitu validitas yang berkaitan dengan kemampuan instrumen dalam mengukur konsep teoretis yang telah ditentukan.

Dengan jumlah responden sebanyak 427 orang, maka nilai r tabel pada taraf signifikansi 5% adalah 0,344. Berdasarkan hasil uji validitas, item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari 0,344.

1) Uji Validitas Variabel X (Penyebaran Informasi pada Akun Instagram @sidrapinfo.id)

Tabel 3.4 Validitas Instrumen Variabel X

No	Kode Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1.	X1	0,761	0,344	Valid
2.	X2	0,873	0,344	Valid
3.	X3	0,782	0,344	Valid
4.	X4	0,869	0,344	Valid
5.	X5	0,894	0,344	Valid
6.	X6	0,782	0,344	Valid
7.	X7	0,848	0,344	Valid
8.	X8	0,883	0,344	Valid
9.	X9	0,810	0,344	Valid
10.	X10	0,881	0,344	Valid
11.	X11	0,778	0,344	Valid
12.	X12	0,727	0,344	Valid
13.	X13	0,865	0,344	Valid

14	X14	0,821	0,344	Valid
15	X15	0,885	0,344	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel 3.4 hasil uji validitas instrument variabel X, yaitu penyebaran informasi pada akun Instagram @sidrapinfo.id, menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid. Hal ini dibuktikan dengan nilai r hitung masing-masing item yang lebih besar dibandingkan nilai r tabel sebesar 0,344. Nilai r hitung berada pada rentang 0,272 hingga 0,894, yang menunjukkan adanya korelasi cukup kuat hingga sangat kuat antara setiap item dengan total skor variabel. Dengan demikian, seluruh indikator pada variabel penyebaran informasi layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian karena mampu mengukur secara tepat dan konsisten.

2) Uji Validitas Instrumen Variabel Y (Tingkat Kepercayaan Masyarakat)

Tabel 3.5 Validitas Instrumen Variabel Y

No.	Kode Item	r Hitung	R Tabel	Keterangan
1.	Y1	0,833	0,344	Valid
2.	Y2	0,764	0,344	Valid
3.	Y3	0,820	0,344	Valid
4.	Y4	0,814	0,344	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 25

Berdasarkan Tabel 3.5 hasil uji validitas instrumen variabel Y, yaitu tingkat kepercayaan masyarakat, menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid karena nilai r hitung pada setiap item lebih besar dibandingkan nilai r tabel sebesar 0,344. Nilai r hitung berkisar antara 0,764 hingga 0,833, yang menunjukkan adanya korelasi yang kuat antara setiap item dengan total skor variabel. Dengan

demikian, seluruh indikator pada variabel tingkat kepercayaan masyarakat layak digunakan sebagai instrumen penelitian karena mampu mengukur variabel yang diteliti secara akurat.

2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi jawaban responden. Uji ini menggunakan teknik Cronbach's Alpha dengan rumus:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} + 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2}$$

Kriteria penilaian:

- $\alpha > 0,70 \rightarrow$ Reliabilitas tinggi
- $0,50 < \alpha < 0,70 \rightarrow$ Reliabilitas cukup
- $\alpha < 0,50 \rightarrow$ Reliabilitas rendah

Uji reabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kekonsistenan alat ukur yang digunakan. Metode uji reliabilitas yang digunakan, yaitu *internal consistency*, di mana metode tersebut merupakan pengujian alat ukur yang dilakukan hanya sekali, kemudian data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan teknik tertentu. Adapun, teknik yang digunakan dalam penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah teknik *alpha cronbach*, di mana kriteria alat ukut dikatakan *reliable* apabila koefisien reliabilitas $> 0,6$.

1. Uji Reliabilitas Instrumen Variabel X (Penyebaran Informasi pada Akun Instagram @sidrapinfo.id)

Tabel 3.6 Uji Reliabilitas Instrumen Variabel X

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	427	100.0

Excluded ^a	0	.0
Total	427	100.0

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 25

Berdasarkan Tabel 3.7 *Case Processing Summary*, dapat diketahui bahwa seluruh data responden yang berjumlah 427 orang dinyatakan valid dan dapat diproses dalam pengujian reliabilitas. Tidak terdapat data yang dikeluarkan (*excluded*) dalam proses analisis, sehingga seluruh jawaban responden digunakan dalam pengolahan data penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa data yang diperoleh telah memenuhi syarat untuk dilakukan pengujian reliabilitas instrumen penelitian.

2. Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Y (Tingkat Kepercayaan Masyarakat)

Tabel 3.7 Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Y
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	427	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	427	100.0

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 25

1) Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran umum mengenai penyebaran informasi pada akun Instagram @sidrapinfo.id dan tingkat kepercayaan Masyarakat Kabupaten Sidrap terhadap informasi yang disampaikan melalui akun tersebut. Data analisis dalam bentuk mean, median, modus, dan standar deviasi. Tujuannya Adalah untuk memberikan gambaran

mengenai kecenderungan jawaban responden terhadap kualitas penyebaran informasi dan tingkat kepercayaan masyarakat pada akun Instagram @sidrapinfo.id. Untuk mengetahui mean, median, modus, dan standar deviasi digunakan rumus sebagai berikut:

2) Mean atau Rata-Rata

Mean merupakan ukuran pemusatan data yang diperoleh dengan menjumlahkan seluruh nilai data, kemudian membaginya dengan jumlah data. Mean digunakan untuk menggambarkan nilai rata-rata jawaban responden terhadap setiap item pernyataan dalam kuesioner.

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

Keterangan:

$\bar{x}$: Rata-rata sampel

$\sum x$: Jumlah seluruh skor data

n : Jumlah sampel

3) Median

Median merupakan nilai tengah dari sekumpulan data yang telah diurutkan dari nilai terkecil ke nilai terbesar atau sebaliknya. Median membagi data menjadi dua bagian yang sama besar, yaitu 50% data berada dibawah median dan 50% lainnya berada diatas median. Media digunakan untuk melihat posisi tengah jawaban respon. Adapun rumus mencari nilai median sebagai berikut:

$$med : X \frac{n+1}{2} \text{ atau } \frac{X \frac{n}{2} + X \frac{n}{2} + 1}{2}$$

Keterangan:

X : nilai data

n : Jumlah data

4) Modus

Modus merupakan nilai yang paling sering muncul dalam sekumpulan data. Dalam penelitian ini, modus digunakan untuk mengetahui skor jawaban yang paling banyak dipilih oleh responden terhadap pernyataan mengenai penyebaran informasi dan tingkat kepercayaan masyarakat.

$$mo = L + \left\{ \frac{fm + f1}{(fm - f1) + (fm - f2)} \right\} \cdot C$$

Keterangan:

mo : Modus

L : Batas bawah kelas modus

fm : Frekuensi kelas modus

$f1$: Frekuensi kelas sebelumnya

$f2$: Frekuensi kelas setelahnya

C : Panjang interval kelas

5) Standar Deviasi

Standar devisasi merupakan ukuran yang digunakan untuk menggambarkan sebaran atau variasi data dalam suatu kelompok. Secara sederhana, standar deviasi menunjukkan sejauh mana jawaban responden menyebar dari nilai rata-rata. Semakin besar standar deviasi, semakin besar variasi jawaban responden. Sebaliknya, semakin kecil standar deviasi, semakin dekat jawaban responden dengan nilai rata-rata.

Keterangan:

S : Standar deviasi

X_i : Setiap nilai data

$\bar{x}$: mean sampel

n : Jumlah data sampel

Tabel 3.8 Analisis Statistik Deskriptif Variabel X

Statistic	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	Total
N Valid	427	427	427	427	427	427	427	427	427	427	427	427	427	427	427	427
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	3,64	3,82	3,64	3,76	3,61	3,52	3,48	3,61	3,79	3,36	3,61	3,76	3,42	3,79	3,64	54,42
Std. Error of Mean	0,156	0,160	0,162	0,204	0,184	0,200	0,175	0,184	0,178	0,189	0,179	0,180	0,169	0,183	0,189	2,238
Median	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	58,00
Std. Deviation	0,156	0,160	0,162	0,204	0,184	0,200	0,175	0,184	0,178	0,189	0,179	0,180	0,169	0,183	0,189	2,238
Minimum	2	2	2	1	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	29
Maximum	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	73

Berdasarkan hasil analisis statistic deskriptif pada variabel X, yaitu penyebaran informasi pada akun Instagram @sidrapinfo.id, diketahui bahwa seluruh

data responden berjumlah 427 orang dan tidak terdapat data yang hilang. Hal ini terlihat dari data N Valid sebanyak 427 dan missing sebanyak 0 pada seluruh item X1 sampai X15.

Nilai rata-rata atau mean pada item X1 sampai X15 berada pada rentang 3.3636 sampai 3,8182. Nilai mean tertinggi terdapat pada item X2 sebesar 3.8182, sedangkan nilai mean terendah terdapat pada item X10 sebesar 3.3636. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum responden memberikan penilaian cukup tinggi terhadap penyebaran informasi pada akun instagra, @sirapinfo.id.

Nilai median sebagian besar item berada pada angka 4.0000, yang menunjukkan bahwa jawaban Tengah responden cenderung berada pada kategori setuju. Sementara itu, nilai modus pada sebagian besar item juga berada pada angka 4, meskipun pada item X7, X8, X11, X12, dan X13 nilai modus berada pada angka 3, serta item X14 memiliki modus 5. Artinya, sebagian besar responden cenderung memberikan jawaban positif terhadap pernyataan yang diajukan.

Nilai standar deviasi pada item X1 sampai X15 berada pada rentang 0.89506 sampai 1.17341. Nilai ini menunjukkan bahwa sebaran jawaban responden masih berada dalam kategori wajar dan tidak terlalu menyimpang dari rata-rata. Adapun nilai total variabel X memiliki mean sebesar 54.4242, median sebesar 58.0000, modus sebesar 60.0000, standar deviasi sebesar 12.85746, nilai minimum sebesar 29, dan nilai maksimum sebesar 73.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penyebaran informasi pada akun Instagram @sidrapinfo.id berdasarkan persepsi responden berada pada kecenderungan cukup baik hingga baik. Hal ini terlihat dari nilai rata rata sebagian besar item yang mendekati angka 4, yang menunjukkan bahwa responden cenderung

setuju terhadap pernyataan mengenai akurasi, objektivitas, kecepatan, relevansi, transparansi, dan kualitas informasi yang disebarkan oleh akun tersebut.

Tabel 3.9 Variabel Y

		Statistics				
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y_Total
N	Valid	427	427	427	427	427
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.8485	4.0000	3.7273	3.6061	15.1818
Std. Error of Mean		.14513	.16283	.19105	.17912	.54782
Median		4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	15.0000
Mode		4.00	4.00	4.00	3.00	15.00 ^a
Std. Deviation		.83371	.93541	1.09752	1.02894	3.14697
Variance		.695	.875	1.205	1.059	9.903
Skewness		-.044	-.732	-.473	-.029	-.172
Std. Error of Skewness		.409	.409	.409	.409	.409
Kurtosis		-.849	-.152	-1.040	-1.111	-1.098
Std. Error of Kurtosis		.798	.798	.798	.798	.798
Range		3.00	3.00	3.00	3.00	10.00
Minimum		2.00	2.00	2.00	2.00	10.00
Maximum		5.00	5.00	5.00	5.00	20.00
Sum		127.00	132.00	123.00	119.00	501.00

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil analisis statistic deskriptif pada variabel Y, yaitu tingkat kepercayaan Masyarakat, diketahui bahwa seluruh data responden berjumlah 427

orang dan tidak terdapat data yang hilang. Hal ini ditunjukkan oleh nilai N valid sebanyak 427 orang dan missing 0 pada seluruh item Y1 sampai Y4.

Nilai rata-rata atau mean item Y1 sampai Y4 berada pada rentang 3.6061 sampai 4.0000. Nilai mean tertinggi terdapat pada item Y2 sebesar 4.0000, sedangkan nilai mean terendah terdapat pada item Y4 sebesar 3.6061. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum responden memberikan penilaian yang cukup tinggi terhadap tingkat kepercayaan masyarakat pada informasi yang disampaikan melalui akun Instagram @sidrapinfo.id.

Nilai median pada seluruh item Y1 sampai Y4 berada pada angka 4.0000, yang menunjukkan bahwa jawaban tengah responden berada pada kategori setuju. Nilai modus pada item Y1, Y2, dan Y3 berada pada angka 4, sedangkan item Y4 memiliki modus 3. Artinya, sebagian besar responden cenderung memberikan jawaban positif terhadap indikator kepercayaan Masyarakat.

Nilai standar deviasi pada item Y1 sampai Y4 berada pada rentang 0.83371 sampai 1.09752. Hal ini menunjukkan bahwa sebaran jawaban responden masih berada median 15.0000, modus 15.0000, standar deviasi 3.14697, nilai minimum 10, dan nilai maksimum 20.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepercayaan Masyarakat terhadap akun Instagram @sidrapinfo.id berada pada kategori cukup baik hingga baik. Hal ini terlihat dari nilai rata-rata setiap item yang mendekati angka 4, sehingga responden cenderung setuju bahwa akun @sidrapinfo.id dapat dipercaya sebagai sumber informasi lokal.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah data residual dari variabel penyebaran informasi pada akun Instagram @sidrapinfo.id dan tingkat kepercayaan masyarakat Kabupaten Sidrap berdistribusi normal atau tidak. Pengujian ini penting karena distribusi data akan menentukan jenis analisis statistik yang digunakan pada tahap selanjutnya.

Jika data berdistribusi normal, maka dapat digunakan uji statistik parametrik seperti analisis regresi linear atau uji korelasi Pearson. Namun, jika data tidak berdistribusi normal, maka digunakan uji nonparametrik seperti korelasi Spearman atau uji alternatif lainnya. Dalam penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov melalui perangkat lunak SPSS versi 24. Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$, maka data dianggap berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$, maka data dianggap tidak berdistribusi normal.

Dengan mengetahui distribusi data, peneliti dapat menentukan teknik analisis yang paling sesuai untuk mengolah dan menginterpretasi data penelitian secara akurat.

Tabel 3.10 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		427
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.78814871

Most Extreme Differences	Absolute	.100
	Positive	.100
	Negative	-.086
Test Statistic		.100
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 25

Hasil pengujian, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2 tailed) sebesar 0.200. Nilai tersebut lebih besar dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual dalam penelitian ini berdistribusi normal. Dengan demikian, data penelitian memenuhi asumsi normalitas dan dapat dilanjutkan pada analisis statistik parametrik.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif dan uji instrumen dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Teknik ini digunakan untuk mengolah data hasil kuesioner secara sistematis dan objektif, sehingga dapat diketahui gambaran tingkat kepercayaan masyarakat Kabupaten Sidrap terhadap penyebaran informasi pada akun Instagram @sidrapinfo.id.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Metode kuantitatif survei merupakan pendekatan penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data berupa angka melalui instrumen kuesioner. Tujuan dari metode ini adalah memperoleh gambaran yang objektif dan terukur mengenai suatu fenomena berdasarkan jawaban responden yang telah ditentukan sesuai dengan kriteria penelitian.

Pendekatan ini memungkinkan peneliti mengukur fenomena sosial secara sistematis, seperti persepsi, sikap, penilaian, dan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap informasi yang diterima melalui media sosial. Dalam penelitian “Tingkat Kepercayaan Masyarakat terhadap Penyebaran Informasi pada Akun Instagram @sidrapinfo.id”. metode kuantitatif survei digunakan untuk menganalisis sejauh mana masyarakat Kabupaten Sidrap mempercayai informasi yang disebarakan melalui akun Instagram @sidrapinfo.id. Melalui pendekatan ini, data dikumpulkan dari responden yang merupakan pengguna Instagram dan pengikut akun @sidrapinfo.id. Jawaban responden kemudian diolah secara statistic untuk menggambarkan tingkat kepercayaan objektivitas, transparansi sumber, relevansi konten, etika informasi, serta kredibilitas akun sebagai informasi lokal.

1. Tingkat Kepercayaan Masyarakat Kabupaten Sidrap terhadap Informasi pada Akun Instagram @sidrapinfo.id

a. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam responden dalam penelitian ini digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai identitas

responden yang menjadi sampel penelitian. Responden dalam penelitian ini merupakan masyarakat Kabupaten Sidrap yang menggunakan media sosial Instagram dan mengetahui atau mengikuti akun Instagram @sidrapinfo.id sebagai media informasi digital lokal.

Penyajian karakteristik responden bertujuan untuk mengetahui latar belakang responden yang berpartisipasi dalam penelitian mengenai tingkat kepercayaan masyarakat terhadap informasi pada akun Instagram @sidrapinfo.id. Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, domisili kecamatan, serta intensitas penggunaan media sosial Instagram.

Data karakteristik responden diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 427 responden yang telah memenuhi kriteria penelitian. Penyajian data karakteristik responden dilakukan untuk membantu peneliti memahami profil responden serta mendukung interpretasi hasil penelitian yang telah diperoleh.

Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	14-20	148	34.7	34.7	34.7
	21-25	279	65.3	65.3	100.0
	Total	427	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil pengolahan data karakteristik responden berdasarkan usia, diketahui bahwa jumlah responden dalam penelitian ini

sebanyak 427 responden yang terbia ke dalam dua kelompok usia, yaitu usia 14 sampai 20 tahun dan usia 21 sampai 25 tahun. Responden yang berada pada kelompok usia 14 sampai 20 tahun berjumlah 148 orang atau sebesar 34,7%, sedangkan responden yang berada pada kelompok usia 21 sampai 25 tahun berjumlah 279 orang atau sebesar 65,3%.

Dengan demikian, mayoritas responden dalam penelitian ini berada pada kelompok usia 21 sampai 25 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna Instagram yang mengetahui atau mengikuti akun @sidrapinfo.id didominasi oleh kelompok usia muda dewasa yang aktif menggunakan media sosial sebagai sarana memperoleh informasi digital.

Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI_LAKI	197	46.1	46.2	46.2
	PEREMPUAN	155	36.3	36.4	82.6
	3	64	15.0	15.0	97.7
	4	2	.5	.5	98.1
	5	8	1.9	1.9	100.0
	Total	426	99.8	100.0	
Missing	System	1	.2		
Total		427	100.0		

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil pengolahan data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, diketahui bahwa jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 427 responden. Responden berjenis kelamin laki laki

berjumlah 197 orang atau sebesar 46,2%, sedangkan responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 155 orang atau sebesar 36,4%.

Selain itu, terdapat beberapa data responden yang tidak teridentifikasi secara jelas pada kategori jenis kelamin, yaitu pada kategori 3 sebanyak 64 responden atau sebesar 15,0%, kategori 4 sebanyak 2 responden atau sebesar 0,5%, dan kategori 5 sebanyak 8 responden atau sebesar 1,9%. Adapun terdapat 1 data missing atau sebesar 0,2% yang tidak terisi dalam pengolahan data.

Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin laki laki. Namun demikian, peneliti menemukan adanya beberapa data yang belum terklasifikasi secara jelas pada variabel jenis kelamin sehingga perlu dilakukan penyesuaian atau pembersihan data agar hasil analisis menjadi lebih akurat.

1) Uji Instrumen Penelitian

a) Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan setiap butir pernyataan dalam mengukur variabel penelitian secara tepat. Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment*, yaitu dengan mengorelasikan skor setiap item pernyataan dengan skor total variabel atau *item-total correlation*. Pengujian dilakukan terhadap seluruh data penelitian yang berjumlah 427 responden. Jumlah tersebut sesuai dengan jumlah responden yang digunakan dalam pengolahan data penelitian.

Pada variabel X, skor setiap item X1 sampai dengan X15 dikorelasikan dengan X_Total, sedangkan pada variabel Y, skor setiap item

Y1 sampai dengan Y4 dikorelasikan dengan skor total variabel Y yang pada output SPSS diberi nama Y_Total. Dengan jumlah responden sebanyak 427 orang, derajat kebebasan atau df diperoleh dari rumus $n - 2$, yaitu $427 - 2 = 425$. Pada taraf signifikansi 5%, nilai r tabel yang digunakan adalah sebesar **0,095**. Suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada r tabel dan nilai signifikansinya lebih kecil daripada 0,05.

Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel X
Penyebaran Informasi pada Akun Instagram @sidrapinfo.id

Item	r Hitung	r Tabel	Kriteria
X1	0,768	0,095	Valid
X2	0,795	0,095	Valid
X3	0,736	0,095	Valid
X4	0,695	0,095	Valid
X5	0,639	0,095	Valid
X6	0,766	0,095	Valid
X7	0,762	0,095	Valid
X8	0,741	0,095	Valid
X9	0,692	0,095	Valid
X10	0,739	0,095	Valid
X11	0,688	0,095	Valid
X12	0,789	0,095	Valid
X13	0,746	0,095	Valid
X14	0,649	0,095	Valid
X15	0,774	0,095	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 4.3, diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada variabel penyebaran informasi melalui akun Instagram @sidrapinfo.id memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada nilai r tabel sebesar 0,095. Nilai r hitung pada 15 item variabel X berada pada

rentang 0,639 sampai dengan 0,795. Selain itu, seluruh item memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang dalam interpretasi statistik berarti $p < 0,001$, sehingga lebih kecil daripada taraf signifikansi 0,05. Nilai r hitung pada variabel X berada pada rentang 0,640 sampai 0,796. Item dengan nilai validitas tertinggi terdapat pada indikator objektivitas informasi (X2) dengan nilai r hitung sebesar 0,796, sedangkan nilai validitas terendah terdapat pada indikator kecepatan informasi (X5) dengan nilai r hitung sebesar 0,640. Meskipun demikian, seluruh item tetap memenuhi kriteria validitas karena seluruh nilai r hitung lebih besar dibandingkan r tabel.

Nilai r hitung tertinggi terdapat pada item **X2**, yaitu indikator objektivitas informasi, sebesar **0,795**. Sementara itu, nilai r hitung terendah terdapat pada item **X5**, yaitu indikator kecepatan informasi, sebesar **0,639**. Meskipun memiliki nilai korelasi yang berbeda-beda, seluruh item tetap memenuhi kriteria validitas karena nilai r hitungnya lebih besar daripada 0,095 dan nilai signifikansinya lebih kecil daripada 0,05.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa item yang mengukur keakuratan informasi, objektivitas informasi, verifikasi informasi, validitas konten, kecepatan informasi, transparansi sumber, kejelasan bahasa, relevansi konten, netralitas informasi, manfaat informasi, interaksi sosial, respons admin, etika informasi, informasi darurat, dan visualisasi konten memiliki hubungan positif dan signifikan dengan skor total variabel. Dengan demikian, seluruh item X1 sampai dengan X15 dinyatakan **valid** dan layak digunakan untuk mengukur variabel penyebaran informasi pada akun Instagram @sidrapinfo.id.

Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel Y
Tingkat Kepercayaan Masyarakat

Item	r Hitung	r Tabel	Kriteria
Y1	0,833	0,095	Valid
Y2	0,772	0,095	Valid
Y3	0,866	0,095	Valid
Y4	0,849	0,095	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 4.4, diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada variabel tingkat kepercayaan masyarakat memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada nilai r tabel sebesar 0,095. Nilai r hitung pada empat item variabel Y berada pada rentang 0,772 sampai dengan 0,866. Seluruh item juga memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 atau $p < 0,001$, sehingga lebih kecil daripada taraf signifikansi 0,05.

Nilai r hitung tertinggi terdapat pada item **Y3**, yaitu indikator kepercayaan publik, sebesar 0,866. Adapun nilai r hitung terendah terdapat pada item **Y2**, yaitu indikator pengaruh opini publik, sebesar **0,772**. Item Y1 memperoleh nilai r hitung sebesar 0,833, sedangkan item Y4 memperoleh nilai r hitung sebesar 0,849. Seluruh nilai tersebut lebih besar daripada nilai r tabel, sehingga semua item pada variabel Y memenuhi kriteria validitas.

Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa indikator dasar pengambilan keputusan, pengaruh opini publik, kepercayaan publik, dan kredibilitas akun memiliki hubungan positif dan signifikan dengan skor total variabel tingkat kepercayaan masyarakat. Dengan demikian, seluruh item Y1

sampai dengan Y4 dinyatakan **valid** dan layak digunakan sebagai instrumen untuk mengukur tingkat kepercayaan masyarakat terhadap informasi yang disebarkan melalui akun Instagram @sidrapinfo.id.

Secara keseluruhan, hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh 19 item pernyataan yang terdiri atas 15 item variabel X dan 4 item variabel Y telah memenuhi kriteria validitas. Seluruh item mempunyai nilai r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} sebesar 0,095 serta nilai signifikansi lebih kecil daripada 0,05. Oleh karena itu, seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam pengujian serta analisis data penelitian selanjutnya.

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui Tingkat konsistensi dan keandalan instrument penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Instrumen dikatakan reliabel apabila memberikan hasil pengukuran yang relatif sama ketika digunakan pada kondisi yang serupa. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan melibatkan seluruh data responden yang berjumlah 427 orang.

Tab 4.5 Uji Reliabilitas

		N	%
Cases	Valid	427	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	427	100.0

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel *Case Processing Summary*, diketahui bahwa jumlah data responden yang dianalisis sebanyak 427 responden atau 100%. Tidak terdapat data yang dikeluarkan dari proses analisis atau excluded, sehingga seluruh data responden dapat digunakan dalam pengujian reliabilitas.

Hal ini menunjukkan bahwa data penelitian telah lengkap dan tidak terdapat data kosong pada variabel yang diuji. Dengan demikian, pengujian reliabilitas dapat dilanjutkan menggunakan seluruh data responden.

c) Uji Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deksriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai kecenderungan jawaban responden terhadap setiap item pernyataan dalam kuesioner. Dalam penelitian ini, analisis statistik deskriptif diarahkan untuk mengetahui tingkat kepercayaan masyarakat Kabupaten Sidrap terhadap informasi yang disebarkan melalui akun Instagram @sidrapinfo.id.

Data yang diperoleh dari 427 responden melalui penyebaran kuesioner. Setiap jawaban responden diolah dalam bentuk distribusi frekuensi dan persentase untuk mengetahui seberapa besar kecenderungan masyarakat dalam menilai kualitas informasi pada akun @sidrapinfo.id. Analisis ini mencakup dua variabel utama, yaitu penyebaran informasi sebagai variabel X dan tingkat kepercayaan masyarakat sebagai variabel Y.

Tabel 4.6 Keakuratan Informasi
Informasi yang disampaikan oleh akun Instagram @sidrapinfo.id dapat dipercaya.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	86	20.1	20.1	20.1
	2.00	312	73.1	73.1	93.2
	3.00	28	6.6	6.6	99.8
	4.00	1	.2	.2	100.0
	Total	427	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel 3. Mengenai indikator Keakuratan Informasi dengan pernyataan “Informasi yang disampaikan oleh akun Instagram @sidrapinfo.id dapat dipercaya”, diketahui bahwa dari total 427 responden, sebanyak 312 responden (73,1%) memberikan jawaban pada kategori 2,00. Selanjutnya, sebanyak 86 responden (20,1%) memberikan jawaban pada kategori 1,00, sebanyak 28 responden (6,6%) memberikan jawaban pada kategori 3,00, dan hanya 1 responden (0,2%) memberikan jawaban pada kategori 4,00.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian yang masih berada pada kategori rendah terhadap keakuratan informasi yang dipublikasikan oleh akun Instagram @sidrapinfo.id. Kondisi ini mengindikasikan bahwa sebagian masyarakat masih meragukan tingkat ketepatan dan kepercayaan terhadap informasi yang disampaikan melalui akun tersebut, sehingga aspek keakuratan informasi perlu lebih diperhatikan untuk meningkatkan tingkat kepercayaan masyarakat.

Tabel 4.7 Objektivitas Informasi
Berita yang disampaikan oleh akun Instagram @sidrapinfo.id disajikan secara objektif tanpa manipulasi.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	73	17.1	17.1	17.1
	2.00	300	70.3	70.3	87.4
	3.00	52	12.2	12.2	99.5
	4.00	2	.5	.5	100.0
	Total	427	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel 4.7 Mengenai indikator Objektivitas Informasi, diketahui bahwa mayoritas responden memberikan jawaban pada kategori

2,00, yaitu sebanyak 300 responden atau 70,3%. Selanjutnya, sebanyak 73 responden atau 17,1% memilih kategori 1,00, sebanyak 52 responden atau 12,2% memilih kategori 3,00, dan sebanyak 2 responden atau 0,5% memilih kategori 4,00.

Hasil ini menunjukkan bahwa penilaian responden terhadap objektivitas informasi pada akun Instagram @sidrapinfo.id masih cenderung rendah. Dengan demikian, aspek objektivitas dalam penyajian informasi perlu diperhatikan agar informasi yang disampaikan lebih netral, berimbang, dan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat.

Tabel 4.8 Verifikasi Informasi
Informasi yang dipublikasi oleh akun Instagram @sidrapinfo.id telah melalui proses verifikasi sebelum disebarkan kepada masyarakat.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	62	14.5	14.5	14.5
	2.00	279	65.3	65.3	79.9
	3.00	79	18.5	18.5	98.4
	4.00	7	1.6	1.6	100.0
	Total	427	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 25

Berdasarkan Tabel 4.8 mengenai indikator Verifikasi Informasi, diketahui bahwa mayoritas responden memberikan jawaban pada kategori 2,00, yaitu sebanyak 279 responden atau 65,3%. Selanjutnya, sebanyak 79 responden atau 18,5% memberikan jawaban pada kategori 3,00, sebanyak 62

responden atau 14,5% memilih kategori 1,00, dan sebanyak 7 responden atau 1,6% memilih kategori 4,00.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden masih menilai proses verifikasi informasi pada akun Instagram @sidrapinfo.id belum sepenuhnya optimal. Kondisi ini mengindikasikan bahwa masyarakat masih membutuhkan kepastian mengenai kejelasan sumber dan proses pengecekan informasi sebelum dipublikasikan. Oleh karena itu, aspek verifikasi informasi perlu lebih diperkuat agar tingkat kepercayaan masyarakat terhadap informasi yang disampaikan dapat meningkat.

Tabel 4.9 Validitas Konten
Konten informasi yang dipublikasikan oleh akun Instagram @sidrapinfo.id terbebas dari informasi palsu atau hoaks

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	57	13.3	13.3	13.3
	2.00	231	54.1	54.1	67.4
	3.00	130	30.4	30.4	97.9
	4.00	9	2.1	2.1	100.0
	Total	427	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel 4.9 mengenai indikator Validitas Konten, diketahui bahwa mayoritas responden memberikan jawaban pada kategori 2,00, yaitu sebanyak 231 responden atau 54,1%. Selanjutnya, sebanyak 130 responden atau 30,4% memberikan

jawaban pada kategori 3,00, sebanyak 57 responden atau 13,3% memilih kategori 1,00, dan sebanyak 9 responden atau 2,1% memilih kategori 4,00.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai validitas konten pada akun Instagram @sidrapinfo.id masih berada pada kategori sedang hingga rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat masih memiliki keraguan terhadap keakuratan dan kebenaran beberapa informasi yang dipublikasikan. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan dalam penyajian konten yang lebih terpercaya, jelas sumbernya, dan terhindar dari potensi penyebaran informasi yang tidak valid agar dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap akun tersebut.

Tabel 4.10 Kecepatan Informasi
Informasi pada akun Instagram @sidrapinfo.id disampaikan dengan cepat
kepada masyarakat.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	124	29.0	29.0	29.0
	2.00	240	56.2	56.2	85.2
	3.00	56	13.1	13.1	98.4
	4.00	7	1.6	1.6	100.0
	Total	427	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel 4.10 Mengenai indikator Kecepatan Informasi, diketahui bahwa mayoritas responden memberikan jawaban pada kategori 2,00, yaitu sebanyak 240 responden atau 56,2%. Selanjutnya, sebanyak 124 responden atau 29,0% memberikan jawaban pada kategori 1,00, sebanyak 56 responden atau 13,1% memilih kategori 3,00, dan sebanyak 7 responden atau 1,6% memilih kategori 4,00.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai kecepatan penyebaran informasi pada akun Instagram @sidrapinfo.id masih berada pada kategori rendah hingga sedang. Kondisi ini mengindikasikan bahwa masyarakat belum sepenuhnya menilai akun tersebut sebagai media informasi yang cepat dalam menyampaikan berita atau informasi terkini. Oleh karena itu, peningkatan kecepatan dalam publikasi informasi dinilai penting agar akun Instagram @sidrapinfo.id dapat lebih dipercaya dan diandalkan sebagai sumber informasi digital masyarakat Kabupaten Sidrap.

Tabel 4.11 Transparansi Sumber Informasi
Sumber informasi pada akun Instagram @sidrapinfo dicantumkan secara jelas dan terbuka kepada masyarakat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	63	14.8	14.8	14.8
	2.00	287	67.2	67.2	82.0
	3.00	70	16.4	16.4	98.4
	4.00	7	1.6	1.6	100.0
	Total	427	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 25

Berdasarkan table 4.11 mengenai indikator Transparansi Sumber Informasi, diketahui bahwa mayoritas responden memberikan jawaban pada kategori 2,00, yaitu sebanyak 287 responden atau 67,2%. Selanjutnya, sebanyak 70 responden atau 16,4% memberikan jawaban pada kategori 3,00, sebanyak 63 responden atau 14,8% memilih kategori 1,00, dan sebanyak 7 responden atau 1,6% memilih kategori 4,00.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai transparansi sumber informasi pada akun Instagram @sidrapinfo.id masih berada

pada kategori sedang hingga rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat masih membutuhkan kejelasan terkait asal informasi atau sumber berita yang dipublikasikan melalui akun tersebut. Oleh karena itu, pencantuman sumber informasi secara lebih terbuka dan konsisten dinilai penting untuk meningkatkan kredibilitas akun dan memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap informasi yang disampaikan.

Tabel 4.12 Kejelasan Bahasa Informasi
Bahasa yang digunakan akun Instagram @sidrapinfo.id mudah dipahami oleh masyarakat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	126	29.5	29.5	29.5
	2.00	257	60.2	60.2	89.7
	3.00	40	9.4	9.4	99.1
	4.00	4	.9	.9	100.0
	Total	427	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 25

Berdasarkan table 4.12 mengenai indikator Kejelasan Bahasa Informasi, diketahui bahwa mayoritas responden memberikan jawaban pada kategori 2,00, yaitu sebanyak 257 responden atau 60,2%. Selanjutnya, sebanyak 126 responden atau 29,5% memberikan jawaban pada kategori 1,00, sebanyak 40 responden atau 9,4% memilih kategori 3,00, dan sebanyak 4 responden atau 0,9% memilih kategori 4,00.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai bahasa yang digunakan pada akun Instagram @sidrapinfo.id masih berada pada kategori

rendah hingga sedang dalam aspek kejelasan informasi. Hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat masih mengalami kesulitan dalam memahami sebagian informasi yang disampaikan melalui akun tersebut. Oleh karena itu, penggunaan bahasa yang lebih komunikatif, sederhana, dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan masyarakat perlu ditingkatkan agar informasi dapat diterima secara lebih efektif dan mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap akun Instagram @sidrapinfo.id.

Tabel 4.13 Relevansi Konten Informasi
Konten informasi yang dipublikasikan oleh akun Instagram @sidrapinfo.id sesuai dengan kebutuhan masyarakat Kabupaten Sidrap

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	79	18.5	18.5	18.5
	2.00	277	64.9	64.9	83.4
	3.00	68	15.9	15.9	99.3
	4.00	3	.7	.7	100.0
	Total	427	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel 4.13 mengenai indikator Relevansi Konten Informasi, diketahui bahwa mayoritas responden memberikan jawaban pada kategori **2,00**, yaitu sebanyak 277 responden atau 64,9%. Selanjutnya, sebanyak 79 responden atau 18,5% memberikan jawaban pada kategori 1,00, sebanyak 68 responden atau 15,9% memilih kategori 3,00, dan sebanyak 3 responden atau 0,7% memilih kategori 4,00.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai konten informasi yang dipublikasikan oleh akun Instagram @sidrapinfo.id masih berada

pada kategori sedang dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat Kabupaten Sidrap. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun informasi yang disampaikan dianggap cukup relevan, masyarakat masih mengharapkan konten yang lebih sesuai dengan kondisi sosial, kebutuhan publik, dan perkembangan informasi daerah. Oleh karena itu, peningkatan relevansi konten dinilai penting agar akun Instagram @sidrapinfo.id dapat menjadi media informasi yang lebih bermanfaat dan dipercaya oleh masyarakat.

Tabel 4.14 Netralitas Informasi
Informasi yang dipublikasikan oleh Instagram @sidrapinfo.id tidak menunjukkan keberpihakan tertentu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	67	15.7	15.7	15.7
	2.00	247	57.8	57.8	73.5
	3.00	100	23.4	23.4	97.0
	4.00	13	3.0	3.0	100.0
Total		427	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel 4.14 mengenai Netralitas Informasi, diketahui bahwa mayoritas responden memberikan jawaban pada kategori 2,00, yaitu sebanyak 247 responden atau 57,8%. Selanjutnya, sebanyak 100 responden atau 23,4% memberikan jawaban pada kategori 3,00, sebanyak 67 responden atau 15,7% memilih kategori 1,00, dan sebanyak 13 responden atau 3,0% memilih kategori 4,00.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai netralitas informasi pada akun Instagram @sidrapinfo.id masih berada pada kategori sedang. Hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat menilai informasi yang disampaikan belum sepenuhnya bebas dari unsur keberpihakan tertentu. Oleh karena itu, penyajian informasi yang lebih netral, berimbang, dan objektif perlu ditingkatkan agar akun Instagram @sidrapinfo.id dapat memperoleh tingkat kepercayaan masyarakat yang lebih tinggi sebagai media informasi digital lokal.

Tabel 4.15 Manfaat Informasi
Informasi yang dipublikasikan oleh akun Instagram @sidrapinfo.id memberikan manfaat bagi masyarakat Kabupaten Sidrap

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	96	22.5	22.5	22.5
	2.00	293	68.6	68.6	91.1
	3.00	34	8.0	8.0	99.1
	4.00	4	.9	.9	100.0
	Total	427	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel 4.15 mengenai indikator Manfaat Informasi, diketahui bahwa mayoritas responden memberikan jawaban pada kategori 2,00, yaitu sebanyak 293 responden atau 68,6%. Selanjutnya, sebanyak 96 responden atau 22,5% memberikan jawaban pada kategori 1,00, sebanyak 34 responden atau 8,0% memilih kategori 3,00, dan sebanyak 4 responden atau 0,9% memilih kategori 4,00.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai manfaat informasi yang dipublikasikan oleh akun Instagram @sidrapinfo.id masih berada pada kategori sedang hingga rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat belum sepenuhnya merasakan manfaat yang optimal dari informasi yang disampaikan melalui akun tersebut. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan kualitas dan kebermanfaatan informasi agar akun Instagram @sidrapinfo.id dapat menjadi media informasi yang lebih informatif, edukatif, dan bermanfaat bagi masyarakat Kabupaten Sidrap.

Tabel 4.16 Interaksi Sosial

Akun Instagram @sidrapinfo.id memberikan ruang interaksi yang baik antara masyarakat melalui komentar atau tanggapan pada informasi yang dipublikasikan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	76	17.8	17.8	17.8
	2.00	271	63.5	63.5	81.3
	3.00	63	14.8	14.8	96.0
	4.00	17	4.0	4.0	100.0
Total		427	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel 4.16. mengenai indikator Interaksi Sosial, diketahui bahwa mayoritas responden memberikan jawaban pada kategori 2,00, yaitu sebanyak 271 responden atau 63,5%. Selanjutnya, sebanyak 76 responden atau 17,8% memberikan

jawaban pada kategori 1,00, sebanyak 63 responden atau 14,8% memilih kategori 3,00, dan sebanyak 17 responden atau 4,0% memilih kategori 4,00.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai interaksi sosial pada akun Instagram @sidrapinfo.id masih berada pada kategori sedang. Hal ini mengindikasikan bahwa interaksi antara akun dengan masyarakat melalui komentar, tanggapan, maupun diskusi informasi belum sepenuhnya berjalan secara optimal. Oleh karena itu, peningkatan komunikasi dua arah dan keterlibatan audiens dinilai penting agar akun Instagram @sidrapinfo.id dapat membangun hubungan yang lebih baik dengan masyarakat serta meningkatkan tingkat kepercayaan publik terhadap informasi yang disampaikan.

Tabel 4.17 Respons Admin
Admin akun Instagram @sidrapinfo.id memberikan respons yang baik terhadap pertanyaan atau klarifikasi masyarakat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	70	16.4	16.4	16.4
	2.00	297	69.6	69.6	85.9
	3.00	50	11.7	11.7	97.7
	4.00	10	2.3	2.3	100.0
Total		427	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel 4.17 mengenai indikator Respons Admin, diketahui bahwa mayoritas responden memberikan jawaban pada kategori 2,00, yaitu sebanyak 297 responden atau 69,6%. Selanjutnya, sebanyak 70 responden atau 16,4% memberikan

jawaban pada kategori 1,00, sebanyak 50 responden atau 11,7% memilih kategori 3,00, dan sebanyak 10 responden atau 2,3% memilih kategori 4,00.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai respons admin pada akun Instagram @sidrapinfo.id masih berada pada kategori sedang hingga rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat menilai interaksi dan tanggapan admin terhadap pertanyaan, komentar, maupun klarifikasi informasi belum sepenuhnya optimal. Oleh karena itu, peningkatan kecepatan dan kualitas respons admin dinilai penting untuk membangun komunikasi yang lebih baik dengan masyarakat serta meningkatkan tingkat kepercayaan publik terhadap akun Instagram @sidrapinfo.id.

Tabel 4.18 Etika Informasi
Informasi yang dipublikasikan oleh akun Instagram @sidrapinfo.id disampaikan dengan memperhatikan etika komunikasi dan tidak bersifat provokatif

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	70	16.4	16.4	16.4
	2.00	296	69.3	69.3	85.7
	3.00	55	12.9	12.9	98.6
	4.00	6	1.4	1.4	100.0
Total		427	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel 4.18 mengenai indikator Etika Informasi, diketahui bahwa mayoritas responden memberikan jawaban pada kategori 2,00, yaitu sebanyak 296 responden atau 69,3%. Selanjutnya, sebanyak 70 responden atau 16,4% memberikan

jawaban pada kategori 1,00, sebanyak 55 responden atau 12,9% memilih kategori 3,00, dan sebanyak 6 responden atau 1,4% memilih kategori 4,00.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai etika penyampaian informasi pada akun Instagram @sidrapinfo.id masih berada pada kategori sedang hingga rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat masih menilai terdapat informasi yang belum sepenuhnya disampaikan secara bijak, netral, dan sesuai dengan etika komunikasi publik. Oleh karena itu, peningkatan etika dalam penyajian informasi dinilai penting agar akun Instagram @sidrapinfo.id dapat lebih dipercaya serta mampu menjaga kualitas komunikasi informasi kepada masyarakat Kabupaten Sidrap.

Tabel 4.19 Informasi Darurat
Akun Instagram @sidrapinfo.id mampu menyampaikan informasi darurat kepada masyarakat dengan cepat dan tepat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	131	30.7	30.7	30.7
	2.00	269	63.0	63.0	93.7
	3.00	24	5.6	5.6	99.3
	4.00	3	.7	.7	100.0
Total		427	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel 4.19 mengenai indikator Informasi Darurat, diketahui bahwa mayoritas responden memberikan jawaban pada kategori 2,00, yaitu sebanyak 269 responden atau 63,0%. Selanjutnya, sebanyak 131 responden atau 30,7%

memberikan jawaban pada kategori 1,00, sebanyak 24 responden atau 5,6% memilih kategori 3,00, dan sebanyak 3 responden atau 0,7% memilih kategori 4,00.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai kemampuan akun Instagram @sidrapinfo.id dalam menyampaikan informasi darurat masih berada pada kategori rendah hingga sedang. Hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat belum sepenuhnya menilai akun tersebut sebagai media informasi yang cepat dan tepat dalam menyampaikan informasi penting atau situasi darurat. Oleh karena itu, peningkatan kecepatan, ketepatan, dan kejelasan informasi darurat dinilai penting agar akun Instagram @sidrapinfo.id dapat lebih dipercaya sebagai sumber informasi publik di Kabupaten Sidrap.

Tabel 4.20 Visualisasi Konten
Foto atau visual yang digunakan pada akun Instagram @sidrapinfo.id mendukung kejelasan informasi yang disampaikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	94	22.0	22.0	22.0
	2.00	300	70.3	70.3	92.3
	3.00	30	7.0	7.0	99.3
	4.00	3	.7	.7	100.0
Total		427	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel 4.20 mengenai indikator Visualisasi Konten, diketahui bahwa mayoritas responden memberikan jawaban pada kategori 2,00, yaitu sebanyak 300 responden atau 70,3%. Selanjutnya, sebanyak 94 responden atau 22,0%

memberikan jawaban pada kategori 1,00, sebanyak 30 responden atau 7,0% memilih kategori 3,00, dan sebanyak 3 responden atau 0,7% memilih kategori 4,00.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai visualisasi konten pada akun Instagram @sidrapinfo.id masih berada pada kategori sedang hingga rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa penggunaan foto, gambar, maupun tampilan visual dalam penyampaian informasi belum sepenuhnya mampu mendukung kejelasan dan daya tarik informasi yang dipublikasikan. Oleh karena itu, peningkatan kualitas visualisasi konten dinilai penting agar informasi yang disampaikan lebih menarik, mudah dipahami, dan mampu meningkatkan perhatian serta kepercayaan masyarakat terhadap akun Instagram @sidrapinfo.id.

Tabel 4.21 Dasar Pengambilan Keputusan
Informasi yang dipublikasikan oleh akun Instagram @sidrapinfo.id layak dijadikan rujukan dalam memahami kondisi sosial di Kabupaten Sidrap

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	70	16.4	16.4	16.4
	2.00	275	64.4	64.4	80.8
	3.00	74	17.3	17.3	98.1
	4.00	8	1.9	1.9	100.0
	Total	427	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel 4.21 mengenai indikator Dasar Pengambilan Keputusan, diketahui bahwa mayoritas responden memberikan jawaban pada kategori 2,00, yaitu sebanyak 275 responden atau 64,4%. Selanjutnya, sebanyak 74 responden atau 17,3%

memberikan jawaban pada kategori 3,00, sebanyak 70 responden atau 16,4% memilih kategori 1,00, dan sebanyak 8 responden atau 1,9% memilih kategori 4,00.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai informasi yang dipublikasikan oleh akun Instagram @sidrapinfo.id masih berada pada kategori sedang dalam aspek kelayakan sebagai rujukan informasi masyarakat. Hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat belum sepenuhnya menjadikan informasi dari akun tersebut sebagai dasar utama dalam memahami kondisi sosial di Kabupaten Sidrap. Oleh karena itu, peningkatan kualitas, ketepatan, dan kredibilitas informasi dinilai penting agar akun Instagram @sidrapinfo.id dapat lebih dipercaya sebagai sumber informasi publik.

Tabel 4.22 Pengaruh Opini Publik
Informasi yang dipublikasikan oleh akun Instagram @sidrapinfo.id memengaruhi opini masyarakat terhadap isu yang terjadi di Kabupaten Sidrap

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	99	23.2	23.2	23.2
	2.00	299	70.0	70.0	93.2
	3.00	27	6.3	6.3	99.5
	4.00	2	.5	.5	100.0
Total		427	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel 4.22 mengenai indikator Pengaruh Opini Publik, diketahui bahwa mayoritas responden memberikan jawaban pada kategori 2,00, yaitu sebanyak 299 responden atau 70,0%. Selanjutnya, sebanyak 99 responden atau 23,2%

memberikan jawaban pada kategori 1,00, sebanyak 27 responden atau 6,3% memilih kategori 3,00, dan sebanyak 2 responden atau 0,5% memilih kategori 4,00.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai pengaruh informasi yang dipublikasikan oleh akun Instagram @sidrapinfo.id terhadap pembentukan opini publik masih berada pada kategori sedang hingga rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat belum sepenuhnya menjadikan informasi dari akun tersebut sebagai acuan utama dalam membentuk pandangan atau opini terhadap isu sosial yang terjadi di Kabupaten Sidrap. Oleh karena itu, peningkatan kualitas penyajian informasi dan kredibilitas akun dinilai penting agar pengaruh informasi terhadap opini publik dapat meningkat secara positif.

Tabel 4.33 Kepercayaan Publik
Masyarakat percaya terhadap informasi yang dipublikasikan oleh akun Instagram @sidrapinfo.id

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	111	26.0	26.0	26.0
	2.00	212	49.6	49.6	75.6
	3.00	93	21.8	21.8	97.4
	4.00	11	2.6	2.6	100.0
	Total	427	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel 4.33 mengenai indikator Kepercayaan Publik, diketahui bahwa mayoritas responden memberikan jawaban pada kategori 2,00, yaitu sebanyak 212 responden atau 49,6%. Selanjutnya, sebanyak 111 responden atau 26,0%

memberikan jawaban pada kategori 1,00, sebanyak 93 responden atau 21,8% memilih kategori 3,00, dan sebanyak 11 responden atau 2,6% memilih kategori 4,00.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat terhadap informasi yang dipublikasikan oleh akun Instagram @sidrapinfo.id masih berada pada kategori sedang. Hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat belum sepenuhnya memiliki tingkat keyakinan yang tinggi terhadap informasi yang disampaikan melalui akun tersebut. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan kualitas informasi, transparansi sumber, serta konsistensi penyajian informasi agar tingkat kepercayaan publik terhadap akun Instagram @sidrapinfo.id dapat meningkat.

Tabel 4.34 Kredibilitas Akun
Akun Instagram @sidrapinfo.id memiliki kredibilats sebagai media informasi masyarakat Kabupaten Sidrap

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	104	24.4	24.4	24.4
	2.00	298	69.8	69.8	94.1
	3.00	21	4.9	4.9	99.1
	4.00	4	.9	.9	100.0
	Total	427	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 25

Berdasarkan Tabel 4.34 mengenai indikator Kredibilitas Akun, diketahui bahwa mayoritas responden memberikan jawaban pada kategori 2,00, yaitu sebanyak 298 responden atau 69,8%. Selanjutnya, sebanyak 104 responden atau 24,4%

memberikan jawaban pada kategori 1,00, sebanyak 21 responden atau 4,9% memilih kategori 3,00, dan sebanyak 4 responden atau 0,9% memilih kategori 4,00.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai kredibilitas akun Instagram @sidrapinfo.id masih berada pada kategori sedang hingga rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat belum sepenuhnya menilai akun tersebut sebagai media informasi yang memiliki tingkat kredibilitas tinggi. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan kualitas penyajian informasi, konsistensi konten, serta transparansi sumber informasi agar akun Instagram @sidrapinfo.id dapat lebih dipercaya oleh masyarakat Kabupaten Sidrap sebagai media informasi digital lokal.

B. Pembahasan

1. Tingkat Kepercayaan Masyarakat Kabupaten Sidrap terhadap Informasi Akun Instagram @sidrapinfo.id

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepercayaan masyarakat Kabupaten Sidrap terhadap informasi yang disebarkan melalui akun Instagram @sidrapinfo.id. Tingkat kepercayaan tersebut dianalisis berdasarkan persepsi responden terhadap kualitas penyebaran informasi dan penilaian masyarakat terhadap kredibilitas akun sebagai sumber informasi digital lokal. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, jawaban responden pada hampir seluruh indikator didominasi oleh skor 2,00. Kondisi ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat terhadap informasi pada akun Instagram @sidrapinfo.id masih cenderung rendah.

Pada variabel penyebaran informasi, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas informasi yang diterima masyarakat belum sepenuhnya

memperoleh penilaian positif. Dari lima belas indikator yang dianalisis, mayoritas jawaban responden berada pada skor 2,00. Jika dihitung berdasarkan seluruh jawaban indikator variabel X, sebanyak 4.156 jawaban atau 64,9% berada pada skor 2,00, sedangkan skor 4,00 hanya diperoleh sebanyak 96 jawaban atau 1,5%. Nilai rata rata keseluruhan variabel penyebaran informasi sebesar 1,97 menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap kualitas informasi akun @sidrapinfo.id masih berada pada kecenderungan rendah.

Indikator dengan penilaian relatif paling baik pada variabel penyebaran informasi adalah validitas konten. Hal ini terlihat dari indikator X4 yang memperoleh rata rata sebesar 2,21. Meskipun demikian, nilai tersebut belum menunjukkan penilaian yang tinggi karena mayoritas responden tetap memberikan skor 2,00. Hasil ini mengindikasikan bahwa masyarakat masih memiliki keraguan terhadap kebenaran konten yang disampaikan, termasuk apakah informasi telah benar benar terbebas dari informasi palsu atau hoaks. Dengan demikian, validitas konten merupakan aspek yang sudah lebih baik dibandingkan indikator lain, tetapi tetap membutuhkan penguatan melalui pencantuman sumber dan penjelasan informasi yang lebih dapat diverifikasi.

Indikator berikutnya yang relatif lebih baik adalah netralitas informasi dengan rata rata sebesar 2,14 dan verifikasi informasi dengan rata rata sebesar 2,07. Masyarakat tampaknya mulai menilai adanya upaya penyajian informasi yang netral dan terverifikasi, tetapi penilaian tersebut belum cukup kuat untuk menghasilkan kepercayaan yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa penyebaran informasi melalui media sosial lokal tidak hanya dituntut cepat, tetapi juga perlu

memperlihatkan proses verifikasi, keseimbangan informasi, dan ketidakberpihakan secara nyata pada setiap unggahan.

Sementara itu, indikator dengan penilaian paling rendah pada variabel penyebaran informasi adalah informasi darurat dengan rata rata sebesar 1,76. Sebanyak 131 responden atau 30,7% memberikan skor 1,00 dan 269 responden atau 63,0% memberikan skor 2,00 pada indikator ini. Temuan tersebut menunjukkan bahwa akun @sidrapinfo.id belum sepenuhnya dinilai mampu menjadi sumber informasi darurat yang cepat dan tepat bagi masyarakat. Padahal, informasi darurat seperti kecelakaan, bencana, gangguan pelayanan publik, atau situasi penting lainnya membutuhkan kecepatan publikasi sekaligus ketepatan informasi agar bermanfaat bagi masyarakat.

Kejelasan Bahasa juga memperoleh penilaian yang rendah dengan rata-rata sebesar 1,82. Sebagian besar responden memberikan skor 2,00, sementara hampir sepertiga responden memberikan skor 1,00. Hasil ini menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan belum sepenuhnya dianggap mudah dipahami oleh masyarakat. Dalam media informasi digital, kejelasan bahasa menjadi penting karena informasi biasanya diterima secara cepat melalui tampilan singkat, seperti caption, poster, atau video pendek. Informasi yang tidak disajikan secara ringkas, jelas, dan tidak ambigu dapat mengurangi pemahaman audiens serta memengaruhi tingkat kepercayaan mereka.

Selain itu, visualisasi konten memperoleh rata rata sebesar 1,86. Hasil ini menunjukkan bahwa penggunaan foto atau visual pada akun @sidrapinfo.id belum sepenuhnya dinilai mendukung kejelasan informasi. Visual dalam media sosial seharusnya tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga memperkuat isi

berita, membantu masyarakat memahami konteks informasi, dan menghindari kesan menyesatkan. Apabila visual tidak sesuai dengan informasi yang ditampilkan atau tidak memberikan penjelasan yang cukup, masyarakat dapat meragukan kualitas konten yang disampaikan.

Pada aspek manfaat informasi, hasil penelitian juga menunjukkan kecenderungan penilaian rendah. Sebanyak 293 responden atau 68,6% memberikan skor 2,00, sedangkan hanya 4 responden atau 0,9% yang memberikan skor 4,00. Hal ini memperlihatkan bahwa masyarakat belum sepenuhnya merasakan manfaat informasi dari akun @sidrapinfo.id dalam membantu memahami kondisi sosial dan perkembangan daerah. Kondisi ini dapat menjadi perhatian bagi pengelola akun agar informasi yang dipublikasikan lebih dekat dengan kebutuhan masyarakat, seperti informasi pelayanan publik, kondisi daerah, peristiwa penting, edukasi sosial, dan informasi yang memiliki dampak langsung terhadap kehidupan warga Sidrap.

Interaksi sosial dan respons admin juga belum memperoleh penilaian yang tinggi. Indikator interaksi sosial memperoleh rata rata sebesar 2,05, sedangkan respons admin sebesar 2,00. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat belum sepenuhnya merasakan adanya komunikasi dua arah yang baik melalui akun tersebut. Sebagai media informasi berbasis Instagram, interaksi melalui komentar, tanggapan, klarifikasi, maupun respons terhadap pertanyaan masyarakat menjadi bagian penting dalam membangun kredibilitas. Akun informasi yang tidak hanya mengunggah berita, tetapi juga merespons kebutuhan klarifikasi publik, akan lebih mudah memperoleh kepercayaan audiens.

Temuan pada variabel penyebaran informasi berhubungan dengan hasil variabel tingkat kepercayaan masyarakat. Pada variabel Y, sebanyak 1.084 jawaban atau 63,5% berada pada skor 2,00, sedangkan skor 4,00 hanya diperoleh sebanyak 25 jawaban atau 1,5%. Rata rata keseluruhan variabel tingkat kepercayaan masyarakat sebesar 1,93 menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat terhadap akun Instagram @sidrapinfo.id masih berada pada kecenderungan rendah.

Indikator dasar pengambilan keputusan memperoleh rata rata tertinggi pada variabel tingkat kepercayaan, yaitu sebesar 2,05. Meskipun merupakan indikator tertinggi, nilai tersebut tetap menunjukkan bahwa masyarakat belum sepenuhnya menjadikan informasi dari akun @sidrapinfo.id sebagai dasar utama dalam memahami kondisi sosial atau mengambil keputusan tertentu. Hal ini mengindikasikan bahwa akun tersebut mungkin telah digunakan sebagai salah satu sumber informasi, tetapi belum dianggap cukup kuat sebagai rujukan utama yang dapat diandalkan tanpa membandingkannya dengan sumber lain.

Indikator kepercayaan publik memperoleh rata rata sebesar 2,01. Pada indikator ini, sebanyak 212 responden atau 49,6% memberikan skor 2,00 dan 111 responden atau 26,0% memberikan skor 1,00. Temuan ini menunjukkan bahwa kepercayaan masyarakat terhadap informasi yang disampaikan masih belum tinggi. Kepercayaan publik dalam media digital sangat dipengaruhi oleh konsistensi informasi, ketepatan fakta, transparansi sumber, dan kecepatan koreksi apabila terjadi kesalahan informasi. Oleh karena itu, akun @sidrapinfo.id perlu memperkuat standar penyampaian informasi agar masyarakat memiliki keyakinan yang lebih besar terhadap konten yang diterima.

Indikator pengaruh opini publik memperoleh rata rata sebesar 1,84. Mayoritas responden, yaitu 299 orang atau 70,0%, memberikan skor 2,00. Hasil ini menunjukkan bahwa informasi pada akun @sidrapinfo.id belum dinilai memiliki pengaruh yang kuat dalam membentuk opini masyarakat mengenai isu yang terjadi di Kabupaten Sidrap. Kondisi ini dapat dipahami karena pengaruh sebuah akun informasi tidak hanya bergantung pada jumlah unggahan atau pengikut, tetapi juga pada kredibilitas isi, kedalaman informasi, dan konsistensi akun dalam menyajikan informasi yang dapat dipertanggungjawabkan.

Indikator dengan nilai rata rata terendah pada variabel tingkat kepercayaan adalah kredibilitas akun, yaitu sebesar 1,82. Sebanyak 298 responden atau 69,8% memberikan skor 2,00 dan sebanyak 104 responden atau 24,4% memberikan skor 1,00. Temuan ini menunjukkan bahwa masyarakat belum sepenuhnya menilai akun Instagram @sidrapinfo.id sebagai media informasi lokal yang memiliki kredibilitas tinggi. Rendahnya penilaian terhadap kredibilitas akun menjadi temuan penting karena kredibilitas merupakan dasar utama terbentuknya kepercayaan publik terhadap media informasi digital.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat Kabupaten Sidrap terhadap informasi pada akun Instagram @sidrapinfo.id masih cenderung rendah. Temuan ini terlihat dari dominasi jawaban responden pada skor 2,00, baik pada indikator penyebaran informasi maupun indikator tingkat kepercayaan masyarakat. Rendahnya tingkat kepercayaan tersebut terutama tampak pada aspek informasi darurat, kejelasan bahasa, visualisasi konten, pengaruh opini publik, dan kredibilitas akun.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan masyarakat terhadap media informasi digital lokal terbentuk melalui kualitas informasi yang disajikan. Informasi yang cepat belum cukup apabila tidak disertai sumber yang jelas, bahasa yang mudah dipahami, visual yang mendukung, penyajian yang netral, dan respons admin yang baik. Dengan demikian, akun Instagram @sidrapinfo.id perlu meningkatkan kualitas pengelolaan informasi melalui proses verifikasi yang lebih kuat, pencantuman sumber secara konsisten, peningkatan kualitas visual dan bahasa informasi, respons yang lebih aktif terhadap masyarakat, serta penyampaian informasi darurat yang lebih cepat dan akurat.

Melalui peningkatan aspek tersebut, akun Instagram @sidrapinfo.id berpotensi menjadi sumber informasi digital lokal yang lebih kredibel dan lebih dipercaya oleh masyarakat Kabupaten Sidrap. Temuan ini sekaligus menegaskan bahwa dalam lingkungan komunikasi digital, tingkat kepercayaan publik tidak hanya ditentukan oleh keberadaan akun atau jumlah pengikut, tetapi terutama oleh kualitas informasi dan tanggung jawab komunikasi yang ditunjukkan kepada masyarakat.

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada Bab IV, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat Kabupaten Sidrap terhadap penyebaran informasi oleh akun Instagram @sidrapinfo.id secara keseluruhan masih berada pada kategori rendah hingga sedang. Hal ini tercermin dari rata-rata variabel Penyebaran Informasi (X) yang hanya mencapai 1,97 dan variabel Tingkat Kepercayaan Masyarakat (Y) sebesar 1,93 dari skala 1–4, di mana mayoritas jawaban responden didominasi oleh skor 2,00.

Pada variabel penyebaran informasi, indikator Validitas Konten (2,21), Netralitas Informasi (2,14), dan Verifikasi Informasi (2,07) mencatatkan nilai tertinggi meskipun tetap memerlukan penguatan. Sebaliknya, indikator Informasi Darurat memperoleh skor terendah (1,76), disusul Kejelasan Bahasa (1,82), serta Visualisasi Konten dan Manfaat Informasi (masing-masing 1,86), yang mengindikasikan bahwa penyampaian informasi darurat, kemudahan bahasa, dan daya dukung visualisasi akun tersebut belum optimal. Sementara itu, pada variabel tingkat kepercayaan, Kredibilitas Akun menjadi indikator paling rendah (1,82) diikuti Pengaruh Opini Publik (1,84), menandakan akun ini belum sepenuhnya dipandang sebagai media bereputasi tinggi maupun rujukan utama pembentuk opini publik. Walaupun indikator Dasar Pengambilan Keputusan (2,05) dan Kepercayaan Publik (2,01) menjadi yang tertinggi, nilainya tetap menunjukkan keraguan masyarakat untuk mengandalkannya sebagai rujukan tunggal.

Penelitian yang melibatkan 427 responden ini didominasi oleh kelompok usia 21–25 tahun (65,3%) dan berjenis kelamin laki-laki (46,2%), yang mencerminkan profil pengikut dominan merupakan usia muda dewasa aktif di Instagram. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan publik, pengelola akun @sidrapinfo.id direkomendasikan untuk memperkuat verifikasi berita, mencantumkan sumber secara transparan, menyederhanakan bahasa penyampaian, meningkatkan kualitas visual, mengoptimalkan interaksi admin, serta menyajikan informasi darurat secara lebih cepat dan akurat.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat Kabupaten Sidrap terhadap akun Instagram @sidrapinfo.id masih berada pada kategori rendah hingga sedang, pengelola akun disarankan untuk melakukan serangkaian pembenahan substansial.

1. Pengelola perlu memperketat mekanisme verifikasi berita dan menyajikan informasi darurat secara akurat serta tanggap guna meningkatkan kredibilitas akun.
2. Kualitas penyampaian pesan hendaknya ditingkatkan melalui penggunaan bahasa yang lebih ringkas, komunikatif, dan didukung visualisasi konten yang informatif.
3. Pengelola diharapkan mencantumkan sumber berita secara transparan dan meningkatkan reponsivitas interaksi admin untuk membangun hubungan yang lebih interaktif dengan pengikut.
4. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menguji variabel lain yang belum diteliti, seperti efektivitas transparansi sumber atau dampak *fake*

news, serta perluasan cakupan responden agar diperoleh dinamika tingkat kepercayaan publik yang lebih komprehensif.



DAFTAR PUSTAKA

Al-qur'an dan Terjemahnya

Arianto, Bambang, and Bakti Handayani, 'MEDIA SOSIAL SEBAGAI SALURAN KOMUNIKASI', 2023

Atsilah, Mas, and Rahmah Tamhidah, 'Pengaruh Media Sosial Terhadap Penyebaran Informasi Palsu Dan Kejahatan Siber', *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3 (2023), 9133–47 <<https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/7197/5176>>

Aulia, Bagus Fadlan, Salwa Shofiyah Subarjah, and Yulia Rahma, 'Media Sosial Sebagai Sarana Peningkatan Literasi Digital Masyarakat', *Jurnal Bima: Pusat Publikasi Ilmu Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 2.2 (2024), 86–93 <<https://journal.aripi.or.id/index.php/Bima/article/view/806>>

Bahram, Muhammad, 'Tantangan Hukum Dan Etika (Rekayasa Sosial Terhadap Kebebasan Berpendapat Di Dunia Digital)', *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2.12 (2023), 5092–5109

Batoebara, Maria Ulfa, and Buyung Solihin Hasugian, 'Isu Hoaks Meningkatkan Menjadi Potensi Kekacauan Informasi', *Device: Journal of Information System, Computer Science and Information Technology*, 4.2 (2023), 64–79

Cholik, Cecep Abdul, 'Perkembangan Teknologi Informasi Komunikasi/ICT Dalam Berbagai Bidang', *Jurnal Fakultas Teknik UNISA Kuningan*, 2.2 (2021), 39–46

Damayanti, Aldevita Putri, and Happy Prasetyawati, 'Pengaruh Terpaan Berita Hoax Dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Penyebaran Berita Hoax Di Media Sosial Tiktok', *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 5.1 (2023), 57–73

Deri, Yustia Perdana Ilham, 'Media Sosial Instagram Dalam Di Tengah Stigma Masyarakat', *Institut Pemerintahan Dalam Negeri*, 2023

Dewi, Rosmala, and Meslo Pardede, 'Pengaruh Kemampuan Kerja, Motivasi Dan Pengembangan Karier Terhadap Kinerja Karyawan PT. Bina Buana Semesta', *JEBl: Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia*, Vol. 16, N (2021)

Fahab, Yusran, 'Analisis Resepsi Khalayak Pada Akun Sosial Media Instagram Pinrang Info', 2024

Fikrinur Setyansyah, 'Hakim Dalam Kepercayaan Publik: Antara Silent Corps Dan Pencitraan', *MARINews*, 2025 <<https://marinews.mahkamahagung.go.id/berita/hakim-dalam-kepercayaan-publik-0th>>

- Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. (1953)., 'Communication and Persuasion: Psychological Studies of Opinion Change.' (Communication and persuasion: Psychological studies of opinion change., 1953)
- Hukom, Marthinus and Hendri Hartati, *INDEKS KEPERCAYAAN MASYARAKAT TERHADAP BADAN NARKOTIKA NASIONAL 2024* (Jakarta Timur: Badan Narkotika Nasional Republik Indonesia, 2024), iv
- Mas'ud, Fadil, Helda Jeluhur, Katharina Negat, Alencia Tefa, Marselina Uly, and Morgan Amtiran, 'Etika Dalam Media Sosial Antara Kebebasan Ekspresi Dan Tanggung Jawab Digital', *Jimmi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisiplin*, 2.2 (2025), 235–46
- Muhardiana, Wa Ode, La Ode Anto, and Tuti Dharmawati, 'Analisis Tingkat Kepercayaan Masyarakat : Kualitas Personal Dan Relasional Perangkat Desa Dalam Pengelolaan (Analysis of Public Trust Levels : Personal and Relational Quality of Village Officials in Governance)', *Studi Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen (SAKMAN)*, 5 (2025), 1–13
<<https://media.neliti.com/media/publications/629534-analisis-tingkat-kepercayaan-masyarakat-fe9b3354.pdf>>
- Nandy, 'Pengertian Media Sosial, Sejarah, Fungsi, Jenis, Manfaat, Dan Perkembangannya', *Gramedia Blog*, 2025
<<https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/>>
- Nomor, Fransiskus, Ida Bagus Anggapurana Pidada, and Kadek Fredi Andrika Adnantara, 'Penegakan Hukum Terhadap Penyalahgunaan Sosial Media Dalam Membangun Opini Publik Pada Pemilu 2024', *Jembatan Hukum: Kajian Ilmu Hukum, Sosial Dan Administrasi Negara*, 1.3 (2024), 308–26
- Rahmadhany, Anissa, Anggi Aldila Safitri, and Irwansyah Irwansyah, 'Fenomena Penyebaran Hoax Dan Hate Speech Pada Media Sosial', *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3.1 (2021), 30–43
- Rohmiyati, Yuli, 'Analisis Penyebaran Informasi Pada Sosial Media', *Anuva*, 2.1 (2018), 29 <<https://doi.org/10.14710/anuva.2.1.29-42>>
- Sari, *Perkembangan Teknologi Dan Dampaknya Terhadap Kehidupan Sehari-Hari* (Jakarta: Penerbit Ilmu Digital, 2023)
- Setyowati, Anggi, and Pramukhtiko Suryo Kencono, 'Kebebasan Pers Dalam Penyampaian Berita Menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers', *Indonesian Journal of Law and Justice*, 2.1 (2024), 18
- Siagian, Agus, *HUKUM PERS: Menjamin Kebebasan Pers Berbasis Keadilan* (CV. Gita Lentera, 2025)
- Sibagariang, Indra, Yuniar Rahmatiar, and Muhammad Abas, 'Pertanggungjawaban

- Kode Etik Pers Terhadap Penyimpangan Pada Profesi Jurnalis Berdasarkan Undang Undang Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers', *JUSTITIA Jurnal Ilmu Hukum Dan Humaniora*, 6.2 (2023), 389
- Siti Ayu Rachma dan Yunita Amalia, 'Digital News Report 2025: Kepercayaan Masyarakat Ke Media Di Indonesia Naik', *Merdeka.Com*, 2025
- Siti Nurhaliza, 'Tantangan Dan Risiko Partisipasi Publik Melalui Media Sosial', *IAP2 Indonesia*, 2025 <<https://iap2.or.id/tantangan-dan-risiko-partisipasi-publik-melalui-media-sosial/>>
- Sophia Margareta, 'Media Sosial Menjadi Platform Komunikasi Modern Di Era Digital', *Telkom University*, 2025 <<https://mcomms.telkomuniversity.ac.id/s2-ilmu-komunikasi-media-sosial-platform-komunikasi-modern/>>
- Sugiyono, *Metode Pene;Itian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D)* (Bandung: Alfabeta, 2012)
- Sugiyono, Sugiyono, and Puji Lestari, 'Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, Dan Cara Mudah Menulis Artikel Pada Jurnal Internasional)' (Alvabeta Bandung, CV, 2021)
- Syafii, Maulana Syafii, Irfai Fathurohman, and Much Arsyad Fardani, 'Sabrina, Anisa Rizki', *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan*, 6.1 (2022), 88–96
- Syukur, Musthafa, and Saida Salsabila, 'Influencer Impact; Solusi Produsen Dalam Mempromosikan Produk', *Jurnal Istiqro*, 8.2 (2022), 129–40
- Winoto, Yunus, Program Studi, Ilmu Perpustakaan, and Fikom Universitas Padjadjaran, 'The Application of Source Credibility Theory in Studies about Library Services', 5.2 (2015), 1–14
- Wulandari, Virani, Gema Rullyana, and Ardiansah Ardiansah, 'Pengaruh Algoritma Filter Bubble Dan Echo Chamber Terhadap Perilaku Penggunaan Internet', *Berkala Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 17.1 (2021), 98–111 <<https://doi.org/10.22146/bip.v17i1.423>>
- Yahya, Achmed Syahril, Sidiq Setyawan, S I Kom, and M I Kom, 'Strategi Komunikasi Siberkreasi Dalam Upaya Kampanye Literasi Digital Cyberbullying Melalui Media Sosial (Studi Kasus Pada Akun Media Sosial Siberkreasi)' (Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2024)
- Yunus Winoto, 'Penerapan Teori Kredibilitas Sumber (Source of Credibility) Dalam Penelitian-Penelitian Layanan Perpustakaan', *Edulib*, (Volume 5, (2015)
- YUSTIA PERDANA, ILHAM DERI, 'EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PENYEBARAN INFORMASI PUBLIK DI TENGAH STIGMA MASYARAKAT KABUPATEN LOMBOK TIMUR'

(IPDN, 2023)

Zempi, Chairun Nisa, Ana Kuswanti, and Siti Maryam, 'Analisis Peran Media Sosial Dalam Pembentukan Pengetahuan Politik Masyarakat', *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6.1 (2023), 116–23

Zikri Fachrul Nurhadi and Haryadi Mujiyanto, 'Tingkat Kepercayaan Masyarakat Terhadap Pemberitaan Di Media Massa Daring Di Kota Garut', *Jurnal Digital Media & Relationship*, 2.2 (2020), 57–66
<file:///C:/Users/Windows/Downloads/admin,+57-66+Zikri+Fachrul+.pdf>

Zumrotul Elvi Ali, 'Peran Media Sosial Sebagai Sumber Informasi', *Unairnews*, 2023 <https://unair.ac.id/post_fetcher/fakultas-vokasi-peran-media-sosial-sebagai-sumber-informasi/>



LAMPIRAN-LAMPIRAN



5. SK PEMBIMBING

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91100 website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor: B-1454/In.39/FUAD.03/PP.00.9/06/2023 Parepare, 19 Juni 2023

Hai : **Surat Penetapan Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth. Bapak/Ibu:

1. **Dr. Iskandar, S.Ag., M.Sos.I.**
2. **Nahrul Hayat, M.I.Kom.**

Di-
Tempat

Assalamualaikum, Wr.Wb.

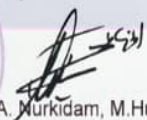
Dengan hormat, menindaklanjuti penyusunan skripsi mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Parepare dibawah ini:

N a m a : PUTRA PRATAMA YASIR
NIM : 19.3600.001
Program Studi : Jurnalistik Islam
Judul Skripsi : TINGKAT KEPERCAYAAN MASYARAKAT KABUPATEN SIDRAP TERHADAP PENYEBAR INFORMASI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SIDRAPINFO.ID

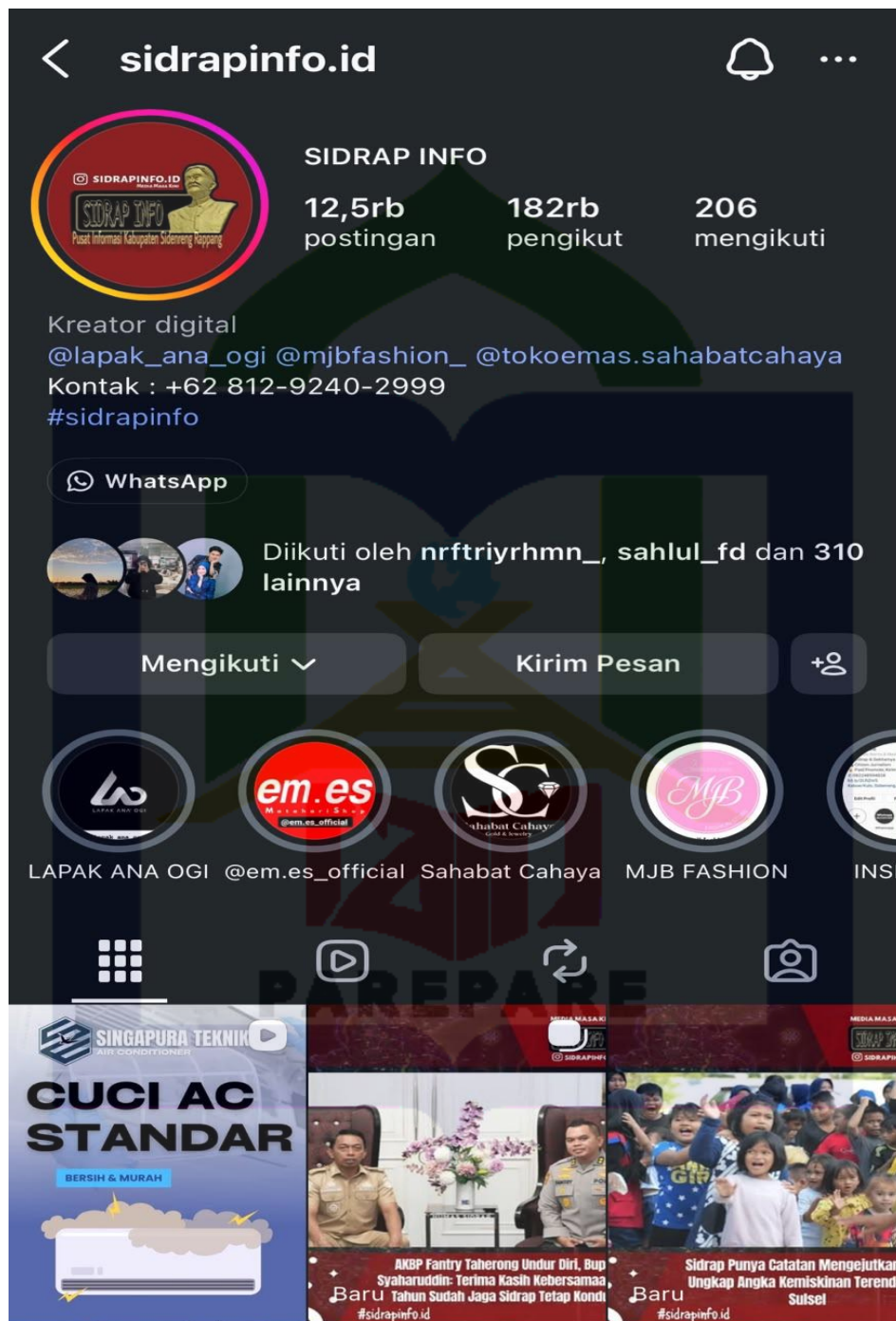
Bersama ini kami menetapkan Bapak/Ibu untuk menjadi pembimbing skripsi pada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian Surat Penetapan ini disampaikan untuk dapat dilaksanakan dengan penuh rasa tanggung jawab. Kepada bapak/ibu di ucapkan terima kasih

Wassalamu Alaikum Wr.Wb

Dekan,

Dr. A. Murkidam, M.Hum
NIP.19641231 199203 1 045

6. AKUN INSTAGRAM



7. KUESIONER

	KEMENTERIAN AGAMA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH JL. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307, Faksmile (0421) 2404
	ISTRUMEN PENELITIAN SKRIPSI SEBELUM DI UJI COBAKAN

Nama : Putra Pratama Yasir
Nim : 19.3600.001
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah
Prodi : Jurnalistik Islam
Judul : Tingkat Kepercayaan Masyarakat Terhadap Penyebaran Informasi Pada Akun Instagram sidrapinfo.id

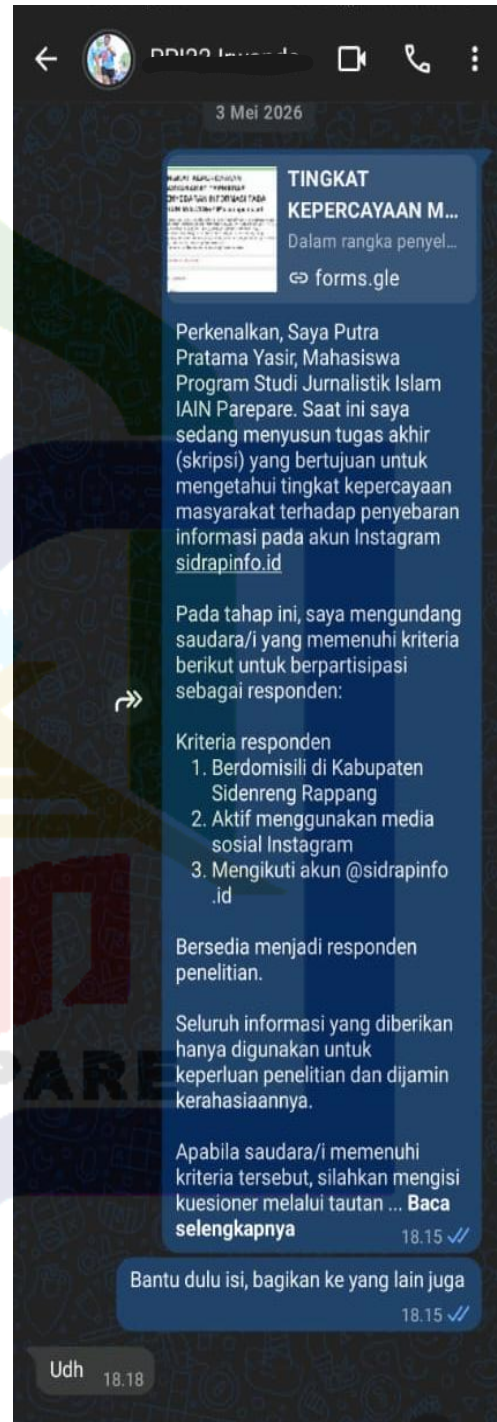
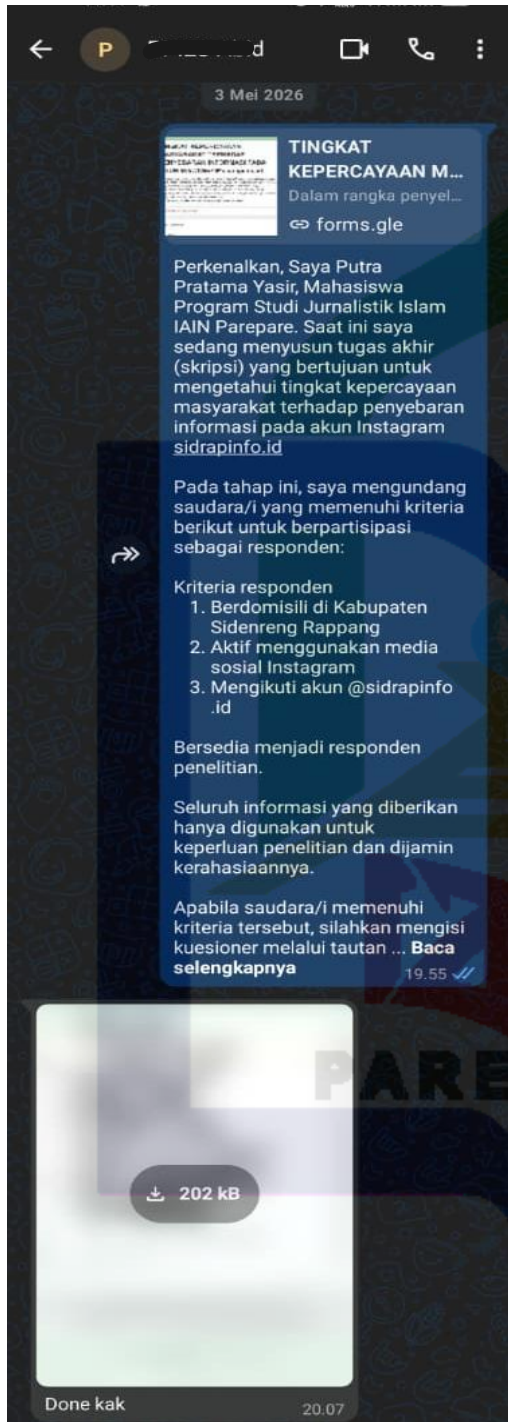
KUISIONER PENELITIAN

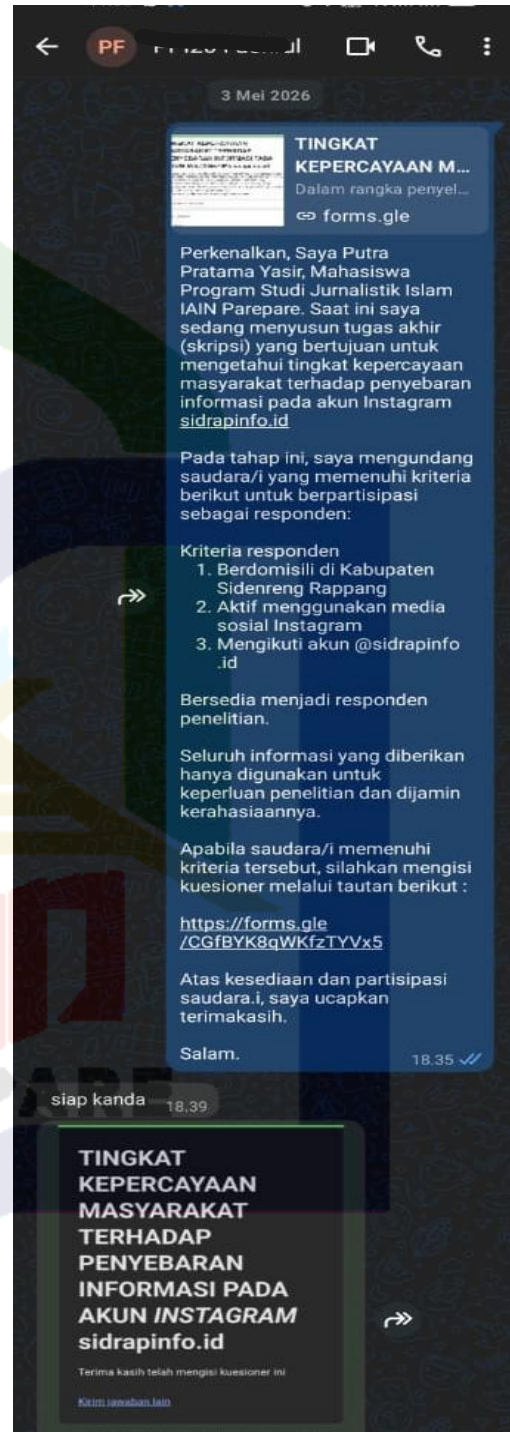
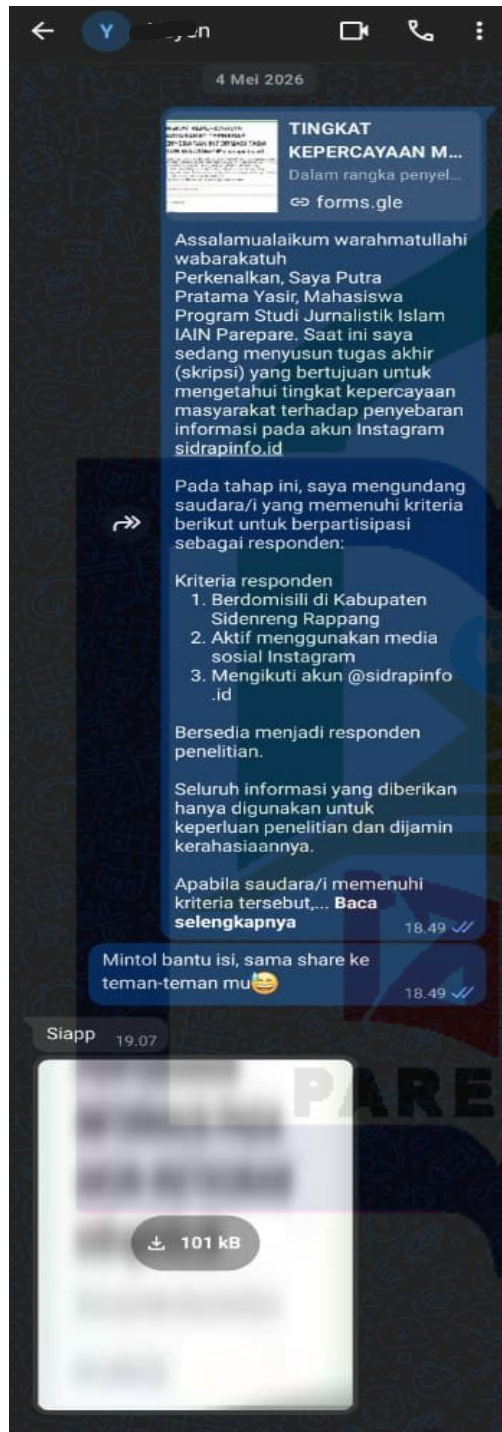
No	Pernyataan	Sangat Percaya	Percaya	Tidak Percaya	Sangat Tidak Percaya
1	Informasi yang dibagikan oleh akun @sidrapinfo.id akurat dan dapat dipertanggungjawabkan.	☐	☐	☐	☐
2	Berita yang dipublikasikan oleh @sidrapinfo.id disampaikan secara objektif tanpa manipulasi.	☐	☐	☐	☐
3	Setiap konten yang diunggah oleh @sidrapinfo.id telah melalui proses verifikasi.	☐	☐	☐	☐
4	Konten yang ditayangkan di akun @sidrapinfo.id terbebas dari <i>hoax</i>	☐	☐	☐	☐

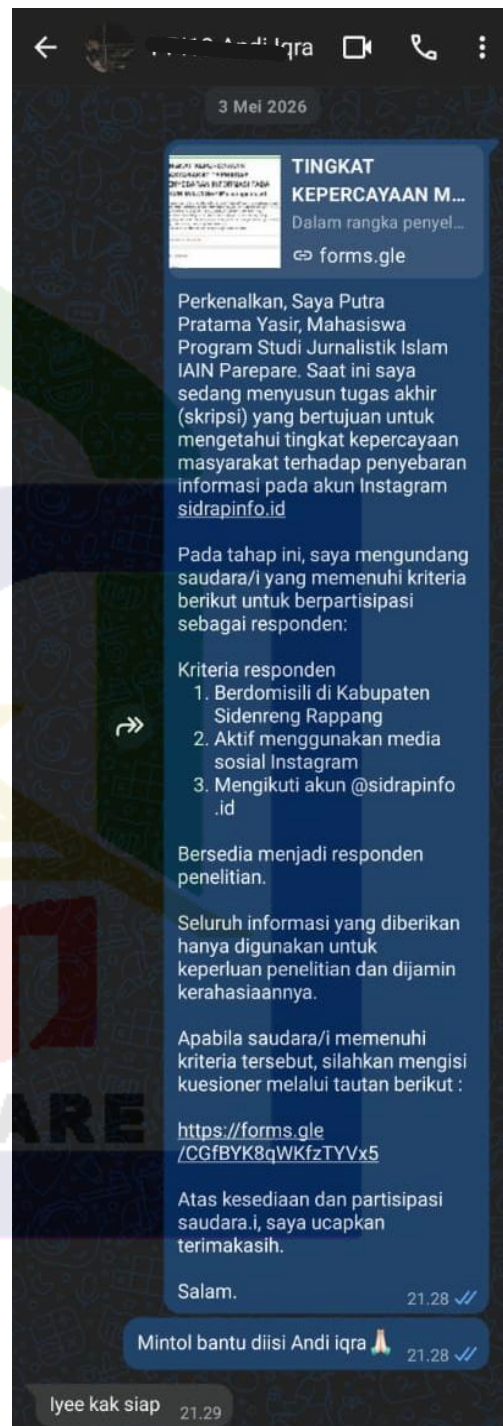
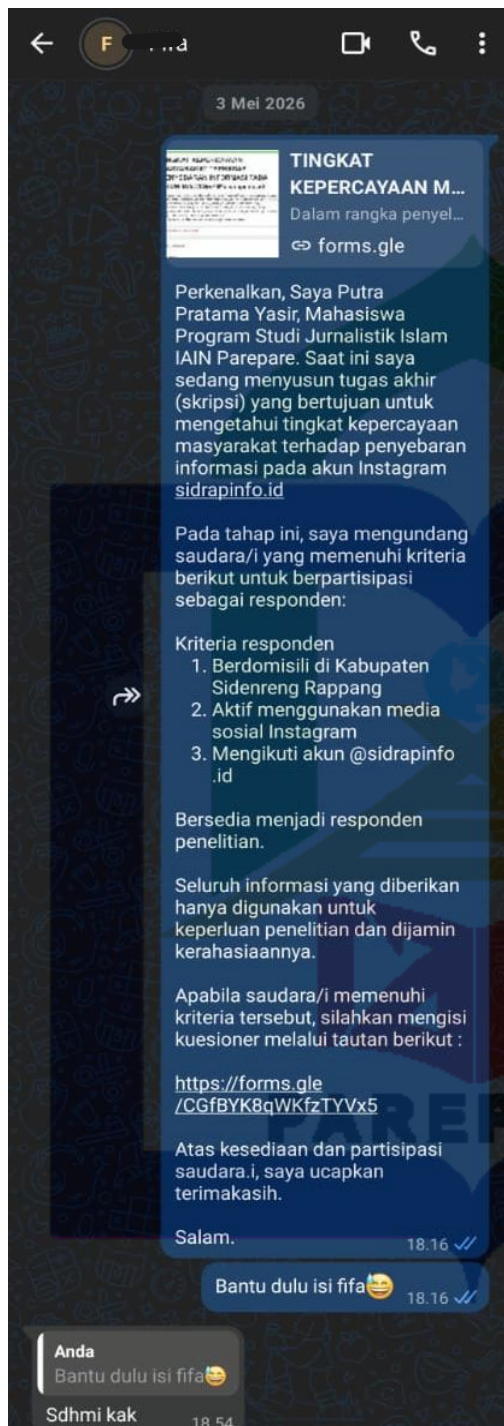
No	Pernyataan	Sangat Percaya	Percaya	Tidak Percaya	Sangat Tidak Percaya
	atau informasi palsu.				
5	Penyebaran informasi melalui akun @sidrapinfo.id lebih cepat dibanding media lokal lainnya.	☐	☐	☐	☐
6	Sumber informasi yang dicantumkan oleh @sidrapinfo.id jelas dan transparan.	☐	☐	☐	☐
7	Bahasa yang digunakan dalam unggahan @sidrapinfo.id mudah dipahami oleh masyarakat umum.	☐	☐	☐	☐
8	Konten yang ditayangkan relevan dengan situasi dan kebutuhan masyarakat Sidrap.	☐	☐	☐	☐
9	Penyajian informasi di akun @sidrapinfo.id tidak menunjukkan keberpihakan tertentu.	☐	☐	☐	☐
10	Informasi dari @sidrapinfo.id membantu dalam memahami kondisi sosial dan daerah sekitar.	☐	☐	☐	☐
11	Komentar yang muncul di postingan akun @sidrapinfo.id memberikan tambahan informasi bermanfaat.	☐	☐	☐	☐
12	Tanggapan atau klarifikasi dari admin @sidrapinfo.id diberikan dengan cara yang baik dan tepat.	☐	☐	☐	☐
13	Isi konten @sidrapinfo.id tidak bersifat provokatif atau menyesatkan.	☐	☐	☐	☐
14	Informasi darurat seperti bencana atau kecelakaan dipublikasikan dengan cepat dan tepat.	☐	☐	☐	☐
15	Setiap unggahan mematuhi prinsip-prinsip etika jurnalistik.	☐	☐	☐	☐

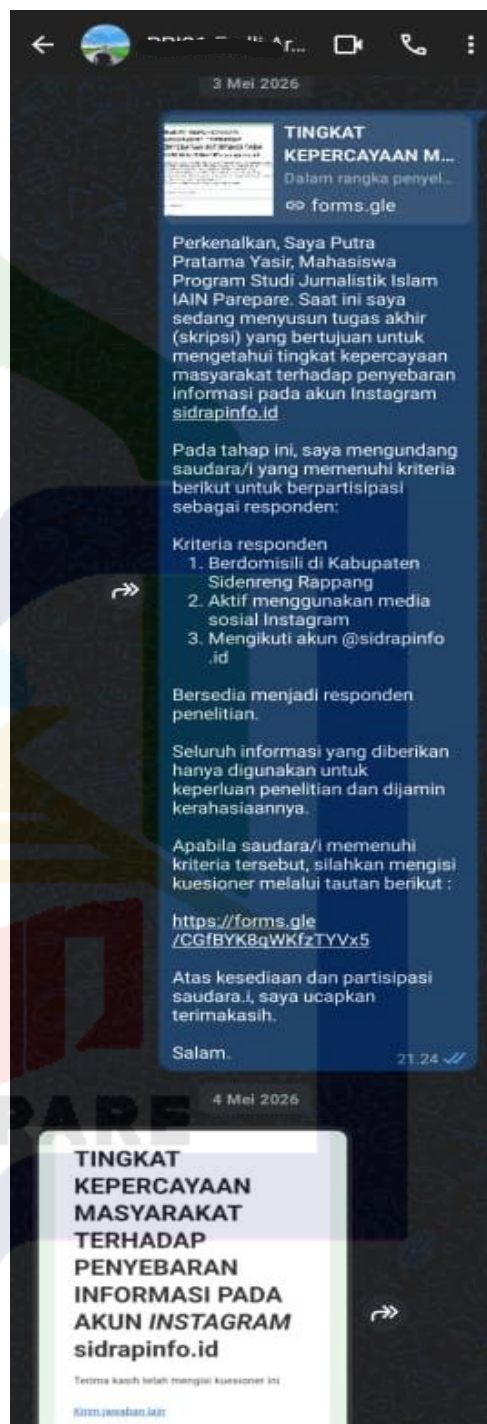
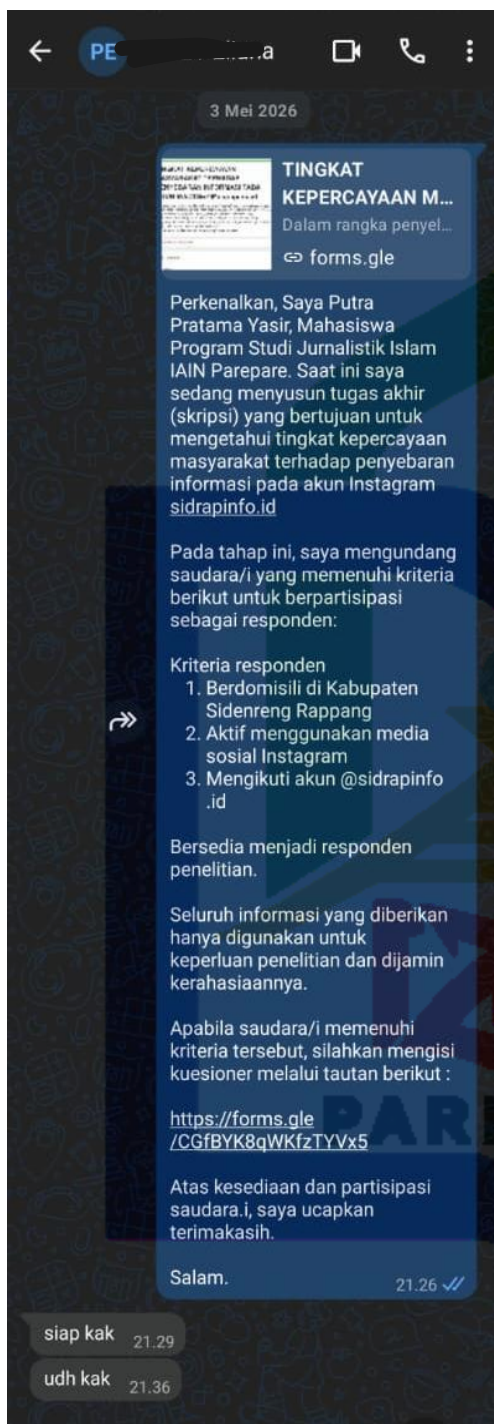
No	Pernyataan	Sangat Percaya	Percaya	Tidak Percaya	Sangat Tidak Percaya
16	Visual seperti foto atau video yang disertakan sesuai dan mendukung isi informasi.	☐	☐	☐	☐
17	Informasi yang diterima dari akun ini layak dijadikan dasar dalam mengambil keputusan tertentu.	☐	☐	☐	☐
18	Akun @sidrapinfo.id memiliki pengaruh dalam membentuk opini publik masyarakat Sidrap.	☐	☐	☐	☐
19	Jumlah pengikut akun mencerminkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap informasinya.	☐	☐	☐	☐
20	Akun @sidrapinfo.id layak untuk terus diikuti karena kredibilitas dan kualitas informasinya.	☐	☐	☐	☐

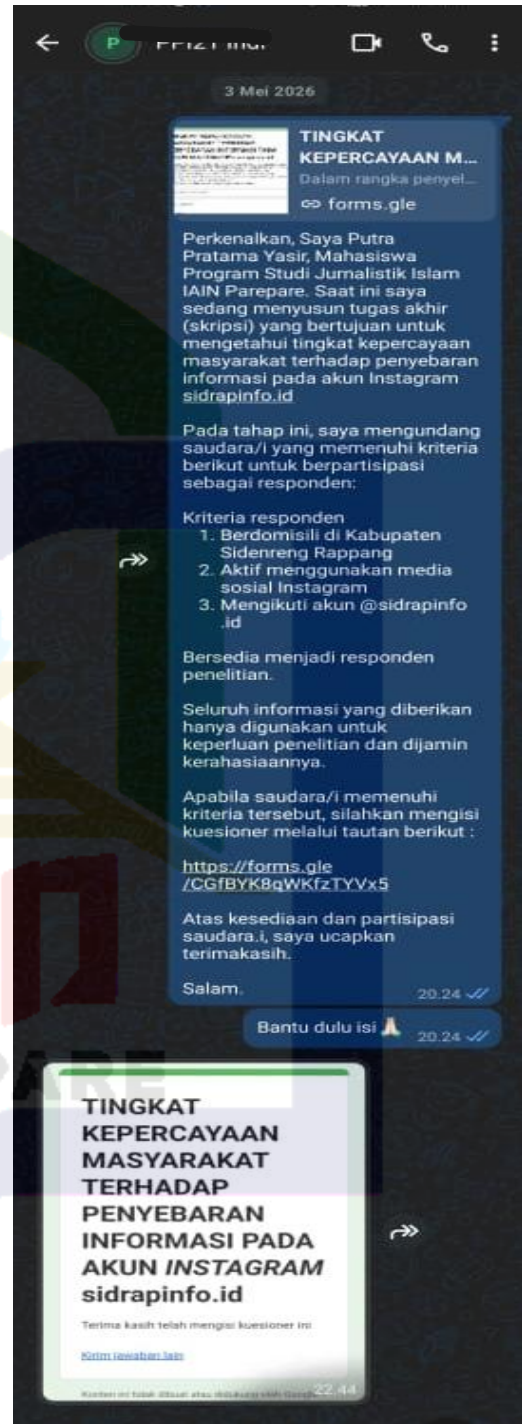
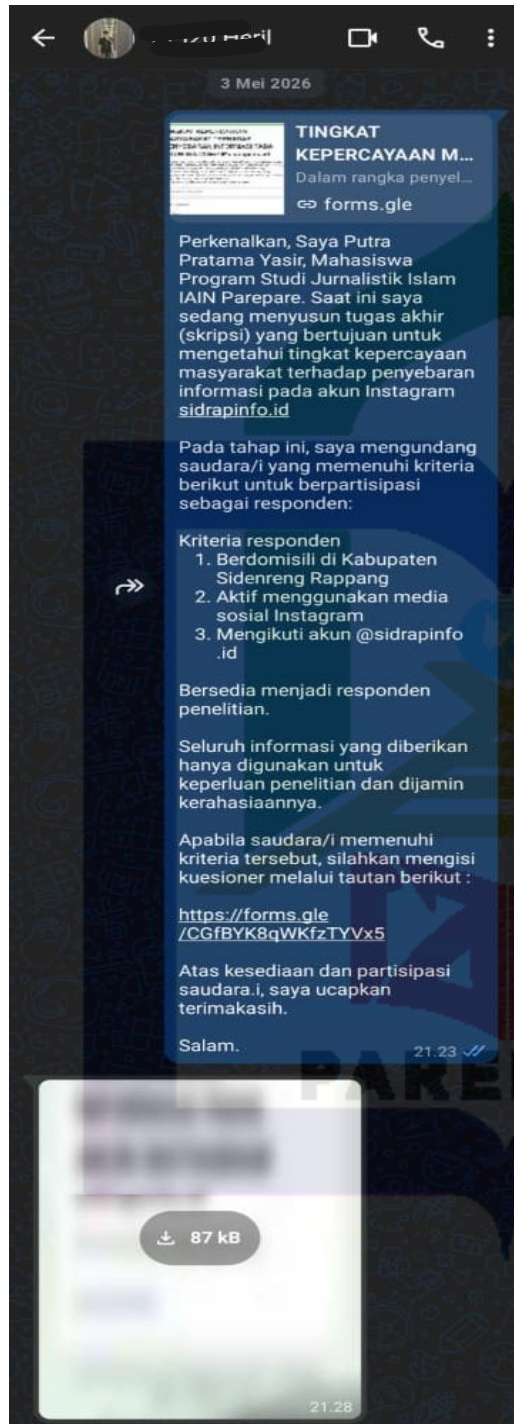
8. BUKTI CHAT

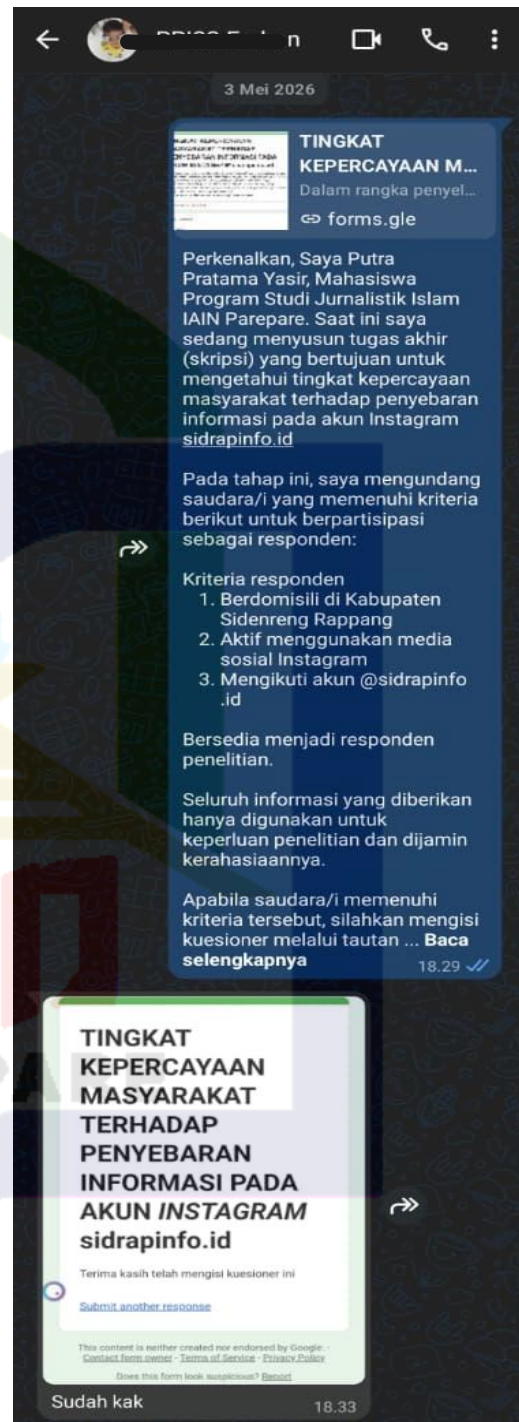
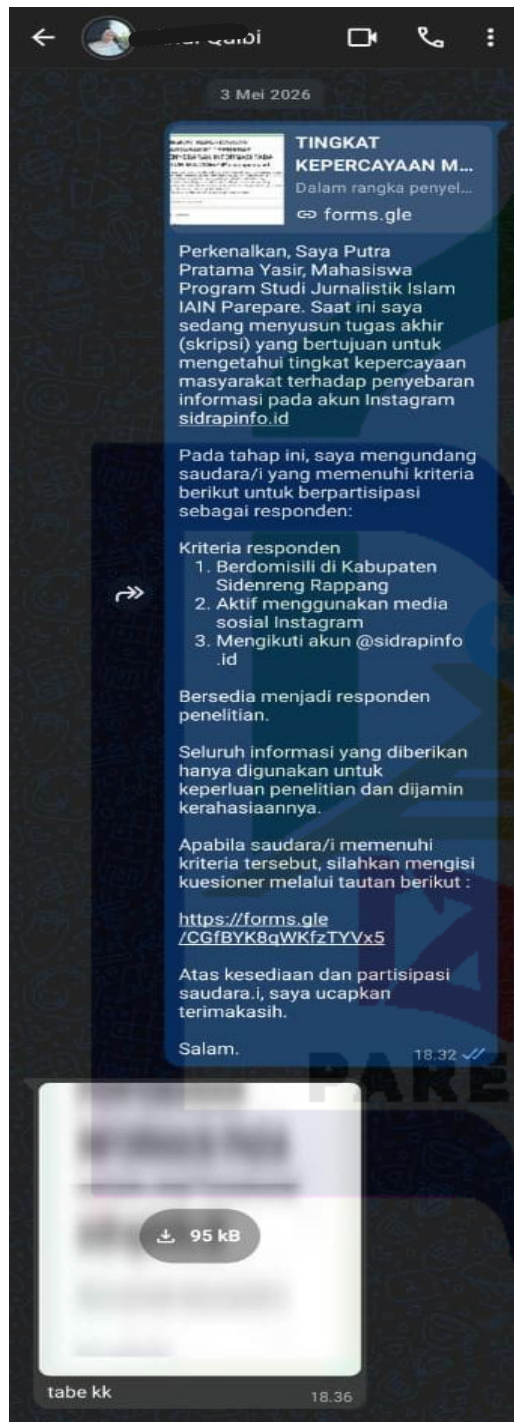


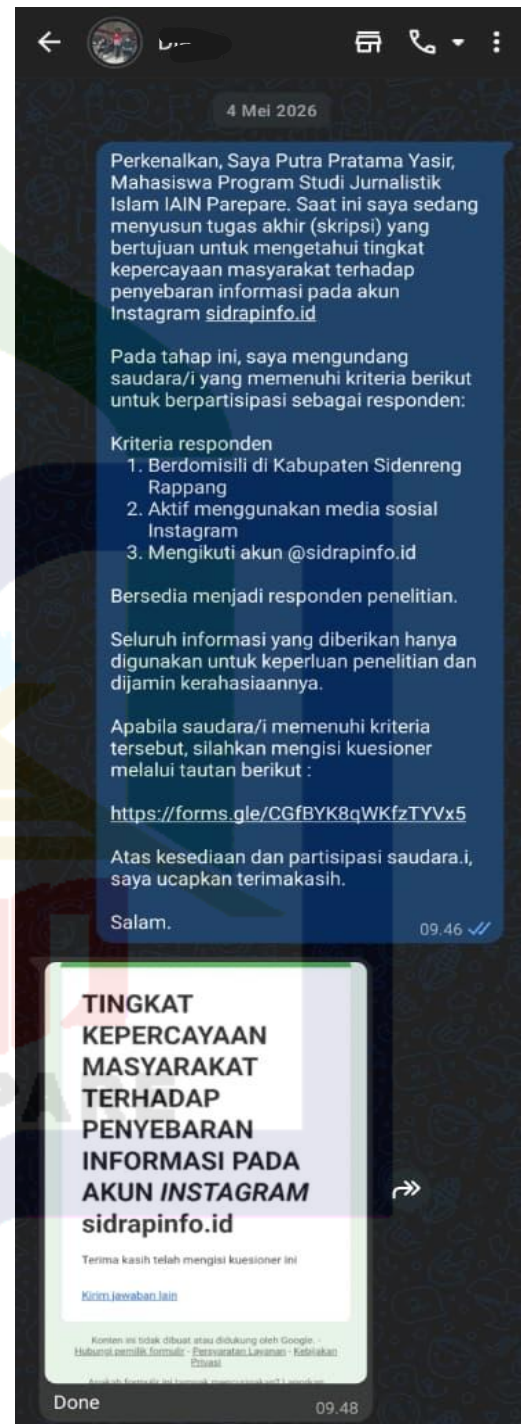
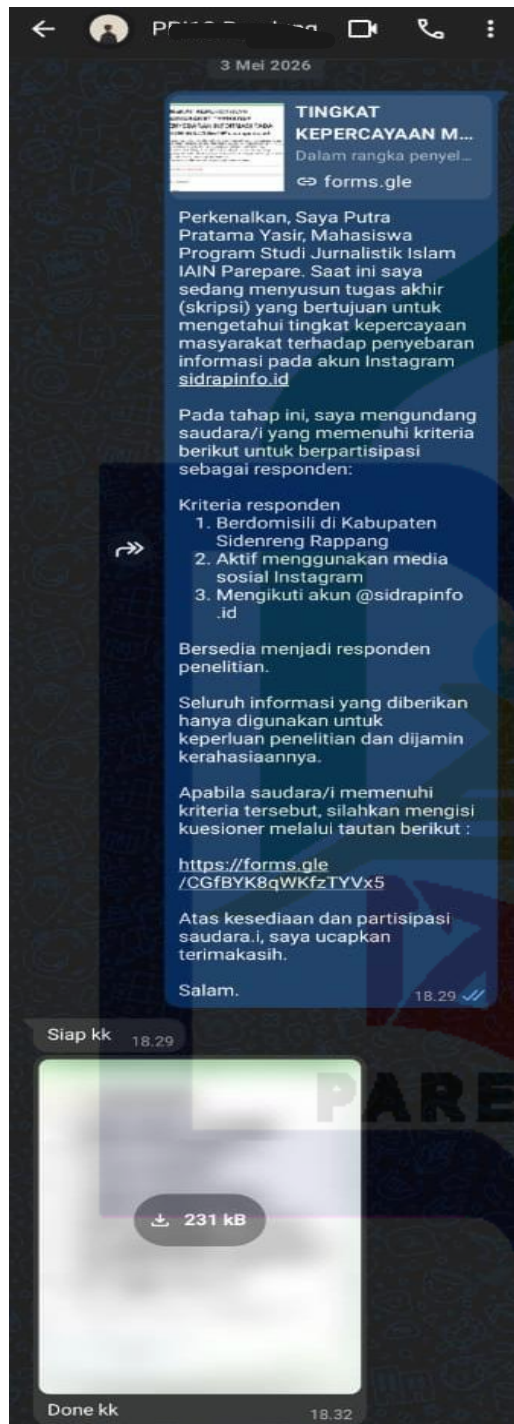


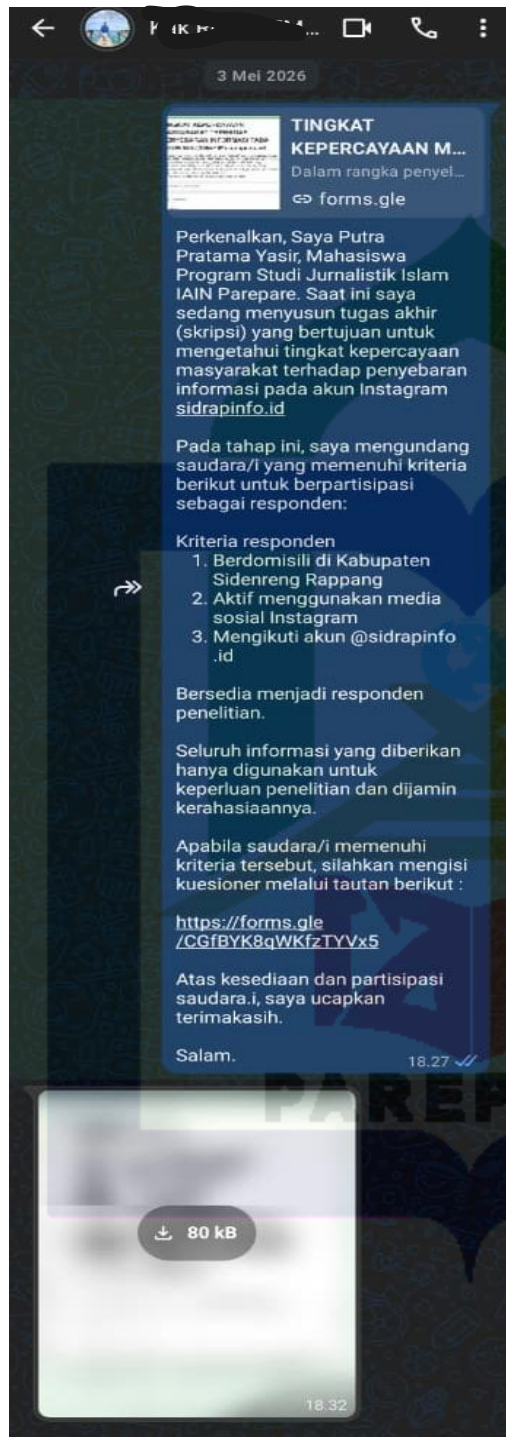












9. BUKTI PENGISIAN GOOGLE FORM

The image displays four screenshots of Google Forms, arranged in a 2x2 grid. Each form is titled "TINGKAT KEPERCAYAAN MASYARAKAT TERHADAP PENYEBARAN INFORMASI PADA AKUN *INSTAGRAM* sidrapinfo.id". The forms show the completion status and provide links for further actions.

Top Left Screenshot:

TINGKAT KEPERCAYAAN MASYARAKAT TERHADAP PENYEBARAN INFORMASI PADA AKUN *INSTAGRAM* sidrapinfo.id

Terima kasih telah mengisi kuesioner ini

[Kirim jawaban lain](#)

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Apakah formulir ini tampak mencurigakan? [Laporkan](#)

Google Formulir

Top Right Screenshot:

TINGKAT KEPERCAYAAN MASYARAKAT TERHADAP PENYEBARAN INFORMASI PADA AKUN *INSTAGRAM* sidrapinfo.id

Terima kasih telah mengisi kuesioner ini

[Kirim jawaban lain](#)

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Apakah formulir ini tampak mencurigakan? [Laporkan](#)

Google Formulir

Bottom Left Screenshot:

TINGKAT KEPERCAYAAN MASYARAKAT TERHADAP PENYEBARAN INFORMASI PADA AKUN *INSTAGRAM* sidrapinfo.id

Terima kasih telah mengisi kuesioner ini

[Kirim jawaban lain](#)

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. - [Hubungi pemilik formulir](#) - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Apakah formulir ini tampak mencurigakan? [Laporkan](#)

Google Formulir

Bottom Right Screenshot:

TINGKAT KEPERCAYAAN MASYARAKAT TERHADAP PENYEBARAN INFORMASI PADA AKUN *INSTAGRAM* sidrapinfo.id

Terima kasih telah mengisi kuesioner ini

[Kirim jawaban lain](#)

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. - [Hubungi pemilik formulir](#) - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Apakah formulir ini tampak mencurigakan? [Laporkan](#)

Google Formulir

The image displays four screenshots of Google Forms surveys, arranged in a 2x2 grid. Each form is titled "TINGKAT KEPERCAYAAN MASYARAKAT TERHADAP PENYEBARAN INFORMASI PADA AKUN *INSTAGRAM* sidrapinfo.id".

Top Left (Google Forms): The form shows a thank you message "Terima kasih telah mengisi kuesioner ini" and a link "Submit another response". Below the form, it states "This content is neither created nor endorsed by Google. - [Contact form owner](#) - [Terms of Service](#) - [Privacy Policy](#)" and "Does this form look suspicious? [Report](#)". The footer is "Google Forms".

Top Right (Google Formulir): The form shows a thank you message "Terima kasih telah mengisi kuesioner ini" and a link "Kirim jawaban lain". Below the form, it states "Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. - [Hubungi pemilik formulir](#) - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)" and "Apakah formulir ini tampak mencurigakan? [Laporkan](#)". The footer is "Google Formulir".

Bottom Left (Google Forms): The form shows a thank you message "Terima kasih telah mengisi kuesioner ini" and a link "Submit another response". Below the form, it states "This content is neither created nor endorsed by Google. - [Contact form owner](#) - [Terms of Service](#) - [Privacy Policy](#)" and "Does this form look suspicious? [Report](#)". The footer is "Google Forms".

Bottom Right (Google Forms): The form shows a thank you message "Terima kasih telah mengisi kuesioner ini" and a link "Submit another response". Below the form, it states "This content is neither created nor endorsed by Google. - [Contact form owner](#) - [Terms of Service](#) - [Privacy Policy](#)" and "Does this form look suspicious? [Report](#)". The footer is "Google Forms".

2026/05/04 11:25:22 PM GMT+8,FHAEEL,Laki - Laki,18,Lainungan ,WATANG PULU,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2
2026/05/04 11:25:59 PM GMT+8,Hasridawati,Perempuan,24,Bulo,PANCA RIJANG,2,2,3,3,1,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2
2026/05/04 11:29:45 PM GMT+8,Natasya Putri,Perempuan,21,Maddenra,KULO,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2
2026/05/04 11:34:23 PM GMT+8,Khusnia,Perempuan,28,Salo bukkang,DUAIPITUE,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2
2026/05/04 11:52:17 PM GMT+8,aurasashub,Perempuan,18,Rappang, PANCA RIJANG,2,1,2,3,3,2,3,3,1,2,2,2,3,2,1,2,3,2
2026/05/05 12:04:05 AM GMT+8,Mulyati,Perempuan,24,"Tippulu,sidrap",KULO,1,2,1,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2
2026/05/05 12:04:45 AM GMT+8,ANDEL,Perempuan,17,Maddenra ,KULO,2,2,2,2,2,1,2,1,2,2,2,2,1,3,1,2,1
2026/05/05 12:18:59 AM GMT+8,Patonangi. M.,Laki - Laki,20,Sidrap ,TELLU LIMPOE,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,3
2026/05/05 5:04:28 AM GMT+8,Amira Kalsum,Perempuan,16,Kulo,KULO,1,1,1,1,1,1,1,1,1,1,1,1,1,1,1,1,1
2026/05/05 7:06:25 AM GMT+8,Putri Azahrah,Perempuan,16,simpo,BARANTI,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2
2026/05/05 7:13:10 AM GMT+8,Cristina flora ndopo , Perempuan,19,Datae,WATANG PULU,2,1,1,2,2,1,2,2,1,2,2,1,2,2,1,2,2,2,2,2
2026/05/05 7:39:02 AM GMT+8,Anggun,Perempuan,16,Bilokkaa,PANCA LAUTANG,1,3,1,1,2,3,2,1,1,2,2,2,2,2,2,2,2,2
2026/05/05 7:42:18 AM GMT+8,Sri wulandari,Perempuan,23,Jl.poros kulo,KULO,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,1,2,2,2,1
2026/05/05 7:54:43 AM GMT+8,Khairunnisa , Perempuan,26,Rappang,PANCA RIJANG,2,2,2,2,1,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2
2026/05/05 7:57:23 AM GMT+8,Nurhidayah S,Perempuan,28,Bulo,PANCA RIJANG,2,2,3,1,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2
2026/05/05 8:35:17 AM GMT+8,Zulfikar Rahman, Laki - Laki,16,DSN 1 BULLU KUANYI, WATANG SIDENRENG,2,3,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,3,2
2026/05/05 9:54:36 AM GMT+8,m.alif sulipari,Laki - Laki,17,empagae,MARITENGGEAG,3,3,3,3,3,3,3,3,3,3,3,3,3,3,3,3,3
2026/05/05 10:08:52 AM GMT+8,Muh. Farel Aldyansyah,Laki - Laki,17,Jl. Nuri No.219 Watang Sidnengren, WATANG SIDENRENG,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2
2026/05/05 10:32:09 AM GMT+8,Aswiwi,Perempuan,16,Wette,PANCA LAUTANG,1,1,1,1,1,1,1,1,4,1,1,3,1,1,1,1,1,1
2026/05/05 10:33:09 AM GMT+8,Arstihya,Perempuan,16,Wette,PANCA LAUTANG,1,1,1,1,1,1,1,1,1,1,1,1,1,1,1,1,1
2026/05/05 10:33:20 AM GMT+8,Lipilla pina,Perempuan,16,Wette,PANCA LAUTANG,1,1,1,1,1,1,1,1,1,1,2,1,2,2,2,2,1,1
2026/05/05 10:34:03 AM GMT+8,intan,Perempuan,19,wette,PANCA LAUTANG,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2
2026/05/05 10:41:59 AM GMT+8,bhriaaa ,Perempuan,16,Wette,PANCA LAUTANG,1,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2
2026/05/05 10:46:04 AM GMT+8,Naila Mu Zahfira,Perempuan,15,labempa,PANCA LAUTANG,1,2,2,2,2,2,1,2,2,2,2,2,2,2,2,2,1,2
2026/05/05 10:55:48 AM GMT+8,BUNGAEJA,Perempuan,15,SIDRAP,PANCA LAUTANG,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2
2026/05/05 11:07:47 AM GMT+8,Aldhi firniansyah,Laki - Laki,16,Labempa,PANCA LAUTANG,1,1,1,1,1,1,1,1,1,1,1,1,1,1,1,1,1
2026/05/05 11:26:29 PM GMT+8,Wahyuni,Perempuan,28,Empagae,WATANG SIDENRENG,2,3,2,1,2,3,3,3,2,3,2,2,2,2,2,2,2
2026/05/05 1:21:02 PM GMT+8,Muh. Ikhsan,Laki - Laki,24,Empagae,WATANG SIDENRENG,3,3,3,3,3,3,3,3,3,3,3,3,2,2,3,2,2
2026/05/05 4:12:57 PM GMT+8,Aditra Putra Haris, Laki - Laki,17,JL.ANDI MAPPANGILE,BARANTI,1,1,1,1,1,1,1,1,1,1,1,1,1,1,1,1,1
2026/05/05 4:18:25 PM GMT+8,Aydi Muhammad Alif, Laki - Laki,16,Simae ,BARANTI,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2
2026/05/05 4:19:15 PM GMT+8,Alfa Rahmani Putri Arifin ,Perempuan,16,t.salo,PANCA RIJANG,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,1,2,1,1,1,2,2,3,1
2026/05/05 5:55:49 PM GMT+8,zilva zelia,Perempuan,17,"sidrap,baranti",BARANTI,2,2,3,2,1,2,2,1,3,2,2,2,1,2,2,1,2,2
2026/05/05 6:35:59 PM GMT+8,Anwar,Laki - Laki,27,Sipodeceng,BARANTI,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2
2026/05/05 7:00:38 PM GMT+8,Falisha Reyhana ,Perempuan,17,JL.Andi Mappangile,BARANTI,1,1,2,2,2,2,1,2,2,2,1,2,2,3,1,2,2,2,1
2026/05/05 7:26:15 PM GMT+8,Salsabila Muh.munir,Perempuan,16,"Jln.poros pangkajene,kadidi",PANCA RIJANG,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2
2026/05/05 8:54:19 PM GMT+8,Almirah Ramadhanai,Perempuan,17,Rappang,PANCA RIJANG,2,2,3,2,2,2,2,2,2,2,2,2,3,4,2,2,3,2,4,2
2026/05/05 9:15:26 PM GMT+8,Irman Firmanzayh ,Laki - Laki,16,Rappang,PANCA RIJANG,2,3,3,3,3,1,2,2,1,2,3,3,2,3,2,2,3
2026/05/05 9:47:58 PM GMT+8,Miftahul Jannah,Perempuan,27,Bilokka,PANCA LAUTANG,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2
2026/05/05 9:50:44 PM GMT+8,Zahratul Ain,Perempuan,25,Tanruntedong,DUAIPITUE,2,2,2,3,2,2,2,2,3,2,2,2,1,2,2,3,2,2
2026/05/05 9:51:57 PM GMT+8,Herunisa,Perempuan,22,Labempa ,PANCA LAUTANG,2,2,2,2,1,2,2,3,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2
2026/05/05 9:53:07 PM GMT+8,Riswan,Laki - Laki,27,Tanruntedong ,DUAIPITUE,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2
2026/05/05 9:55:26 PM GMT+8,Andi Nurul Muhlisna,Perempuan,24,Kalosj,DUAIPITUE,2,2,3,3,1,2,2,2,3,2,2,2,2,2,2,2,2,2
2026/05/05 9:57:06 PM GMT+8,Anto,Laki - Laki,25,Empagae,WATANG SIDENRENG,2,2,3,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,3,2
2026/05/05 9:57:20 PM GMT+8,Wahyuni Zain,Perempuan,29,Salobukkang,DUAIPITUE,2,2,3,3,2,2,2,2,3,2,2,2,2,2,2,2,2,2
2026/05/05 9:58:35 PM GMT+8,Ermawati Tahir,Perempuan,28,Bulucenrana ,PITU RIAWA,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2,2
2026/05/05 9:59:05 PM GMT+8,Maryam,Perempuan,22,Empagae,WATANG SIDENRENG,2,2,2,1,2,1,3,3,3,3,2,2,1,2,3,3,2
2026/05/05 10:00:10 PM GMT+8,Resky Fauzy,Perempuan,21,Tanruntedong ,DUAIPITUE,2,2,2,3,1,2,2,2,3,2,2,2,2,2,2,1,2,3,2
2026/05/05 10:01:27 PM GMT+8,Reni,Perempuan,28,Empagae ,WATANG SIDENRENG,2,2,3,2,1,3,1,3,3,3,3,2,2,1,2,3,1,3,2
2026/05/05 10:01:59 PM GMT+8,Alim,Laki - Laki,19,Manisa,BARANTI,2,2,2,3,2,2,3,2,2,3,2,4,3,1,2,2,2,2,2
2026/05/05 10:02:40 PM GMT+8,Annisa Aulia,Perempuan,22,Wette,PANCA LAUTANG,2,3,2,3,1,2,2,3,2,2,2,1,2,2,3,2,2
2026/05/05 10:03:13

Skripsi Putra.docx

ORIGINALITY REPORT

29%
SIMILARITY INDEX

27%
INTERNET SOURCES

16%
PUBLICATIONS

16%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.iainpare.ac.id Internet Source	7%
2	journal.ilmudata.co.id Internet Source	1%
3	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%
4	Submitted to State Islamic University of Alauddin Makassar Student Paper	1%
5	Adi Suarman Situmorang, Handoko Priono H.S, Simon M. Panjaitan. "Pengaruh Motivasi Belajar terhadap Prestasi Belajar Matematika Siswa Kelas X SMA Negeri 3 Sibolga T.A 2021/2022", Journal on Education, 2023 Publication	1%
6	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1%
7	www.scribd.com Internet Source	<1%
8	Submitted to UIN Sunan Gunung Djati Bandung Student Paper	<1%
9	repository.umsu.ac.id Internet Source	<1%

BIODATA PENULIS



Putra Pratama Yasir, Lahir di Kota Parepare, 13 Februari 2001, anak pertama dari tiga bersaudara, dari pasangan bapak Muh. Yasir Rahu dan ibu Hj. Ningsih Soetomo. Penulis memulai pendidikan ditingkat sekolah dasar di SDN 19 Pangsidi lulus pada Tahun 2013 melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMPN 3 Pangsidi, lulus tahun 2016. Kemudian melanjutkan Sekolah Menengah Kejuruan di SMKN 1 SIDRAP dengan mengambil Jurusan Teknik Jaringan Akses, lulus tahun 2019 dan melanjutkan pendidikan program strata satu (S1) Program Studi Jurnalistik Islam di Institut Agama Islam Negeri Parepare. Penulis mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) Mandiri di Desa Samaenre Kecamatan Bengo Kabupaten Bone dan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) di Kantor Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) Kabupaten Sidenreng Rappang.

Selama menempuh Perkuliahan di IAIN Parepare penulis berpartisipasi dalam Himpunan Mahasiswa Program Studi Jurnalistik Islam dan menjabat sebagai Koordinator Divisi Hubungan Masyarakat tahun 2021-2022.

Penulis menyelesaikan studinya di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare pada tahun 2026 (insyaallah) dengan judul skripsi: "TINGKAT KEPERCAYAAN MASYARAKAT TERHADAP PENYEBARAN INFORMASI PADA AKUN INSTAGRAM sidrapinfo.id"

Akhir kata, penulis mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT dan seluruh pihak yang telah membantu atas terselesaikannya skripsi ini dan semoga skripsi ini mampu memberikan kontribusi positif bagi dunia pendidikan. Aamiin Allahumma Aamiin