

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Instagram sebagai platform media sosial yang dominan digunakan untuk berbagi konten visual dan informasi telah menjadi saluran utama bagi masyarakat untuk mengakses berita *real-time* politik, termasuk kampanye pemilihan umum. Namun, kredibilitas pemberitaan di platform ini sering dipertanyakan karena sifatnya yang cepat dan kurangnya mekanisme verifikasi ketat, sehingga rentan terhadap penyebaran informasi yang bias, manipulatif, atau tidak akurat, terutama dalam konteks politik lokal seperti Pilbup Garut 2024 yang melibatkan isu-isu sensitif dan kepentingan kelompok tertentu (Sari, Rina, 2022).

Fenomena yang menarik adalah dengan munculnya akun-akun berita lokal yang mengisi ruang informasi daerah, di tengah dominasi media nasional. Di Kabupaten Garut, akun Instagram @infogarut menjadi contoh fenomena ini. Akun ini mengklaim sebagai "media digital pertama dan terbesar di Garut Raya" melalui bio dan kontennya, dengan fokus pada berita lokal seperti kondisi lalu lintas, kebijakan daerah, dan peristiwa masyarakat, termasuk pemberitaan politik selama kampanye Pilbup Garut 2024.

Klaim ini didukung oleh data: @infogarut memiliki sekitar 440 ribu pengikut di Instagram (per 22 Desember 2025), menjadikannya akun terpopuler di wilayah tersebut, jauh melampaui akun serupa seperti @garutupdate yang memiliki 386 ribu

followers pada tanggal yang sama. Mayoritas pengikutnya adalah generasi muda (usia 18-34 tahun), yang lebih aktif di media sosial daripada media konvensional seperti televisi atau surat kabar (Data Reportal, 2023).



Gambar 1. 1 Profil Instagram @infogarut

Akun Instagram @infogarut, sebagai salah satu sumber informasi populer di daerah Garut, menjadi objek kajian karena potensi perannya dalam membentuk opini publik melalui konten pemberitaan politik yang mungkin tidak selalu netral atau didasarkan pada fakta yang terverifikasi. Dengan tampilan visual yang menarik dan kemampuan menjangkau audiens secara luas dalam waktu singkat, Instagram menjadi ruang yang strategis bagi akun-akun berita untuk menyampaikan berbagai isu politik.



Gambar 1. 2 Profil akun Instagram @garutupdate

Tak hanya akun @infogarut, di daerah Garut juga terdapat akun Instagram lainnya seperti @garutupdate yang memiliki jumlah pengikut kedua terbesar, namun daya tarik akun @infogarut terlihat lebih menonjol karena penggunaan template yang sangat konsisten di setiap postingannya. Konsistensi ini menciptakan identitas visual yang kuat, memudahkan audiens untuk mengenali dan mengingat konten dari akun tersebut, sehingga berpotensi meningkatkan keterlibatan dan kepercayaan pengguna terhadap informasi yang disampaikan, terutama dalam konteks pemberitaan politik yang sering kali memerlukan kecepatan dan keakuratan penyampaian. Hal ini menjadikan @infogarut sebagai subjek yang lebih relevan untuk dikaji dalam studi ini, mengingat perannya yang signifikan dalam membentuk narasi kampanye Pilbup Garut 2024 di kalangan audiens lokal.



Gambar 1. 3 Salah satu postingan akun Instagram @infogarut pada periode kampanye Pilbup Garut 2024.

Fenomena ini menarik minat peneliti karena menunjukkan bagaimana media sosial lokal seperti @infogarut membentuk opini publik di tingkat daerah, khususnya dalam konteks pemberitaan politik pada periode kampanye Pilbup Garut 2024. Keunikan fenomena ini juga terletak pada fokusnya yaitu bagaimana audiens memandang kredibilitas pemberitaan politik di media sosial lokal, khususnya akun @infogarut, yang berbeda dari kajian umum tentang media sosial global. Berbeda dengan media konvensional yang memiliki standar jurnalistik ketat, akun ini menyajikan konten ringkas dan visual untuk menarik generasi muda.

Persoalan utama adalah risiko penyebaran disinformasi politik, yang dapat mengubah sikap audiens terhadap isu lokal seperti kampanye Pilbup Garut 2024, sesuai dengan asumsi *source credibility theory* bahwa kredibilitas sumber mempengaruhi persuasi. Keunikan lain adalah konteks lokal Garut, di mana akun ini menjadi "pembentuk opini" utama bagi masyarakat muda selama masa

kampanye, namun belum banyak dikaji secara akademik melalui pendekatan kualitatif.(Sari, Rina, 2022).

Penelitian ini memiliki keterkaitan langsung dengan kajian dalam bidang Ilmu Komunikasi, khususnya dalam ranah jurnalistik dan media digital. Komunikasi jurnalistik merupakan cabang keilmuan yang menelaah bagaimana informasi diproduksi, dikemas, dan disampaikan kepada publik secara etis, akurat, dan kredibel. Dalam konteks media baru, prinsip-prinsip jurnalistik tersebut mengalami tantangan signifikan, terutama ketika informasi politik disebarluaskan melalui media sosial yang tidak sepenuhnya diatur oleh mekanisme redaksional formal (Yuliarti, 2018).

Kajian ini relevan karena media sosial seperti Instagram merepresentasikan evolusi komunikasi massa, di mana prinsip jurnalistik harus disesuaikan dengan karakteristik platform digital. Dengan *menggunakan source credibility theory*, penelitian ini mengintegrasikan teori komunikasi interpersonal ke dalam jurnalistik, menjelaskan bagaimana karakteristik sumber (*expertise, trustworthiness, attractiveness*) memengaruhi penerimaan pesan oleh audiens dalam konteks pemberitaan politik.

Hal ini memperkaya wilayah kajian dengan perspektif lokal, yang sering terabaikan dalam studi jurnalistik nasional atau internasional. Secara akademik, topik ini penting karena mengisi celah kajian tentang kredibilitas akun berita media sosial lokal di Indonesia, yang masih minim dibandingkan studi tentang media global. Di era literasi digital rendah, penelitian ini memberikan gambaran empiris

tentang bagaimana akun seperti @infogarut membangun kepercayaan publik dalam pemberitaan politik pada periode kampanye Pilbup Garut 2024 (Setiawan, 2020).

Hasil penelitian ini dapat memperkaya teori komunikasi dengan aplikasi *source credibility theory* pada konteks lokal, serta mendukung pengembangan metode deksriptif untuk media digital. Dengan fokus pada akun @infogarut, ia merekam dinamika perubahan media di skala lokal, memberikan kontribusi bagi program literasi digital oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Puslitbang Aptika & IKP Kominfo, 2021), dan membangun masyarakat informasi yang lebih kritis, terutama dalam menghadapi isu-isu politik sensitif seperti kampanye pemilihan bupati.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian sebagaimana telah diuraikan, maka fokus penelitian ini mengenai kredibilitas pemberitaan politik pada akun Instagram @infogarut selama periode kampanye Pilbup Garut 2024. Selanjutnya agar penelitian ini lebih terarah maka dapat diturunkan dalam beberapa pertanyaan sebagai berikut.

1. Bagaimana akun Instagram @infogarut sebagai sumber pemberitaan politik ditinjau dari aspek keahlian (*expertise*) dalam menyajikan informasi politik lokal pada periode kampanye Pilbup Garut 2024 menurut audiens?
2. Bagaimana akun Instagram @infogarut ditinjau dari aspek kepercayaan (*trustworthiness*), yang mencakup kejujuran, objektivitas, dan netralitas dalam pemberitaan politik lokal pada periode kampanye Pilbup Garut 2024 menurut audiens?

3. Bagaimana daya tarik (*attractiveness*) penyajian konten pemberitaan politik pada akun Instagram @infogarut mendukung kredibilitas sumber di mata audiens selama periode kampanye Pilbup Garut 2024?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian sebagaimana telah diuraikan maka tujuan penelitian mengenai kredibilitas pemberitaan politik pada akun Instagram @infogarut selama periode kampanye Pilbup Garut 2024 dapat diturunkan sebagai berikut.

1. Untuk menganalisis kredibilitas akun Instagram @infogarut sebagai sumber pemberitaan politik ditinjau dari aspek keahlian (*expertise*) dalam menyajikan informasi politik lokal selama periode kampanye Pilbup Garut 2024 berdasarkan penilaian audiens.
2. Untuk menganalisis kredibilitas akun Instagram @infogarut ditinjau dari aspek kepercayaan (*trustworthiness*), yang meliputi kejujuran, objektivitas, dan netralitas dalam pemberitaan politik lokal selama periode kampanye Pilbup Garut 2024 berdasarkan penilaian audiens.
3. Untuk mengetahui peran daya tarik (*attractiveness*) penyajian konten pemberitaan politik pada akun Instagram @infogarut dalam mendukung kredibilitas sumber di mata audiens selama periode kampanye Pilbup Garut 2024.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang berarti, baik bagi pengembangan disiplin ilmu komunikasi jurnalistik maupun bagi praktik media digital, sebagaimana diuraikan berikut.

1) Secara Akademis

Secara akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan signifikan bagi pengembangan ilmu dalam program studi Ilmu Komunikasi Jurnalistik, khususnya dalam ranah jurnalistik digital dan komunikasi massa di era media sosial.

2) Secara Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak terkait seperti media, lembaga pendidikan, masyarakat maupun mahasiswa yang membutuhkan informasi terkait penelitian ini.

1.5 Tinjauan Pustaka

Penelitian ini menggunakan *source credibility theory* atau teori kredibilitas sumber sebagai landasan utama dalam menganalisis kredibilitas pemberitaan politik pada akun Instagram @infogarut selama periode kampanye Pilbup Garut 2024. *Source credibility theory* menjelaskan bahwa tingkat penerimaan pesan oleh audiens sangat dipengaruhi oleh kredibilitas sumber yang menyampaikan pesan tersebut. Semakin tinggi tingkat kredibilitas suatu sumber, maka semakin besar kemungkinan pesan yang disampaikan akan dipercaya oleh audiens (Berlo, Lemert, & Mertz, 1969).

Dalam perspektif komunikasi, kredibilitas sumber merupakan faktor penting yang menentukan efektivitas suatu pesan komunikasi. Audiens cenderung lebih mudah menerima informasi yang berasal dari sumber yang dianggap memiliki kemampuan, kejujuran, dan daya tarik tertentu. Oleh karena itu, penilaian audiens terhadap kredibilitas sumber informasi menjadi aspek penting dalam memahami bagaimana pesan komunikasi dipersepsi oleh masyarakat. Menurut Roobina Ohanian (1990), kredibilitas sumber terdiri dari tiga dimensi utama, yaitu *expertise*, *trustworthiness*, dan *attractiveness*. Ketiga dimensi ini digunakan sebagai indikator untuk menilai kredibilitas suatu sumber komunikasi.

Dimensi pertama adalah *expertise* (keahlian). *Expertise* merujuk pada tingkat pengetahuan, kemampuan, atau kompetensi yang dimiliki oleh sumber dalam menyampaikan suatu informasi. Dalam konteks pemberitaan politik, aspek keahlian dapat dilihat dari kemampuan sumber dalam menyajikan informasi yang akurat, relevan, serta memiliki pemahaman yang baik terhadap isu yang diberitakan (Berlo et al., 1969). Dimensi kedua adalah *trustworthiness* (kepercayaan). *Trustworthiness* berkaitan dengan tingkat kejujuran, objektivitas, dan integritas sumber informasi. Sumber yang dianggap jujur dan tidak memiliki kepentingan tertentu akan lebih mudah dipercaya oleh audiens.

Dalam praktik jurnalistik, aspek kepercayaan berkaitan erat dengan prinsip-prinsip etika jurnalistik seperti keberimbangan, verifikasi informasi, serta penyajian fakta secara objektif (Yuliarti, 2018). Dimensi ketiga adalah *attractiveness* (daya tarik). *Attractiveness* merujuk pada kemampuan sumber dalam menarik perhatian audiens melalui cara penyampaian pesan, gaya komunikasi, maupun tampilan

visual yang digunakan. Dalam konteks media sosial, daya tarik sering kali berkaitan dengan desain visual konten, konsistensi tampilan, serta gaya penyajian informasi yang mampu meningkatkan keterlibatan audiens terhadap suatu akun media digital.

Dalam era media digital, konsep kredibilitas sumber tidak hanya berkaitan dengan individu atau institusi media, tetapi juga dapat diterapkan pada akun media sosial yang berfungsi sebagai penyebar informasi kepada publik. Platform media sosial seperti Instagram memungkinkan berbagai akun untuk menyampaikan informasi secara cepat dan luas kepada masyarakat. Namun demikian, tidak semua informasi yang disebarkan melalui media sosial memiliki tingkat kredibilitas yang sama. Oleh karena itu, persepsi audiens terhadap kredibilitas suatu akun media sosial menjadi faktor penting dalam menentukan sejauh mana informasi yang disampaikan dapat dipercaya (Sari, 2022).

Dalam penelitian ini, *source credibility theory* digunakan untuk menganalisis bagaimana audiens menilai kredibilitas pemberitaan politik pada akun Instagram @infogarut selama periode kampanye Pilbup Garut 2024. Penilaian tersebut dianalisis berdasarkan tiga dimensi utama kredibilitas sumber, yaitu *expertise*, *trustworthiness*, dan *attractiveness*, yang tercermin dalam cara akun tersebut menyajikan informasi politik kepada audiensnya.

1.6 Langkah-langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Garut, Jawa Barat, dengan fokus pada audiens akun Instagram @infogarut yang berdomisili atau aktif di wilayah tersebut. Lokasi ini dipilih karena akun @infogarut merupakan media digital lokal terbesar

di Garut Raya, dengan mayoritas pengikut dari generasi muda (usia 18-34 tahun) yang terlibat dalam konsumsi informasi politik selama kampanye Pilbup Garut 2024.

Penetapan ini dilakukan berdasarkan pertimbangan efisiensi pelaksanaan penelitian, seperti kemudahan akses untuk observasi lapangan, pengumpulan data, dan komunikasi dengan pihak-pihak terkait di wilayah tersebut. Pemilihan lokasi yang strategis diharapkan dapat mendukung kelancaran proses penelitian serta memastikan data yang diperoleh relevan dengan konteks lokal.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivis. Paradigma ini berasumsi bahwa realitas sosial tidak bersifat objektif dan tunggal, melainkan dibentuk secara sosial melalui interaksi, interpretasi, dan pengalaman subjektif individu terhadap suatu fenomena. Dalam konteks penelitian ini, kredibilitas pemberitaan tidak dilihat sebagai sesuatu yang absolut, tetapi sebagai hasil konstruksi sosial dari audiens terhadap informasi yang disampaikan oleh akun @infogarut. Artinya, persepsi publik terhadap kredibilitas akun berita sangat dipengaruhi oleh pengalaman, pengetahuan sebelumnya, dan interaksi mereka dengan konten yang disajikan.

Paradigma konstruktivis memandang bahwa makna dibentuk oleh subjek yang menafsirkan, bukan semata-mata ditentukan oleh objek itu sendiri. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana audiens membentuk penilaian atas kredibilitas suatu pemberitaan, terutama dalam konteks media sosial yang dinamis

dan sangat dipengaruhi oleh elemen visual, gaya penyampaian, serta interaksi digital (Suharto, 2012).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami fenomena secara mendalam dan holistik, sesuai dengan paradigma konstruktivis yang menekankan interpretasi subjektif realitas sosial (Mulyana, 2010). Pendekatan ini dipilih karena fokusnya pada makna, konteks, dan pengalaman subjektif partisipan, bukan pada pengukuran kuantitatif. Paradigma konstruktivis mengintegrasikan elemen di mana pengetahuan dibangun melalui interaksi antara peneliti dan objek penelitian. Pendekatan ini sesuai dengan karakteristik penelitian yang tidak bertujuan mengukur secara kuantitatif, melainkan memahami proses, konteks, dan makna di balik kredibilitas yang dirasakan oleh pengikut akun @infogarut.

1.6.3 Jenis dan Sumber Data

Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan langsung dari lapangan, yang meliputi transkrip hasil wawancara mendalam dengan audiens @infogarut. Data primer ini memberikan wawasan langsung mengenai pengalaman subjektif informan dalam menilai kredibilitas pemberitaan politik pada akun tersebut.

Data sekunder diperoleh dari sumber eksternal untuk memperkuat konteks penelitian, yang meliputi literatur terkait Source Credibility Theory, studi media sosial lokal, serta data tambahan seperti laporan media atau informasi relevan lainnya yang mendukung validasi temuan. Data sekunder ini digunakan untuk memberikan kerangka teoretis dan memperkaya analisis terhadap temuan primer

1.6.4 Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini adalah audiens aktif akun Instagram @infogarut yang memenuhi kriteria sampel (usia 18-34 tahun, aktif mengikuti akun minimal 6 bulan, dan sering mengakses konten politik selama kampanye Pilbup Garut 2024). Informan dipilih melalui purposive sampling untuk memastikan mereka dapat memberikan informasi mendalam tentang persepsi kredibilitas, sesuai dengan prinsip penelitian kualitatif yang menekankan kedalaman wawasan dari partisipan yang relevan (Creswell, 2014). Jumlah informan sekitar 5-10 orang, ditentukan berdasarkan saturasi data, di mana penambahan informan tidak lagi menghasilkan tema baru yang signifikan (Miles & Huberman, 1994).

1.6.5 Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam untuk memperoleh informasi yang komprehensif dan mendalam, dengan rincian sebagai berikut:

- 1) Wawancara Mendalam (In-depth Interview): Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan menggunakan panduan pertanyaan yang disusun berdasarkan fokus penelitian, yaitu dimensi expertise (keahlian), trustworthiness (kepercayaan), dan attractiveness (daya tarik). Wawancara dilaksanakan secara daring melalui platform Zoom atau WhatsApp untuk memudahkan akses informan, dengan durasi setiap sesi berkisar antara 15 hingga 30 menit.

1.6.6 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, keabsahan data ditentukan melalui teknik triangulasi data, yang melibatkan verifikasi internal terhadap data yang dikumpulkan untuk

memastikan konsistensi dan keakuratan temuan (Creswell, 2014). Teknik ini dipilih karena kemudahannya dalam mempercepat proses penelitian kualitatif deskriptif tentang kredibilitas pemberitaan politik pada akun Instagram Infogarut selama periode kampanye Pilbup Garut 2024 menurut audiens (Sugiyono, 2017).

Secara praktis, triangulasi data dilakukan dengan membandingkan dan mengonfirmasi data dari sumber yang sama, seperti transkrip wawancara mendalam dengan audiens dan catatan observasi partisipan terhadap interaksi di akun tersebut, untuk mengidentifikasi kesamaan atau perbedaan dalam penilaian tentang keakuratan, netralitas, dan relevansi konten politik (Moleong, 2014). Pendekatan ini membantu mengurangi bias subjektif dan meningkatkan kepercayaan terhadap hasil analisis tematik, meskipun tetap mempertimbangkan keterbatasan validitas eksternal dengan mengintegrasikan refleksi peneliti sebagai langkah tambahan (Poerwandari, 2007).

1.6.7 Teknik Analisis Data

Analisis data menggunakan pendekatan tematik (*thematic analysis*) sesuai Miles dan Huberman (1994), yang meliputi tiga tahap utama:

- 1) Reduksi data: Melakukan transkripsi wawancara, pengkodean awal untuk mengidentifikasi unit makna terkait dimensi kredibilitas (*expertise, trustworthiness, attractiveness*), dan pengelompokan kode menjadi kategori awal. Data observasi dan dokumen juga dikodekan untuk mendukung.
- 2) Penyajian data: Mengorganisir data dalam bentuk narasi deskriptif untuk memvisualisasikan pola audiens, seperti tema "akurasi informasi sebagai dasar kepercayaan" atau "daya tarik visual yang meningkatkan *engagement*".

- 3) Penarikan kesimpulan: Menginterpretasi tema-tema utama secara induktif, mengintegrasikan dengan *source credibility theory* , dan menghubungkan temuan dengan konteks kampanye Pilbup Garut 2024. Analisis dilakukan secara iteratif, dengan revisi tema berdasarkan data baru hingga mencapai saturasi.

