

Kredibilitas Komunikator pada Platform YouTube dengan Konten Misteri

Sheren Ferina¹, Wulan Purnama Sari^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: sheren.915210043@stu.untar.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*
Email: wulanp@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal : 20-12-2024, revisi tanggal : 25-01-2025, diterima untuk diterbitkan tanggal : 21-02-2025

Abstract

The horror and mystery genre are very popular in Indonesia, both in the form of films and digital content. Reporting from Radio Republik Indonesia, 10 of the 15 best-selling films in Indonesia as of 2023 are horror films. The development of social media has allowed anyone to become a communicator on social media. One of the famous mystery content creators on YouTube is Nessie Judge. This research aims to analyze Nessie Judge's credibility as a communicator on YouTube. This research uses a quantitative approach with descriptive statistical data processing techniques to see the audience's perception of Nessie Judge's credibility. The sampling technique used was simple random sampling (SRS) of 100 respondents using the Lemeshow formula. The research results show that the majority of respondents agree with Nessie Judge's statement as a credible communicator. Nessie Judge is considered to have in-depth knowledge, is trustworthy and consistent in her content, and has a communication style that is attractive to her audience. Then the results of the mean test show that the highest average value is in the attractiveness dimension and the lowest average value is in the trustworthiness dimension. It can be concluded that the results of the analysis show that Nessie Judge is considered a credible communicator as measured by the aspects of expertise, trustworthiness and attractiveness.

Keywords: *content, credibility source, Nessie Judge, YouTube*

Abstrak

Genre horor dan misteri merupakan salah satu genre yang ramai diminati di Indonesia, baik dalam bentuk film maupun konten digital. Dilansir dari Radio Republik Indonesia, 10 dari 15 film terlaris di Indonesia per 2023 merupakan film horor. Perkembangan media sosial telah mengizinkan siapapun untuk menjadi komunikator di media sosial. Salah satu kreator konten misteri yang terkenal di YouTube adalah Nessie Judge. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kredibilitas Nessie Judge sebagai komunikator di YouTube. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengolahan data statistik deskriptif untuk melihat persepsi audiens terhadap kredibilitas Nessie Judge. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *simple random sampling* (SRS) sebanyak 100 responden melalui rumus Lemeshow. Hasil penelitian menunjukkan mayoritas responden setuju dengan pernyataan Nessie Judge sebagai komunikator yang kredibel. Nessie Judge dinilai memiliki pengetahuan yang mendalam, terpercaya dan konsisten dalam kontennya, dan memiliki gaya komunikasi yang menarik oleh penontonnya. Kemudian hasil uji *mean* menunjukkan nilai rata-rata tertinggi terdapat pada dimensi daya tarik dan nilai rata-rata terendah terdapat pada dimensi keterpercayaan. Dapat disimpulkan bahwa hasil analisis menunjukkan Nessie Judge telah dianggap sebagai komunikator yang kredibel diukur dari aspek keahlian, keterpercayaan, dan daya tarik.

Kata Kunci: konten, kredibilitas sumber, Nessie Judge, YouTube

1. Pendahuluan

Indonesia memiliki beragam suku, ras, bahasa, kebudayaan, tradisi, serta mitos dan kepercayaan yang diturunkan dari generasi ke generasi. Setiap daerah di Indonesia memiliki kisah, legenda, dan cerita rakyat yang kemudian dikaitkan dengan hal mistis. Hal ini membuat masyarakat Indonesia menjadi akrab terhadap topik horor dan misteri. Menurut Radio Republik Indonesia, 10 dari 15 film terlaris di Indonesia per 2023 merupakan film genre horor (Maswar, 2024).

Di era digital ini, konten misteri sudah banyak ditemui di media sosial sebagai media hiburan. Kemajuan media sosial telah memungkinkan semua orang menjadi komunikator di media sosial. Salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah YouTube. Berdasarkan data dari Radio Republik Indonesia, YouTube merupakan media sosial paling populer di tahun 2024 dengan 139 juta pengguna atau sekitar 53,8% dari populasi. Dengan berkembangnya fitur iklan di YouTube, kini kreator konten juga bisa memperoleh penghasilan sehingga kini terdapat banyak kreator konten di YouTube.

Salah satu kreator konten yang cukup populer di YouTube yaitu Nessie Judge yang dikenal dengan kontennya yang bertema horor dan misteri. Tidak hanya konten horor, Nessie Judge juga memiliki beberapa jenis konten, seperti konten komedi, konten sejarah, konten Bahasa Inggris, dan yang paling ramai diminati yaitu konten horrornya yang akrab disebut NERROR (Nessie Horror). Dari keseluruhan jenis konten Nessie Judge, 9 dari 10 konten paling populer Nessie Judge merupakan konten NERROR.

Berkembangnya media sosial tidak hanya membawa pengaruh positif, tetapi juga pengaruh negatif. Saat ini berita tidak lagi hanya disebar oleh jurnalis profesional dan media resmi, tetapi juga dari media sosial yang lebih menarik (Christania, 2021). Pesatnya penyebaran informasi di media sosial seringkali disertai dengan adanya berita *hoax* dan misinformasi. Oleh karena itu, sangatlah penting untuk mencari informasi dari sumber-sumber yang kredibel terutama di tengah banyaknya informasi yang tidak akurat dan *hoax* yang beredar di media sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kredibilitas sumber dari Nessie Judge dalam konten kasus misterinya di YouTube. Melalui penelitian ini, peneliti ingin menganalisis bagaimana persepsi audiens terhadap kredibilitas Nessie Judge sebagai komunikator di YouTube. Selain itu, peneliti juga ingin mengetahui bagaimana kredibilitas tersebut dapat mempengaruhi daya tarik dan penerimaan konten oleh khalayak. Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu untuk memberikan kontribusi, memperluas, dan memperkaya pengetahuan para pembaca, khususnya dalam bidang ilmu komunikasi mengenai kredibilitas sumber di era digital. Penelitian ini juga bermanfaat untuk memberikan masukan dalam pembuatan program kampanye *Public Relation* di media digital.

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang berjudul “Kredibilitas Komunikator Jurus Sehat Rasulullah di Kalangan Followers Instagram @zaidulakbar” oleh (Prawira & Maulida, 2020). Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan antara kredibilitas dr. Zaidul Akbar yang diukur dari aspek keahlian, keterpercayaan, dan daya tarik memiliki hubungan yang tinggi terhadap sikap followers akun Instagram @zaidulakbar terhadap pola hidup sehat. Persamaannya terletak pada teori kredibilitas yang digunakan dalam penelitian, sedangkan

perbedaannya terdapat pada subjek penelitian. Penelitian lainnya adalah penelitian yang berjudul “Konten Kriminalitas YouTube Nessie Judge dan Tingkat Kecemasan Mahasiswa Universitas Sumatera Utara” oleh (Sianipar, 2022). Hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh dari konten kriminalitas YouTube Nessie Judge bagi mahasiswa Universitas Sumatera Utara sebanyak 33% responden tidak cemas, 42% responden cemas ringan, 20% responden cemas sedang, dan 5% responden cemas berat. Persamaannya terletak pada subjek penelitian yaitu konten YouTube Nessie Judge, sedangkan perbedaannya terdapat pada objek penelitiannya. Selanjutnya, penelitian terdahulu yang peneliti gunakan sebagai acuan yaitu berjudul “Kredibilitas Komunikator dalam Menyampaikan Pesan (Analisis Opini Generasi Milenial pada Kepala Penerangan Kodam Jaya) oleh (Silvia & Paramita, 2019). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga dimensi kredibilitas (sumber, ekstrinsik, dan intrinsik) ada pada diri Kapendam Jaya sebagai komunikator sehingga opini publik yang didapatkan Kapendam Jaya baik. Penelitian ini sama-sama membahas tentang kredibilitas komunikator, sedangkan perbedaannya terdapat pada teori generasi Strauss & Howe dan pendekatan penelitian campuran.

Teori Kredibilitas Sumber

Teori kredibilitas sumber dikemukakan oleh Hovland, Janis, dan Kelley yang menyatakan “*The Source Credibility Theory States that people are more likely to be persuaded when the source present itself as credible*” yang dapat disimpulkan bahwa sumber atau komunikator yang kredibel lebih mudah untuk mempengaruhi orang lain (komunikan). Teori ini secara nyata menjelaskan bahwa semakin kredibel sumbernya, semakin besar kemungkinannya untuk mempengaruhi sudut pandang audiens. Dengan kata lain, kredibilitas seorang komunikator berperan penting dalam mempersuasi audiens menentukan pendapatnya (Putra, 2017). Dengan kredibilitas yang tinggi, komunikator dapat menyampaikan pesan yang efektif kepada audiens. Efektifitas pesan yang disampaikan ini akan dapat menciptakan citra positif di mata audiens, sehingga memungkinkan audiens terpengaruh dengan pesan yang disampaikan (Siagian, 2012).

Kredibilitas merupakan sekumpulan persepsi yang dimiliki komunikan tentang karakteristik komunikator. Dalam hal ini, ada dua hal penting. Pertama, kredibilitas adalah persepsi yang dimiliki oleh komunikan, sehingga bukan sesuatu yang melekat pada komunikator. Kedua, kredibilitas berkaitan dengan karakteristik komunikator, yang kemudian akan disebut sebagai komponen-komponen kredibilitas. Kredibilitas terdiri dari dua unsur, yaitu keahlian dan kejujuran. Keahlian diukur dari sejauh mana komunikan percaya dengan ketepatan pesan dari komunikator. Sedangkan kejujuran dilihat dari persepsi komunikan mengenai sejauh mana komunikator bersikap netral dan tidak berpihak dalam menyampaikan pesan (Arianto, 2018). Selain dua komponen tersebut, ada pula komponen pelengkap dalam pembentukan kredibilitas komunikator yaitu daya tarik yang berupa kesamaan, keakraban, dan kesukaan (Rakhmat, 2019).

Media Sosial

Media sosial merupakan media *online* yang menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi dari sebelumnya hanya satu arah menjadi dua arah yang interaktif (Nugraha, 2021). Media sosial adalah pilihan utama untuk memenuhi kebutuhan informasi karena berbagai layanan yang membantu pengguna dalam mencari informasi, berkomunikasi, berbagi opini dan pendapat, dan membangun hubungan dengan individu atau kelompok tertentu (Asrida, 2019).

YouTube

YouTube merupakan salah satu jejaring media sosial untuk berbagi video yang didirikan pada tahun 2005 oleh Steve Chen, Chad Hurley, dan Jawed Karim. YouTube merupakan sebuah basis data berisi konten video yang populer di media sosial serta penyedia beragam informasi yang sangat membantu (Samosir et al., 2018). Pengguna YouTube dapat mengunggah video, menonton video, dan berbagi video melalui YouTube. Kini, kreator konten di YouTube juga dapat berinteraksi dengan *subscribers*-nya seperti *polling* melalui fitur *community*. Fitur ini juga memiliki kolom komentar bagi kreator dan *subscribers* untuk melakukan komunikasi dua arah.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2020), penelitian kuantitatif merupakan metode yang didasarkan pada filsafat positivisme, untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode survei berupa kuesioner dengan menggunakan media berupa Google Form sebagai alat pengumpulan data. Populasi dalam penelitian ini adalah individu yang pernah menonton konten Youtube Nessie Judge dengan jumlah 100 sampel berdasarkan rumus Lemeshow. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik penelitian berupa *simple random sampling*.

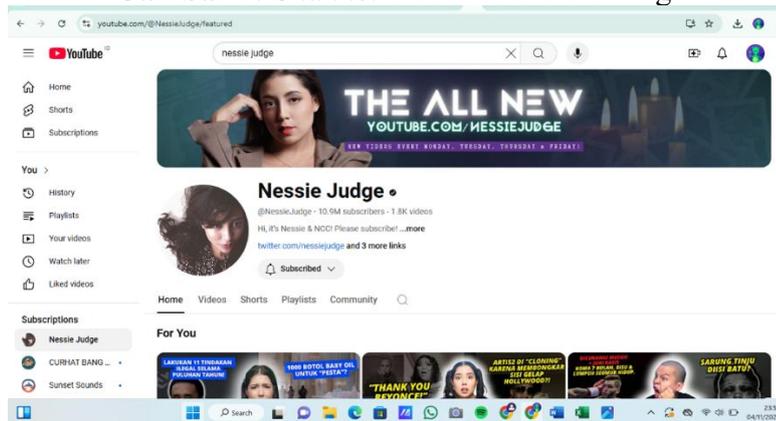
Setelah didapatkan data, peneliti mengolah dan menganalisis data dengan statistika deskriptif. Statistika deskriptif yang juga dikenal sebagai statistik deduktif, adalah statistik yang memiliki berbagai kegunaan, mulai dari pengumpulan data, pengorganisasian atau penyusunan data, pengolahan data, penyajian data, dan analisis data numerik (Husnul et al., 2020). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik keabsahan data yaitu uji validitas dan uji reliabilitas untuk melihat apakah butir pernyataan yang diberikan kepada responden valid dan reliabel.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Channel YouTube Nessie Judge

Channel YouTube Nessie Judge merupakan salah satu *channel* yang dikenal karena topik yang menghibur dan menarik terutama konten kasus misterinya. *Channel* YouTube Nessie Judge menjadi tempat di mana audiens dapat menemukan pembahasan mendalam tentang kisah-kisah aneh, menyeramkan, penuh teka-teki, baik dari lokal maupun internasional. Mulai dari konten kasus kriminal (*true crime*) hingga kisah supernatural yang disampaikan dengan *storytelling*. Nessie Judge juga banyak membahas kembali mengenai kasus-kasus yang sudah terpecahkan maupun yang belum terpecahkan. Tak hanya bercerita, Nessie Judge juga menampilkan hasil riset berupa data foto atau bukti-bukti yang mendukung informasi yang disampaikannya. Ini memunculkan persepsi kepada audiens bahwa Nessie Judge memiliki pengetahuan yang kuat di bidang konten misteri yang dapat menambah kepercayaan audiens

Gambar 1. Channel YouTube Nessie Judge



Sumber: YouTube Nessie Judge

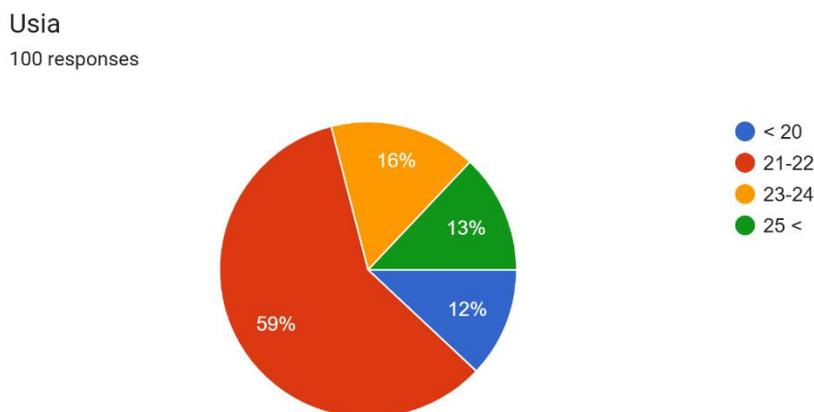
Pre-test dan Post-test

Pada tahap *pre-test*, peneliti melakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap butir pernyataan kepada 30 responden. Tujuannya untuk mengukur validitas dan reliabilitas dari kuesioner sebagai alat ukur penelitian. Berdasarkan hasil dari uji validitas kepada 30 responden, semua 20 butir pernyataan dinyatakan valid dikarenakan semua r hitung $>$ r tabel senilai 0,361. Kemudian hasil uji reliabilitas, yang telah dilakukan yaitu $0,958 >$ $0,60$ sehingga dianggap reliabel.

Kemudian pada tahap *post-test*, dilakukan penyebaran kuesioner kembali kepada 70 responden sehingga total keseluruhan 100 responden. Hasil rata-rata yang diperoleh dari setiap butir pernyataan adalah setuju terhadap kredibilitas Nessie Judge di YouTube.

Profil Responden

Gambar 2. Usia Responden

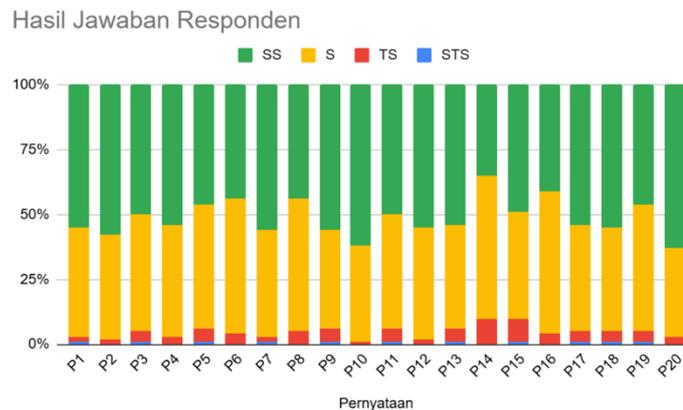


Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Responden dalam penelitian ini merupakan penonton *channel* YouTube Nessie Judge. Peneliti mendapatkan responden dengan menyebarkan kuesioner melalui Google Form di media sosial milik peneliti. Keseluruhan responden berjumlah 100 orang yang ditentukan berdasarkan rumus Slovin. Responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan dan laki-laki.

Penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup sehingga responden hanya memilih jawaban yang disediakan. Responden kemudian menjawab pernyataan berdasarkan salah satu dari skala likert yang terdiri dari sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengolahan data statistik deskriptif untuk mengetahui kredibilitas Nessie Judge oleh responden.

Gambar 3. Hasil Jawaban Responden



Sumber: Hasil Olah Data Peneliti (2024)

Berdasarkan hasil penelitian, mayoritas responden menunjukkan jawaban positif terhadap kredibilitas Nessie Judge di YouTube. Kredibilitas Nessie Judge diukur melalui tiga aspek utama, yaitu keahlian, keterpercayaan, dan daya tarik. Keahlian Nessie Judge dinilai dari keterampilan Nessie Judge dalam menyampaikan pesan. Tak hanya bercerita, Nessie Judge juga menampilkan hasil riset yang mendukung informasi yang disampaikan. Responden juga menilai keahlian Nessie Judge dari kemampuannya untuk menganalisis informasi yang kompleks dan rumit kemudian menuangkannya dengan cara yang mudah dipahami oleh audiens. Menurut hasil uji kuesioner, Nessie Judge dianggap telah memenuhi aspek keahlian komunikator sehingga dianggap *expert* dalam membahas konten kasus misteri. Hal ini juga didukung dengan banyaknya komentar yang memuji gaya pembahasan Nessie Judge yang rinci namun tetap mudah untuk dipahami.

Selain aspek keahlian, hasil uji kuesioner juga menunjukkan angka persen setuju terhadap dimensi Nessie Judge sebagai komunikator yang terpercaya. Berdasarkan hasil uji kuesioner, responden menilai Nessie Judge jujur dan transparan dalam menyampaikan pesannya. Aspek keterpercayaan juga dilihat dari bagaimana komunikator menyampaikan pesan yang adil dan tidak bias. Dalam kontennya, Nessie Judge tidak mengarahkan audiens untuk langsung mempercayai suatu narasi, tetapi juga mengajak audiens untuk berpikir kritis dan menyampaikan pendapatnya di kolom komentar. Oleh karena itu, berdasarkan hasil kuesioner oleh responden, Nessie Judge telah memenuhi aspek keterpercayaan sehingga dinilai *trustworthy* dalam membahas konten kasus misteri.

Terakhir, mayoritas responden menunjukkan angka persen setuju terhadap dimensi daya tarik yang dimiliki oleh Nessie Judge. Daya tarik meliputi penampilan fisik, kesamaan, keakraban, dan kesukaan. Dari segi fisik, Nessie Judge menggunakan setting dan pencahayaan yang mendukung suasana video terasa lebih mencekam dan memperkuat narasinya. Dari segi kesamaan, Nessie Judge membahas tema yang

banyak digemari masyarakat Indonesia yaitu konten horor misteri yang membuat Nessie Judge dan audiens memiliki kesamaan akan minat yang sama yaitu tema horor misteri. Terkait aspek keakraban, Nessie Judge telah lama dan merupakan kreator konten yang terkenal di YouTube yang membuat wajah, suara, dan gayanya menjadi *familiar* bagi penontonnya. Terakhir, dari segi kesukaan, Nessie Judge memiliki kepribadian yang ramah dan menyenangkan yang membuat Nessie Judge tampil sebagai sosok yang hangat sehingga mudah diterima oleh audiensnya. Sebagaimana hasil kuesioner, responden menganggap gaya komunikasi Nessie Judge yang menarik membuat audiens tertarik untuk terus menonton kontennya. Oleh karena itu, Nessie Judge dianggap telah memenuhi aspek daya tarik.

Penelitian ini selaras dengan penelitian yang berjudul “Kredibilitas Komunikator Jurus Sehat Rasulullah di Kalangan Followers Instagram @zaidulakbar” oleh (Prawira & Maulida, 2020). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kredibilitas dr. Zaidul Akbar yang diukur dari aspek keahlian, keterpercayaan, dan daya tarik memiliki hubungan yang tinggi terhadap sikap followers akun Instagram @zaidulakbar terhadap pola hidup sehat. Sebagaimana hasil penelitian ini juga menunjukkan kredibilitas Nessie Judge dapat mempengaruhi persepsi audiens mengenai suatu kasus.

Tabel 1. Uji *Mean* Jawaban Responden

No	Dimensi	Nilai Minimum	Nilai Maksimum	Rata-Rata
1	Keahlian	6.00	16.00	14.02
2	Keterpercayaan	6.00	16.00	13.70
3	Daya tarik	6.00	16.00	14.06

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Peneliti kemudian melakukan uji *mean* untuk melihat nilai rata-rata dimensi yang paling tinggi. Hasil uji *mean* menunjukkan dimensi daya tarik yang memiliki nilai paling tinggi dengan nilai rata-rata 14.06. Sedangkan nilai terendah terdapat pada dimensi keterpercayaan dengan nilai rata-rata 13.70. Sehingga dapat disimpulkan, daya tarik yang dimiliki Nessie Judge menjadi faktor utama yang membuat audiens menganggap Nessie Judge sebagai komunikator yang kredibel.

Selain tiga dimensi utama yang telah disebutkan di atas, penulis juga memasukkan pernyataan pendukung mengenai pengaruh konten kasus misteri Nessie Judge terhadap persepsi audiens dan relevansi informasi dalam kuesioner. Penyajian konten menggunakan data dan gaya komunikasi yang sesuai membuat audiens dapat lebih memahami dan mengubah cara pandang audiens mengenai suatu kasus. Banyaknya responden yang setuju juga menunjukkan bahwa Nessie Judge mampu menciptakan hubungan emosional yang baik dengan penontonnya. Selain itu, hal ini juga menunjukkan bahwa melalui konten kasus misteri yang dibahas oleh Nessie Judge membantu penonton untuk dapat melihat suatu kasus dari sudut pandang yang berbeda dan mampu membentuk publik.

Terkait dengan pernyataan pendukung mengenai relevansi informasi, hasil kuesioner menunjukkan mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa Nessie Judge membahas kasus-kasus misteri yang sesuai dengan minat dan kebutuhan informasi penonton. Hal ini menunjukkan bahwa Nessie Judge mampu memilih topik misteri yang sesuai dengan preferensi audiensnya.

Penelitian ini juga selaras dengan penelitian yang berjudul “Kredibilitas Komunikator dalam Menyampaikan Pesan (Analisis Opini Generasi Milenial pada

Kepala Penerangan Kodam Jaya)” oleh (Silvia & Paramita, 2019), yang menyatakan bahwa kredibilitas juga dapat dilihat dari sisi ekstrinsik yang berarti kredibilitas awal (persepsi audiens terhadap sumber sebelum pesan disampaikan). Diantaranya berdasarkan keahlian, status, kepandaian, yang dipersepsi berdasarkan sumber, keterpercayaan sebagai keberpihakan (objektivitas), dan ketiadaan maksud untuk membujuk yang dipersepsi. Dalam konteks kredibilitas Nessie Judge, kredibilitas ini juga didukung oleh kesan objektivitas serta niat baiknya untuk berbagi informasi, meskipun beberapa topik yang dibahas masih bersifat spekulatif. Kredibilitas Nessie Judge juga dipengaruhi oleh reputasi, pengalaman, dan status sosial yang dimiliki Nessie Judge.

4. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian analisis kredibilitas sumber Nessie Judge, dapat disimpulkan bahwa responden telah menilai Nessie Judge sebagai komunikator yang kredibel melalui tiga aspek utama, yaitu keahlian, keterpercayaan, dan daya tarik.

Dari segi keahlian, Nessie Judge dinilai memiliki pengetahuan yang mandalam dan kemampuan menyampaikan informasi secara menarik dan terstruktur, yang membuat audiens yakin akan konten yang disajikan. Dari segi keterpercayaan, Nessie Judge dinilai sebagai sosok yang jujur dan dapat diandalkan. Responden menilai Nessie Judge memiliki gaya komunikasi yang transparan, objektif, serta konsisten dalam menyajikan konten yang meningkatkan rasa percaya audiens pada Nessie Judge. Dari segi daya tarik, baik dari segi penampilan, kepribadian, dan pendekatan komunikasi yang dimiliki oleh Nessie Judge menciptakan hubungan emosional yang kuat dengan audiensnya. Hal ini menjadikan Nessie Judge sebagai komunikator yang efektif bagi audiens, sehingga informasi yang disampaikan oleh Nessie Judge mampu mempengaruhi persepsi dan penerimaan audiens.

Kredibilitas komunikator memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi audiens. Ketika seorang komunikator dianggap kredibel, audiens cenderung lebih terbuka dan menerima informasi yang disampaikan, sehingga pesannya memiliki dampak yang lebih besar. Penelitian ini menunjukkan bahwa kredibilitas komunikator bukan hanya tentang isi pesan, tetapi juga bagaimana seorang komunikator mempresentasikan dirinya. Oleh karena itu, penting bagi para komunikator untuk memperhatikan pengembangan diri mereka dalam menyampaikan informasi di media sosial.

Penelitian ini juga selaras dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa komunikator yang dianggap kredibel dinilai lebih menarik, dipercaya, dan lebih dapat mempengaruhi persepsi khalayak daripada komunikator yang tidak dianggap kredibel. Ada pula saran dari peneliti untuk penelitian selanjutnya di kemudian hari adalah dapat melakukan penelitian dengan pendekatan dan teori serupa namun berbeda populasi dan sampel agar dapat mengetahui perspektif lain mengenai kredibilitas sumber.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, responden, serta seluruh pihak yang telah mendukung dan membantu peneliti dalam penyusunan penelitian ini.

6. Daftar Pustaka

- Arianto, E. (2018). *Hubungan Kredibilitas Komunikator dan Motivasi pada Efektivitas Pembelajaran Kasus pada Kelompok Khusin Ryu M Karate-Do Indonesia-Karimun* [UniversitasPuteraBatam]. <http://repository.upbatam.ac.id/3542/1/cover%20s.d%20bab%20III.pdf>
- Asrida. (2019). Pengaruh Media Sosial terhadap Perkembangan Keagamaan Remaja di Desa Sarudu Kecamatan Sarudu Kabupaten Pasangkayu. *IAIN-Palu*. <http://repository.iainpalu.ac.id/id/eprint/1295/1/ASRIDHA.pdf>
- Christania, V. R. G. (2021). *Pengaruh Kualitas Berita terhadap Perilaku Konsumsi Praktik Jurnalisme Warga oleh Akun Lambe Turah*. UniversitasTarumanagara.
- Husnul, N. R. I., Prasetya, E. R., Sadewa, P., Ajimat, & Purnomo, L. I. (2020). *Statistik Deskriptif*. UnpamPress. https://repository.unpam.ac.id/8670/1/SAK0233_STATISTIK%20DESKRIPTIF-full.pdf?d=1
- Maswar, W. (2024, May 7). *Ini Lima Film Drama Terlaris pada Tahun 2023*. RadioRepublikIndonesia. <https://www.rri.co.id/hiburan/676399/ini-lima-film-drama-terlaris-pada-tahun-2023>
- Nugraha, Y. I. (2021). Pengaruh Motivasi Konsumen terhadap Niat Beli Online yang Dimediasi oleh Sikap Konsumen terhadap Pemasaran Media Sosial (Studi padaKonsumen Dazzle). *EJournal-UAJY*. <https://e-journal.uajy.ac.id/26229/>
- Prawira, Y., & Maulida, H. (2020). Kredibilitas Komunikator Jurusan Kesehatan di Kalangan Followers Instagram @ZaidulAkbar. *EJournalUIN-Suska*, 31(1), 1. <https://doi.org/10.24014/jdr.v31i1.9527>
- Putra, Y. N. (2017). Efektivitas Kualitas Layanan Personal Trainer dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *UniversitasPasundan*. <http://repository.unpas.ac.id/27508/>
- Rakhmat, J. (2019). *Psikologi Komunikasi*. PTRemajaRosdakarya.
- Samosir, F. T., Pitasari, D. N., & Tjahjono, P. E. (2018). Efektivitas Youtube sebagai Media Pembelajaran Mahasiswa (Studi Di Fakultas FISIP Universitas Bengkulu). *UNAIR*, 4(2), 81–91. <https://e-journal.unair.ac.id/RLJ/article/download/8000/8356/55340>
- Siagian, H. F. (2012). Pengaruh Kredibilitas Komunikator Politik Untuk Mendapatkan Dukungan Khalayak dalam Pemilihan Umum. *Journal-UIN*, 13. <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/tabligh/article/view/310/275>
- Sianipar, T. A. (2022). Konten Kriminalitas Youtube Nessie Judge dan Tingkat Kecemasan Mahasiswa Universitas Sumatera Utara. *USU*. <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/51184>
- Silvia, & Paramita, S. (2019). Kredibilitas Komunikator Dalam Menyampaikan Pesan (Analisis Opini Generasi Milenial Pada Kepala Penerangan Kodam Jaya). *Koneksi*, 2. <https://journal.untar.ac.id/index.php/koneksi/article/view/3938/2321>