

BAB III

ANALISIS DESKRIPTIF DAN INTERPRETASI HASIL PENELITIAN

Penelitian ini menganalisis pengaruh intensitas akses terhadap akun Instagram @Tabu.id, tingkat konformitas, dan kualitas informasi terhadap tingkat perubahan sikap pengikut terkait perilaku seksual berisiko. Data dikumpulkan melalui survei online berbasis *Google Form* yang diisi oleh 150 responden yang merupakan pengikut atau pelanggan akun tersebut. Metode analisis menggabungkan pendekatan deskriptif untuk menggambarkan karakteristik sampel dan teknik inferensial berupa regresi linier berganda menggunakan perangkat lunak SPSS. Tujuan analisis ini adalah menguji sejauh mana ketiga variabel independen memengaruhi perubahan sikap responden, dengan mempertimbangkan hubungan linier antar variabel.

3.1 Pengujian Instrumen

Untuk memastikan keandalan dan keabsahan instrumen penelitian, dilakukan serangkaian evaluasi metodologis. Uji validitas dilaksanakan melalui analisis korelasi *Pearson Product-Moment* dengan bantuan perangkat lunak SPSS, di mana nilai *r*-hitung dibandingkan dengan *r*-tabel untuk mengonfirmasi kesesuaian item pertanyaan dengan konstruk yang diukur. Sementara itu, reliabilitas instrumen diuji menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* guna mengevaluasi konsistensi internal antaritem. Penerapan kriteria statistik ini bertujuan memastikan instrumen penelitian mampu menghasilkan data yang akurat dan konsisten, sehingga temuan yang diperoleh memiliki dasar analitis yang kuat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

3.1.1 Uji Validitas

Uji validitas instrumen dilaksanakan terhadap 35 responden sebagai sampel uji coba. Mengacu pada panduan (Sujarweni & Endrayanto, 2018), kriteria validitas dipenuhi jika nilai r -hitung > r -tabel pada tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$. Analisis ini dilakukan menggunakan perangkat lunak *SPSS 27.0* dengan metode *Pearson Product-Moment Correlation* untuk menghitung koefisien korelasi tiap item.

Berikut hasil uji validitas menggunakan aplikasi *SPSS 27.0*:

Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas Variabel X1

Item	Rhitung	Rtabel	Kesimpulan
X1.1	0.794	0.334	Valid
X1.2	0.775	0.334	Valid
X1.3	0.779	0.334	Valid
X1.4	0.840	0.334	Valid
X1.5	0.803	0.334	Valid
X1.6	0.739	0.334	Valid
X1.7	0.792	0.334	Valid
X1.8	0.776	0.334	Valid
X1.9	0.852	0.334	Valid
X1.10	0.843	0.334	Valid
X1.11	0.536	0.334	Valid
X1.12	0.833	0.334	Valid
X1.13	0.445	0.334	Valid
X1.14	0.796	0.334	Valid
X1.15	0.790	0.334	Valid

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, *SPSS 2025*

Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel X2

Item	Rhitung	Rtabel	Kesimpulan
X2.1	0.795	0.334	Valid
X2.2	0.838	0.334	Valid
X2.3	0.727	0.334	Valid
X2.4	0.908	0.334	Valid
X2.5	0.852	0.334	Valid
X2.6	0.896	0.334	Valid
X2.7	0.770	0.334	Valid
X2.8	0.834	0.334	Valid
X2.9	0.469	0.334	Valid

X2.10	0.853	0.334	Valid
X2.11	0.842	0.334	Valid
X2.12	0.876	0.334	Valid
X2.13	0.820	0.334	Valid
X2.14	0.813	0.334	Valid
X2.15	0.767	0.334	Valid
X2.16	0.892	0.334	Valid
X2.17	0.743	0.334	Valid
X2.18	0.864	0.334	Valid
X2.19	0.815	0.334	Valid
X2.20	0.834	0.334	Valid

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, SPSS 2025

Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel X3

Item	Rhitung	Rtabel	Kesimpulan
X3.1	0.799	0.334	Valid
X3.2	0.826	0.334	Valid
X3.3	0.751	0.334	Valid
X3.4	0.845	0.334	Valid
X3.5	0.818	0.334	Valid
X3.6	0.841	0.334	Valid
X3.7	0.800	0.334	Valid
X3.8	0.804	0.334	Valid
X3.9	0.862	0.334	Valid
X3.10	0.851	0.334	Valid
X3.11	0.840	0.334	Valid
X3.12	0.828	0.334	Valid
X3.13	0.815	0.334	Valid
X3.14	0.849	0.334	Valid
X3.15	0.808	0.334	Valid
X3.16	0.860	0.334	Valid
X3.17	0.873	0.334	Valid
X3.18	0.857	0.334	Valid
X3.19	0.838	0.334	Valid
X3.20	0.797	0.334	Valid
X3.21	0.863	0.334	Valid
X3.22	0.810	0.334	Valid
X3.23	0.859	0.334	Valid
X3.24	0.834	0.334	Valid
X3.25	0.826	0.334	Valid
X3.26	0.806	0.334	Valid
X3.27	0.835	0.334	Valid
X3.28	0.777	0.334	Valid
X3.29	0.814	0.334	Valid

X3.30	0.866	0.334	Valid
X3.31	0.810	0.334	Valid
X3.32	0.848	0.334	Valid
X3.33	0.809	0.334	Valid
X3.34	0.839	0.334	Valid
X3.35	0.849	0.334	Valid
X3.36	0.837	0.334	Valid
X3.37	0.828	0.334	Valid

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, SPSS 2025

Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Y

Item	Rhitung	Rtabel	Kesimpulan
Y1	0.820	0.334	Valid
Y2	0.820	0.334	Valid
Y3	0.888	0.334	Valid
Y4	0.830	0.334	Valid
Y5	0.825	0.334	Valid
Y6	0.771	0.334	Valid
Y7	0.815	0.334	Valid
Y8	0.857	0.334	Valid
Y9	0.845	0.334	Valid
Y10	0.845	0.334	Valid
Y11	0.881	0.334	Valid
Y12	0.853	0.334	Valid
Y13	0.857	0.334	Valid
Y14	0.864	0.334	Valid
Y15	0.837	0.334	Valid
Y16	0.813	0.334	Valid
Y17	0.809	0.334	Valid

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, SPSS 2025

Berdasarkan tabel di atas, seluruh item pertanyaan dalam instrumen penelitian “Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram @Tabu.id, Tingkat Konformitas dan Kualitas Informasi terhadap Tingkat Perubahan Sikap Pengikut @Tabu.id Mengenai Perilaku Seksual Berisiko” memenuhi kriteria validitas dengan nilai r-hitung > 0,334 (nilai r-tabel untuk df = 33 pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$). Hal ini mengindikasikan bahwa setiap item memiliki korelasi positif signifikan terhadap skor total konstruk yang diukur, sesuai dengan syarat validitas

yang dirujuk dari Sujarweni & Endrayanto (2018). Dengan demikian, seluruh item dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini. Konsistensi hasil ini memperkuat kesesuaian instrumen dalam merepresentasikan variabel penelitian, sehingga menjamin kualitas data yang dihasilkan untuk analisis lebih lanjut.

3.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas instrumen dilakukan pada 35 responden sebagai bagian dari uji coba metodologis. Merujuk pada kriteria Azwar (2015), suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* mencapai atau melebihi 0,60 yang menunjukkan konsistensi internal antaritem dalam mengukur konstruk yang sama. Selaras dengan hal tersebut, Suyanto dan Sutinah (2015) menegaskan bahwa nilai reliabilitas yang tinggi (mendekati 1,0) mencerminkan keandalan instrumen, artinya hasil pengukuran bersifat stabil dan dapat dipercaya untuk merepresentasikan variabel penelitian secara akurat.

Berikut hasil uji reliabilitas instrumen dalam penelitian ini:

Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha
Intensitas (X1)	0.950
Tingkat Konformitas (X2)	0.967
Kualitas Informasi (X3)	0.985
Perubahan Sikap (Y)	0.969

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, SPSS 2025

Berdasarkan tabel di atas, keempat variabel dalam penelitian ini menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* pada rentang 0,950–0,985. Angka ini jauh melampaui batas minimal reliabilitas sebesar 0,60 yang ditetapkan oleh Azwar

(2015), sekaligus memenuhi kriteria keandalan tinggi menurut Suyanto dan Sutinah (2015). Nilai *Cronbach's Alpha* yang mendekati 1,00 mengindikasikan konsistensi internal yang sangat kuat antaritem dalam mengukur konstruk masing-masing variabel. Dengan demikian, instrumen penelitian ini dinyatakan reliabel dan layak digunakan untuk pengumpulan data, karena mampu menghasilkan pengukuran yang stabil, konsisten, dan minim kesalahan acak (*random error*).

3.2 Karakteristik Responden

Responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini adalah *followers* dari akun media sosial Instagram @Tabu.id. Jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 150 orang yang diuraikan dalam empat karakteristik sebagai berikut :

1. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Gambaran responden penelitian ini, yang merupakan *followers* Instagram @Tabu.id berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut :

Tabel 3. 6 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	10	6,7%
Perempuan	140	93,3%
Total	150	100%

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, Microsoft Excel 2025

Berdasarkan data yang diperoleh, gambaran responden penelitian ini didominasi oleh perempuan dengan persentase sebesar 93,3% (140 orang), sedangkan responden laki-laki hanya berjumlah 6,7% (10 orang). Hal ini menunjukkan bahwa pengikut Instagram @Tabu.id mayoritas adalah perempuan, yang mungkin disebabkan oleh konten akun tersebut yang lebih relevan atau

menarik bagi audiens perempuan. Dominasi perempuan dalam sampel penelitian ini dapat memengaruhi hasil analisis, mengingat perspektif dan preferensi perempuan mungkin lebih tercermin dalam tanggapan yang diberikan.

2. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia

Gambaran responden penelitian ini, yang merupakan *followers* Instagram @Tabu.id berdasarkan usia sebagai berikut :

Tabel 3. 7 Usia Responden

Usia	Frekuensi	Presentase
19	2	1,3%
20	20	13,3%%
21	19	12,7%
22	15	10%
23	11	7,3%
24	83	55,3%
Total	150	100%

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, Microsoft Excel 2025

Berdasarkan data yang diperoleh, gambaran responden penelitian ini berdasarkan usia menunjukkan bahwa mayoritas pengikut Instagram @Tabu.id berada pada kelompok usia 24 tahun dengan persentase 55,3% (83 orang). Sementara itu, usia 20 tahun menempati posisi kedua dengan 13,3% (20 orang), diikuti oleh usia 21 tahun dengan 12,7% (19 orang). Kemudian, usia 22 tahun sebesar 10% (15 orang). Usia 23 tahun memiliki persentase lebih rendah, yaitu 7,3% (11 orang), dan kemudian disusul usia 19 sebesar 1,3% (2 orang). Distribusi usia ini mengindikasikan bahwa konten @Tabu.id paling banyak diminati oleh kalangan dewasa muda, khususnya yang berusia 24 tahun. Hal ini dapat

disebabkan oleh relevansi tema konten dengan minat atau kebutuhan kelompok usia tersebut

3. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan

Gambaran responden penelitian ini, yang merupakan *followers* Instagram @Tabu.id berdasarkan pekerjaan sebagai berikut :

Tabel 3. 8 Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
Pekerja Swasta	88	58,7%
PNS	25	16,7%
Karyawan BUMN	20	13,3%
Mahasiswa	17	11,3%
Total	150	100%

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, Microsoft Excel 2025

Berdasarkan data yang diperoleh, gambaran responden penelitian ini berdasarkan pekerjaan menunjukkan bahwa mayoritas pengikut Instagram @Tabu.id merupakan pekerja swasta dengan persentase 58,7% (88 orang). Kelompok terbesar berikutnya adalah PNS dengan 16,7% (25 orang), diikuti oleh karyawan BUMN sebesar 13,3% (20 orang), dan mahasiswa dengan 11,3% (17 orang). Dominasi pekerja swasta dalam sampel penelitian ini menunjukkan bahwa konten @Tabu.id lebih banyak dikonsumsi oleh kalangan profesional di sektor swasta, yang mungkin disebabkan oleh relevansi konten dengan kebutuhan atau minat mereka.

4. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Gambaran responden penelitian ini, yang merupakan *followers* Instagram @Tabu.id berdasarkan pendidikan terakhir sebagai berikut :

Tabel 3. 9 Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan	Frekuensi	Presentase
SMA	81	54%
S1	69	46%
Total	150	100%

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, Microsoft Excel 2025

Berdasarkan data pendidikan terakhir responden, terlihat bahwa pengikut Instagram @Tabu.id didominasi oleh lulusan SMA dengan persentase 54% (81 orang), sementara lulusan S1 menyumbang 46% (69 orang). Hasil ini menunjukkan bahwa konten @Tabu.id lebih banyak diakses oleh audiens dengan latar belakang pendidikan menengah, meskipun jumlah lulusan perguruan tinggi juga cukup signifikan.

5. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Tahun Mengikuti Instagram @Tabu.id

Gambaran responden penelitian ini, yang merupakan *followers* Instagram @Tabu.id berdasarkan Tahun Mengikuti Instagram @Tabu.id sebagai berikut :

Tabel 3. 10 Tahun Mengikuti Instagram @Tabu.id Responden

Tahun Mengikuti	Frekuensi	Presentase
2021	54	36%
2022	57	38%
2023	39	26%
Total	150	100%

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, Microsoft Excel 2025

Berdasarkan data tahun mengikuti Instagram @Tabu.id, terlihat bahwa mayoritas responden menjadi pengikut pada tahun 2022 (38%), disusul tahun 2021 (36%), dan tahun 2023 (26%). Distribusi ini menunjukkan bahwa akun @Tabu.id mengalami pertumbuhan pengikut yang signifikan pada tahun 2022, yang mungkin disebabkan oleh peningkatan kualitas konten, strategi pemasaran yang efektif, atau viralnya beberapa postingan tertentu. Namun, adanya penurunan persentase pengikut baru di tahun 2023 (26%) dapat mengindikasikan perlunya evaluasi ulang strategi konten atau kompetisi yang semakin ketat di platform Instagram. Mayoritas pengikut @Tabu.id telah mengikuti akun ini selama 1-2 tahun (74%), menunjukkan adanya basis audiens yang relatif stabil dan loyal. Hal ini menjadi aset berharga bagi akun untuk mempertahankan engagement, misalnya dengan menyajikan konten eksklusif atau interaktif bagi pengikut lama. Di sisi lain, persentase pengikut baru yang lebih rendah di tahun 2023 perlu menjadi perhatian, baik dalam hal algoritma Instagram, perubahan minat audiens, maupun kebutuhan inovasi konten.

3.3 Analisis Deskriptif

3.3.1 Rekapitulasi dan Kategorisasi Variabel Intensitas (X1)

Tabel 3. 11 Hasil Rekapitulasi Variabel Intensitas

Dimensi	Indikator	Butir Pernyataan	Skor										Skor Total	Rata-rata	
			5		4		3		2		1				
			f	%	f	%	f	%	f	%	f	%			
Perhatian	Ketertarikan	I1. Saya sering merasa tertarik untuk mengunjungi akun Instagram @Tabu.id	48	32.0%	43	28.7%	38	25.3%	11	7.3%	10	6.7%	558	3.72	
		I2. Saya merasa penasaran untuk mengetahui konten terbaru dari akun media sosial yang Anda ikuti	32	21.3%	41	27.3%	59	39.3%	8	5.3%	10	6.7%	527	3.51	
	Simak	I3. Saya menyimak konten yang dibagikan oleh akun Instagram @tabu.id terkait perilaku seksual berisiko	35	23.3%	48	32.0%	52	34.7%	7	4.7%	8	5.3%	545	3.63	
		I4. Saya merasa lebih terikat dengan konten tentang perilaku seksual berisiko yang dibagikan oleh Instagram @Tabu.id dibandingkan dengan konten yang lain	39	26.0%	50	33.3%	45	30.0%	9	6.0%	7	4.7%	555	3.7	
Penghayatan	Pemahaman	I5. Saya memahami konten tentang perilaku seksual berisiko yang saya lihat di Instagram @Tabu.id	35	23.3%	50	33.3%	51	34.0%	9	6.0%	5	3.3%	551	3.67	
		I6. Saya merasa konten di media sosial membantu saya memahami isu-isu terkini	43	28.7%	44	29.3%	49	32.7%	6	4.0%	8	5.3%	558	3.72	
		I7. Saya menikmati jenis konten tertentu (misalnya, video, gambar, artikel) di Instagram @Tabu.id lebih dari jenis lain	38	25.3%	52	34.7%	46	30.7%	6	4.0%	8	5.3%	556	3.71	
	Menikmati	I8. Saya menikmati oleh cara penyampaian informasi di Instagram @Tabu.id tentang perilaku seksual berisiko	41	27.3%	45	30.0%	47	31.3%	10	6.7%	7	4.7%	553	3.69	
		I9. Saya sering menyimpan atau menandai konten yang dianggap penting di media sosial	39	26.0%	46	30.7%	54	36.0%	11	7.3%	0	0.0%	563	3.75	
	Menyimpan Informasi	I10. Saya merasa bahwa konten Instagram @tabu.id yang saya simpan bermanfaat untuk referensi di masa depan	50	33.3%	40	26.7%	44	29.3%	8	5.3%	8	5.3%	566	3.77	
		Durasi	I11. Rata-rata, berapa lama waktu yang dihabiskan untuk mengakses media sosial dalam sehari	21	14.0%	17	11.3%	99	66.0%	13	8.7%	0	0.0%	496	3.31
			I12. Aktivitas saya sehari-hari tetap berjalan seperti biasa meskipun saya meluangkan waktu untuk mengakses Instagram @Tabu.id	47	31.3%	38	25.3%	51	34.0%	6	4.0%	8	5.3%	560	3.73
Frekuensi	Seberapa sering mengakses	I13. Seberapa sering Anda mengakses media sosial dalam sehari?	3	2.0%	29	19.3%	88	58.7%	28	18.7%	2	1.3%	453	3.02	
		I14. Saya sering memeriksa pembaruan instagram @Tabu.id saat memiliki waktu luang	38	25.3%	50	33.3%	49	32.7%	9	6.0%	4	2.7%	559	3.73	
		I15. Saya menggunakan media sosial saat menunggu (misalnya, saat di transportasi umum)	43	28.7%	47	31.3%	44	29.3%	7	4.7%	9	6.0%	558	3.72	
Rata Rata Skor Variabel												3.626			

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, Microsoft Excel 2025

Tabel di atas menunjukkan ringkasan variabel persepsi dan perilaku audiens terhadap akun Instagram @Tabu.id, dengan skor rata-rata keseluruhan sebesar **3,626**. Nilai ini menunjukkan bahwa secara umum audiens cenderung setuju bahwa akun Instagram @Tabu.id berpengaruh terhadap perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi audiens dalam mengakses kontennya, khususnya yang berkaitan dengan isu perilaku seksual berisiko.

Beberapa aspek penting dari data ini dapat diuraikan sebagai berikut. Pada dimensi Perhatian, indikator ketertarikan (I1 dan I2) menunjukkan bahwa audiens cenderung setuju bahwa mereka tertarik dan penasaran untuk mengikuti konten

terbaru dari akun @Tabu.id, dengan skor masing-masing 3,72 dan 3,51. Hal ini diperkuat oleh indikator “Simak” (I3 dan I4) yang memiliki skor cukup tinggi (3,63 dan 3,70), mencerminkan bahwa audiens tidak hanya tertarik secara pasif, tetapi juga aktif menyimak konten edukatif yang disajikan.

Dimensi Penghayatan menunjukkan pengaruh yang signifikan dalam membentuk pemahaman dan keterlibatan emosional terhadap konten. Indikator pemahaman (I5 dan I6) mendapatkan skor tinggi (3,67 dan 3,72), menandakan bahwa audiens setuju bahwa konten dari @Tabu.id dianggap membantu audiens memahami isu-isu terkini seputar perilaku seksual berisiko. Demikian pula, indikator menikmati (I7 dan I8) memiliki skor rata-rata 3,71 dan 3,69, menunjukkan bahwa cara penyampaian informasi oleh akun tersebut disukai dan dirasakan menyenangkan oleh audiens. Bahkan, dua skor tertinggi pada tabel terdapat pada indikator menyimpan informasi (I9 dan I10) yang mencapai 3,75 dan 3,77. Ini menandakan bahwa audiens sangat setuju bahwa konten dari @Tabu.id penting dan bermanfaat sebagai referensi di masa depan.

Pada dimensi Durasi, rata-rata waktu yang dihabiskan untuk mengakses media sosial sehari-hari (I11) memiliki skor 3,31, sedangkan aktivitas harian tetap berjalan lancar meski audiens mengakses akun @Tabu.id (I12) memperoleh skor 3,73. Ini menunjukkan bahwa audiens cenderung menggunakan waktu secara seimbang dalam mengakses media sosial untuk tujuan edukatif.

Sementara itu, dimensi Frekuensi menampilkan dinamika menarik. Meskipun indikator seberapa sering mengakses media sosial (I13) mencatat skor terendah (3,02), indikator lainnya seperti sering memeriksa pembaruan (I14) dan

menggunakan media sosial saat waktu luang atau menunggu (I15) menunjukkan skor tinggi (masing-masing 3,73 dan 3,72). Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun frekuensi akses secara keseluruhan mungkin sedang, @Tabu.id menjadi salah satu akun yang secara khusus dicari dan diperiksa saat pengguna berada di waktu senggang.

Selanjutnya, hasil dari kategorisasi variabel Intensitas yang memiliki 15 butir pernyataan dengan skala likert. Jawaban tersebut kemudian diklasifikasikan menjadi 5 (lima) kategori yaitu, sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Untuk menentukan interval dan jarak interval setiap kategori digunakan perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Maksimal: } 5 \times 15 = 75$$

$$\text{Minimal: } 1 \times 15 = 15$$

$$\text{Interval: } 75 - 15 = 60$$

$$\text{Jarak Interval: } 60 : 5 = 12$$

Maka, interval skor tiap kategorinya sebagai berikut;

$$\text{Sangat Setuju: } 63 - 75$$

$$\text{Setuju: } 51 - 63$$

$$\text{Netral: } 39 - 51$$

$$\text{Tidak Setuju: } 27 - 39$$

$$\text{Sangat Tidak Setuju: } 15 - 27$$

Setelah mengetahui interval skor tiap kategori, data penelitian intensitas (X1) dikategorikan sebagai berikut;

Tabel 3. 12 Hasil Kategorisasi Variabel Intensitas

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	0	0%
Setuju	129	86%
Netral	8	5,3%
Tidak Setuju	2	1,3%
Sangat Tidak Setuju	11	7,3%

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, Microsoft Excel 2025

Berdasarkan hasil kategorisasi terhadap variabel intensitas audiens terhadap Akun Instagram @Tabu.id, sebagian besar audiens berada pada kategori setuju, yaitu sebanyak 129 orang atau 86% dari total responden. Sebanyak 8 orang atau 5,3% berada pada kategori netral, dan 2 orang atau 1,3% termasuk dalam kategori tidak setuju. Sementara itu, terdapat 11 orang atau 7,3% audiens yang berada dalam kategori sangat tidak setuju, dan tidak ada audiens yang termasuk dalam kategori sangat setuju (0%).

Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar audiens menunjukkan tingkat intensitas yang cukup tinggi dalam merespons akun @Tabu.id, dengan dominasi pada kategori setuju. Namun demikian, masih terdapat proporsi yang cukup besar, yaitu 7,3%, yang berada pada kategori sangat tidak setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa mereka belum menunjukkan ketertarikan, keterlibatan, atau konsistensi interaksi yang diharapkan terhadap akun tersebut.

Tidak adanya responden dalam kategori sangat setuju mengindikasikan bahwa akun ini belum berhasil membangun hubungan yang sangat kuat atau mendalam dengan audiensnya. Oleh karena itu, meskipun mayoritas telah berada pada tingkat kategori setuju, strategi penguatan relasi dan keterlibatan audiens

masih perlu ditingkatkan agar lebih banyak audiens dapat bergerak ke tingkat kategori yang lebih tinggi.

3.3.2 Rekapitulasi dan Kategorisasi Variabel Tingkat Konformitas (X2)

Tabel 3. 13 Hasil Rekapitulasi Variabel Tingkat Konformitas

Dimensi	Indikator	Butir Pernyataan	Skor										Skor Total	Rata-rata
			5		4		3		2		1			
			f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
Kekompakan	Keterlibatan emosi	TK1. Saya mampu terhubung secara emosional dengan konten yang dibagikan oleh akun Instagram @Tabu.id											567	3.78
			48	32.0%	33	22.0%	58	38.7%	10	6.7%	1	0.7%		
	Dukungan	TK2. Konten dari @Tabu.id mempengaruhi perasaan tentang perilaku seksual berisiko											564	3.76
			41	27.3%	50	33.3%	48	32.0%	4	2.7%	7	4.7%		
	Dukungan	TK3. Saya sering mendiskusikan konten dari akun @Tabu.id dengan teman atau orang terdekat											560	3.73
			41	27.3%	44	29.3%	54	36.0%	6	4.0%	5	3.3%		
	Pengkakuan	TK4. Konten dari @Tabu.id memberikan dukungan bagi saya dalam memahami isu-isu terkait perilaku seksual berisiko											581	3.87
			53	35.3%	46	30.7%	39	26.0%	3	2.0%	9	6.0%		
	Pengkakuan	TK5. Pengakuan dari teman-teman saya bukanlah hal yang utama ketika membagikan konten terkait perilaku seksual berisiko dari akun @Tabu.id											573	3.82
			47	31.3%	45	30.0%	46	30.7%	8	5.3%	4	2.7%		
Kesepakatan	Frekuensi Interaksi	TK6. Saya merasa bangga ketika membagikan informasi dari akun @Tabu.id kepada orang lain											562	3.75
			44	29.3%	40	26.7%	55	36.7%	6	4.0%	5	3.3%		
	Frekuensi Interaksi	TK7. Saya kerap memberikan komentar atau reaksi terhadap konten yang diposting oleh Instagram @Tabu.id											567	3.78
			42	28.0%	46	30.7%	55	36.7%	1	0.7%	6	4.0%		
		TK8. Saya sering berpartisipasi dalam kuis atau polling yang diadakan oleh akun Instagram @Tabu.id											557	3.71
Kesepakatan	Kesamaan pendapat	TK9. Saya sering mengikuti diskusi atau percakapan di kolom komentar pada postingan Instagram@Tabu.id											259	1.73
			8	5.3%	3	2.0%	0	0.0%	68	45.3%	71	47.3%		
	Kesamaan pendapat	TK10. Pendapat saya sepenuhnya sejalan dengan konten yang dibagikan oleh akun Instagram @Tabu.id											584	3.89
			53	35.3%	44	29.3%	42	28.0%	6	4.0%	5	3.3%		
Kesepakatan	Kesamaan pendapat	TK11. Saya setuju dengan pandangan atau informasi yang disampaikan oleh @Tabu.id mengenai perilaku seksual berisiko											572	3.81
			45	30.0%	48	32.0%	46	30.7%	6	4.0%	5	3.3%		
	Kepercayaan	TK12. Saya percaya terhadap informasi yang disajikan oleh akun @Tabu.id											564	3.76
			42	28.0%	48	32.0%	49	32.7%	4	2.7%	7	4.7%		
Kesepakatan	Kepercayaan	TK13. Membagikan informasi dari @Tabu.id kepada orang lain karena saya percaya akan kebenarannya											576	3.84
			48	32.0%	45	30.0%	46	30.7%	7	4.7%	4	2.7%		

Ketaatan	Kepatuhan terhadap aturan	TK14. Saya mengikuti aturan atau pedoman yang disarankan oleh akun Instagram @Tabu.id terkait perilaku seksual berisiko	49	32.7%	46	30.7%	44	29.3%	4	2.7%	7	4.7%	576	3.84
		TK15. Mengikuti aturan dari @Tabu.id penting untuk meningkatkan kesadaran tentang perilaku seksual berisiko	38	25.3%	43	28.7%	58	38.7%	5	3.3%	6	4.0%	552	3.68
	Respon tekanan	TK16. Teman-teman mendukung keputusan saya untuk mengikuti rekomendasi dari @Tabu.id	46	30.7%	47	31.3%	46	30.7%	2	1.3%	9	6.0%	569	3.79
		TK17. Mengikuti informasi dari @Tabu.id karena merasa adanya dorongan dari orang-orang di sekitar saya untuk melakukannya	33	22.0%	54	36.0%	52	34.7%	4	2.7%	7	4.7%	552	3.68
	Konsistensi tindakan	TK18. Saya konsisten dalam menerapkan prinsip atau saran yang diberikan oleh @Tabu.id dalam kehidupan sehari-hari	51	34.0%	44	29.3%	44	29.3%	7	4.7%	4	2.7%	581	3.87
		TK19. Perilaku saya cenderung sejalan dengan nilai-nilai yang disampaikan oleh @Tabu.id terkait perilaku seksual berisiko	41	27.3%	54	36.0%	44	29.3%	7	4.7%	4	2.7%	571	3.81
		TK20. Mengevaluasi kembali tindakan saya untuk memastikan bahwa sesuai dengan informasi yang disediakan oleh @Tabu.id	51	34.0%	50	33.3%	38	25.3%	5	3.3%	6	4.0%	585	3.9
	Rata Rata Skor Variabel												3.656	

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, Microsoft Excel 2025

Tabel di atas menggambarkan hasil rekapitulasi persepsi dan perilaku audiens terhadap akun Instagram @Tabu.id berdasarkan dimensi kekompakan, kesepakatan, dan ketaatan, dengan skor rata-rata keseluruhan sebesar **3,656**. Angka ini menunjukkan bahwa akun @Tabu.id memiliki pengaruh yang relatif positif dalam membentuk keterlibatan emosional, keselarasan pandangan, serta konsistensi perilaku audiens terhadap isu perilaku seksual berisiko.

Pada dimensi kekompakan, indikator keterlibatan emosi seperti kemampuan audiens terhubung secara emosional dengan konten @Tabu.id (TK1) dan pengaruh emosional konten terhadap pandangan mereka tentang perilaku seksual berisiko (TK2), menunjukkan skor cukup tinggi, yaitu 3,78 dan 3,76. Ini menandakan bahwa konten yang disajikan berhasil menciptakan resonansi emosional dengan pengikutnya. Dukungan sosial juga tergambar kuat, dengan skor 3,87 pada pernyataan bahwa konten memberikan dukungan dalam memahami isu seksual berisiko (TK4), dan 3,73 pada frekuensi diskusi dengan orang terdekat (TK3), yang memperlihatkan bahwa akun ini mendorong

percakapan penting dalam lingkup personal. Indikator pengakuan (TK5 dan TK6) juga memperlihatkan bahwa meskipun audiens tidak terlalu membutuhkan validasi sosial untuk membagikan konten, mereka tetap merasa bangga saat menyebarkan informasi dari akun tersebut (skor 3,82 dan 3,75). Namun demikian, pada aspek frekuensi interaksi, meskipun keterlibatan seperti komentar, reaksi, dan partisipasi kuis (TK7 dan TK8) mendapat skor mendekati 3,78, skor pada indikator partisipasi dalam diskusi (TK9) justru sangat rendah, yakni 1,73, yang menunjukkan rendahnya interaksi dalam kolom komentar. Hal ini menunjukkan bahwa audiens cenderung tidak setuju atau tidak merasa terlibat dalam diskusi di kolom komentar, sebuah area yang dapat menjadi perhatian untuk peningkatan keterlibatan komunitas.

Dimensi kesepakatan menunjukkan bahwa mayoritas audiens merasa selaras dengan nilai-nilai yang dikemukakan oleh akun @Tabu.id. Kesamaan pendapat dengan konten akun (TK10 dan TK11) mendapat skor tinggi, masing-masing 3,89 dan 3,81, sedangkan tingkat kepercayaan terhadap informasi yang disampaikan (TK12 dan TK13) juga relatif tinggi, yaitu 3,76 dan 3,84. Hal ini memperlihatkan bahwa akun @Tabu.id dianggap kredibel dan sejalan dengan pandangan mayoritas pengikutnya, sehingga mampu menjadi rujukan informasi yang dapat dipercaya terkait isu sensitif.

Sementara itu, pada dimensi ketaatan, audiens menunjukkan tingkat kepatuhan yang baik terhadap saran dan panduan yang diberikan. Indikator kepatuhan terhadap aturan (TK14 dan TK15) mendapat skor 3,84 dan 3,68, menunjukkan bahwa audiens setuju dengan pentingnya mengikuti arahan yang

diberikan oleh akun ini. Dukungan sosial juga tampak signifikan, seperti terlihat dari skor 3,79 pada pernyataan bahwa teman mendukung keputusan untuk mengikuti saran dari @Tabu.id (TK16), serta dorongan dari lingkungan sekitar (TK17) dengan skor 3,68. Lebih jauh lagi, konsistensi tindakan audiens pun mencerminkan internalisasi nilai. Tiga indikator terakhir (TK18, TK19, TK20) mencatat skor tinggi, masing-masing 3,87, 3,81 dan 3,9. Hal ini menunjukkan audiens sangat setuju bahwa mereka tidak hanya pasif menerima informasi, tetapi juga aktif mengimplementasikan dan mengevaluasi perilaku mereka berdasarkan konten yang diperoleh dari akun ini.

Selanjutnya, hasil dari kategorisasi variabel tingkat konformitas yang memiliki 20 butir pernyataan dengan skala likert. Jawaban tersebut kemudian diklasifikasikan menjadi 5 (lima) kategori yaitu, sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Untuk menentukan interval dan jarak interval setiap kategori digunakan perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Maksimal: } 5 \times 20 = 100$$

$$\text{Minimal: } 1 \times 20 = 20$$

$$\text{Interval: } 100 - 20 = 80$$

$$\text{Jarak Interval: } 80 : 5 = 16$$

Maka, interval skor tiap kategorinya sebagai berikut;

$$\text{Sangat Setuju: } 84 - 100$$

$$\text{Setuju: } 68 - 84$$

$$\text{Netral: } 52 - 68$$

$$\text{Tidak Setuju: } 36 - 52$$

Sangat Tidak Setuju: 20 – 36

Setelah mengetahui interval skor tiap kategori, data penelitian tingkat konformitas (X2) dikategorikan sebagai berikut;

Tabel 3. 14 Hasil Kategorisasi Variabel Tingkat Konformitas

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	7	4,7%
Setuju	130	86,7%
Netral	2	1,3%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	11	7,3%

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, Microsoft Excel 2025

Berdasarkan hasil kategorisasi variabel Tingkat Konformitas, sebanyak 7 responden atau 4,7% berada dalam kategori sangat setuju, dan 130 responden atau 86,7% berada dalam kategori setuju. Tidak ada responden yang berada dalam kategori tidak setuju. Sementara itu, sebanyak 2 responden atau 1,3% termasuk dalam kategori netral, dan 11 responden atau 7,3% berada dalam kategori sangat tidak setuju.

Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menunjukkan tingkat konformitas yang positif, dengan persentase tertinggi berada pada kategori setuju. Ini mengindikasikan bahwa mayoritas audiens cenderung mengikuti nilai sosial, norma, dan saran yang disampaikan melalui akun @Tabu.id. Mereka terlibat dalam proses internalisasi informasi dan menunjukkan perilaku yang sejalan dengan konten edukatif terkait isu seksual berisiko.

Namun, temuan ini juga mengungkap adanya kelompok signifikan yang masuk dalam kategori sangat tidak setuju sebesar 7,3%, yang menunjukkan tingkat konformitas rendah terhadap pesan atau ajakan dari akun @Tabu.id.

Kelompok ini mungkin menunjukkan resistensi terhadap perubahan sikap atau perilaku yang ditawarkan dalam konten edukasi, baik karena faktor pribadi, budaya, atau persepsi terhadap kredibilitas informasi.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa meskipun mayoritas responden menyatakan setuju terhadap pernyataan yang menunjukkan tingkat konformitas yang baik terhadap akun edukatif seperti @Tabu.id, masih terdapat tantangan dalam menjangkau dan meyakinkan kelompok yang tidak menunjukkan penerimaan atau kepatuhan terhadap informasi yang disampaikan. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang lebih adaptif dan pendekatan yang lebih partisipatif perlu dikembangkan untuk menjangkau audiens yang belum tersentuh secara efektif oleh kampanye yang dilakukan.

3.3.3 Rekapitulasi dan Kategorisasi Variabel Kualitas Informasi (X3)

Tabel 3. 15 Hasil Rekapitulasi Variabel Kualitas Informasi

Dimensi	Indikator	Butir Pernyataan	Skor										Skor Total	Rata-rata
			5		4		3		2		1			
			f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
Dapat Dipercaya	Logika	K11. Argumen atau informasi yang disampaikan oleh akun Instagram @Tabu.id terkait perilaku seksual berisiko sangat logis	44	29.3%	54	36.0%	41	27.3%	5	3.3%	6	4.0%	575	3.833
		K12. Tindakan saya sejalan dengan nilai-nilai yang diusung oleh @Tabu.id terkait perilaku seksual berisiko	42	28.0%	47	31.3%	50	33.3%	5	3.3%	6	4.0%	564	3.76
		K13. Saya menemukan informasi yang saling mendukung di antara konten yang dibagikan oleh @Tabu.id	56	37.3%	33	22.0%	50	33.3%	6	4.0%	5	3.3%	579	3.86
	Relevansi	K14. Informasi yang dibagikan oleh @Tabu.id sesuai dengan kebutuhan informasi saya mengenai perilaku seksual berisiko	43	28.7%	39	26.0%	57	38.0%	5	3.3%	6	4.0%	558	3.72
		K15. Konten Instagram @Tabu.id membantu saya dalam membuat keputusan yang lebih baik terkait perilaku seksual	43	28.7%	40	26.7%	56	37.3%	6	4.0%	5	3.3%	560	3.733

Faktual	Bukti	KI6. Saya menemukan bukti atau referensi yang mendukung informasi yang disampaikan oleh akun Instagram @Tabu.id	40	26.7%	37	24.7%	62	41.3%	5	3.3%	6	4.0%	550	3.667
		KI7. Informasi yang diberikan oleh @Tabu.id didukung oleh sumber yang kredibel	41	27.3%	45	30.0%	53	35.3%	3	2.0%	8	5.3%	558	3.72
	Akurat	KI8. @Tabu.id selalu menyampaikan informasi yang akurat dan sesuai dengan data yang tersedia tentang perilaku seksual berisiko	55	36.7%	42	28.0%	42	28.0%	6	4.0%	5	3.3%	586	3.907
		KI9. Informasi yang dibagikan oleh @Tabu.id selalu tepat dan terpercaya	50	33.3%	46	30.7%	43	28.7%	7	4.7%	4	2.7%	581	3.873
	Objektif	KI10. Saya sangat objektif menilai informasi yang disampaikan oleh @Tabu.id	52	34.7%	37	24.7%	50	33.3%	3	2.0%	8	5.3%	572	3.813
		KI11. Konten @Tabu.id memberikan ruang untuk berbagai pandangan, termasuk perspektif yang berbeda terkait perilaku seksual berisiko	45	30.0%	39	26.0%	55	36.7%	7	4.7%	4	2.7%	564	3.76
	Terbuka	KI12. Cara @Tabu.id menyajikan informasi dan menerima umpan balik dari pengikut sangat terbuka dan responsif	40	26.7%	42	28.0%	57	38.0%	6	4.0%	5	3.3%	556	3.707
		KI13. @Tabu.id memberikan ruang diskusi dan pertanyaan terkait informasi yang dibagikan	39	26.0%	54	36.0%	46	30.7%	8	5.3%	3	2.0%	568	3.787
		KI14. @Tabu.id memperbarui informasi mereka berdasarkan umpan balik atau perkembangan terbaru	57	38.0%	50	33.3%	32	21.3%	6	4.0%	5	3.3%	598	3.987
	Keandalan sumber	KI15. Sumber informasi yang digunakan oleh akun Instagram @Tabu.id dapat dipercaya	44	29.3%	43	28.7%	52	34.7%	4	2.7%	7	4.7%	563	3.753
		KI16. @Tabu.id menggunakan sumber yang sah dan terpercaya dalam menyampaikan informasi tentang perilaku seksual berisiko	54	36.0%	39	26.0%	46	30.7%	4	2.7%	7	4.7%	579	3.86
	Integritas	KI17. @Tabu.id menyajikan informasi secara objektif dan bebas dari bias	52	34.7%	44	29.3%	43	28.7%	5	3.3%	6	4.0%	581	3.873
		KI18. @Tabu.id bertanggung jawab atas informasi yang mereka bagikan kepada pengikut	44	29.3%	50	33.3%	45	30.0%	9	6.0%	2	1.3%	575	3.833
	Pengalaman	KI19. @Tabu.id membagikan informasi berdasarkan pengalaman atau penelitian yang relevan	48	32.0%	48	32.0%	43	28.7%	3	2.0%	8	5.3%	575	3.833
		KI20. Saya merasa pengalaman pengelola @Tabu.id memadai untuk menyampaikan informasi yang berkualitas	41	27.3%	48	32.0%	50	33.3%	7	4.7%	4	2.7%	565	3.767
		KI21. Pengalaman sumber informasi sangat penting dalam menentukan kredibilitas informasi yang disampaikan @Tabu.id	59	39.3%	48	32.0%	32	21.3%	5	3.3%	6	4.0%	599	3.993

Terpercaya	Kejujuran	KI22. Informasi yang disampaikan oleh akun Instagram @Tabu.id terkait perilaku seksual berisiko adalah informasi yang jujur	40	26.7%	44	29.3%	55	36.7%	4	2.7%	7	4.7%	556	3.707	
		KI23. @Tabu.id memberikan informasi secara utuh dan transparan, memastikan fakta penting tetap disampaikan	49	32.7%	49	32.7%	41	27.3%	7	4.7%	4	2.7%	582	3.88	
	Diandalkan	KI24. Saya percaya bahwa informasi dari @Tabu.id dapat dijadikan acuan tanpa harus terus mencari referensi tambahan	56	37.3%	36	24.0%	47	31.3%	6	4.0%	5	3.3%	582	3.88	
		KI25. Informasi dari @Tabu.id dapat diandalkan dalam pengambilan keputusan yang tepat	34	22.7%	55	36.7%	50	33.3%	5	3.3%	6	4.0%	556	3.707	
	Konsistensi	KI26. Informasi yang disampaikan oleh @Tabu.id konsisten dan selaras antara satu postingan dengan postingan lainnya	40	26.7%	40	26.7%	59	39.3%	5	3.3%	6	4.0%	553	3.687	
		KI27. @Tabu.id selalu menyajikan informasi yang sesuai dengan nilai dan prinsip yang mereka percaya	39	26.0%	50	33.3%	50	33.3%	6	4.0%	5	3.3%	562	3.747	
		KI28. @Tabu.id memperbarui informasi mereka ketika ada perkembangan baru yang relevan	42	28.0%	56	37.3%	41	27.3%	3	2.0%	8	5.3%	571	3.807	
	Komprehensif	Kelengkapan	KI29. Akun Instagram @Tabu.id memberikan informasi lengkap tentang perilaku seksual yang berisiko	47	31.3%	39	26.0%	53	35.3%	4	2.7%	7	4.7%	565	3.767
			KI30. @Tabu.id mencakup semua aspek penting yang perlu diketahui tentang perilaku seksual berisiko	35	23.3%	46	30.7%	58	38.7%	3	2.0%	8	5.3%	547	3.647
Kedalaman		KI31. Informasi yang diberikan oleh @Tabu.id membahas topik terkait perilaku seksual berisiko	46	30.7%	44	29.3%	49	32.7%	5	3.3%	6	4.0%	569	3.793	
		KI32. Konten yang disajikan oleh @Tabu.id membahas isu-isu secara mendalam dan mencakup berbagai aspek terkait perilaku seksual berisiko	48	32.0%	50	33.3%	41	27.3%	6	4.0%	5	3.3%	580	3.867	
Jangkauan		KI33. Informasi yang disampaikan oleh @Tabu.id tentang perilaku seksual berisiko memiliki jangkauan yang cukup luas	60	40.0%	33	22.0%	46	30.7%	5	3.3%	6	4.0%	586	3.907	
		KI34. @Tabu.id membahas berbagai sudut pandang atau aspek terkait perilaku seksual berisiko	45	30.0%	38	25.3%	56	37.3%	5	3.3%	6	4.0%	561	3.74	
Keterkaitan		KI35. Informasi yang disampaikan oleh @Tabu.id memiliki keterkaitan yang erat antara satu topik dengan lainnya	47	31.3%	56	37.3%	36	24.0%	9	6.0%	2	1.3%	587	3.913	
		KI36. Konten dari @Tabu.id membantu dalam menjelaskan secara menyeluruh keterkaitan antar isu terkait perilaku seksual berisiko	48	32.0%	49	32.7%	42	28.0%	5	3.3%	6	4.0%	578	3.853	
		KI37. Postingan dari @Tabu.id sering saling terhubung dan merujuk satu sama lain	51	34.0%	41	27.3%	47	31.3%	8	5.3%	3	2.0%	579	3.86	
Rata Rata Skor Variabel													3.804		

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, Microsoft Excel 2025

Tabel di atas memperlihatkan rekapitulasi persepsi audiens terhadap akun Instagram @Tabu.id berdasarkan dimensi kredibilitas, dengan skor rata-rata keseluruhan sebesar **3,804**. Nilai ini menunjukkan bahwa mayoritas audiens cenderung setuju bahwa akun @Tabu.id dipandang cukup kredibel oleh para pengikutnya dalam menyampaikan informasi terkait perilaku seksual berisiko. Kredibilitas yang tinggi ini terlihat dari bagaimana audiens menilai dimensi logika, relevansi, faktualitas, objektivitas, keterbukaan, dan keandalan informasi yang disampaikan.

Pada aspek logika dan relevansi, konten @Tabu.id dinilai menyampaikan informasi yang logis (3,83), saling mendukung antar postingan (3,86), serta relevan dengan kebutuhan informasi audiens (3,72). Selain itu, konten juga dianggap membantu dalam pengambilan keputusan (3,73), mencerminkan peran penting akun ini sebagai sumber informasi edukatif yang selaras dengan nilai audiens (3,79). Artinya, audiens merasa konten yang diberikan masuk akal dan sesuai dengan konteks sosial mereka.

Dari sisi faktualitas, terlihat bahwa sebagian besar audiens menyatakan setuju pada bukti yang mendasari informasi yang disajikan, dengan skor 3,67 pada dukungan bukti dan 3,72 pada penggunaan sumber kredibel. Penilaian terhadap akurasi informasi juga relatif tinggi, yakni 3,91 dan 3,87, memperkuat persepsi bahwa @Tabu.id berupaya menyampaikan informasi yang tepat dan dapat dipertanggungjawabkan. Ini dilengkapi dengan penilaian objektivitas (3,81 dan 3,76) yang menunjukkan bahwa konten tidak bersifat bias dan memberi ruang

pada berbagai sudut pandang.

Aspek keterbukaan juga menjadi kekuatan akun ini, terlihat dari skor 3,71 hingga 3,99, yang menandakan bahwa audiens mengapresiasi cara @Tabu.id menyajikan informasi secara responsif, memperbarui konten berdasarkan masukan, dan menciptakan ruang dialog terbuka dengan pengikutnya. Hal ini mendukung citra akun sebagai media yang inklusif dan adaptif terhadap kebutuhan informasi audiens yang terus berkembang.

Pada dimensi keandalan dan integritas sumber, indikator menunjukkan skor cukup tinggi. Kepercayaan terhadap sumber yang digunakan (@Tabu.id dinilai sah dan terpercaya) memperoleh nilai 3,75 dan 3,86, sementara integritas dalam menyampaikan informasi mencapai 3,87 dan 3,83. Hal ini menunjukkan bahwa audiens menilai akun ini tidak hanya mengandalkan data, tapi juga menyampaikan informasi dengan tanggung jawab yang tinggi.

Dimensi pengalaman dan kejujuran juga berkontribusi terhadap kredibilitas @Tabu.id, dengan skor di kisaran 3,77–3,99. Audiens percaya bahwa pengalaman pengelola serta referensi penelitian yang digunakan cukup memadai (3,77–3,99), serta informasi yang disampaikan dianggap jujur dan transparan (3,71 dan 3,88). Nilai-nilai ini memperkuat persepsi bahwa akun ini dapat diandalkan (3,88 dan 3,71) serta konsisten dalam menyajikan informasi (3,69–3,81).

Terakhir, pada dimensi komprehensif, akun ini dinilai memberikan informasi yang lengkap (3,77 dan 3,65), membahas isu secara mendalam (3,79 dan 3,87), dan menjangkau beragam perspektif (3,91 dan 3,74). Keterkaitan antar topik juga dinilai kuat (3,85–3,91), mencerminkan narasi konten yang terstruktur

dan saling terhubung satu sama lain.

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa akun Instagram @Tabu.id dipandang sebagai sumber informasi yang kredibel, informatif, dan dapat dipercaya oleh audiensnya. Namun, meskipun skor mayoritas berada dalam kategori tinggi, masih terdapat beberapa indikator dengan skor mendekati 3,65 seperti pada aspek kelengkapan (KI30) dan keandalan informasi tanpa perlu referensi tambahan (KI6) yang dapat menjadi perhatian untuk penguatan konten ke depan.

Selanjutnya, hasil dari kategorisasi variabel Kualitas Informasi yang memiliki 37 butir pernyataan dengan skala likert. Jawaban tersebut kemudian diklasifikasikan menjadi 5 (lima) kategori yaitu, sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Untuk menentukan interval dan jarak interval setiap kategori digunakan perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Maksimal: } 5 \times 37 = 185$$

$$\text{Minimal: } 1 \times 37 = 37$$

$$\text{Interval: } 185 - 37 = 148$$

$$\text{Jarak Interval: } 148 : 5 = 29,6$$

Maka, interval skor tiap kategorinya sebagai berikut;

$$\text{Sangat Setuju: } 155,4 - 185$$

$$\text{Setuju: } 125,8 - 155,4$$

$$\text{Netral: } 96,2 - 125,8$$

$$\text{Tidak Setuju: } 66,6 - 96,2$$

$$\text{Sangat Tidak Setuju: } 37 - 66,6$$

Setelah mengetahui interval skor tiap kategori, data penelitian Kualitas Informasi (X3) dikategorikan sebagai berikut:

Tabel 3. 16 Hasil Kategorisasi Variabel Kualitas Informasi

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	6	4%
Setuju	133	88,7%
Netral	0	0%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	11	7,3%

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, Microsoft Excel 2025

Berdasarkan hasil kategorisasi variabel Kualitas Informasi, sebanyak 6 responden atau 4% menilai bahwa kualitas informasi yang disampaikan oleh akun @Tabu.id sangat setuju, sedangkan 133 responden atau 88,7% menilai bahwa informasi yang disajikan berada pada kategori setuju. Tidak ada responden yang menilai kualitas informasi dalam kategori netral maupun tidak setuju. Namun, terdapat 11 responden atau 7,3% yang menilai bahwa kualitas informasi akun @Tabu.id sangat tidak setuju.

Hasil ini menunjukkan adanya pola persepsi yang kontras di antara audiens terhadap kualitas informasi dari akun @Tabu.id. Mayoritas responden (88,7%) memberikan penilaian positif dalam kategori “setuju”, yang mengindikasikan bahwa akun ini dinilai mampu menyajikan informasi yang cukup akurat, relevan, dan mudah dipahami. Ini mencerminkan bahwa sebagian besar audiens mengapresiasi kualitas konten yang disampaikan.

Namun, tingginya persentase responden (7,3%) yang menilai informasi sebagai “sangat tidak setuju” menandakan adanya kesenjangan persepsi yang signifikan di antara audiens. Kelompok ini mungkin merasa bahwa informasi yang

disampaikan kurang kredibel, tidak relevan, atau tidak sesuai dengan harapan mereka, baik dari segi isi, gaya komunikasi, maupun sensitivitas terhadap isu yang diangkat.

Ketiadaan responden yang menilai dalam kategori “netral” atau “tidak setuju” juga menarik, karena menunjukkan bahwa persepsi audiens cenderung terbagi secara tajam antara penilaian positif dan sangat negatif. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa akun @Tabu.id sedang menjangkau segmen audiens yang sangat terpolarisasi antara yang merasa terwakili dan teredukasi dengan baik, dan yang merasa tidak nyaman atau bahkan terganggu dengan cara penyajian informasi.

Dengan demikian, meskipun mayoritas audiens memberikan penilaian positif terhadap kualitas informasi akun @Tabu.id, adanya proporsi signifikan yang memberikan penilaian sangat negatif perlu menjadi perhatian serius. Evaluasi terhadap konten, gaya penyampaian, dan relevansi topik terhadap kebutuhan serta sensitivitas audiens menjadi langkah penting dalam meningkatkan kualitas informasi sekaligus memperluas jangkauan dan penerimaan pesan komunikasi yang disampaikan.

3.3.4 Rekapitulasi dan Kategorisasi Variabel Sikap (Y)

Tabel 3. 17 Hasil Rekapitulasi Variabel Sikap

Dimensi	Indikator	Butir Pernyataan	Skor										Skor Total	Rata rata	
			5		4		3		2		1				
			f	%	f	%	f	%	f	%	f	%			
Kognitif	Pengetahuan	S1. Seberapa banyak pengetahuan yang Anda miliki tentang perilaku seksual berisiko sebelum mengikuti akun Instagram @Tabu.id?	49	32.7%	50	33.3%	40	26.7%	8	5.3%	3	2.0%	584	3.89	
		S2. Informasi yang disampaikan oleh @Tabu.id telah meningkatkan pengetahuan saya tentang perilaku seksual berisiko	49	32.7%	47	31.3%	43	28.7%	6	4.0%	5	3.3%	579	3.86	
		S3. Informasi yang disampaikan oleh @Tabu.id mendorong untuk mencari penjelasan lebih lanjut tentang perilaku seksual berisiko	47	31.3%	47	31.3%	45	30.0%	8	5.3%	3	2.0%	577	3.85	
	Pemahaman	S4. Informasi yang disampaikan oleh @Tabu.id tentang perilaku seksual berisiko dapat dipahami dengan jelas	46	30.7%	45	30.0%	48	32.0%	7	4.7%	4	2.7%	572	3.81	
		S5. Informasi terkait perilaku seksual berisiko dari @Tabu.id mudah untuk dijelaskan kembali kepada orang lain	38	25.3%	55	36.7%	46	30.7%	5	3.3%	6	4.0%	564	3.76	
		S6. Pemahaman tentang perilaku seksual berisiko menjadi lebih baik setelah mengikuti konten dari @Tabu.id	38	25.3%	48	32.0%	53	35.3%	4	2.7%	7	4.7%	556	3.71	
	Afektif	Penilaian	S7. Saya memiliki penilaian positif terhadap informasi yang disampaikan oleh akun Instagram @Tabu.id mengenai perilaku seksual berisiko	49	32.7%	45	30.0%	45	30.0%	7	4.7%	4	2.7%	578	3.85
			S8. Konten dari @Tabu.id memberikan dampak positif dalam membentuk pandangan terhadap perilaku seksual berisiko	53	35.3%	39	26.0%	47	31.3%	4	2.7%	7	4.7%	577	3.85
		Keyakinan	S9. Saya yakin bahwa informasi yang disampaikan oleh @Tabu.id adalah benar dan dapat dipercaya	37	24.7%	54	36.0%	48	32.0%	5	3.3%	6	4.0%	561	3.74
			S10. Saya percaya bahwa konten dari @Tabu.id dapat membantu saya membuat keputusan yang lebih baik terkait perilaku seksual	56	37.3%	47	31.3%	36	24.0%	6	4.0%	5	3.3%	593	3.95
		S11. Keyakinan terhadap isu-isu perilaku seksual berisiko telah meningkat sejak mengikuti konten dari @Tabu.id	51	34.0%	38	25.3%	50	33.3%	6	4.0%	5	3.3%	574	3.83	
Konatif	Keinginan	S12. Informasi yang diperoleh dari akun Instagram @Tabu.id akan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari terkait perilaku seksual	38	25.3%	50	33.3%	51	34.0%	2	1.3%	9	6.0%	556	3.71	
		S13. Setelah mengikuti @Tabu.id, muncul keinginan untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai perilaku seksual berisiko	54	36.0%	47	31.3%	38	25.3%	7	4.7%	4	2.7%	590	3.93	
		S14. Konten dari @Tabu.id akan dibagikan kepada orang lain agar mereka juga mendapatkan informasi yang bermanfaat	38	25.3%	45	30.0%	56	37.3%	5	3.3%	6	4.0%	554	3.69	
	Kecenderungan	S15. Mengikuti akun @Tabu.id mempengaruhi kecenderungan saya untuk berperilaku lebih bertanggung jawab terkait perilaku seksual	56	37.3%	45	30.0%	38	25.3%	6	4.0%	5	3.3%	591	3.94	
		S16. Konten dari @Tabu.id menjadi topik diskusi dengan teman atau orang terdekat	37	24.7%	54	36.0%	49	32.7%	5	3.3%	5	3.3%	563	3.75	
		S17. Informasi dari @Tabu.id telah mengubah kecenderungan saya dalam membuat keputusan terkait perilaku seksual	48	32.0%	44	29.3%	48	32.0%	5	3.3%	5	3.3%	575	3.83	
Rata Rata Skor Variabel													3.814		

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, Microsoft Excel 2025

Tabel di atas menunjukkan bahwa akun Instagram @Tabu.id memperoleh skor rata-rata keseluruhan sebesar **3,814**, yang mencerminkan persepsi positif dari audiens terhadap konten edukatif yang disajikan, khususnya dalam hal meningkatkan kesadaran dan pemahaman terkait perilaku seksual berisiko.

Pada dimensi kognitif, skor rata-rata berada di kisaran 3,71 hingga 3,89, yang menunjukkan bahwa konten dari @Tabu.id secara umum berhasil meningkatkan pengetahuan dan pemahaman audiens mengenai isu perilaku seksual berisiko. Pengetahuan audiens terlihat meningkat secara signifikan, sebagaimana tercermin dari skor tinggi pada pernyataan bahwa konten mendorong pencarian informasi lanjutan (3,85) dan meningkatkan pengetahuan (3,86). Sebagian besar audiens menyatakan setuju, dengan konten dianggap jelas (3,81), mudah dijelaskan kembali kepada orang lain (3,76), serta mampu memperdalam pemahaman audiens (3,71). Hal ini menunjukkan bahwa konten yang disajikan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga mampu ditangkap dan direfleksikan ulang oleh para pengikutnya.

Selanjutnya, pada dimensi afektif, persepsi positif juga cukup kuat, dengan skor berada pada rentang 3,74 hingga 3,95. Audiens menyatakan memiliki penilaian positif terhadap informasi yang disampaikan (3,85), merasakan dampak positif terhadap pandangan mereka (3,85), serta memiliki keyakinan yang tinggi terhadap kebenaran dan kredibilitas konten tersebut (3,74–3,95). Pernyataan dengan skor tertinggi dalam dimensi ini adalah kepercayaan bahwa konten membantu pengambilan keputusan yang lebih baik (3,95), yang menunjukkan bahwa akun ini tidak hanya menjadi sumber informasi, tetapi juga menjadi

panduan dalam membentuk sikap dan keputusan yang lebih bijak terkait isu sensitif ini.

Sementara itu, pada dimensi konatif, skor juga menunjukkan kecenderungan yang tinggi terhadap perubahan perilaku dan niat audiens, dengan nilai antara 3,69 hingga 3,94. Audiens menyatakan adanya dorongan untuk menerapkan informasi dalam kehidupan sehari-hari (3,71), keinginan untuk membagikan konten kepada orang lain (3,69), serta peningkatan dalam diskusi sosial dengan teman atau orang terdekat (3,75). Salah satu skor tertinggi di dimensi ini adalah pengaruh terhadap kecenderungan perilaku yang lebih bertanggung jawab (3,94), dan munculnya keinginan untuk mencari informasi lebih lanjut setelah mengikuti @Tabu.id (3,93). Ini mengindikasikan bahwa konten dari @Tabu.id tidak hanya berhenti pada peningkatan pengetahuan, namun turut membentuk sikap dan mendorong tindakan nyata dari pengikutnya.

Secara keseluruhan, hasil ini mengindikasikan bahwa akun Instagram @Tabu.id berhasil menjadi sumber edukasi yang efektif, tidak hanya dalam membangun pengetahuan (kognitif), memperkuat sikap dan kepercayaan (afektif), tetapi juga dalam membentuk kecenderungan dan niat untuk berperilaku positif (konatif) di kalangan audiensnya. Skor rata-rata yang relatif tinggi menunjukkan bahwa akun ini dinilai telah berhasil memenuhi tujuan komunikasinya dalam meningkatkan literasi dan kesadaran mengenai perilaku seksual berisiko. Namun demikian, meski mayoritas skor berada pada kategori tinggi, masih terdapat ruang peningkatan, khususnya pada indikator dengan skor di bawah 3,80 seperti keinginan membagikan konten (3,69) dan penerapan informasi dalam kehidupan

sehari-hari (3,71), dan menjadikan suatu topik diskusi dengan teman ataupun orang terdekat (3,75) yang dapat menjadi perhatian dalam penguatan strategi distribusi dan ajakan partisipatif pada konten ke depannya.

Selanjutnya, hasil dari kategorisasi variabel sikap yang memiliki 17 butir pernyataan dengan skala likert. Jawaban tersebut kemudian diklasifikasikan menjadi 5 (lima) kategori yaitu, sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Untuk menentukan interval dan jarak interval setiap kategori digunakan perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Maksimal: } 5 \times 17 = 85$$

$$\text{Minimal: } 1 \times 17 = 17$$

$$\text{Interval: } 85 - 17 = 68$$

$$\text{Jarak Interval: } 68 : 5 = 13,6$$

Maka, interval skor tiap kategorinya sebagai berikut;

$$\text{Sangat Setuju: } 71,4 - 85$$

$$\text{Setuju: } 57,8 - 71,4$$

$$\text{Netral: } 44,2 - 57,8$$

$$\text{Tidak Setuju: } 30,6 - 44,2$$

$$\text{Sangat Tidak Setuju: } 17 - 30,6$$

Setelah mengetahui interval skor tiap kategori, data penelitian Sikap (Y) dikategorikan sebagai berikut:

Tabel 3. 18 Hasil Kategorisasi Variabel Sikap

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	26	17,3%
Setuju	113	75,3%
Netral	0	0%
Tidak Setuju	1	0,7%
Sangat Tidak Setuju	10	6,7%

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, Microsoft Excel 2025

Berdasarkan hasil kategorisasi variabel Sikap, sebanyak 26 responden atau 17,3% menyatakan memiliki sikap yang sangat setuju terhadap akun @Tabu.id, dan 113 responden atau 75,3% menyatakan sikap yang setuju. Tidak terdapat responden yang menunjukkan sikap dalam kategori cukup. Namun, terdapat 1 responden atau 0,7% pada kategori tidak setuju serta 10 responden atau 6,7% yang menunjukkan sikap sangat tidak baik terhadap akun tersebut.

Temuan ini mengindikasikan adanya pola persepsi yang cukup kontras dalam hal sikap audiens terhadap akun @Tabu.id. Mayoritas responden menilai akun ini secara positif, baik dalam kategori “setuju” maupun “sangat setuju”, yang menunjukkan bahwa sebagian besar audiens memiliki kecenderungan afektif yang mendukung terhadap konten dan pesan yang disampaikan akun ini. Sikap yang baik ini bisa mencerminkan kepercayaan, rasa hormat, dan penerimaan terhadap nilai-nilai yang diusung akun @Tabu.id, terutama dalam isu-isu sensitif seperti edukasi seksual dan kesehatan reproduksi.

Namun, kehadiran 6,7% responden yang menilai dengan sikap “sangat tidak setuju” merupakan sinyal penting yang tidak bisa diabaikan. Kategori ini menunjukkan adanya kelompok audiens yang memiliki resistensi kuat, penolakan, atau bahkan ketidaknyamanan terhadap kehadiran dan konten akun ini. Sikap

negatif ekstrem ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor, seperti perbedaan nilai budaya atau norma pribadi, ketidaksetujuan terhadap pendekatan komunikasi yang digunakan, atau persepsi bahwa isu yang diangkat masih dianggap tabu dan tidak pantas dikomunikasikan secara publik di media sosial.

Menariknya, tidak ada responden yang berada dalam kategori “netral” yang menunjukkan bahwa sikap audiens terhadap akun ini cenderung terpolarisasi: mereka yang merasa akun ini bermanfaat dan bernilai, serta mereka yang menolak atau tidak setuju secara tegas. Polarisasi ini bisa menjadi tantangan sekaligus peluang: di satu sisi, menunjukkan bahwa @Tabu.id telah berhasil menyasar kelompok audiens yang memang membutuhkan edukasi dan merespons secara positif. Di sisi lain, akun ini juga perlu memahami dan merespons resistensi dari segmen audiens yang menilai secara negatif.

3.4 Analisis Asumsi Klasik

3.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas Kolmogorov-Smirnov dan *normal probability plot* digunakan dalam mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Berikut ini hasil uji normalitas data menggunakan Kolmogorov-Smirnov;

Tabel 3. 19 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.000000
	Std. Deviation	3.69722717
Most Extreme Differences	Absolute	0.040
	Positive	0.031
	Negative	-0.040

Test Statistic	0.040
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c	.200 ^d

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, SPSS 2025

Berdasarkan hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov pada *unstandardized residual*, diperoleh nilai signifikansi (*Asymp. Sig.*) sebesar 0,200 setelah koreksi Lilliefors. Karena nilai ini jauh di atas $\alpha = 0,05$, hipotesis nol (H_0) yang menyatakan data berdistribusi normal diterima. Statistik uji Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,040 (mendekati 0) dan perbedaan ekstrem maksimal yang kecil (*absolute difference* = 0,040) semakin mengonfirmasi bahwa residual terdistribusi secara normal. Implikasi krusial dari temuan ini adalah asumsi normalitas dalam analisis parametrik (seperti regresi atau ANOVA) terpenuhi, sehingga hasil uji hipotesis dapat dianggap valid (Ghasemi & Zahediasl, 2012).

3.4.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas mempunyai tujuan guna memeriksa apakah variabilitas residual (kesalahan) dari model regresi adalah konstan di seluruh pengamatan. Uji yang digunakan adalah dengan menghitung Uji glejser. Berikut merupakan hasil pengujian menggunakan SPSS.

Tabel 3. 20 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.671	1.118		2.388	0.018
Intensitas	0.048	0.036	0.207	1.322	0.188

Tingkat Konformitas	0.001	0.041	0.005	0.022	0.983
Kualitas Informasi	-0.017	0.022	-0.188	-0.764	0.446

a. Dependent Variable: ABS_REs

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, SPSS 2025

Berdasarkan hasil uji Glejser, seluruh variabel independen (X_1 , X_2 , X_3) dan konstanta menunjukkan nilai signifikansi (Sig.) > 0.05 (masing-masing 0.188, 0.983, dan 0.446), sehingga tidak terdapat bukti heteroskedastisitas dalam model regresi. Hal ini mengonfirmasi terpenuhinya asumsi klasik regresi linear tentang stabilitas varians residual, sebagaimana didukung temuan serupa dalam penelitian Ghozali (2018) yang menyatakan ketidaksignifikanan koefisien uji Glejser menjamin validitas estimasi parameter model. Dengan demikian, model ini layak digunakan untuk analisis inferensial lanjutan tanpa perlu koreksi heteroskedastisitas.

3.4.3 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi mempunyai tujuan guna mendeteksi adanya korelasi diantara residual (kesalahan) dari model regresi linier dengan residual yang berurutan pada rangkaian data waktu (*time series*). Uji yang digunakan adalah dengan menghitung Uji durbin-watson. Berikut merupakan hasil pengujian menggunakan SPSS:

Tabel 3. 21 Hasil Uji Durbin-Watson

DL	DW	DU	4-DU
1.645	2,042	1.765	2,235

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, SPSS 2025

Berdasarkan hasil uji Durbin-Watson, diperoleh nilai statistik $DW = 2,042$ yang berada dalam rentang antara batas atas ($DU = 1,765$) dan $4-DU = 2,235$. Hal ini menunjukkan tidak adanya gejala autokorelasi dalam model regresi, karena nilai $DW > DU$ ($2,042 > 1,765$) dan $DW < 4-DU$ ($2,042 < 2,235$) (Gujarati & Porter, 2009). Temuan ini mengonfirmasi terpenuhinya asumsi klasik regresi linear tentang independensi residual, sehingga hasil estimasi model dapat dianggap andal untuk analisis inferensial. Demikian pula, studi Gujarati & Porter (2009) menegaskan bahwa nilai DW dalam rentang 1.765 hingga 2.235 termasuk *zone of non-autocorrelation*, sebagaimana diamati pada penelitian ini.

3.5 Analisis Inferensial

3.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh intensitas mengakses akun instagram @tabu.id, tingkat konformitas dan kualitas informasi terhadap tingkat perubahan sikap pengikut @tabu.id mengenai perilaku seksual berisiko. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independent ialah intensitas (X1), tingkat konformitas (X2), kualitas informasi (X3), sedangkan variabel dependen ialah sikap (Y).

Berdasarkan perhitungan dengan bantuan SPSS 27.0 maka diperoleh hasil uji regresi sebagai berikut:

Tabel 3. 22 Hasil Uji Regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.885	1.870		1.008	0.315
Intensitas	0.190	0.060	0.162	3.150	0.002
Tingkat Konformitas	0.155	0.069	0.174	2.259	0.025
Kualitas Informasi	0.293	0.037	0.639	7.863	0.000

a. Dependent Variable: Perubahan Sikap

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, SPSS 2025

Berdasarkan perhitungan analisis regresi linier berganda diperoleh nilai constant atau a sebesar 1,885 dan nilai b_1 (korelasi regresi X_1) sebesar 0,190, b_2 (korelasi regresi X_2) sebesar 0,155, dan b_3 (korelasi regresi X_3) sebesar 0,293. Dari hasil perhitungan tersebut, dapat dirumuskan menjadi sebuah persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + bX^1 + bX^2 + bX^3$$

$$Y = 1,885 + 0,190X_1 + 0,155X_2 + 0,293X_3$$

Persamaan tersebut dapat diterjemahkan menjadi:

1. Konstanta ($\alpha = 1,885$):

Jika seluruh variabel independen (intensitas, konformitas, kualitas informasi) bernilai nol, tingkat perubahan sikap (Y) cenderung stabil pada posisi 1,885. Nilai mendekati nol ini menunjukkan *baseline* sikap yang netral tanpa pengaruh prediktor.

2. Koefisien X_1 ($b_1 = 0,190$):

Setiap peningkatan 1 satuan intensitas mengakses konten @tabu.id akan meningkatkan perubahan sikap sebesar 0,190 satuan, dengan asumsi variabel lain konstan ($p\text{-value } 0,002 < 0,05$).

3. Koefisien X_2 ($b_2 = 0,155$):

Setiap kenaikan 1 satuan tingkat konformitas meningkatkan perubahan sikap sebesar 0,155 satuan ($p\text{-value } 0,025 < 0,05$), menegaskan pengaruh norma sosial terhadap pembentukan sikap.

4. Koefisien X_3 ($b_3 = 0,293$):

Kualitas informasi memiliki pengaruh terkuat (b tertinggi), di mana setiap peningkatan 1 satuan akan mendorong perubahan sikap sebesar 0,293 satuan ($p\text{-value } 0,000 < 0,05$).

3.5.2 Uji Pengaruh Parsial Intensitas Mengakses Instagram @tabu.id Terhadap Tingkat Perubahan Sikap Pengikut @Tabu.id Mengenai Perilaku Seksual Berisiko

Uji parsial (*partial t-test*) dilakukan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel Intensitas Mengakses Instagram @tabu.id (X_1) secara mandiri terhadap Sikap Mengenai Perilaku Seksual Berisiko (Y), setelah mengontrol pengaruh variabel lain dalam model. Hasil uji statistik disajikan pada Tabel berikut:

Tabel 3. 23 Hasil Uji Parsial (Uji T) X1-Y

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,219	2,899		0,076	0,940
	Intensitas	0.190	0.060	0.162	3.150	0.002
a. Dependent Variable: Perubahan Sikap						

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, SPSS 2025

Berdasarkan hasil uji parsial (*t-test*) pada *Tabel Coefficients*, diperoleh nilai *t* hitung sebesar 3,150 dengan nilai signifikansi (*p-value*) sebesar 0,002, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Nilai *t* hitung ini juga lebih besar dari *t* tabel sebesar 1,976, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Intensitas Mengakses Instagram @tabu.id (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Tingkat Perubahan Sikap Mengenai Perilaku Seksual Berisiko (Y).

Adapun nilai *t* tabel sebesar 1,976 diperoleh dari distribusi *t* dengan derajat kebebasan (*df*) = $n - k - 1 = 150 - 3 - 1 = 146$, di mana *n* adalah jumlah responden (150), dan *k* adalah jumlah variabel independen dalam model (3 variabel: X1, X2, dan X3). Dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) dan uji dua sisi, maka *t* tabel untuk *df* = 146 adalah sekitar 1,976.

Koefisien regresi sebesar 0,190 menunjukkan arah hubungan yang positif, artinya semakin tinggi intensitas responden dalam mengakses akun Instagram

@tabu.id, maka semakin positif pula sikap mereka terhadap isu perilaku seksual berisiko.

3.5.3 Uji Pengaruh Parsial Tingkat Konformitas Terhadap Tingkat Perubahan Sikap Pengikut @Tabu.id Mengenai Perilaku Seksual Berisiko

Uji parsial (*partial t-test*) dilakukan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel Tingkat Konformitas (X2) secara mandiri terhadap Sikap Mengenai Perilaku Seksual Berisiko (Y), setelah mengontrol pengaruh variabel lain dalam model. Hasil uji statistik disajikan pada Tabel berikut:

Tabel 3. 24 Hasil Uji Parsial (Uji T) X2-Y

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,219	2,899		0,076	0,940
	Tingkat Konformitas	0.155	0.069	0.174	2.259	0.025
a. Dependent Variable: Perubahan Sikap						

a.
Dependent
Variable:
Perubahan Sikap

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, SPSS 2025

Berdasarkan hasil uji parsial (*t-test*) pada *Tabel Coefficients*, diperoleh bahwa nilai t hitung untuk variabel Tingkat Konformitas (X2) adalah sebesar 2,259, dengan nilai signifikansi (p-value) sebesar 0,025. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung (2,259) > t tabel (1,976), maka dapat

disimpulkan bahwa Tingkat Konformitas berpengaruh secara signifikan terhadap Sikap Mengenai Perilaku Seksual Berisiko (Y).

Adapun nilai t tabel sebesar 1,976 diperoleh dari distribusi t dengan derajat kebebasan (df) = $n - k - 1 = 150 - 3 - 1 = 146$, di mana n adalah jumlah responden (150), dan k adalah jumlah variabel independen dalam model (3 variabel: X1, X2, dan X3). Dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) dan uji dua sisi, maka t tabel untuk $df = 146$ adalah sekitar 1,976. Koefisien regresi tidak terstandar ($B = 0,155$) menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam tingkat konformitas akan meningkatkan skor sikap mengenai perilaku seksual berisiko sebesar 0,155 poin, dengan asumsi variabel lain tetap.

3.5.4 Uji Pengaruh Parsial Kualitas Informasi Pada Instagram @tabu.id Terhadap Tingkat Perubahan Sikap Pengikut @Tabu.id Mengenai Perilaku Seksual Berisiko

Uji parsial (*partial t-test*) dilakukan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel Kualitas Informasi Pada Instagram @tabu.id (X_1) secara mandiri terhadap Sikap Mengenai Perilaku Seksual Berisiko (Y), setelah mengontrol pengaruh variabel lain dalam model. Hasil uji statistik disajikan pada Tabel berikut.

Tabel 3. 25 Hasil Uji Parsial (Uji T) X3-Y

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	0,219	2,899		0,076

	Kualitas Informasi	0.293	0.037	0.639	7.863	0.000	a. Dependent Variable: Perubahan Sikap
a. Dependent Variable: Perubahan Sikap							

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, SPSS 2025

Berdasarkan hasil uji parsial (*t-test*) yang ditunjukkan pada tabel *Coefficients*, diketahui bahwa nilai *t* hitung untuk variabel Kualitas Informasi pada Instagram @tabu.id (X3) sebesar 7,863, dengan nilai signifikansi (*p-value*) sebesar 0,000. Karena nilai *t* hitung (7,863) jauh lebih besar dari *t* tabel (1,976) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Informasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Sikap Mengenai Perilaku Seksual Berisiko (Y).

Adapun nilai *t* tabel sebesar 1,976 diperoleh dari distribusi *t* dengan derajat kebebasan ($df = n - k - 1 = 150 - 3 - 1 = 146$), di mana *n* adalah jumlah responden (150), dan *k* adalah jumlah variabel independen dalam model (3 variabel: X1, X2, dan X3). Dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) dan uji dua sisi, maka *t* tabel untuk $df = 146$ adalah sekitar 1,976.

Koefisien regresi tidak terstandar ($B = 0,293$) menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam Kualitas Informasi akan meningkatkan skor sikap terhadap perilaku seksual berisiko sebesar 0,293 poin, jika variabel lain dianggap konstan. Sementara itu, koefisien beta terstandar ($\beta = 0,636$) menunjukkan bahwa pengaruh variabel ini terhadap sikap sangat kuat dibandingkan variabel lainnya.

3.5.5 Uji Pengaruh Simultan Intensitas, Kualitas Informasi, dan Kualitas Informasi Pada Instagram @tabu.id Terhadap Tingkat Perubahan Sikap Pengikut @Tabu.id Mengenai Perilaku Seksual Berisiko

Uji simultan dilakukan untuk melihat pengaruh Intensitas, Kualitas Informasi, dan Kualitas Informasi Pada Instagram @tabu.id secara Bersama-sama Terhadap Tingkat Perubahan Sikap Pengikut @Tabu.id Mengenai Perilaku Seksual Berisiko. Hasil uji simultan disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3. 26 Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16985.006	3	5661.669	405.844	.000 ^b
	Residual	2036.754	146	13.950		
	Total	19021.760	149			

a. Dependent Variable: Perubahan Sikap

b. Predictors: (Constant), Kualitas Informasi, Intensitas, Tingkat Konformitas

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, SPSS 2025

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) yang ditampilkan dalam tabel ANOVA, diperoleh nilai F hitung sebesar 405,844 dengan nilai signifikansi (*p-value*) sebesar 0,000. Sementara itu, nilai F tabel sebesar 2,665 diperoleh berdasarkan derajat kebebasan $df_1 = 3$ (jumlah variabel independen) dan $df_2 = 146$ ($n - k - 1 = 150 - 3 - 1$) pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Karena F hitung (405,844) jauh lebih besar dari F tabel (2,665 dan nilai signifikansi $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independen, yaitu Intensitas Mengakses Instagram @tabu.id (X1), Tingkat Konformitas (X2), dan Kualitas Informasi pada Instagram @tabu.id (X3) secara simultan berpengaruh signifikan

terhadap variabel dependen, yaitu Sikap Mengenai Perilaku Seksual Berisiko (Y).

Hasil ini menunjukkan bahwa ketika ketiga variabel dimasukkan secara bersamaan ke dalam model regresi, mereka memiliki kekuatan prediktif yang tinggi terhadap sikap audiens. Artinya, sikap mengenai perilaku seksual berisiko tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, tetapi merupakan hasil dari gabungan beberapa faktor sosial dan komunikasi yang saling terkait.

3.6 Analisis Uji Koefisien Determinasi

Uji ini bertujuan untuk mengevaluasi seberapa besar dampak dari Intensitas Mengakses Instagram @tabu.id (X1), Tingkat Konformitas (X2), dan Kualitas Informasi pada Instagram @tabu.id (X3) terhadap Sikap Mengenai Perilaku Seksual Berisiko (Y). Nilai R^2 menunjukkan proporsi variasi pada variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen. Berikut adalah hasil dari analisis koefisien determinasi yang dilakukan:

Tabel 3. 27 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.945 ^a	0.893	0.891	3.73502

a. Predictors: (Constant), Kualitas Informasi, Intensitas, Tingkat Konformitas

b. Dependent Variable: Perubahan Sikap

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, SPSS 2025

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi yang disajikan dalam tabel diatas, diperoleh nilai R Square (R^2) sebesar 0,893. Angka ini menunjukkan

bahwa sebesar 89,3% variasi pada variabel dependen, yaitu Sikap Mengenai Perilaku Seksual Berisiko (Y), dapat dijelaskan oleh tiga variabel independen secara bersama-sama, yaitu Intensitas Mengakses Instagram @tabu.id (X1), Tingkat Konformitas (X2), dan Kualitas Informasi pada Instagram @tabu.id (X3). Sisanya, yaitu sebesar 10,7%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini.

Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,891 juga menunjukkan bahwa model regresi tetap memiliki tingkat kesesuaian yang tinggi meskipun telah disesuaikan dengan jumlah variabel prediktor yang digunakan. Hal ini memperkuat keyakinan bahwa kombinasi ketiga variabel independen tersebut secara substansial mampu menjelaskan sikap responden terhadap isu perilaku seksual berisiko.