

Kredibilitas Justinus Lhaksana di Kalangan Generasi Z Kota Denpasar

I Gusti Ngurah Krisna Indriyantara¹⁾, Ni Made Ras Amanda Gelgel²⁾, Made Vairagya Yogantari³⁾

^{1,2,3} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email: krisnaindriyantara@gmail.com¹, rasamanda13@unud.ac.id², madeyogantari@unud.ac.id³

ABSTRACT

The development of digital media has positioned YouTube as one of the primary sources of information for Generation Z, including for accessing sports-related content. In this context, communicator credibility plays an essential role in shaping audience trust and acceptance of information. Justinus Lhaksana, as a sports analyst and YouTube content creator, is one of the most prominent figures in the sports field with a large audience base. This study aims to examine the credibility of Justinus Lhaksana among Generation Z in Denpasar City. The research employs a descriptive quantitative approach using Source Credibility Theory. Data were collected through a questionnaire distributed to 130 Generation Z respondents in Denpasar City. The sampling technique used was nonprobability sampling with purposive sampling criteria, targeting respondents aged 13–28 years who have watched Justinus Lhaksana's YouTube channel. Data analysis was conducted using descriptive statistics and cross-tabulation. The results show Generation Z in Denpasar City perceives Justinus Lhaksana's credibility as good, with an overall average score of 4.00. Cross-tabulation analysis further indicates that credibility perceptions vary based on age, gender, and interest in following football developments. Overall, the findings conclude that Justinus Lhaksana is regarded as a credible communicator among Generation Z in Denpasar City.

Keywords: Generation Z; Justinus Lhaksana; Source Credibility; YouTube.

PENDAHULUAN

Perubahan dalam berbagai aspek kehidupan modern di masyarakat pada saat ini dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi digital. Pesatnya pertumbuhan internet dan perangkat mobile membuat akses terhadap informasi dan hiburan menjadi semakin mudah dan cepat. Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2024 memperlihatkan bahwasanya lebih dari 221 juta penduduk Indonesia, atau sekitar 79% dari total populasi 278 juta, telah terhubung ke internet (APJII, 2024). Lebih lanjut, Data Badan Pusat Statistik Provinsi Bali menunjukkan bahwa 87,52% penduduk Kota Denpasar merupakan pengguna internet, sehingga menjadikan Kota Denpasar sebagai wilayah dengan tingkat penggunaan internet tertinggi di Provinsi Bali. Hal ini mendorong kemunculan berbagai platform digital, dengan YouTube menempati posisi sentral sebagai sumber informasi dan

hiburan. YouTube sebagai salah satu platform digital berbasis video memberikan kesempatan para penggunanya untuk menonton, berbagi, serta mengunggah video antar sesama pengguna (Nurrohmah, 2024:2). Berdasarkan data dari We Are Social per Januari 2024, YouTube menempati posisi kedua setelah Google.com sebagai platform yang paling sering diakses di Indonesia. Tercatat sebanyak 5,22 miliar kunjungan selama satu tahun dengan rata-rata waktu penggunaan selama 33 menit 36 detik per-user (We Are Social, 2024). Platform ini tidak hanya merevolusi cara masyarakat mengakses konten, tetapi juga membuka ruang bagi munculnya figur-figur komunikator baru di berbagai bidang, termasuk olahraga.

Dalam konteks olahraga, YouTube telah menjadi kanal utama untuk analisis, ulasan pertandingan, dan diskusi yang mendalam, melampaui batasan media konvensional. Salah satu figur yang menonjol adalah Justinus Lhaksana atau Coach Justin, seorang pengamat sepak bola dengan basis pengikut yang cukup besar yaitu sebanyak 1 juta pengikut. Dalam kanal YouTube Justinus Lhaksana, konten Coach Justin adalah membuat preview dan review dari sebuah pertandingan sepak bola, baik itu pertandingan klub-klub di benua Eropa maupun pertandingan tim nasional. Popularitas dan pengaruhnya dibuktikan dengan diraihnya penghargaan Pengamat Terfavorit dalam ajang Santini Jebreetmedia Awards (2023&2024). Keberhasilannya menarik perhatian mengingat platform digital dipenuhi oleh banyak kreator konten serupa, sehingga menimbulkan pertanyaan mengenai faktor-faktor yang mendasari penerimaan dan kepercayaan audiens terhadapnya.

Kredibilitas menjadi salah satu aspek krusial yang harus dimiliki setiap komunikator agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara efektif oleh khalayak (Rakhmat, 2015). Kanal YouTube Justinus Lhaksana menarik untuk diteliti karena kredibilitas seorang kreator di platform seperti YouTube memiliki dampak yang cukup besar terhadap persepsi dan sikap audiens terhadap konten yang disajikan. Berdasarkan teori kredibilitas yang diperkenalkan oleh Hovland, Janis, dan Kelley (1953) dalam Winoto (2015), penerimaan audiens sangat dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap keahlian (*expertise*), kepercayaan (*trustworthiness*).

Kelompok demografi yang paling aktif dalam mengonsumsi dan mengevaluasi konten digital adalah Generasi Z yaitu kelahiran 1997-2012, generasi ini merupakan pengguna internet terbesar di Indonesia (APJII, 2024). Generasi ini memiliki pola pikir yang kritis dan cenderung memperhatikan detail dalam setiap informasi yang mereka terima. Kemudahan akses informasi

melalui internet pada saat ini membuat mereka lebih selektif dalam memilih sumber informasi (Wiedmer, 2015). Kota Denpasar, dengan tingkat penetrasi internet tertinggi di Provinsi Bali (87,52%), menjadi konteks yang ideal untuk mengamati fenomena ini. Hal ini dikarenakan Generasi Z di wilayah tersebut sebagai kelompok audiens yang tidak hanya intens mengonsumsi konten digital, tetapi juga memiliki kecenderungan untuk menilai, membandingkan, dan memilih sumber informasi secara selektif.

Meskipun popularitas Coach Justin telah diakui secara publik, belum ada penelitian akademis yang secara spesifik mengukur dan menganalisis konstruksi kredibilitas dirinya di mata audiens, khususnya dari perspektif Generasi Z sebagai konsumen utama konten digital. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi kredibilitas Justinus Lhaksana sebagai komunikator digital di YouTube berdasarkan tiga elemen kredibilitas sumber (keahlian, kepercayaan, daya tarik) dalam persepsi Generasi Z di Kota Denpasar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris terhadap pemahaman mengenai kredibilitas sumber dalam ekosistem media digital baru, khususnya pada konten olahraga.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana kredibilitas Justinus Lhaksana di kalangan generasi Z Kota Denpasar?

Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dikaji, penulisan ini bertujuan untuk menggambarkan kredibilitas Justinus Lhaksana di kalangan generasi Z Kota Denpasar.

Tinjauan Teoritis

Teori Kredibilitas Sumber

Menurut Larson (1992) dalam Rahayu (2020), dalam menyampaikan sebuah pesan, diperlukan seorang komunikator yang terpercaya dan dapat mempengaruhi khalayak. Teori kredibilitas sumber didefinisikan sebagai tingkat sejauh mana seorang komunikator dipersepsikan sebagai sumber informasi yang sah, dapat dipercaya, dan memiliki kredibilitas. (Rakhmat, 2015:255). Penelitian Hovland, Janis, dan Kelley (1953) dalam Winoto (2015) mengenai

Kredibilitas Sumber (Source Credibility) menjelaskan bahwa seseorang akan lebih mungkin dipengaruhi jika sumber persuasi (komunikator) tersebut memiliki kredibilitas (Winoto, 2015). Pada kajian yang dilakukan oleh Hovland, Janis, dan Kelley pada tahun 1953, mengemukakan bahwa kredibilitas terdiri dari tiga komponen utama, yaitu:

1. Keahlian (Expertise)

Keahlian merupakan persepsi yang terbentuk mengenai kemampuan seorang komunikator yang berkaitan dengan topik atau materi yang disampaikan. (Rakhmat, 2015:257). Faktor keahlian ini mempunyai kaitan dengan penilaian oleh komunikan dimana sumber dianggap cerdas, berpengetahuan, serta menguasai keahlian yang dipercaya. Untuk dikatakan ahli, satu atau dua kualitas dari sifat-sifat tersebut saja umumnya sudah dianggap cukup. (Venus, 2018:89).

2. Kepercayaan (Trustworthiness)

Kepercayaan merupakan kesan khalayak tentang komunikator yang berkaitan dengan watak dan kepribadiannya. Komunikator yang dapat dipercaya ialah komunikator yang dianggap tulus, jujur, dan bermoral atau etis (Rakhmat, 2015:257). Sejalan dengan pendapat Venus (2018:87), kepercayaan ataupun kejujuran sumber berkaitan pada pendapat orang banyak mengenai maksud dari tindakan sumber. Penilaian biasanya mempunyai patokan ke kelakuan sumber di masa lalu serta asumsi khalayak mengenai kelakuannya di masa kini.

3. Daya Tarik (Attractiveness)

Daya tarik merupakan salah satu faktor penting yang berperan dalam mendukung dan memengaruhi terbentuknya kredibilitas komunikator. Daya tarik dapat membentuk karakteristik kepribadian yang khas pada setiap individu.. Sejumlah penelitian menyimpulkan bahwa individu yang memiliki daya tarik fisik cenderung lebih mampu mempersuasi orang lain (Venus, 2018:93).

Ohanian (1990), merumuskan tiga dimensi atau skala, di mana setiap dimensi terdiri dari lima kriteria yang digunakan untuk mengukur kredibilitas sumber pada tabel berikut :

Tabel 1. Skala Kredibilitas Sumber

Keahlian (<i>Expertise</i>)
Expert – Not Expert

Experienced – Inexperienced
Knowledgeable – Unknowledgeadble
Qualified – Unqualified
Skilled – Unskilled
Kepercayaan (Trustworthiness)
Dependable – Undependable
Honest – Dishonest
Reliable – Unreliable
Sincere – Insincere
Trustworthy – Untrustworthy
Daya Tarik (Attractiveness)
Attractive – Unattractive
Classy – Unclassy
Beautiful – Ugly
Elegant – Plain
Sexy – Not Sexy

Sumber : (Ohanian, 1990)

Penelitian Ohanian (1990) memiliki tujuan untuk mengembangkan skala yang bertujuan untuk mengukur persepsi keahlian, kepercayaan, dan daya tarik. Pada akhir penelitian, skala yang dihasilkan ini menunjukkan keandalan dan validitas yang tinggi (Ohanian, 1990).

Model Terpadu Pilihan Audiens

Menurut Dennis McQuail (2010), proses pemilihan media oleh audiens tidak berlangsung secara acak, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang berasal dari karakteristik audiens maupun dari media itu sendiri. Beberapa faktor ini dapat berupa latar belakang sosial, karakteristik pribadi, maupun kebiasaan penggunaan media sehari-hari (McQuail, 2010:373).

Perspektif audiens dalam model ini menyoroti bagaimana individu dengan latar belakang, selera, dan kebiasaan tertentu akan cenderung memilih media atau konten yang sesuai dengan dirinya. Dalam konteks ini, McQuail (2010) menyusun elemen utama dari sisi audiens yang memengaruhi pemilihan media, yaitu:

1. Latar belakang sosial, aspek ini mencakup kelas sosial, tingkat pendidikan, budaya, serta lokasi tempat tinggal yang dapat memengaruhi preferensi seseorang terhadap jenis media dan konten yang dikonsumsi (McQuail, 2010).
2. Atribut pribadi, aspek ini berkaitan dengan faktor-faktor seperti jenis kelamin, usia, status pendidikan, pekerjaan, pendapatan, serta gaya hidup. Atribut pribadi berperan dalam membentuk kebutuhan, motivasi, serta konteks penggunaan media seseorang (McQuail, 2010)
3. Selera dan preferensi, aspek ini mencakup pilihan individu terhadap genre, format, atau konten tertentu. Menurut McQuail (2010), preferensi ini terbentuk dari kombinasi pengalaman, pengetahuan, serta evaluasi individu terhadap berbagai jenis media yang pernah mereka konsumsi.
4. Kebiasaan penggunaan media, aspek ini berhubungan dengan bagaimana seseorang menggunakan media dalam keseharian, termasuk ketersediaan waktu luang, tempat, dan perangkat yang digunakan (McQuail, 2010).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Adapun sumber data primer berasal dari jawaban responden pada kuesioner, sedangkan sumber data sekunder berasal dari buku, literatur, dan jurnal yang selaras dengan penelitian ini. Populasi dalam penelitian ini yaitu Generasi Z yang berdomisili di Kota Denpasar dengan jumlah sampel sebanyak 130 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik non-probability sampling. Dalam penentuan kriteria sampel, peneliti menggunakan teknik purposive sampling dengan menentukan beberapa kriteria, yaitu responden merupakan generasi Z dengan usia 13 – 28 tahun, responden berdomisili di Kota Denpasar, responden pernah menonton setidaknya satu video penuh di kanal YouTube Justinus Lhaksana. Kemudian, data dikumpulkan melalui teknik survei dengan instrumen penelitian berupa kuesioner atau angket. Skala pengukuran dalam kajian ini memakai skala Likert. Untuk menganalisis data, penelitian ini memakai teknik analisis statistik deskriptif yang dicermati dari nilai rata-rata (mean) data yang diperoleh. Peneliti juga melakukan tabulasi silang (crosstab) guna melihat pola serta hubungan pada variabel-variabel yang berbeda. Data kemudian dikumpulkan serta diperlihatkan pada bentuk tabel.

Hasil Penelitian Profil Responden

Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 130 responden. Responden dalam penelitian ini merupakan generasi Z berusia 13 – 28 tahun dan berdomisili di Kota Denpasar, serta pernah menonton setidaknya satu video penuh di kanal YouTube Justinus Lhaksana. Berdasarkan hasil distribusi kuesioner kepada 130 responden dapat dilihat bahwa penelitian ini didominasi oleh responden berjenis kelamin laki-laki sebesar 66,9% sedangkan perempuan hanya 33,1%. Mayoritas responden berada pada rentang usia 21-28 tahun atau terkategori dewasa, yaitu sebesar 90,8%. Sedangkan persentase responden generasi Z yang berada pada rentang usia 13-20 tahun atau tergolong remaja sebesar 9,2%. Selanjutnya, responden penelitian ini sebagian besar berasal dari jenjang Sarjana (S1) sebesar 72,3%. Selanjutnya, responden dengan tingkat pendidikan SMA/SMK/ sederajat sebesar 14,6%, diikuti oleh responden dengan tingkat pendidikan Pascasarjana (S2/S3) sebanyak 10,8%, serta responden dengan tingkat pendidikan Akademi/Diploma (D1–D4) sebanyak 2,3%.

Berdasarkan domisili, responden penelitian ini paling banyak berasal dari Denpasar Selatan sebesar 51,5%. Selanjutnya, responden dari Denpasar Timur sebesar 19,2%, diikuti oleh Denpasar Barat sebesar 17,7%, dan paling sedikit dari Denpasar Utara sebesar 11,5%. Mayoritas responden juga menjawab mengikuti perkembangan sepak bola dengan persentase sebesar 68,5%, sedangkan responden yang menjawab tidak mengikuti perkembangan sepak bola sebesar 31,5%.

Kredibilitas Justinus Lhaksana di Kalangan Generasi Z Kota Denpasar

Tabel 2. Akumulasi Skor Kredibilitas Justinus Lhaksana

Variabel	Dimensi	Rata-Rata	Kategori
Kredibilitas Justinus Lhaksana	Keahlian (<i>Expertise</i>)	4,08	Baik/Tinggi
	Kepercayaan (<i>Trustworthiness</i>)	3,83	Baik/Tinggi
	Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>)	4,11	Baik/Tinggi
Total Rata-Rata		4,00	Baik/Tinggi

Tabel di atas menunjukkan hasil keseluruhan dari rata-rata dimensi untuk mengukur kredibilitas Justinus Lhaksana di kalangan generasi Z Kota Denpasar, yaitu sebesar 4,00 yang

termasuk kedalam kategori baik/tinggi. Hasil temuan ini menunjukkan bahwa kredibilitas Justinus Lhaksana sebagai pengamat olahraga di kanal YouTube dinilai baik atau tinggi oleh Generasi Z di Kota Denpasar. Hal ini terlihat dari skor rata-rata keseluruhan sebesar 4,00, yang mencakup tiga dimensi utama kredibilitas yaitu keahlian (*expertise*), kepercayaan (*trustworthiness*), dan daya tarik (*attractiveness*).

Berdasarkan hasil analisis data, diketahui bahwa dimensi daya tarik (*attractiveness*) memperoleh skor rata-rata tertinggi sebesar 4,11 dan termasuk dalam kategori baik/tinggi, yang menunjukkan bahwa Justinus Lhaksana dinilai memiliki gaya penyampaian dan karakter personal yang menarik bagi Generasi Z di Kota Denpasar. Sementara itu, dimensi keahlian (*expertise*) memperoleh skor rata-rata 4,08 dan juga berada dalam kategori baik/tinggi, menandakan bahwa audiens memandang Justinus Lhaksana sebagai sosok yang kompeten dan berpengetahuan dalam menyampaikan analisis sepak bola. Adapun dimensi kepercayaan (*trustworthiness*) memiliki skor rata-rata terendah sebesar 3,83, meskipun tetap tergolong dalam kategori baik/tinggi, yang mengindikasikan bahwa Justinus Lhaksana tetap dianggap dapat dipercaya, namun aspek kepercayaan bukan merupakan dimensi yang paling dominan dalam membentuk persepsi kredibilitas. Secara keseluruhan, nilai rata-rata total kredibilitas sebesar 4,00 menunjukkan bahwa Justinus Lhaksana dipersepsikan sebagai komunikator yang kredibel oleh Generasi Z di Kota Denpasar.

Pembahasan

Penelitian yang dilakukan Hovland, Janis, dan Kelley (1953) mengenai Kredibilitas Sumber dalam buku *Communication and Persuasion* menjelaskan bahwa kredibilitas merupakan faktor penting yang menentukan sejauh mana pesan dari seorang komunikator dapat diterima dan memengaruhi audiens. Hovland, Janis, dan Kelley (1953) juga menemukan tiga dimensi kredibilitas sumber, yakni keahlian (*expertise*), kepercayaan (*trustworthiness*), dan daya tarik (*attractiveness*). Berdasarkan hasil penelitian ini, ketiga dimensi kredibilitas sumber diteliti mengenai Justinus Lhaksana dalam kanal YouTube-nya menunjukkan bahwa generasi Z di Kota Denpasar memiliki penilaian yang baik dan menanggapi Justinus Lhaksana memiliki keahlian, kepercayaan, dan daya tarik yang baik sebagai seorang komunikator dalam kanal YouTube-nya. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kredibilitas Justinus Lhaksana sebagai pengamat olahraga di kanal YouTube dinilai baik atau tinggi oleh Generasi Z di

Kota Denpasar. Hal ini terlihat dari skor rata-rata keseluruhan sebesar 4,00, yang mencakup tiga dimensi utama kredibilitas yaitu keahlian (*expertise*), kepercayaan (*trustworthiness*), dan daya tarik (*attractiveness*). Kredibilitas Justinus Lhaksana terbentuk melalui perpaduan antara kompetensi profesionalnya di bidang olahraga, baik sebagai mantan pelatih Tim Nasional Futsal Indonesia maupun pengamat berpengalaman di berbagai stasiun televisi.

Pada dimensi keahlian (*expertise*) memperoleh hasil akumulasi skor rata-rata sebesar 4,08 yang berada pada kategori baik/tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa Generasi Z di Kota Denpasar memberikan penilaian yang positif terhadap kemampuan Justinus Lhaksana dalam menjelaskan isu-isu seputar sepak bola. Pada dimensi ini, indikator dengan skor tertinggi terdapat pada pernyataan bahwa “Justinus Lhaksana terlihat ahli dalam menjelaskan suatu topik dengan jelas dan mudah dipahami” dengan rata-rata sebesar 4,15, yang menandakan bahwa audiens menilai Coach Justin mampu mengemas pembahasan sepak bola dengan cara yang sistematis dan mudah dimengerti. Tingginya penilaian pada dimensi keahlian ini tidak terlepas dari latar belakang Justinus Lhaksana sebagai mantan pelatih Tim Nasional Futsal Indonesia (2004-2009) serta pengamat sepak bola sejak tahun 2007. Pengalaman panjangnya di dunia sepak bola membuat analisis yang disampaikan terasa berbobot dan relevan.

Pada dimensi kepercayaan (*trustworthiness*) memperoleh skor rata-rata akumulatif sebesar 3,83, yang termasuk dalam kategori baik/tinggi. Hasil ini memperlihatkan bahwa Generasi Z di Kota Denpasar menilai Justinus Lhaksana sebagai sosok yang relatif dapat dipercaya dalam menyampaikan pandangan dan analisisnya seputar dunia sepak bola. Indikator dengan skor tertinggi terdapat pada pernyataan “Justinus Lhaksana terlihat tulus dalam menyampaikan kritik dan pendapat” dengan nilai rata-rata 4,01, yang menandakan bahwa ketulusan menjadi aspek paling menonjol dalam persepsi audiens terhadap Justinus Lhaksana. Penilaian terhadap ketulusan Justinus Lhaksana dapat terlihat dari cara ia mengemukakan pendapat tentang performa Tim Nasional Indonesia, di mana ia sering memberikan kritik tajam namun disertai alasan yang logis dan didasari niat untuk perbaikan. Dalam berbagai tayangan YouTube-nya, ia juga tidak segan menegur pihak-pihak yang dianggap lalai dalam mengembangkan sepak bola tanah air, tetapi selalu dengan gaya penyampaian yang jujur dan terbuka.

Pada dimensi daya tarik (*attractiveness*) mendapatkan skor rata-rata akumulatif sebesar 4,11. Nilai ini memperlihatkan bahwa Generasi Z di Kota Denpasar menilai Justinus Lhaksana

memiliki daya tarik yang baik/tinggi sebagai pengamat olahraga di kanal YouTube-nya. Penilaian positif ini menandakan bahwa audiens tidak hanya tertarik pada isi analisis yang disampaikan, tetapi juga pada cara dan gaya Justinus dalam menyampaikannya. Indikator dengan skor tertinggi terdapat pada pernyataan “Justinus Lhaksana memiliki gaya bicara yang menarik dan mudah dipahami” dengan nilai rata-rata 4,24, yang menggambarkan bahwa kejelasan dan gaya berbicara menjadi faktor utama yang membuat penonton menikmati kontennya. Daya tarik Justinus Lhaksana terlihat jelas dari kepribadiannya yang tegas namun komunikatif di depan kamera. Ia kerap menggunakan intonasi yang hidup, gestur yang ekspresif, serta gaya bahasa yang lugas. hal tersebut membuat Justinus dinilai mampu menjelaskan isu-isu kompleks sepak bola dengan bahasa sederhana tanpa kehilangan makna analisisnya.

Selain itu, temuan ini juga dapat dipahami melalui Model Terpadu Pilihan Audiens (Integrated Model of Audience Choice) oleh McQuail (2010), yang menjelaskan bahwa karakteristik personal audiens seperti latar belakang serta preferensi terhadap konten tertentu turut memengaruhi bagaimana seseorang memilih dan menilai sumber informasi. Dalam penelitian ini, Generasi Z di Kota Denpasar sebagai kelompok audiens menunjukkan kecenderungan untuk memilih sumber yang tidak hanya informatif tetapi juga relevan dengan cara komunikasi mereka. Oleh karena itu, kredibilitas Justinus Lhaksana di mata audiens tidak hanya terbentuk dari isi pesannya, tetapi juga dari kesesuaian gaya penyampaian dan persona komunikatifnya dengan karakteristik generasi penontonnya.

Berdasarkan hasil tabulasi silang antara usia dan rata-rata skor kredibilitas Justinus Lhaksana, diketahui bahwa responden dengan rentang usia 21–28 tahun memiliki skor rata-rata kredibilitas yang lebih tinggi, yaitu 4,01, dibandingkan dengan responden berusia 13–20 tahun yang memperoleh skor rata-rata 3,93. Hasil ini menunjukkan bahwa kelompok usia yang lebih dewasa dalam kategori Generasi Z menilai kredibilitas Justinus Lhaksana sedikit lebih tinggi dibandingkan kelompok usia remaja. Hal ini dapat disebabkan oleh perbedaan tingkat pemahaman dan pengalaman dalam mengonsumsi konten analisis sepak bola.

Berdasarkan hasil tabulasi silang antara kecenderungan mengikuti perkembangan sepak bola dan kredibilitas Justinus Lhaksana di kalangan Generasi Z Kota Denpasar, diperoleh bahwa responden yang mengikuti perkembangan sepak bola memberikan skor rata-rata kredibilitas yang lebih tinggi, yaitu 4,06, dibandingkan dengan responden yang tidak mengikuti perkembangan

sepak bola, yaitu 3,88. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat keterlibatan responden terhadap dunia sepak bola berpengaruh terhadap persepsi mereka terhadap kredibilitas Justinus Lhaksana. Responden yang mengikuti perkembangan sepak bola cenderung lebih memahami konteks pembahasan dan menilai keahlian, kepercayaan, serta daya tarik Justinus Lhaksana dengan lebih positif dibandingkan mereka yang tidak mengikuti perkembangan sepak bola.

Selanjutnya, berdasarkan tabulasi silang antara jenis kelamin dan kecenderungan mengikuti perkembangan sepak bola, diketahui bahwa responden laki-laki memiliki proporsi yang lebih tinggi dalam mengikuti perkembangan sepak bola dibandingkan perempuan. Sebanyak 80,5% responden laki-laki menyatakan mengikuti perkembangan sepak bola secara rutin, sedangkan pada responden perempuan hanya 44,2% yang memberikan jawaban serupa. Temuan ini menunjukkan bahwa ketertarikan terhadap dunia olahraga, khususnya sepak bola, masih didominasi oleh laki-laki. Fakta ini juga menjelaskan mengapa kelompok laki-laki dalam penelitian ini cenderung memberikan skor kredibilitas yang lebih tinggi terhadap Justinus Lhaksana, karena memiliki keterlibatan yang lebih intens terhadap topik yang dibahas. Hasil dari tabulasi silang diatas sejalan dengan pandangan McQuail (2010) dalam Integrated Model of Audience Choice, yang menyatakan bahwa faktor personal seperti latar belakang dan minat terhadap topik tertentu memengaruhi preferensi individu dalam memilih sumber informasi.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Generasi Z di Kota Denpasar menilai Justinus Lhaksana sebagai komunikator yang kredibel dalam menyampaikan opini dan analisis seputar olahraga di YouTube. Tingkat kredibilitas yang tinggi ini menunjukkan bahwa audiens menaruh kepercayaan terhadap pandangan dan analisis yang disampaikan, sehingga memperkuat posisinya sebagai salah satu figur pengamat olahraga paling berpengaruh di media digital Indonesia.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Kredibilitas Justinus Lhaksana di Kalangan Generasi Z Kota Denpasar, dapat disimpulkan bahwa:

1. Pada hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa generasi Z Kota Denpasar menganggap kredibilitas Justinus Lhaksana sebagai pengamat yang terlihat dalam kanal YouTube-nya adalah baik/tinggi. Hasil tersebut diperoleh dari total akumulasi skor rata-rata kredibilitas yakni sebesar 4,00.

2. Penelitian menunjukkan bahwa menurut generasi Z Kota Denpasar pada ketiga dimensi Kredibilitas yakni keahlian (*expertise*), kepercayaan (*trustworthiness*), dan daya tarik (*attractiveness*) berada pada kategori baik/tinggi. Pada indikator keahlian (*expertise*), hasil skor rata-rata keahlian adalah sebesar 4,08 yang termasuk dalam kategori baik/tinggi, sehingga dapat dilihat bahwa Justinus Lhaksana diakui memiliki keahlian yang baik selaku pengamat. Responden menganggap keahlian tertinggi Justinus Lhaksana adalah keahliannya menjelaskan suatu topik dengan jelas dan mudah dipahami. Kemudian pada indikator kepercayaan (*trustworthiness*) juga memperlihatkan bahwa generasi Z Kota Denpasar memiliki kepercayaan yang baik terhadap Justinus Lhaksana sebagai pengamat. Hal tersebut dibuktikan dari hasil skor rata-rata kepercayaan sebesar 3,83 yang termasuk dalam kategori baik/tinggi. Responden menganggap kepercayaan tertinggi terhadap Justinus Lhaksana adalah sikap tulus sebagai pengamat. Selanjutnya pada indikator daya tarik (*attractiveness*) juga memperlihatkan bahwa dalam pandangan generasi Z Kota Denpasar, Justinus Lhaksana dianggap mempunyai daya tarik yang baik sebagai pengamat. Hal tersebut dibuktikan dari hasil skor rata-rata daya tarik sebesar 4,11 yang termasuk dalam kategori baik/tinggi. Responden menganggap daya tarik tertinggi terhadap Justinus Lhaksana adalah gaya bicara yang menarik dan mudah dipahami sebagai pengamat.

3. Berdasarkan hasil analisis tabulasi silang, dapat disimpulkan bahwa persepsi kredibilitas Justinus Lhaksana di kalangan Generasi Z Kota Denpasar dipengaruhi oleh latar belakang dan preferensi dari responden. Responden berusia 21–28 tahun memberikan penilaian kredibilitas lebih tinggi dibandingkan kelompok usia 13–20 tahun, menunjukkan bahwa tingkat kedewasaan turut memengaruhi cara pandang terhadap sosok pengamat olahraga. Selain itu, kelompok yang rutin mengikuti perkembangan sepak bola juga menilai Justinus Lhaksana lebih kredibel dibandingkan yang tidak mengikuti, yang menandakan bahwa pemahaman terhadap konteks konten turut memperkuat persepsi kredibilitas. Sementara itu, laki-laki mendominasi dalam hal ketertarikan terhadap sepak bola, sehingga memberikan skor kredibilitas yang lebih tinggi dibandingkan perempuan. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa kredibilitas Justinus Lhaksana sebagai komunikator olahraga dinilai baik oleh Generasi Z, dengan persepsi yang lebih positif pada kelompok yang lebih dewasa dan memiliki keterlibatan tinggi dalam dunia sepak bola.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Kredibilitas Justinus Lhaksana di Kalangan Generasi Z Kota Denpasar. Adapun beberapa saran yang ingin disampaikan:

1. Bagi pengamat olahraga disarankan untuk menjaga keseimbangan antara keahlian, kepercayaan, dan daya tarik. Gaya komunikasi yang lugas, relevan, dan mudah dipahami penting untuk mempertahankan perhatian audiens muda. Namun demikian, pengamat juga perlu menjaga keseimbangan antara daya tarik dan substansi agar tidak terjebak pada penyampaian yang hanya menghibur, tetapi tetap edukatif dan informatif. Dengan begitu, diharapkan dapat mempertahankan kredibilitas sekaligus membangun kepercayaan audiens di tengah persaingan konten digital yang semakin ketat.

2. Untuk peneliti di masa depan disarankan guna memperluas cakupan penelitian. Penelitian lanjutan dapat menggunakan metode kualitatif untuk menggali lebih dalam alasan di balik preferensi audiens terhadap gaya komunikasi tertentu. Dengan pendekatan tersebut, diharapkan bisa didapatkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana kredibilitas komunikator terbentuk dan dipersepsikan oleh berbagai kelompok audiens di era digital.

Daftar Referensi

Books:

- Bungin, B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Ghozali. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Universitas Dipenogoro.
- Ghozali. (2009). *Aplikasi Analisis dengan program SPSS*. Semarang: Universitas Dipenogoro.
- Hikmat, M. M. (2018). *Jurnalistik: Literary Journalism*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Kriyantono, R. (2016). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Predana Media Group.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory (6th ed.)*. London: SAGE.
- Rakhmat, J. (2015). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian (kuantitatif, kualitatif, dan mix method)*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Sugiyono. (2013). Statistika Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta. Venus,

A. (2018). Manajemen Kampanye. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Journal Article:

Aisyah, S. N., & Rorong, M. J. (2023). Pengaruh Kredibilitas Konten Edukasi Kanal Youtube Kok Bisa? Terhadap Kebutuhan Informasi Follower. Scientia Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa, 1-11.

Bhakti, C. P., & Safitri, N. E. (2017). Peran Bimbingan dan Konseling Untuk Menghadapi Generasi Z Dalam Perspektif Bimbingan dan Konseling Perkembangan. Jurnal Konseling GUSJIGANG, Vol. 3, No. 1.

Chiang, H.-S., & Hsiao, K.-L. (2015). YouTube stickiness: The needs, personal, and environmental perspective. Internet Research, 85-106.

Indarsih, M., & Pangestu, D. (2021). Pemanfaatan platform youtube sebagai media pembelajaran, dalam meningkatkan kreativitas mahasiswa universitas bina sarana informatika. Akrah Juara: Jurnal Ilmu-ilmu Sosial, Vol.6, No.3, 43-52.

Ohanian, R. (2013). Construction and Validation of a Scale to Measure Celebrity Endorser's Perceived Expertise, Trustworthiness, and Attractiveness. Journal of Advertising, 39-25.

Prasetya, R. C., & Junaidi, A. (2022). Strategi Jurnalis Olahraga dalam Meningkatkan Antusiasme Masyarakat terhadap Olahraga Sepak Bola di Indonesia. Kiwari, 620-627.

Rahayu, N. K. (2020). Kredibilitas Joko Widodo Dalam Vlog #JKWVlog di Generasi Milenial Kota Denpasar. Jurnal Ilmu Komunikasi 2021, Vol.1, No.2.

Rahmawati, A. S., & Darmawan, F. (2022). Kredibilitas Pemberitaan Distribusi Vaksin Covid-19 di Indonesia. Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital. Jurnal Riset Jurnalistik dan Media Digital (JRJMD), Vol1, No.2, 107-114.

Serban, C. (2006). Marketing communication in online social programs: Ohanian model of source credibility. Journal of Empirical Generalisations in Marketing, 778-784.

Wiedmer, T. (2015). Generations do differ: Best practices in leading traditionalists, boomers, and generations X, Y, and Z. Delta Kappa Gamma Bulletin, Vol.8, No.2.

Winoto, Y. (2015). Penerapan Teori Kredibilitas Sumber (Source of Credibility) dalam Penelitian-Penelitian Layanan Perpustakaan. EduLib, Vol.5, No.2.

Website:

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). Survei APJII. Retrieved from Survei Internet APJII 2024: <https://survei.apjii.or.id/survei/group/9> Badan Pusat Statistika. (2020). Sensus BPS. Retrieved from Jumlah Penduduk menurut Wilayah, Klasifikasi Generasi, dan Jenis Kelamin: <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2020/2/0/0>

We Are Social. (2024). We Are Social 2024. Retrieved from Digital 2024 Report: <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>