

Pengaruh Konten Kreator Sadam Permana terhadap Efektivitas Diseminasi Informasi pada Masyarakat Digital

Leony Dwi Safitri

Universitas Negeri Padang

Desriyeni

Universitas Negeri Padang

Alamat: Jl. Prof. Dr. Hamka, Air Tawar Bar., Kec. Padang Utara, Kota Padang

Korespondensi penulis: leonydwi834@gmail.com, desriyeni@fbs.unp.ac.id

Abstract. *The development of social media in the digital era has transformed the way people access and disseminate information. In addition to serving as a communication platform, social media has become a fast and far-reaching medium for information dissemination. However, the effectiveness of information dissemination continues to face several challenges, including low levels of digital literacy, limited public trust in information, and the overwhelming flow of online content. This study uses Sadam Permana as the research object because of his consistent efforts in presenting information on social issues through simple and easily understandable content. The purpose of this study is to examine the influence of content creator Sadam Permana on the effectiveness of information dissemination in digital society. This research employed a quantitative approach using a descriptive method. The study population consisted of approximately 467,000 followers of Sadam Permana's TikTok account as of the end of February 2026. The sample was selected using a purposive sampling technique, resulting in 100 respondents. Data were analyzed using the normality test, correlation test, linearity test, hypothesis test, and coefficient of determination test with the assistance of SPSS version 25. The findings indicate that Sadam Permana, as a content creator, has a significant influence on the effectiveness of information dissemination in digital society. The content creator variable obtained a mean score of 3.13, while the information dissemination effectiveness variable achieved a mean score of 2.92, both of which fall into the high category. Furthermore, the coefficient of determination (R Square) value of 0.553 indicates that the content creator variable explains 55.3% of the variance in information dissemination effectiveness, while the remaining 44.7% is influenced by other factors not examined in this study.*

Keywords: Content Creator, Sadam Permana, Information Dissemination Effectiveness

Abstrak: Perkembangan media sosial di era digital telah mengubah cara masyarakat mengakses dan menyebarkan informasi. Selain berfungsi sebagai sarana komunikasi, media sosial menjadi media diseminasi informasi yang cepat dan luas. Namun, efektivitas penyebaran informasi masih menghadapi tantangan, seperti rendahnya literasi digital, terbatasnya kepercayaan masyarakat terhadap informasi, serta tingginya arus informasi. Penelitian ini menggunakan Sadam Permana sebagai objek penelitian karena konsisten menyajikan informasi mengenai isu sosial melalui penyampaian yang sederhana dan mudah dipahami. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pengaruh konten kreator Sadam Permana terhadap efektivitas diseminasi informasi pada masyarakat digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Populasi penelitian berjumlah sekitar 467 ribu pengikut akun TikTok Sadam Permana pada akhir Februari 2026. Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data dianalisis menggunakan uji normalitas, uji korelasi, uji linearitas, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi dengan bantuan SPSS versi 25. Hasil penelitian membuktikan bahwa konten kreator Sadam Permana berpengaruh terhadap efektivitas diseminasi informasi pada masyarakat digital. Variabel konten kreator memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,13 dan variabel efektivitas diseminasi informasi sebesar 2,92, yang keduanya berada pada kategori tinggi. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,553 menunjukkan bahwa variabel konten kreator memberikan pengaruh sebesar 55,3%, sedangkan 44,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Kata Kunci: Konten Kreator, Sadam Permana, Efektivitas Diseminasi Informasi

PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial pada era digital telah memunculkan transformasi dalam berbagai dimensi kehidupan sosial, terutama dalam bidang informasi. Pernyataan tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Koro et al., 2025) yang menyatakan bahwa media sosial tidak lagi dimanfaatkan sebagai sarana hiburan atau interaksi sosial, melainkan telah berkembang menjadi salah satu sumber informasi yang banyak digunakan oleh masyarakat. Perubahan tersebut turut memengaruhi pola komunikasi yang sebelumnya didominasi oleh media konvensional seperti televisi, radio, dan surat kabar menjadi komunikasi berbasis media digital yang lebih cepat, interaktif, serta mudah diakses oleh berbagai lapisan Masyarakat (Isabella et al., 2023). Seiring dengan dinamika tersebut, munculnya konten kreator pada berbagai platform media sosial memainkan peran yang semakin penting karena mereka tidak hanya bertindak sebagai produsen konten, tetapi juga sebagai aktor yang turut berkontribusi dalam proses penyebaran informasi di ruang digital (Musfialdy, 2019). Oleh karena itu, kehadiran mereka turut memfasilitasi masyarakat dalam memperoleh beragam informasi sesuai dengan topik yang diperlukan secara cepat dan praktis.

Hal tersebut diperkuat oleh laporan Digital 2025 yang dirilis oleh We Are Social pada Februari 2025, yang menyebutkan bahwa jumlah pengguna media sosial di dunia mencapai sekitar 5,24 miliar orang dengan pertumbuhan sebesar 4% dibandingkan tahun sebelumnya. Data tersebut menunjukkan semakin pentingnya kontribusi konten kreator dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat secara efektif dan luas. Pada tingkat nasional, pertumbuhan penggunaan media sosial di Indonesia mengikuti tren global dengan laju yang semakin meningkat. Pernyataan ini tercantum dalam laporan “Digital 2026 Indonesia” yang dipublikasikan oleh DataReportal yang menyatakan bahwa jumlah pengguna media sosial di Indonesia telah mencapai 180 juta orang. Dari total tersebut, sebesar 56,3% merupakan perempuan, sedangkan 43,7% lainnya adalah laki-laki. Namun demikian, laporan yang dirilis oleh DataReportal tidak menjelaskan faktor-faktor yang melatarbelakangi dominasi proporsi pengguna perempuan serta tidak menyajikan rincian mengenai dinamika perubahan komposisi gender dibandingkan dengan periode sebelumnya. Fenomena tersebut mencerminkan bahwa intensitas penggunaan media sosial yang tinggi di Indonesia membuka ruang yang luas bagi konten kreator dalam mendistribusikan informasi, termasuk konten kreator Sadam Permana.

Sadam Permana adalah konten kreator digital yang dikenal dengan konten yang berfokus pada pengangkatan isu permasalahan sosial serta penyampaian pesan edukatif. Pemilihan Sadam Permana sebagai subjek dalam penelitian ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan penulis untuk mengkaji secara lebih mendalam terkait fenomena konten kreator sebagai sumber informasi di era digital. Berdasarkan hal tersebut, Sadam Permana dipandang relevan karena konsistensinya dalam menyajikan konten informatif melalui media sosial sehingga sejalan dengan fokus kajian dalam Ilmu Perpustakaan dan Ilmu Informasi, khususnya terkait dengan diseminasi informasi kepada masyarakat.

Selain itu, Sadam Permana juga merupakan figur yang menunjukkan keseimbangan kompetensi dalam aspek akademik yang baik sehingga berpotensi memberikan pengaruh positif dalam meningkatkan kesadaran serta literasi informasi masyarakat. Di sisi lain, dibandingkan dengan konten kreator lain yang cenderung menggunakan gaya penyampaian kompleks atau sensasional, Sadam Permana lebih mengedepankan penyampaian informasi yang sederhana, sistematis, dan mudah dipahami. Pendekatan ini memungkinkan informasi yang disampaikan dapat diakses oleh audiens yang lebih luas dengan tingkat literasi yang beragam. Dan sebagai

upaya dalam menjaga eksistensinya, ia aktif membagikan konten melalui berbagai platform media sosial seperti TikTok, Instagram, dan YouTube serta menjalin kolaborasi dengan konten kreator lain untuk memperluas jangkauan audiens (Nisa et al., 2022); (Rahmatillah & Wardhana, 2025). Namun demikian, perluasan jangkauan penyebaran informasi tersebut tidak terlepas dari berbagai persoalan. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pengguna media sosial, penulis mengidentifikasi sejumlah permasalahan yang berkaitan dengan proses penyebaran serta penerimaan informasi yang dihadapi oleh masyarakat ketika menerima informasi yang bersumber dari konten kreator. Permasalahan-permasalahan yang teridentifikasi tersebut meliputi hal-hal sebagai berikut:

Pertama, adanya kesenjangan antara popularitas dan kompetensi, tidak semua informasi dan opini yang beredar di media sosial dapat diterima secara langsung oleh masyarakat karena konten kreator yang memiliki latar belakang keilmuan yang sejalan dengan topik yang mereka bahas di media sosial terhitung masih sedikit dan sangat jarang ditemukan. *Kedua*, terbatasnya kepercayaan masyarakat terhadap informasi yang disampaikan oleh konten kreator karena kurangnya kejelasan sumber, akurasi, serta pertanggungjawaban atas isi konten. Tingginya peredaran informasi yang tidak terverifikasi, seperti hoaks maupun opini pribadi yang diposisikan sebagai fakta, menyebabkan masyarakat cenderung bersikap hati-hati dan kritis. *Ketiga*, kurangnya literasi digital masyarakat, yang berdampak pada rendahnya kemampuan masyarakat dalam mengevaluasi keabsahan informasi yang diperoleh dari konten kreator. Kondisi ini meningkatkan kerentanan publik terhadap informasi yang menyesatkan atau belum diverifikasi yang pada gilirannya berpotensi menimbulkan kesalahan persepsi, penyebaran rumor, serta polarisasi opini.

Lebih jauh, ketidakmampuan masyarakat dalam memilah informasi yang akurat dapat menghambat proses pengambilan keputusan yang tepat sehingga memengaruhi kualitas pemahaman terhadap isu-isu sosial dan kontemporer. *Keempat*, munculnya ledakan informasi, terjadinya lonjakan arus informasi yang berlangsung secara masif dan berkelanjutan telah melahirkan suatu beban informasi yang sulit untuk dikendalikan. Intensitas paparan informasi yang datang secara simultan dan berulang kali kerap menyulitkan individu dalam melakukan proses seleksi dan verifikasi terhadap kebenaran suatu informasi (Maryanti et al., 2022). Akibatnya, batas antara fakta dan hoaks menjadi semakin kabur sehingga berpotensi menimbulkan kebingungan, kecemasan, serta tekanan kognitif pada individu dalam memproses informasi yang diterima (Nasution et al., 2024).

Berbagai permasalahan tersebut dapat dianalisis melalui perspektif teori Kredibilitas Sumber (*Source Credibility*) menurut Carl Hovland, Irving Janis, dan Harold Kelley (1953) dan teori Difusi Inovasi (*Diffusion of Innovations*) oleh Everett M. Rogers (1983) yang dijadikan sebagai acuan dalam mendeskripsikan bagaimana konten kreator Sadam Permana dalam memengaruhi efektivitas penyebaran informasi pada masyarakat digital. Teori Kredibilitas Sumber (*Source Credibility*) menurut Carl Hovland, Irving Janis, dan Harold Kelley (1953) menekankan pada keahlian, kepercayaan dan daya tarik, sedangkan teori Difusi inovasi (*Diffusion of Innovations*) menurut Everett M. Rogers (1983) menekankan pada inovasi, saluran komunikasi, waktu dan sistem sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian adalah seluruh pengikut akun TikTok Sadam Permana yang berjumlah sekitar 467.000 pengikut pada akhir Februari 2026. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive

sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian (Ramadani et al., 2025). Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (margin of error) sebesar 10%, sehingga diperoleh sebanyak 100 responden yang dianggap telah mewakili populasi penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan Google Form sebagai instrumen utama, serta didukung dengan wawancara dan studi dokumentasi dari berbagai buku, jurnal, dan referensi ilmiah yang relevan. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan program SPSS versi 25 melalui beberapa tahapan, yaitu uji normalitas dengan metode Kolmogorov–Smirnov, uji korelasi Product Moment Pearson, dan uji linearitas sebagai uji persyaratan analisis. Setelah seluruh asumsi terpenuhi, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui pengaruh konten kreator Sadam Permana terhadap efektivitas diseminasi informasi bagi masyarakat digital. Selain itu, uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Seluruh pengujian dilakukan pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) sehingga hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Persyaratan Analisis

1. Uji Normalitas *Kolmogorov Smirnov*

Pengujian asumsi normalitas dilaksanakan guna memverifikasi apakah pola sebaran data pada kelompok yang diteliti mengikuti distribusi normal. Pada penelitian ini, metode *Kolmogorov-Smirnov* diterapkan untuk menilai normalitas dari nilai residual. Proses analisis dijalankan dengan mengimputasikan data variabel X dan Y ke dalam aplikasi SPSS guna memperoleh nilai residual tersebut. Kriteria pengambilan keputusan didasarkan pada nilai signifikansi sebesar 0,05. Apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka residual dinyatakan berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi berada di bawah 0,05, nilai residual dianggap tidak memenuhi asumsi distribusi normal. Setelah dilakukannya pengolahan data, diperoleh hasil uji normalitas sebagai berikut.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.26005950
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.088
	Negative	-.083
Test Statistic		.088
Asymp. Sig. (2-tailed)		.054 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,054. Mengacu pada nilai signifikansi 0,05, maka data residual pada model regresi dinyatakan berdistribusi normal. Oleh karena itu, model analisis ini layak dipergunakan untuk memprediksi efektivitas diseminasi informasi (Y) berdasarkan variabel konten kreator (X).

2. Uji Korelasi

Uji korelasi dilakukan untuk melihat hubungan linear antara variabel konten kreator (X) dan efektivitas diseminasi informasi (Y). Berdasarkan output pengolahan data menggunakan SPSS versi 25, nilai koefisien korelasi yang diperoleh adalah 0,744. Berdasarkan nilai yang diperoleh tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara variabel X dan variabel Y. Dan mengacu pada hasil uji signifikansi yang menunjukkan angka 0,000 atau lebih rendah dari taraf signifikansi 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel konten kreator (X) dan variabel efektivitas diseminasi informasi (Y). Adapun hasil analisis hubungan antarvariabel menggunakan korelasi *Product Moment* adalah sebagai berikut.

Tabel 2. Hasil Uji Korelasi

Correlations

		Konten Kreator	Efektivitas Diseminasi Informasi
Konten Kreator	Pearson Correlation	1	.744**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Efektivitas Diseminasi Informasi	Pearson Correlation	.744**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

3. Uji Linearitas

Uji linearitas dibutuhkan untuk menilai bentuk hubungan yang terjadi antara variabel bebas dengan variabel terikat. Sebagai langkah untuk menguji hubungan linear antara variabel independen dan variabel dependen, dilakukan uji linearitas dengan hasil sebagaimana ditunjukkan pada output berikut.

Tabel 3. Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X	Between Groups	(Combined)	1479.554	14	105.682	10.285	.000
		Linearity	1300.819	1	1300.819	126.592	.000
		Deviation from Linearity	178.735	13	13.749	1.338	.208
	Within Groups		873.436	85	10.276		
	Total		2352.990	99			

Data yang disajikan pada tabel di atas menunjukkan angka signifikansi (*Sig.*) *Deviation From Linearity* sebesar 0,208. Karena nilai signifikansi (*Sig.*) *Deviation From Linearity* tersebut

lebih besar dari 0,05, data ini menginformasikan bahwa hubungan antara variabel konten kreator dengan variabel efektivitas diseminasi informasi memenuhi asumsi kelinearan.

4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh satu variable X, konten kreator terhadap efektivitas diseminasi informasi (Y). Pengujian dilakukan menggunakan analisis Regresi Linear Sederhana dengan bantuan software SPSS versi 25. Penelitian ini menggunakan Uji t, dan berikut akan ditampilkan hasil analisis yang sudah dilakukan.

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.838	2.851		1.697	.093
	Konten Kreator	1.108	.101	.744	11.007	.000

a. Dependent Variable: Efektivitas Diseminasi Informasi

Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa variabel konten kreator memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel efektivitas diseminasi informasi. Hal ini dibuktikan oleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berada di bawah 0,05 serta nilai t hitung sebesar 11,007 yang lebih besar daripada t tabel sebesar 1,984. Oleh karena itu, hipotesis penelitian yang menyatakan adanya pengaruh konten kreator terhadap efektivitas diseminasi informasi dapat diterima.

5. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui sejauh mana besaran pengaruh variabel konten kreator (X) dan variabel efektivitas diseminasi informasi (Y). Selain itu, uji ini juga digunakan untuk mengidentifikasi besarnya pengaruh variabel lain di luar model penelitian yang turut memengaruhi variabel dependen.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	.744 ^a	.553	.548	3.277

a. Predictors: (Constant), Konten Kreator

Besarnya nilai determinasi (*R Square*) adalah 0,553. Nilai 0,553 dapat diartikan bahwa variabel konten kreator mempengaruhi efektivitas diseminasi informasi sebesar 55,3%. Sementara itu, 44,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian.

KESIMPULAN

Hasil analisis data menunjukkan bahwa data penelitian telah memenuhi asumsi normalitas dan linearitas, sehingga layak digunakan untuk pengujian lebih lanjut. Hasil uji korelasi memperlihatkan adanya hubungan yang kuat dan signifikan antara variabel konten kreator dengan efektivitas diseminasi informasi. Selain itu, pengujian hipotesis membuktikan bahwa konten kreator memiliki pengaruh yang signifikan terhadap efektivitas diseminasi informasi. Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa variabel konten kreator memberikan kontribusi yang cukup

besar terhadap efektivitas diseminasi informasi, sementara sebagian lainnya dipengaruhi oleh berbagai faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian. Dengan demikian, semakin baik peran dan kualitas konten kreator, maka semakin efektif pula proses diseminasi informasi yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Isabella, Iriyani, A., & Lestari, D. P. (2023). Literasi Digital sebagai Upaya Membangun Karakter Masyarakat Digital. *Jurnal Pemerintahan dan Politik*. *Jurnal Pemerintahan Dan Politik*. <https://doi.org/https://doi.org/10.36982/jpg.v8i3.3236>
- Koro, S. M. P., Sahan, M. Y., & Molan, K. S. (2025). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi dan penyebaran informasi di Desa Liwulagang. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Maryanti, S., Komariah, N., & Rodiah, S. (2022). Diseminasi Informasi Publik oleh Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi kota Banjar sebagai Upaya Keterbukaan Informasi Publik. *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*. <https://doi.org/https://doi.org/10.25157/moderat.v8i3.2715>
- Musfialdy. (2019). Independensi Media: Pro-Kontra Objektivitas dan Netralitas Pemberitaan Media. *Jurnal Riset Komunikasi*. <https://doi.org/https://doi.org/10.24329/jurkom.v2i1.50>
- Nasution, I. A., Aini, K. N., Zein, A. W., & Adrio, E. (2024). Aksiologi dalam Era Society 5.0: Menyikapi Perubahan Nilai dalam Masyarakat Digital. *Mutiara: Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah*. <https://doi.org/https://doi.org/10.59059/mutiara.v2i6.1882>
- Nisa, A., P, S. D. H., & P, Y. A. (2022). Pengaruh Konten Kreator TikTok @sikiborhalilibor terhadap Sikap dan Perilaku Generasi Z. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*.
- Rahmatillah, S., & Wardhana, K. E. (2025). Peran Konten Kreator dalam Membangun Literasi Kesehatan Mental di Ruang Digital. *Healing: Health Education, Advocacy, and Learning*.