

**HUBUNGAN KONSUMSI MEDIA DAN KONEKSI PUBLIK AKUN
INSTAGRAM @KEMENAG DENGAN KREDIBILITAS KEMENAG**

**(Survei pada Jemaah Haji 2025 KBIHU Al Muna Depok "Isu Dana Haji
2025" Konten 06 Januari 2025)**



Intelligentia - Dignitas

Disusun Oleh:

Nama: Supriah

NIM: 1410621084

Skripsi

Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUKUM
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2025

ABSTRAK

Supriah (1410621084), Hubungan Konsumsi Media dan Koneksi Publik Akun @Kemenag dengan Kredibilitas Kemenag (Survei pada Jemaah Haji 2025 KBIHU AI Muna Depok "Isu Dana Haji 2025"Konten 06 Januari 2025), Skripsi, Jakarta, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta, 2025:1 – 171 halaman, 11 buku, 20 artikel

Konsumsi media merupakan bagian dari aktivitas sosial yang tidak hanya terbatas pada penerimaan informasi tetapi mencerminkan cara individu memahami dan terhubung melalui praktik sehari-hari. Konsumsi media dipengaruhi oleh latar belakang sosial, pengalaman pribadi, serta bagaimana individu memilih dan menggunakan media dalam kehidupan mereka. Penelitian dilakukan untuk mengetahui hubungan antara konsumsi media dan koneksi publik akun Instagram @Kemenag dalam isu dana haji 2025 terhadap kredibilitas Kementerian Agama.

Penelitian ini menggunakan teori *new media* yang dikemukakan oleh Pierre Levy. Variabel pada penelitian ini yaitu konsumsi media dan koneksi publik sebagai variabel independen dan kredibilitas sebagai variabel dependen. Terdapat enam dimensi pada variabel konsumsi media dan koneksi publik. Berikutnya, terdapat tiga dimensi untuk variabel kredibilitas.

Paradigma pada penelitian ini yang digunakan ialah paradigma *positivism* dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Metode yang digunakan adalah survei dengan penyebaran kuesioner menggunakan *google form*. Adapun populasi pada penelitian ini adalah Jemaah haji 2025 KBIHU AI Muna Depok. Jenis penelitian menggunakan eksplanatif. Analisis data melalui analisis *univariate dan bivariat* korelasi Person.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumsi media dan koneksi publik melalui akun Instagram @Kemenag isu dana haji 2025 memberikan keterhubungan yang positif kepada jemaah, serta kredibilitas Kementerian Agama dipersepsikan tinggi terutama pada dimensi *good will*. Hal ini terlihat dari hasil pengukuran nilai distribusi frekuensi dan nilai mean yang tinggi pada indikator kepedulian, kepentingan, dan empati.

Kesimpulan yang diperoleh penelitian ini Jemaah haji melihat akun Instagram @Kemenag sebagai saluran informasi yang transparan, relevan, dan mudah diakses, serta mampu menjawab kebutuhan publik akan kejelasan dan kepercayaan, terutama terkait isu dana haji. Untuk itu, ke depan disarankan agar media sosial institusional seperti ini terus dikembangkan tidak hanya sebagai sarana menyampaikan informasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi yang memungkinkan publik terlibat aktif dalam memberikan respons, pertanyaan, atau masukan atas kebijakan yang disampaikan.

Kata Kunci : Konsumsi Media, Koneksi Publik, Kredibilitas.

ABSTRACT

The Relationship between Media Consumption and Public Connection with the @Kemenag Account and the Credibility of the Ministry of Religious Affairs (Survei on 2025 Hajj Pilgrims from KBIHU Al Muna Depok Regarding the “2025 Hajj Fund Issue” in the January 6, 2025 Content), Thesis, Jakarta, Communication Science Study Program, Faculty of Social Sciences and Law, Universitas Negeri Jakarta, 2025: 1 – 171 pages, 11 books, 20 articles

Media consumption is a part of social activity that is not limited to receiving information but also reflects how individuals understand and connect through their daily practices. Media consumption is influenced by social background, personal experiences, and how individuals choose and use media in their daily lives. This study aims to determine the relationship between media consumption and public connection on the Instagram account @Kemenag regarding the 2025 hajj fund issue and the credibility of the Ministry of Religious Affairs.

This study employs the theory of new media proposed by Pierre Levy. The variables in this research include media consumption and public connection as independent variables, and credibility as the dependent variable. There are six dimensions in the variable of media consumption and public connection. Furthermore, there are three dimensions in the credibility variable.

The paradigm used in this research is positivism with a quantitative approach. The method used is a survey by distributing questionnaires via Google Forms. The population of this research is the 2025 hajj pilgrims of KBIHU Al Muna Depok. The study is explanatory in nature. Data were analyzed using univariate and bivariate (Pearson correlation) analyses.

The results show that media consumption and public connection through the Instagram account @Kemenag on the 2025 hajj fund issue provide a positive connection to the pilgrims. The credibility of the Ministry of Religious Affairs is perceived to be high, especially in the dimension of good will. This is evidenced by the high frequency distribution and mean scores in the indicators of concern, relevance, and empathy.

The conclusions obtained by this research are that Hajj pilgrims see the @Kemenag Instagram account as a channel for information that is transparent, relevant and easy to access, and able to answer the public's need for clarity and trust, especially regarding the issue of Hajj funds. For this reason, in the future it is recommended that institutional social media like this continue to be developed not only as a means of conveying information, but also as an interaction space that allows the public to be actively involved in providing responses, questions or input on the policies conveyed.

Keywords: Media Consumption, Public Connection, Credibility.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Supriah
NIM : 1410621084
Fakultas/Prodi : Ilmu Sosial dan Hukum/Ilmu Komunikasi
Alamat email : viasupriah@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (... ..)

yang berjudul :

Hubungan Konsumsi Media dan Koneksi Publik Akun Instagram @Kemenag dengan Kredibilitas Kemenag

(Survei pada Jemaah Haji 2025 KBIHU Al Muna Depok "Isu Dana Haji 2025" Konten 06 Januari 2025)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 3 Agustus 2025

Penulis

(Supriah)

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Supriah
NIM : 1410621084
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Hukum
Judul KA : "Hubungan Konsumsi Media dan Koneksi Publik akun
@Kemenag dengan Kredibilitas Kemenag (Survei pada
Jemaah Haji 2025 KBIHU Al Muna Depok "Isu Dana Haji
2025" Konten 06 Januari 2025)"

Dengan ini menyatakan bahwa saya memastikan Karya Ilmiah saya yang berjudul **""Hubungan Konsumsi Media dan Koneksi Publik akun @Kemenag dengan Kredibilitas Kemenag (Survei pada Jemaah Haji 2025 KBIHU Al Muna Depok "Isu Dana Haji 2025" Konten 06 Januari 2025)""** merupakan karya saya sendiri. Saya memastikan bahwa Karya Ilmiah saya ini bukan merupakan hasil tiruan, saduran, atau terjemahan dari karya orang lain.

Jika di kemudian hari Karya Ilmiah saya melanggar ketentuan orisinalitas, saya siap menerima sanksi yang diberikan oleh pihak program studi maupun pihak universitas.

Jakarta 24 Juli 2025



Supriah

NIM. 1410621084

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skrripsi dengan judul

"Hubungan Konsumsi Media dan Koneksi Publik akun @Kemenag dengan Kredibilitas Kemenag (Survei pada Jemaah Haji 2025 KBIHU Al Muna Depok "Isu Dana Haji 2025" Konten 06 Januari 2025)"

Skrripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh :

Dosen Pembimbing I

Tanda Tangan

Tanggal



30/07/2025

Dr. Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, M.Si

.....

NIP. 197311212006042001

Dosen Pembimbing II

Tanda Tangan

Tanggal



30/07/2025

Sandy Allifiansyah, M.A., Ph.D

.....

NIP. 199106022024061002

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi
FISH UNJ



Dr. Dini Safitri, M.Si.

NIP. 198402062010122002

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum



No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Dr. Vera Wijayanti Sutjipto., S.Sos., M.Si NIP.197409032005012001 Ketua Sidang		31/07/2015
2.	Nada Arina Romli, M.I.Kom. NIP.199109142019032022 Sekretaris		31/07/2015
3.	Dr. Dini Safitri, M.Si. NIP.198402062010122002 Penguji Ahli		30/07/2015
4.	Dr. Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, M.Si NIP.197311212006042001 Pembimbing I		01/08/2015
5.	Sandy Allifiansyah, M.A., Ph.D NIP.199106022024061002 Pembimbing II		30/07/2015

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirrabbi'l'alamin puji Syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-nya kepada kita semua, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Hubungan Konsumsi Media dan Koneksi Publik Akun Instagram @Kemenag dengan Kredibilitas Kemenag (Survei pada Jemaah Haji 2025 KBIHU Al Muna Depok "Isu Dana Haji 2025" Konten 06 Januari 2025)".

Peneliti menyadari dalam penyusunan proposal skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini kami ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Komarudin, M.Si selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta, Prof Dr. Irfan Iskandar, M.Hum., Prof. Dr. Ari Saptono, SE, M. Pd., Dr. Andy Hadiyanto, MA., dan Prof. Dr. Fahrurrozi, M.Pd. selaku Wakil Rektor I, II, III, dan IV Universitas Negeri Jakarta
2. Firdaus Wajdi, M.A.. Ph.D selaku Dekan dan Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. Dini Safitri, S.Sos., M.Si., CPR selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta.
4. Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si., dan Sandy Allifiansyah, M.A., Ph.D., selaku Koordinator Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta
5. Dr. Kinkin Yuliaty SP, M.Si., selaku dosen pembimbing satu dan Sandy Allifiansyah, M.A., Ph.D., selaku dosen pembimbing dua dari peneliti yang telah membantu, meluangkan waktu dan tenaga, serta memberikan arahan kepada peneliti dalam proses penyusunan skripsi dari awal hingga akhir penelitian.
6. Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yakni Dr. Kinkin Yuliaty SP, M.Si., Elisabeth Nugrahaeni P. M.Si., Dr. Wiratri Anindhita, M.SC., CPR., Dr. Vera Wijayanti Sutjipto, M.Si., CPR., Dr. Marisa Puspita Sary,

M.Si.,Dr. Maulina Larasati Putri, S.Sos., M.I.Kom.,Nada Arina Romli, M. I.Kom., Dr. M. Fikri Akbar, M.Si., M.M.,Sandy Allifiansyah, M.A., Ph.D., Mega Ayu Permatasari, M.Si dan Noprita Herari, M.Ikom yang telah banyak membimbing dan memberikan arahan, pengetahuan, serta dukungan kepada teman-teman angkatan 2021.

7. Bapak Puh Fathurahman selaku ketua KBIHU Al Muna Depok
8. Orang tuaku tersayang terima kasih penulis ucapkan atas segala pengorbanan dan ketulusan yang diberikan. Tak kenal lelah mendoakan, mengusahakan, memberikan dukungan, baik secara moral maupun finansial. Besar harapan penulis semoga selalu sehat, panjang umur, dan bisa menyaksikan keberhasilan lainnya yang akan penulis raih dimasa yang akan datang.
9. Septi Khoerun Nissa, Keilani Bunga Asnita Saefuloh, Shamira Nadja Gani, Setevanny Agus Eppa, Tazkiya Hanan, dan Adelaida Elisabeth Sihotang. Sahabat – sahabat peneliti yang selalu memberikan doa dan dukungan tiada henti kepada peneliti.
10. Terakhir peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada satu sosok yang selama ini diem diem berjuang tanpa henti melawan dirinya selalu merasa kurang pada diri sendiri. Terima kasih kepada peneliti skripsi ini yaitu diriku sendiri. Terima kasih karna tetap menjadi dirimu sendiri. Jangan pernah lelah untuk tetap berdoa, berusaha, rayakan apapun dalam dirimu. Aku berdoa, langkah kaki kecilmu selalu diperkuat, dikelilingi oleh orang – orang yang baik, tulus, dan hebat.

Jakarta, 22 April 2025

Peneliti

Supriah

1410621084

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	v
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR GRAFIK.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Akademis	12
1.4.2 Manfaat Praktis.....	13
BAB II LANDASAN TEORI.....	14
2.1 Tinjauan Teoritis.....	14
2.1.1 Teori <i>New Media</i>	14
2.2 Variabel Penelitian	16
2.2.1 Konsumsi Media dan Koneksi Publik (X)	17
2.2.2 Kredibilitas (Y)	34
2.3 Penelitian Sejenis Terdahulu.....	36
2.4 Hipotesis Teori	59
2.5 Model Penelitian	59
BAB III METODE PENELITIAN.....	60

3.1 Paradigma penelitian	60
3.2 Metode Penelitian	61
3.3 Pendekatan Penelitian	62
3.4 Jenis Penelitian.....	63
3.5 Subjek Penelitian	64
3.5.1 Populasi	64
3.5.2 Sampel.....	65
3.5.3 Ukuran Sampel	66
3.5.4 Teknik Penarikan Sampel	68
3.6 Hipotesis Riset dan Hipotesis Statistik.....	69
3.6.1 Hipotesis Riset.....	69
3.6.2 Hipotesis Statistik	70
3.7 Metode Pengumpulan Data	71
3.7.1 Data Primer.....	71
3.7.2 Data Sekunder.....	71
3.8 Validitas dan Reliabilitas	72
3.9 Metode Analisis Data	79
3.9.1 <i>Univariate</i>	79
3.9.2 <i>Bivariate</i>	80
3.10 Definisi Oprasional.....	86
3.11 Oprasional Konsep	88
3.12 Waktu dan Tempat Penelitian	90
3.12.1 Waktu Penelitian	90
3.12.2 Tempat Penelitian	91
3.13 Keterbatasan dan Kelemahan Penelitian.....	91
3.13.1 Keterbatasan	91
3.13.2 Kelemahan Penelitian	92
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	93
4.1 Hasil Penelitian	93

4.1.1 Hasil Penelitian Konsumsi Media dan Koneksi Publik Akun Instagram @Kemenag mengenai Isu Dana Haji 2025 pada konten 06 Januari 2025	93
4.1.2 Hasil Penelitian Kredibilitas Kementerian Agama akun Instagram @Kemenag Isu Dana Haji 2025 menurut Jemaah KBIHU Al Muna Depok pada Konten 06 Januari 2025.....	136
4.1.3 Hasil Penelitian hubungan antara konsumsi media dan koneksi publik akun Instagram @Kemenag dengan kredibilitas Kementerian Agama menurut Jemaah haji 2025 KBIHU Al Muna Depok pada Konten 06 Januari 2025.....	159
4.2 Pembahasan Penelitian	163
4.2.1 Pembahasan Konsumsi Media dan Koneksi Publik akun Instagram @Kemenag Mengenai Isu Dana Haji 2025 pada Konten 06 Januari 2025.....	163
4.2.2 Pembahasan Kredibilitas Kementerian Agama akun Instagram @Kemenag Isu Dana Haji 2025 menurut Jemaah haji 2025 KBIHU Al Muna Depok pada Konten 06 Januari 2025	169
4.2.3 Pembahasan Hubungan Konsumsi media dan koneksi publik akun Instagram @Kemenag dengan kredibilitas Kementerian Agama Isu Dana Haji 2025 menurut Jemaah haji 2025 KBIHU Al Muna Depok pada Konten 06 Januari 2025.....	173
BAB V PENUTUP	181
5.1 Kesimpulan	181
5.2. Saran	183
DAFTAR PUSTAKA	185
LAMPIRAN	xix

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Informasi Dana Haji 2025.....	6
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	59



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Nilai <i>Mean</i> Dimensi Variabel Konsumsi Media dan Koneksi Publik (Variabel X).....	131
Grafik 4.2 Nilai <i>Mean</i> Per-Dimensi Variabel Kredibilitas (Variabel Y)	157
Grafik 4.3 Hasil Uji <i>Scatterplot</i>	161



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

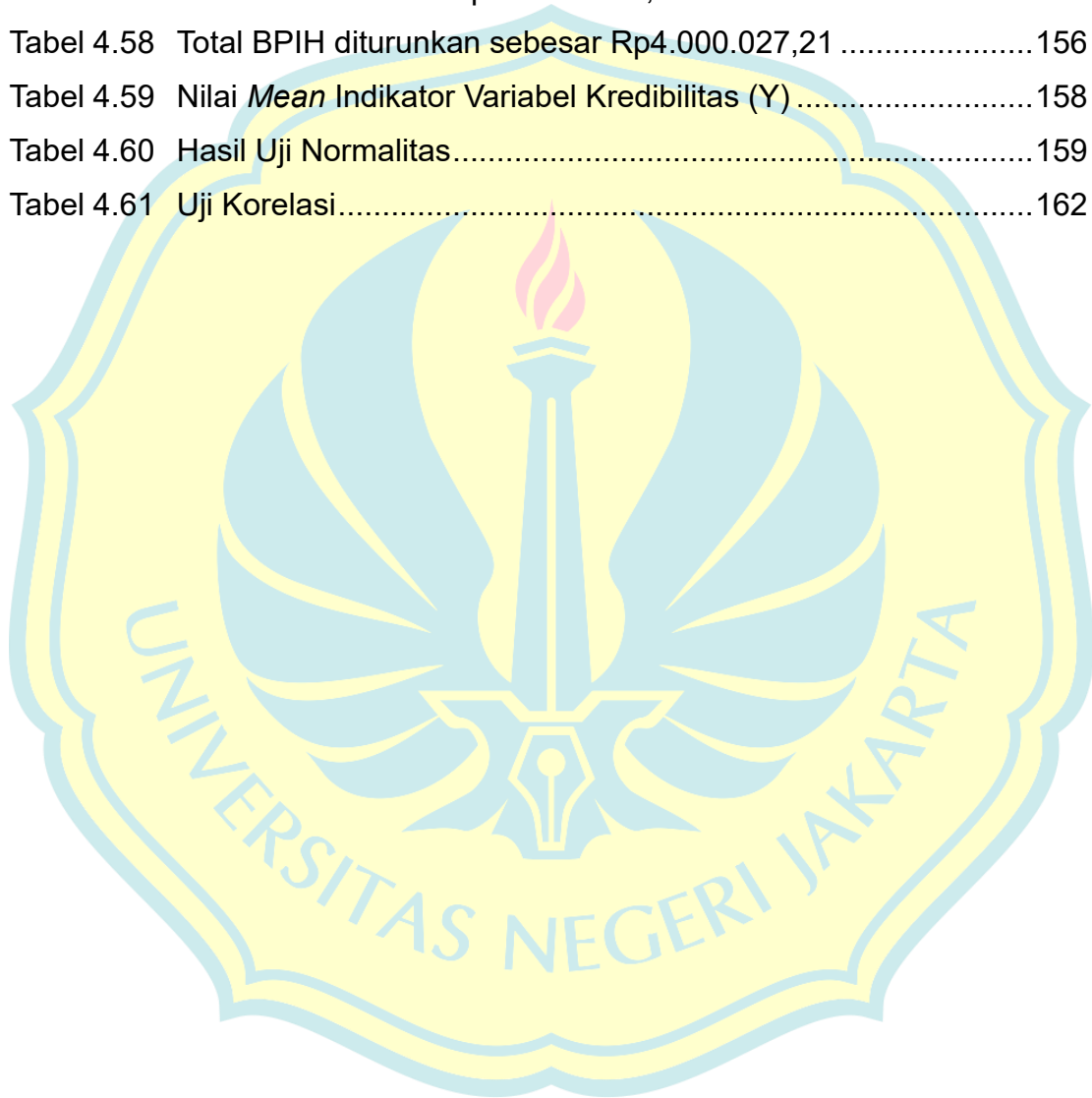
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	46
Tabel 3.1	Nilai Pengukuran KMO	73
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas Variabel Konsumsi Media dan Koneksi Publik (X)	74
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Variabel Kredibilitas (Y).....	75
Tabel 3.4	Nilai Standarisasi Cronbach's Alpha	76
Tabel 3.5	<i>Case Processing Summari</i> Variabel Konsumsi Media dan Koneksi Publik (X)	77
Tabel 3.6	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Konsumsi Media dan Koneksi publik (X)	77
Tabel 3.7	<i>Case Processing Summary</i> Variabel Kredibilitas (Y)	78
Tabel 3.8	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kredibilitas (Y)	78
Tabel 3.9	Oprasional Konsep Hubungan Konsumsi Media Dan Koneksi Publik Akun Instagram @Kemenag Isu Dana Haji 2025 Dengan Kredibilitas Kemenag menurut Jemaah Haji KBIHU Al Muna Depok	88
Tabel 4.1	Biaya haji 2025 sebesar Rp 89.410.258,79	94
Tabel 4.2	Biaya haji 2025 turun Rp Rp 4.000.027,21	95
Tabel 4.3	Nilai manfaat 2025 sebesar Rp33.978.508,01	96
Tabel 4.4	Tulisan “Biaya Haji 2025 Turun” terlihat besar di bagian atas gambar.....	98
Tabel 4.5	Warna biru pada grafik merupakan biaya perbandingan tahun 2024 dan 2025.....	99
Tabel 4.6	Gambar Ka'bah membantu saya memahami bahwa isi gambar berkaitan dengan biaya perjalanan haji	100
Tabel 4.7	Tulisan besar “Biaya Haji 2025 Turun” langsung menarik perhatian saya pada penurunan biaya.....	101

Tabel 4.8	Gambar menggunakan panah biru ke bawah untuk menegaskan penurunan biaya haji.....	102
Tabel 4.9	“Biaya Haji 2025 Turun” membuat saya paham tanpa melihat rincian lain.....	103
Tabel 4.10	Angka penurunan Rp4.000.027,21 yang ditampilkan menarik perhatian saya	104
Tabel 4.11	Penurunan BPIH sebesar Rp4.000.027,21 memberi kesan positif pada Kemenag.....	105
Tabel 4.12	Saya fokus pada penurunan biaya haji 2025 seperti yang ditunjukkan dengan grafik warna hijau.....	106
Tabel 4.13	Penulisan rincian biaya Bipih menggunakan grafik dipahami sebagian jemaah.....	107
Tabel 4.14	Penulisan rincian biaya nilai manfaat menggunakan grafik dipahami sebagian jemaah	108
Tabel 4.15	Penulisan rincian biaya BPIH menggunakan grafik dipahami sebagian jemaah.....	109
Tabel 4.16	Informasi resmi Kemenag penurunan biaya haji Rp4.000.027,21 menunjukan saya bagian dari jemaah 2025	110
Tabel 4.17	Penurunan biaya haji Rp4.000.027,21 membuat berdiskusi dengan jemaah lain.....	111
Tabel 4.18	Informasi resmi dari @Kemenag saya menjadi bagian dari kelompok yang mengikuti info haji n = 90	112
Tabel 4.19	Saya melihat info biaya haji di TV	113
Tabel 4.20	Saya melihat info biaya haji di Instagram.....	114
Tabel 4.21	TV untuk mencari informasi tambahan soal biaya haji.....	115
Tabel 4.22	Istilah “Bipih” dijelaskan langsung dalam gambar	116
Tabel 4.23	Perbedaan warna pada grafik memudahkan melihat perbedaan biaya haji tahun 2024 dan 2025 n = 90	117

Tabel 4.24	Penulisan rincian angka membuat informasi biaya haji lebih jelas	118
Tabel 4.25	Saya tahu biaya haji 2025 turun dari akun resmi @Kemenag ..	119
Tabel 4.26	Info “biaya haji 2025 turun” penulisannya jelas n = 90	120
Tabel 4.27	Para Jemaah punya cara sendiri memahami info haji dari media yang gunakan	120
Tabel 4.28	Saya tahu info biaya haji 2025 turun dari Instagram @Kemenag n = 90	122
Tabel 4.29	Saya terbantu dengan info biaya haji 2025 turun yang disebar @Kemenag n = 90	123
Tabel 4.30	Saya mudah mengikuti info biaya haji 2025 lewat Instagram @Kemenag n = 90	124
Tabel 4.31	Saya tahu biaya haji 2025 sebesar Rp84.207.000 dari unggahan @Kemenag	125
Tabel 4.32	Grafik “BPIH 2025 lebih rendah dari 2024” di gambar langsung menjelaskan inti informasinya	126
Tabel 4.33	Grafik di gambar memudahkan memahami perubahan biaya haji	127
Tabel 4.34	Informasi biaya haji dari @Kemenag di Instagram mudah diakses kapan saja	128
Tabel 4.35	Saya merasa postingan @Kemenag dapat melengkapi kebersamaan saat pertemuan langsung di KBIHU	129
Tabel 4.36	Biaya haji 2025 turun dari @Kemenag membantu jemaah terhubung lewat informasi yang jelas	130
Tabel 4.37	Nilai <i>Mean</i> Variabel X (Konsumsi Media dan Koneksi Publik)..	133
Tabel 4.38	Saya percaya Kemenag ahli karena bisa menurunkan Bpih dari Rp56.046.172,60 ke Rp55.431.750,78	136
Tabel 4.39	Penurunan biaya dari Rp93.410.286 ke Rp89.410.258,79 menunjukkan Kemenag dikelola oleh orang berpengalaman ..	137

Tabel 4.40	Saya yakin penurunan BPIH Rp4.000.027,21 dibuat oleh pihak yang kompeten	138
Tabel 4.41	Kemenag paham kebutuhan jemaah karena Bipih turun jadi Rp55.431.750,78	139
Tabel 4.42	Kemenag menguasai info haji karena nilai manfaat tercatat Rp33.978.508,01	140
Tabel 4.43	Kemenag tahu cara kelola dana karena BPIH turun jadi Rp89.410.258,79	141
Tabel 4.44	Saya percaya Kemenag jujur saat menyampaikan Bipih 2025 sebesar Rp55.432.000 n = 90.....	142
Tabel 4.45	Penjelasan penurunan BPIH sebesar Rp4.000.027,21 di gambar disampaikan dengan jujur	143
Tabel 4.46	Informasi "Biaya Haji 2025 Turun" dari @Kemenag menunjukkan informasi bisa dipercaya	144
Tabel 4.47	Informasi BPIH turun Rp4.000.027,21 ini disampaikan langsung @Kemenag.....	145
Tabel 4.48	Biaya haji 2025 Rp89.410.258,79 sudah dihitung dengan pertimbangan yang matang	146
Tabel 4.49	Dana nilai manfaat Rp33.978.508,01 meringankan beban biaya jemaah	147
Tabel 4.50	Biaya Bipih diturunkan dari Rp56.046.172,60 menjadi Rp55.431.750,78	148
Tabel 4.51	BPIH 2025 turun Rp4.000.027,21 dari tahun sebelumnya	149
Tabel 4.52	Nilai manfaat haji 2025 turun dari Rp37.364.114,40 menjadi Rp33.978.508,01	150
Tabel 4.53	Kemenag menurunkan Bipih 2025 jadi Rp55.431.750,78 mengutamakan jemaah	151
Tabel 4.54	Nilai manfaat jadi Rp33.978.508,01 sebagai bentuk perhatian terhadap jemaah haji	152

Tabel 4.55	Penurunan BPIH Rp4.000.027,21 untuk kebaikan jemaah	153
Tabel 4.56	Biaya Bipi 2025 Rp55.431.750,78.....	154
Tabel 4.57	Nilai manfaat 2025 Rp33.978.508,01.....	155
Tabel 4.58	Total BPIH diturunkan sebesar Rp4.000.027,21	156
Tabel 4.59	Nilai <i>Mean</i> Indikator Variabel Kredibilitas (Y)	158
Tabel 4.60	Hasil Uji Normalitas.....	159
Tabel 4.61	Uji Korelasi.....	162



Intelligentia - Dignitas