

ABSTRAK

Informasi yang terpercaya menjadi salah satu aspek penting, khususnya bagi generasi muda yang aktif menggunakan media sosial seperti Instagram sebagai sumber informasi. Salah satu akun Instagram yang menarik perhatian adalah @catchmeupco, yang dikenal dengan gaya komunikasi khas dan kualitas konten unik. Penelitian ini menganalisis pengaruh gaya komunikasi dan kualitas konten akun tersebut terhadap kepercayaan publik generasi milenial. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif, mengacu pada teori kredibilitas sumber dari Hovland, Janis, dan Kelley. Teori ini relevan dalam memahami hubungan antar variabel yang memengaruhi kepercayaan publik terhadap media. Data dikumpulkan melalui survei kepada responden generasi milenial menggunakan teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan gaya komunikasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan publik dengan koefisien korelasi 0,782, yang mencerminkan hubungan cukup kuat. Kualitas konten juga berpengaruh signifikan dengan koefisien korelasi 0,714, menunjukkan hubungan yang serupa. Temuan ini menegaskan pentingnya gaya komunikasi yang efektif dan konten berkualitas dalam membangun kepercayaan publik, khususnya di kalangan generasi milenial. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi strategi pengelolaan media sosial, khususnya dalam menyajikan informasi yang relevan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi dan memperkuat kepercayaan audiens.

Kata Kunci: Gaya Komunikasi, Generasi Milenial, Instagram, Kepercayaan Publik, Kualitas Konten.