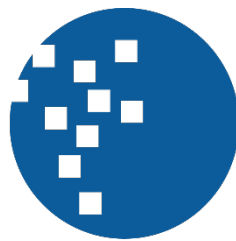


**PERBEDAAN TINGKAT KEPERCAYAAN GENERASI-Z DI
DKI JAKARTA TERHADAP BERITA CEK FAKTA
KOMPAS.COM DAN YANG DIBAGIKAN *INFLUENCER***



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

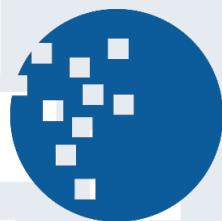
Amadea Claritta

0000033315

**PROGRAM STUDI JURNALISTIK
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2022

**PERBEDAAN TINGKAT KEPERCAYAAN GENERASI-Z DI
DKI JAKARTA TERHADAP BERITA CEK FAKTA
KOMPAS.COM DAN YANG DIBAGIKAN *INFLUENCER***



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Amadea Claritta

0000033315

PROGRAM STUDI JURNALISTIK

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2022

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Amadea Claritta

Nomor Induk Mahasiswa : 00000033315

Program studi : Jurnalistik

Skripsi dengan judul:

“Perbedaan Tingkat Kepercayaan Generasi-Z di DKI Jakarta Terhadap Berita Cek Fakta *Kompas.com* dan yang Dibagikan *Influencer*”

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 15 Juni 2022



(Amadea Claritta)

U M M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“Perbedaan Tingkat Kepercayaan Generasi-Z di DKI Jakarta Terhadap Berita Cek Fakta *Kompas.com* dan yang Dibagikan *Influencer*”

Oleh

Nama : Amadea Claritta

NIM : 00000033315

Program Studi : Jurnalistik

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 30 Juni 2022

Pukul 09.30 s.d 11.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Ketua Sidang

Samiaji Bintang Nusantara, S.T., M.A
NIDN: 0324037702

Penguji

Camelia Catharina, L.S., S.Sos., M. Si.
NIDN: 0301127701

Pembimbing

F.X. Lilik Dwi Mardjianto, S.S., M.A.
NIDN: 0327088202

Ketua Program Studi Jurnalistik

Samiaji Bintang Nusantara, S.T., M.A.

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai *civitas academica* Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amadea Claritta

NIM : 00000033315

Program Studi : Jurnalistik

Fakultas : Ilmu Komunikasi

JenisKarya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

“Perbedaan Tingkat Kepercayaan Generasi-Z di DKI Jakarta Terhadap Berita Cek Fakta *Kompas.com* dan yang Dibagikan *Influencer*”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 15 Juni 2022

Yang menyatakan,



(Amadea Claritta)

KATA PENGANTAR

Dengan segala rahmat, kasih, dan karunia Tuhan Yesus Kristus, peneliti mengucapkan syukur karena dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Perbedaan Tingkat Kepercayaan Generasi-Z di DKI Jakarta Terhadap Berita Cek Fakta *Kompas.com* dan yang Dibagikan *Influencer*” guna memenuhi Mata Kuliah Skripsi yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi (I.Kom). Dengan segala dukungan dan juga rahmat Tuhan, penulis berhasil melewati segala tantangan yang ada dalam pengerjaan skripsi yang dilakukan di tengah keterbatasan dalam kondisi wabah korona.

Dalam kesempatan ini, peneliti juga hendak mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu peneliti secara langsung dan tidak langsung dalam proses penelitian, khususnya kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara
2. Samiaji Bintang Nusantara, S.T., M.A., selaku Ketua Program Studi Jurnalistik sekaligus ketua sidang skripsi peneliti
3. Camelia Catharina, L. S., S. Sos., M. Si., selaku dosen penguji sidang skripsi peneliti
4. F.X. Lilik Dwi Mardjianto, S.S., M.A., selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan waktunya untuk melakukan bimbingan, memberi masukan, dan motivasi dalam proses pengerjaan skripsi ini
5. Keluarga peneliti, Mama, Papa, Koko, dan Adik, yang selalu memberikan dukungan lewat doa dan kasih sayang kepada peneliti setiap harinya
6. Asisten penelitian eksperimen sekaligus teman seperjuangan peneliti, Stephanie Febryna, Syifa Dwi Mutia, dan Puspita Wulandari, yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu peneliti dalam melakukan eksperimen serta menghibur peneliti selama pengerjaan skripsi berlangsung
7. Sahabat-sahabat peneliti, Petra Kezia, Liliy, dan Rafifa Nur Shabira, yang selalu mendengarkan keluh kesah peneliti serta mendukung secara fisik maupun mental dari awal hingga akhir proses pengerjaan skripsi

8. Rekan seperjuangan selama masa perkuliahan, Muhammad Frizki Alfian dan Eben Haezar, yang selalu membantu dan memberikan semangat kepada peneliti selama 8 semester berjalan
9. Seluruh partisipan eksperimen yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk melakukan eksperimen daring.

Peneliti menyadari bahwa di dalam skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan peneliti baik dalam pengetahuan maupun pengalaman. Maka dari itu, peneliti sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang konstruktif. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi masyarakat, keberadaan media di Indonesia khususnya Kanal Cek Fakta, serta seluruh pembacanya.

Tangerang, 15 Juni 2022



(Amadea Claritta)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERBEDAAN TINGKAT KEPERCAYAAN GENERASI-Z DI DKI JAKARTA TERHADAP BERITA CEK FAKTA *KOMPAS.COM* DAN YANG DIBAGIKAN *INFLUENCER*

Amadea Claritta

ABSTRAK

Kegiatan pengecekan fakta atau biasa dikenal dengan *fact-checking* merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh beberapa organisasi maupun media untuk melawan maraknya penyebaran hoaks serta memberikan fakta akurat kepada masyarakat, khususnya pada kondisi pandemi Covid-19 sejak Maret 2020. Distribusi berita cek fakta juga semakin mengikuti perkembangan teknologi dengan menyebarkannya lewat media sosial, yang mana menjadi salah satu sumber informasi para generasi muda, khususnya generasi-Z sebagai populasi penelitian ini. Berbagai kalangan masyarakat dapat mendapatkan informasi dari media sosial, bahkan hanya dengan melihat komentar atau unggahan teman, keluarga, bahkan seorang figur publik atau selebritas. Berita yang dibagikan oleh figur publik terpercaya di media sosial pun akan lebih dipercaya oleh masyarakat. Sama halnya dengan figur publik, *influencer* menjadi sosok yang dipandang oleh para generasi muda di zaman digital ini dan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap *influencer* dianggap cukup tinggi karena hubungannya dengan masyarakat yang lebih kuat daripada dengan figur publik. Maka dari itu, penelitian kuantitatif dengan metode eksperimen ini hadir untuk melihat bagaimana perbedaan tingkat kepercayaan generasi-Z di DKI Jakarta terhadap berita cek fakta *Kompas.com* dan yang dibagikan oleh *influencer*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori S-O-R dan menggunakan indikator tingkat kepercayaan. Dengan menggunakan uji Mann-Whitney, hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan terhadap tingkat kepercayaan berita antara kedua kelompok eksperimen.

Kata kunci: tingkat kepercayaan berita, berita cek fakta, media sosial, generasi-Z

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DIFFERENCES IN GENERATION Z'S LEVEL OF TRUST IN DKI JAKARTA TOWARDS *KOMPAS.COM* FACT CHECK NEWS AND SHARED BY *INFLUENCER*

Amadea Claritta

ABSTRACT

Fact-checking is one of the activities carried out by several organizations and the media to fight the widespread of hoaxes and provide accurate facts to the public, especially during the Covid-19 pandemic since March 2020. The distribution of fact-checking news is also increasing, keep up with technological developments by spreading it through social media, which is one of the sources of information for the younger generation, especially generation-Z as the population of this study. Various groups of people can get information from social media, even just by looking at comments or uploads of friends, family, even a public figure or celebrity. News that is shared by trusted public figures on social media will also be trusted by the public. Similar to public figures, influencers are figures that are seen by the younger generation in this digital age and the level of public trust in influencers is considered quite high because of their stronger relationship with the community than with public figures. Therefore, this quantitative research with experimental method is here to see how the level of trust of generation Z in DKI Jakarta is different towards *Kompas.com* fact check news and those shared by public figures. The theory used in this study is the S-O-R theory and uses the trust indicator. By using the Mann-Whitney test, the results showed that there was no significant difference in the level of news confidence between the two experimental groups.

Keywords: *news trust, fact-checking news, social media, generation-Z*

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Kegunaan Penelitian	9
1.5.1 Kegunaan Akademis	9
1.5.2 Kegunaan Praktis	9
1.5.3 Kegunaan Sosial.....	10
1.5.4 Keterbatasan Penelitian.....	10
BAB II KERANGKA TEORI.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.1.1 <i>Fact-checking</i>	12
2.1.2 Efek Figur Publik terhadap Tingkat Kepercayaan pada Berita.....	16
2.2 Teori dan Konsep	18
2.2.1 Teori S-O-R.....	18
2.2.2 <i>Fact-checking</i>	20
2.2.3 Kepercayaan pada Berita	25
2.2.4 <i>Influencer</i> di Media Sosial	29
2.3 Hipotesis Penelitian.....	35
2.4 Alur Penelitian.....	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian.....	39
3.2 Metode Penelitian	40
3.3 Populasi dan Sampel.....	43
3.3.1 Populasi	43

3.3.2 Sampel	44
3.4 Operasionalisasi Variabel.....	45
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.6 Teknik Pengukuran Data	47
3.6.1 Uji Validitas	48
3.6.2 Uji Reliabilitas	51
3.7 Teknik Analisis Data.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Subjek dan Objek Penelitian.....	55
4.1.1 Subjek Penelitian	55
4.1.2 Objek Penelitian	59
4.2 Hasil Penelitian.....	62
4.2.1 Tingkat Kepercayaan pada Berita	62
4.2.1.1 Berita Cek Fakta <i>Kompas.com</i>	62
4.2.1.2 Berita Cek Fakta yang Dibagikan <i>Influencer</i>	71
4.2.2 Uji Mann-Whitney	79
4.3 Pembahasan	80
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	87
5.1 Simpulan.....	87
5.2 Saran.....	88
5.2.1 Saran Akademis	88
5.2.2 Saran Praktis	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	95

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jumlah Generasi-Z di Provinsi DKI Jakarta Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin 2020.....	44
Tabel 3.2 Pembagian Kelompok Uji.....	45
Tabel 3.3 Indikator Tingkat Kepercayaan.....	45
Tabel 3.4 Tabel Penilaian Variabel.....	48
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Tingkat Kepercayaan Berita Cek Fakta <i>Kompas.com</i>	49
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Tingkat Kepercayaan Berita Cek Fakta yang Dibagikan Kembali oleh <i>Influencer</i>	50
Tabel 3.7 Tabel Nilai Koefisien Reliabilitas.....	51
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepercayaan Berita Cek Fakta <i>Kompas.com</i>	52
Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepercayaan Berita Cek Fakta yang Dibagikan Kembali <i>Influencer</i>	52
Tabel 4.1 Data Dimensi 1: Selektivitas Topik Berita Cek Fakta <i>Kompas.com</i>	63
Tabel 4.2 Data Dimensi 2: Selektivitas Fakta Berita Cek Fakta <i>Kompas.com</i>	65
Tabel 4.3 Data Dimensi 3: Akurasi Berita Cek Fakta <i>Kompas.com</i>	67
Tabel 4.4 Data Dimensi 4: Penilaian Jurnalistik Berita Cek Fakta <i>Kompas.com</i>	70
Tabel 4.5 Data Dimensi 1: Selektivitas Topik Berita Cek Fakta yang Dibagikan <i>Influencer</i>	72
Tabel 4.6 Data Dimensi 2: Selektivitas Fakta Berita Cek Fakta yang Dibagikan <i>Influencer</i>	73
Tabel 4.7 Data Dimensi 3: Akurasi Berita Cek Fakta yang Dibagikan <i>Influencer</i>	76
Tabel 4.8 Data Dimensi 4: Penilaian Jurnalistik Berita Cek Fakta yang Dibagikan <i>Influencer</i>	78
Tabel 4.9 Hasil Uji Mann-Whitney.....	79

U I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Alur Penelitian	38
Gambar 4.1 Gender Responden.....	56
Gambar 4.2 Domisili Responden.....	56
Gambar 4.3 Usia Responden.....	57
Gambar 4.4 Sumber Berita Cek Fakta Responden.....	58
Gambar 4.5 Frekuensi Responden dalam Mengakses Berita Cek Fakta.....	59
Gambar 4.6 Artikel “[HOAKS] WHO Menamai Varian Baru Covid-19 dengan Deltacron.....	60
Gambar 4.7 Manipulasi Postingan <i>Influencer</i>	62
Gambar 4.8 Uji Mann-Whitney.....	80

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner Penelitian	96
Berita Cek Fakta <i>Kompas.com</i>	102
Berita Cek Fakta untuk Kelompok <i>Influencer</i>	106
Jawaban Responden	109
Formulir Konsultasi Skripsi	112
Hasil Uji Turnitin	114



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA