

**PERBEDAAN TINGKAT KEPERCAYAAN BERITA POLITIK
BERDASARKAN *BRAND* MEDIA MENURUT AUDIENS
MUDA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Nicholas Tristan

00000042670

**PROGRAM STUDI JURNALISTIK
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**PERBEDAAN TINGKAT KEPERCAYAAN BERITA POLITIK
BERDASARKAN *BRAND* MEDIA MENURUT AUDIENS
MUDA**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Jurnalistik

Nicholas Tristan

00000042670

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

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Nicholas Tristan

Nomor Induk Mahasiswa : 00000042670

Program studi : Jurnalistik

Skripsi dengan judul:

“Perbedaan Tingkat Kepercayaan Berita Politik Berdasarkan *Brand* Media Menurut Audiens Muda” 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, 8 Januari 2025



(Nicholas Tristan)

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

“Perbedaan Tingkat Kepercayaan Berita Politik Berdasarkan *Brand Media*
Menurut Audiens Muda”

Oleh

Nama : Nicholas Tristan
NIM : 00000042670
Program Studi : Jurnalistik
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Pembimbing



Yearry Panji Setianto, S.Sos., M.Si., PhD.

NIDN 0331128201

Ketua Program Studi Jurnalistik



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

NIDN 0324037702

iii

Perbedaan Tingkat Kepercayaan..., Nicholas Tristan, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“Perbedaan Tingkat Kepercayaan Berita Politik Berdasarkan *Brand Media*
Menurut Audiens Muda”

Oleh

Nama : Nicholas Tristan
NIM : 00000042670
Program Studi : Jurnalistik
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 8 Januari 2025

Pukul 08.00 s.d 09.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Ambang Priyonggo, MA
NIDN 030917603

Penguji



Utami Diah Kusumawati, S.Hum. M.A.
NIDN 0310068505

Pembimbing



Yearry Panji Setianto, S.Sos., M.Si., PhD.

NIDN 0331128201

Ketua Program Studi Jurnalistik



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

NIDN 0324037702

iv

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nicholas Tristan
NIM : 00000042670
Program Studi : Jurnalistik
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : “Perbedaan Tingkat Kepercayaan Berita Politik Berdasarkan *Brand* Media Menurut Audiens Muda”

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (**pilih salah satu**):

- Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan letter of acceptance) **.
- Lainnya, pilih salah satu:
 - Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 8 Januari 2025



(Nicholas Tristan)

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis ucapkan Tuhan Yang Maha Esa karena dengan kehadirannya, berkat dan kasih karunia-Nya, penulis mampu untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul “Perbedaan Tingkat Kepercayaan Berita Politik Berdasarkan *Brand* Media di Menurut Audiens Muda”

Dengan penelitian ini, tentu ada orang-orang dibalik layar yang mendukung penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Maka dari itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Samiaji Bintang Nusantara S.T., M.A., selaku Ketua Program Studi Jurnalistik Universitas Multimedia Nusantara.
4. Yearry Panji Setianto, S.Sos., M.Si., PhD., selaku pembimbing skripsi yang selalu senantiasa membantu saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Tangerang, 8 Januari 2025



(Nicholas Tristan)

**PERBEDAAN TINGKAT KEPERCAYAAN BERITA POLITIK
BERDASARKAN *BRAND* MEDIA MENURUT AUDIENS
MUDA**

Nicholas Tristan

ABSTRAK

Perkembangan media digital sangat berpengaruh terhadap bagaimana informasi digital berputar dan diolah oleh para audiensnya, tidak hanya di Indonesia namun juga dunia. Istilah kepercayaan dan kredibilitas media pun masih sering sekali digunakan secara bergantian di dalam dunia penelitian media jurnalisme. *Brand* yang mengkonsumsi berita secara reguler setiap harinya, belum tentu dapat membedakan kualitas dari konten berita yang baik atau buruk. Banyaknya media - media dengan *brand* yang bagus diluar sana tentunya dapat membuat masyarakat bingung, media mana yang harus dipercaya. Penelitian ini akan berfokus pada tingkat kepercayaan yang dimiliki oleh audiens muda khususnya pada *brand* media yang berbeda. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode eksperimen yang terdiri dari partisipan yang merupakan audiens muda dengan rentang umur 18-24 tahun, berprofesi sebagai mahasiswa, dan kemudian akan dibagikan ke empat kelompok. Hasil dari penelitian ini membuktikan tiga dari empat kelompok dinyatakan *brand* secara tidak langsung dapat memberikan tingkat kepercayaan yang berbeda dari audiens muda.

Kata kunci: *Brand* Media, Jurnalisme Online, Media Online, Persepsi Kredibilitas, Tingkat Kepercayaan.

***DIFFERENCES IN THE LEVEL OF TRUST IN POLITICAL
NEWS BASED ON MEDIA BRANDS ACCORDING TO YOUNG
AUDIENCES***

Nicholas Tristan

ABSTRACT

The development of digital media has greatly influenced how digital information is spun and processed by audiences, not only in Indonesia but also worldwide. The terms media trust and credibility are still often used interchangeably in the world of journalism media research. Those who consume news regularly every day may not be able to distinguish the quality of good or bad news content. The number of media with good brands out there can certainly make people confused, which media to trust. This research will focus on the level of trust held by young audiences, especially in different media brands. This research uses a quantitative approach with an experimental method consisting of participants who are young audiences with an age range of 18-24 years, working as students, and then will be divided into four groups. The results of this study prove that three of the four groups stated that brands can indirectly gives different level of trust score of young audiences.

Keywords: Brand Media, News Credibility, News trust, Online Journalism, Online Media.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Kegunaan Penelitian.....	7
1.5.1 Kegunaan Akademis.....	7
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	7
1.5.3 Kegunaan Sosial	7
1.6 Keterbatasan Penelitian	8
BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Teori	21
2.2.1 <i>Media Dependency Theory</i>	21
2.2.2 <i>News trust</i>	22
2.2.3 <i>Brand Media</i>	24
2.3 Hipotesis Teoritis.....	26
2.4 Alur Penelitian.....	27

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian	28
3.2 Metode Penelitian	29
3.3 Populasi dan Sampel.....	32
3.3.1 Populasi	32
3.3.2 Sampel.....	33
3.4 Operasionalisasi Variabel/Konsep.....	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data	35
3.6 Teknik Pengukuran Data	36
3.6.1 Uji Validitas.....	36
3.6.2 Uji Reliabilitas	49
3.7 Teknik Analisis Data	53
3.7.1 Uji Normalitas	54
3.7.2 Uji Non-Parametrik	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1 Subjek/Objek Penelitian	56
4.1.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
4.1.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	61
4.1.2 Objek Penelitian	63
4.2 Hasil Penelitian.....	64
4.2.1 Adil	65
4.2.2 Tidak Memihak saat Meliput Berita	69
4.2.3 Memberitakan Secara Keseluruhan (Utuh) saat Meliput Berit ...	74
4.2.4 Akurat saat Meliput Berita	78
4.2.5 Memisahkan antara Fakta dan Opini.....	83
4.2.6 Uji Normalitas	87
4.2.7 Uji Non-Parametrik	90
4.3 Pembahasan	96
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	100
5.1 Simpulan.....	100
5.2 Saran	101

5.2.1 Saran Akademis	101
5.2.2 Saran Praktis	101
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN.....	110



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Variabel/Konsep	34
Tabel 3.2 Nilai t Tabel Semua Kelompok.....	36
Tabel 3.3 Uji Validitas Indikator Adil Kelompok SUARA (Kompas).....	38
Tabel 3.4 Uji Validitas Indikator Adil Kelompok CNNIndonesia (Kompas)	38
Tabel 3.5 Uji Validitas Indikator Adil Kelompok CNNIndonesia (CNN)	39
Tabel 3.6 Uji Validitas Indikator Adil Kelompok SUARA (SUARA).....	39
Tabel 3.7 Uji Validitas Indikator Tidak Memihak Kelompok SUARA (Kompas).....	40
Tabel 3.8 Uji Validitas Indikator Tidak Memihak Kelompok CNNIndonesia (Kompas).....	40
Tabel 3.9 Uji Validitas Indikator Tidak Memihak Kelompok CNNIndonesia (CNN).....	41
Tabel 3.10 Uji Validitas Indikator Tidak Memihak Kelompok SUARA (SUARA).....	42
Tabel 3.11 Uji Validitas Indikator Utuh Kelompok SUARA (Kompas).....	42
Tabel 3.12 Uji Validitas Indikator Utuh Kelompok CNNIndonesia (Kompas) ...	43
Tabel 3.13 Uji Validitas Indikator Utuh Kelompok CNNIndonesia (CNN)	43
Tabel 3.14 Uji Validitas Indikator Utuh Kelompok SUARA (SUARA).....	44
Tabel 3.15 Uji Validitas Indikator Akurat Kelompok SUARA (Kompas).....	44
Tabel 3.16 Uji Validitas Indikator Akurat Kelompok CNNIndonesia (Kompas)	45
Tabel 3.17 Uji Validitas Indikator Akurat Kelompok CNNIndonesia (CNN)	45
Tabel 3.18 Uji Validitas Indikator Akurat Kelompok SUARA (SUARA).....	46
Tabel 3.19 Uji Validitas Indikator Memisahkan Fakta dan Opini Kelompok SUARA (Kompas)	47
Tabel 3.20 Uji Validitas Indikator Memisahkan Fakta dan Opini Kelompok CNNIndonesia (Kompas).....	47
Tabel 3.21 Uji Validitas Indikator Memisahkan Fakta dan Opini Kelompok CNNIndonesia (CNN).....	48

Tabel 3.22 Uji Validitas Indikator Memisahkan Fakta dan Opini Kelompok SUARA (SUARA)	48
Tabel 3.23 Uji Reliabilitas Kelompok SUARA (Kompas)	50
Tabel 3.24 Uji Reliabilitas Kelompok CNNIndonesia (CNN)	51
Tabel 3.25 Uji Reliabilitas Kelompok CNNIndonesia (Kompas)	51
Tabel 3.26 Uji Reliabilitas Kelompok SUARA (SUARA).....	52
Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin Kelompok CNNIndonesia (K).....	57
Tabel 4.2 Karakteristik Jenis Kelamin Kelompok SUARA (K).....	57
Tabel 4.3 Karakteristik Jenis Kelamin Kelompok CNNIndonesia (C).....	58
Tabel 4.4 Karakteristik Jenis Kelamin Kelompok SUARA (S).....	58
Tabel 4.5 Karakteristik Usia Kelompok CNNIndonesia (K)	59
Tabel 4.6 Karakteristik Usia Kelompok SUARA (K)	59
Tabel 4.7 Karakteristik Usia Kelompok CNNIndonesia (C)	60
Tabel 4.8 Karakteristik Usia Kelompok SUARA (S)	61
Tabel 4.9 Karakteristik Domisili Kelompok CNNIndonesia (K)	61
Tabel 4.10 Karakteristik Domisili Kelompok SUARA (K).....	62
Tabel 4.11 Karakteristik Domisili Kelompok CNNIndonesia (C)	62
Tabel 4.12 Karakteristik Domisili Kelompok SUARA (S)	63
Tabel 4.13 Uji Deskriptif Indikator Adil Kelompok CNNIndonesia (K)	65
Tabel 4.14 Uji Deskriptif Indikator Adil Kelompok SUARA (K).....	66
Tabel 4.15 Uji Deskriptif Indikator Adil Kelompok CNNIndonesia (C)	67
Tabel 4.16 Uji Deskriptif Indikator Adil Kelompok SUARA (S)	68
Tabel 4. 17 Uji Deskriptif Indikator Tidak Memihak Kelompok CNNIndonesia (K)	70
Tabel 4.18 Uji Deskriptif Indikator Adil Kelompok SUARA (K).....	70
Tabel 4.19 Uji Deskriptif Indikator Tidak Memihak Kelompok CNNIndonesia (C)	71
Tabel 4.20 Uji Deskriptif Indikator Tidak Memihak Kelompok SUARA (S).....	72
Tabel 4.21 Uji Deskriptif Indikator Utuh Kelompok CNNIndonesia (K)	74
Tabel 4.22 Uji Deskriptif Indikator Utuh Kelompok SUARA (K).....	75

Tabel 4.23 Uji Deskriptif Indikator Utuh Kelompok CNNIndonesia (C)	76
Tabel 4.24 Uji Deskriptif Indikator Utuh Kelompok SUARA (S)	77
Tabel 4.25 Uji Deskriptif Indikator Akurat Kelompok CNNIndonesia (K)	79
Tabel 4.26 Uji Deskriptif Indikator Akurat Kelompok SUARA (K).....	80
Tabel 4.27 Uji Deskriptif Indikator Akurat Kelompok CNNIndonesia (C)	80
Tabel 4.28 Uji Deskriptif Indikator Akurat Kelompok SUARA (S)	81
Tabel 4.29 Uji Deskriptif Indikator Memisahkan Fakta dan Opini Kelompok CNNIndonesia (K)	83
Tabel 4.30 Uji Deskriptif Indikator Memisahkan Fakta dan Opini Kelompok SUARA (K).....	84
Tabel 4.31 Uji Deskriptif Indikator Memisahkan Fakta dan Opini Kelompok CNNIndonesia (C)	85
Tabel 4.32 Uji Deskriptif Indikator Memisahkan Fakta dan Opini Kelompok SUARA (S)	86
Tabel 4.33 Hasil Uji Normalitas Kelompok CNNIndonesia (Kompas)	88
Tabel 4.34 Hasil Uji Normalitas Kelompok SUARA (Kompas).....	88
Tabel 4.35 Hasil Uji Normalitas Kelompok CNNIndonesia (CNN)	89
Tabel 4.36 Hasil Uji Normalitas Kelompok SUARA (SUARA).....	89
Tabel 4.37 Hasil Uji Mann-Whitney Kelompok CNNIndonesia (Kompas) dan CNNIndonesia (CNN).....	91
Tabel 4.38 Hasil Uji Mann-Whitney Kelompok SUARA (Kompas) dan SUARA (SUARA).....	92
Tabel 4.39 Hasil Uji Mann-Whitney Kelompok CNNIndonesia (Kompas) dan SUARA (Kompas)	93
Tabel 4.40 Hasil Uji Mann-Whitney Kelompok CNNIndonesia (CNN) dan SUARA (SUARA).....	94
Tabel 4.41 Hasil Perbandingan Uji Mann-Whitney.....	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Perbandingan Uji Reliabilitas Setiap Kelompok.....	53
Gambar 4.1 Perbandingan Indikator Adil Setiap Kelompok	69
Gambar 4.2 Perbandingan Indikator Tidak Memihak Setiap Kelompok.....	73
Gambar 4.3 Perbandingan Indikator Utuh Setiap Kelompok	78
Gambar 4.4 Perbandingan Indikator Akurat Setiap Kelompok	82
Gambar 4.5 Perbandingan Indikator Memisahkan Fakta dan Opini Setiap Kelompok.....	87
Gambar 4.6 Hasil Perbandingan Uji Mann-Whitney	95



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiarisme Penelitian	116
Lampiran 2 Formulir Konsultasi Skripsi	121
Lampiran 3 Pedoman Pernyataan Kuesioner Penelitian Kelompok CNNIndonesia (K).....	126
Lampiran 4 Pedoman Pernyataan Kuesioner Penelitian Kelompok SUARA (K).....	131
Lampiran 5 Pedoman Pernyataan Kuesioner Penelitian Kelompok CNNIndonesia (C).....	136
Lampiran 6 Pedoman Pernyataan Kuesioner Penelitian Kelompok SUARA (S)....	137
Lampiran 7 Data Mentah Hasil Temuan Penelitian Kelompok CNNIndonesia (K).....	138
Lampiran 8 Data Mentah Hasil Temuan Penelitian Kelompok SUARA (K).....	139
Lampiran 9 Data Mentah Hasil Temuan Penelitian Kelompok CNNIndonesia (C).....	140
Lampiran 10 Data Mentah Hasil Temuan Penelitian Kelompok SUARA (S)....	142
Lampiran 11 Uji Validitas & Uji Reliabilitas Akhir Temuan Penelitian Kelompok CNNIndonesia (C).....	139
Lampiran 12 Uji Validitas & Uji Reliabilitas Akhir Temuan Penelitian Kelompok SUARA (K)	110

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA