

BAB III

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji kredibilitas media *online* khususnya para mahasiswa dari berbagai daerah yang berstatus aktif mengemban ilmu di perguruan tinggi negeri/swasta baik universitas, institusi, maupun akademi yang berada di Yogyakarta. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis statistik deskriptif. Rumus yang digunakan oleh peneliti yaitu rumus *mean*, *median*, dan *modus*.

A. Pengujian Instrumen

Sebelum melakukan analisis data, peneliti terlebih dahulu melakukan pengujian terhadap instrumen yang akan digunakan. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas kuesioner yang digunakan sehingga tidak memunculkan keraguan terhadap hasil yang ingin diperoleh dalam penelitian ini. Pengujian instrumen dalam kuesioner dilakukan pada 30 responden dengan jumlah butir pertanyaan sebanyak 20 item pada satu variabel yaitu tingkat kredibilitas media.

1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji *confirmatory factor analysis* (CFA) atau biasa disebut analisis faktor. Melakukan analisis CFA dengan perhitungan menggunakan SPSS 16.0. Berikut hasil uji validitas dengan uji CFA:

Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Kredibilitas Media

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.717
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	616.045
	df	190
	Sig.	.000

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel Per-Item

Indikator	Pernyataan	Anti-image Correlation	Communalities	Rotated Component Matrix ^a			Ket
				1	2	3	
<i>Trustworthy</i>	1	.762 ^a	.781	.833			Valid
<i>Believable</i>	1	.719 ^a	.771	.668			Valid
	2	.594 ^a	.832	.896			Valid
	3	.509 ^a	.804	.805			Valid
<i>Accurate</i>	1	.856 ^a	.866	.871			Valid
	2	.758 ^a	.739	.545			Valid
<i>Fair</i>	1	.626 ^a	.614	.573			Valid
<i>Balanced</i>	1	.711 ^a	.808	.732			Valid
<i>Report the whole story</i>	1	.677 ^a	.736	.571			Valid
	2	.703 ^a	.793	.834			Valid
	3	.571 ^a	.747	.811			Valid
	4	.715 ^a	.695	.817			Valid
<i>Timely</i>	1	.682 ^a	.842		.834		Valid
<i>Current</i>	1	.829 ^a	.685		.667		Valid
<i>Up-to-date</i>	1	.794 ^a	.776		.636		Valid
	2	.809 ^a	.732		.772		Valid
<i>Biased</i>	1	.849 ^a	.680			.746	Valid
	2	.774 ^a	.591			.560	Valid
<i>Objective</i>	1	.711 ^a	.852			.809	Valid
	2	.766 ^a	.813			.742	Valid

Uji validitas kuesioner dilakukan kepada 30 responden sebelum kuesioner disebar. Berdasarkan tabel 3.1 di atas diketahui bahwa nilai KMO sebesar 0,717. Artinya, nilai KMO sebesar 0,717 lebih besar dari 0,5 dan dinyatakan lolos uji CFA. Selain itu, ditinjau pada seluruh butir soal permasing-masing variabel per-item diketahui bahwa seluruh ke 20 item nilai *Anti-image Correlation* > dari 0,5. Dilihat bahwa semua Nilai *communalities* menunjukkan > dari 0,5. Dilihat dari *rotated component matrix* terdiri dari 3 komponen sesuai dengan 3 dimensi yang telah terbentuk sebelumnya. Jika nilai >0,5 atau nilai terbesar maka akan masuk ke salah satu 3 komponen. Hasil menunjukkan masing-masing pernyataan dari indikator *trustworthy*, *beliavable*, *accurate*, *fair*, *balanced*, dan *report the whole story* memiliki nilai > 0,5 dan nilai terbesar berada di komponen 1. Masing-masing pernyataan dari indikator *timely*, *current*, dan *up-to-date* memiliki nilai >0,5 atau nilai terbesar di komponen 2. Masing-masing pernyataan dari indikator *biased* dan *objective* memiliki nilai >0,5 atau nilai terbesar di komponen 3. Jika melihat hasil uji per-item menunjukkan dinyatakan valid karena sudah memenuhi persyaratan uji validitas dengan CFA.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabiliti Variabel Tingkat Kredibilitas Media

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.953	20

Uji reliabilitas yang dipergunakan dalam penelitian ini menggunakan *cronbach alpha* melalui perhitungan spss 16.0. Hasil uji reliabilitas pada variabel tingkat kredibilitas media menunjukkan sebesar 0,953 (lihat tabel). Berdasarkan koefisien reliabilitas diketahui bahwa nilai koefisien reliabilitas tersebut lebih besar dari 0,6 maka variabel penelitian memenuhi persyaratan untuk digunakan dalam penelitian.

B. Sajian Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Pengambilan sampel dalam penelitian ini berasal dari 400 orang followers aktif Instagram Tribun Jogja yang berstatus sebagai mahasiswa dan berkuliah di Yogyakarta tanpa dibatasi umur, nama perguruan tinggi, maupun asal daerah responden. Sajian data dalam penelitian ini meliputi analisis karakteristik responden dan menjabarkan deskripsi sebaran data.

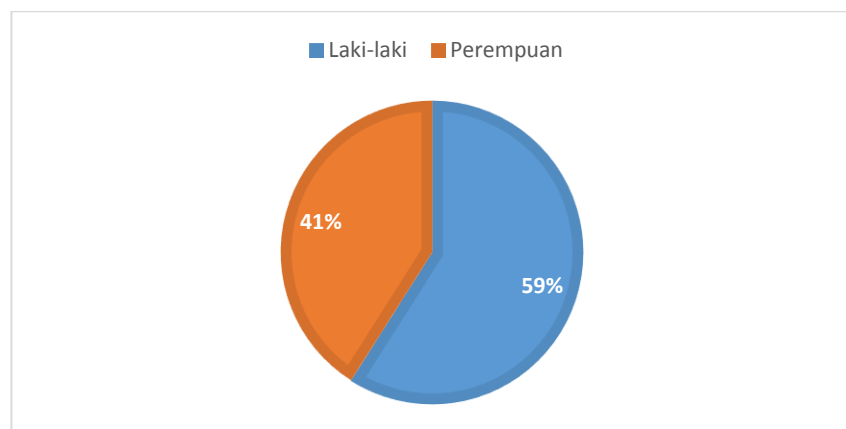
1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada penelitian ini merupakan followers aktif dari akun Tribun Jogja. Beberapa identitas yang didapat oleh

peneliti meliputi jenis kelamin, usia, dan asal universitas. Terdapat 400 responden ikut serta dalam penelitian ini. Berikut penjabaran deskripsi karakteristik responden disajikan sebagai berikut:

- a. Berdasarkan jenis kelamin responden

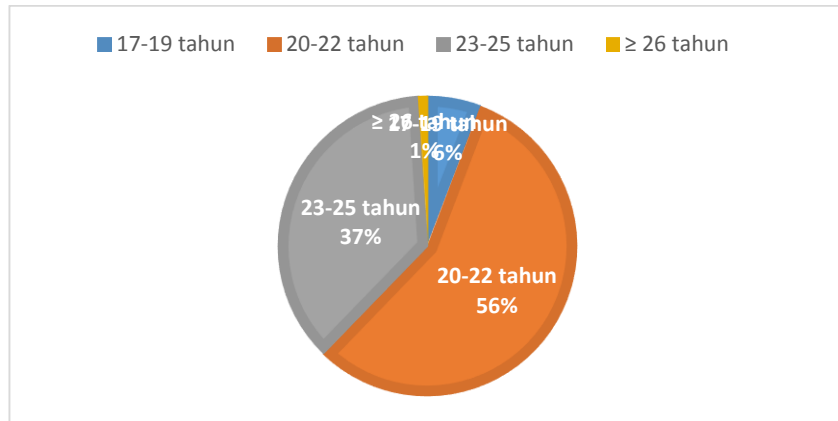
Gambar Diagram 3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Tabel karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa total 400 orang responden mayoritas followers berjenis kelamin laki-laki berpartisipasi dalam penelitian ini. Responden laki-laki sebanyak 235 orang dengan presentase 59%. Sedangkan responden perempuan sebanyak 164 orang dengan presentase 41%.

b. Berdasarkan usia responden

Gambar Diagram 3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



Berdasarkan tabel karakteristik responden berdasarkan usia menunjukkan bahwa jumlah usia responden yang mendominasi adalah usia 20-22 tahun dengan total frekuensi 226 responden dan presentase sebesar 56.5%. Berikutnya usia 23-25 tahun berjumlah 147 responden dengan presentase 36.8%. Kemudian usia ≥ 26 tahun berjumlah paling sedikit yaitu 4 orang responden dengan presentase 1%.

c. Berdasarkan asal perguruan tinggi

Tabel 3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi

No	Nama Perguruan Tinggi Universitas/Institut/Akademi	Jumlah
1.	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	58
2.	Universitas Gadjah Mada	46
3.	Universitas Islam Yogyakarta	45
4.	Universitas Negeri Yogyakarta	38
5.	UIN Sunan Kalijaga	27
6.	Universitas Ahmad Dahlan	26

7.	Universitas Teknologi Yogyakarta	21
8.	UPN Veteran Yogyakarta	18
9.	Universitas Atma Jaya Yogyakarta	17
10.	Institut Seni Indonesia Yogyakarta	13
11.	Universitas Mercu Buana Yogyakarta	11
12.	Universitas Sanata Dharma	10
13.	Universitas PGRI Yogyakarta	8
14.	Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta	7
15.	Akademi Akuntansi YKPN	6
16.	Institut Pertanian Stiper	6
17.	Akademi Bina Sarana Informatika	5
18.	Politeknik API Yogyakarta	5
19.	Akademi Pariwisata Yogyakarta	5
20.	Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa	4
21.	Universitas Amikom Yogyakarta	4
22.	Stikes Surya Global	4
23.	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN	4
24.	Universitas Cokrominoto Yogyakarta	3
25.	Universitas Janabadra	2
26.	Universitas Kristen Duta Wacana	1
27.	Universitas Gunung Kidul	1
28.	Universitas Alma Ata Yogyakarta	1
29.	Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa	1
30.	Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan	1
31.	Stikes Achmad Yani	1
32.	IST AKPRIND Yogyakarta	1
Total		400

Banyaknya perguruan tinggi di Yogyakarta ikut berpartisipasi dalam penelitian ini baik universitas, institut, dan akademi. Lihat pada tabel setidaknya ada 32 mahasiswa perwakilan perguruan tinggi sebagai *followers* instagram Tribun Jogja. Paling banyak dalam penelitian ini terlibat oleh responden mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan 58 responden, kemudian selanjutnya ada Universitas Gadjah Mada

sebanyak 46 responden, Universitas Islam Yogyakarta 45 responden, dan seterusnya dapat diperhatikan melalui tabel 3.4.

d. Berdasarkan asal daerah

Tabel 3.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Asal

No	Nama Daerah	Jumlah
Daerah Provinsi Yogyakarta		
1.	Kota Yogyakarta	57
	Sleman	40
	Bantul	22
	Kulonprogo	16
	Gunung Kidul	11
Daerah Luar Yogyakarta		
2.	Jawa Tengah	33
3.	Kalimantan Barat	27
4.	Jawa Barat	20
5.	Aceh	17
6.	Kalimantan Selatan	12
7.	Jawa Timur	12
8.	Jakarta	12
9.	Sumatera Barat	9
10.	Jambi	9
11.	Gorontalo	9
12.	Banten	9
13.	Sumatera Utara	8
14.	Sumatera Selatan	6
15.	Sulawesi Utara	6
16.	Sulawesi Selatan	6
17.	Sulawesi Barat	6
18.	Nusa Tenggara Barat	6
19.	Maluku	6
20.	Kalimantan Timur	6
21.	Kalimantan Tengah	6
22.	Bengkulu	6
23.	Bangka Belitung	6
24.	Riau	3
25.	Nusa Tenggara Timur	3
26.	Lampung	3
27.	Kepulauan Riau	3
28.	Kalimantan Utara	3
29.	Papua	2
Total		400

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa beragam perguruan tinggi dengan berbagai fasilitas yang ditawarkan terbukti bahwa mahasiswa di Provinsi Yogyakarta cukup mewakili sebagian kecil Indonesia. Persebaran wilayah pengguna instagram Tribun Jogja terlihat berdasarkan tabel diatas. Setelah dihitung total responden yang berasal dari daerah Provinsi Yogyakarta merupakan jumlah terbanyak. Responden berasal dari daerah Yogyakarta terdiri dari 4 Kabupaten dan 1 Kota Yogyakarta. Jumlah responden terbanyak jatuh pada Kota Yogyakarta dengan total 57 responden. *Followers* Tribun Jogja bukan hanya dari Yogyakarta saja, namun mahasiswa yang aktif di Yogyakarta tersebar diberbagai perguruan tinggi berasal dari 29 Provinsi di Indonesia pun ikut mengikuti berita yang diunggah di Tribun Jogja.

2. Statistik Deskriptif Secara Umum

Deskripsi secara menggambarkan tingkat kredibilitas khususnya para mahasiswa di Yogyakarta pada media sosial instagram Tribun Jogja. Deskripsi kategori variabel dalam penelitian ini akan dijelaskan dalam bentuk tabel mencakup nilai maksimal, minimal, mean, median, modus. Olah data yang pertama pada penelitian ini adalah dari pengujian tingkat kepercayaan responden, yang berarti peneliti akan menguji seluruh pernyataan yang berjumlah 20. Semua

pernyataan telah dijawab oleh responden yang totalnya berjumlah 400. Berdasarkan hasil pengolahan data dapat diketahui. Adapun hasil analisis datanya sebagai berikut.

Tabel 3.6 Tabel Statistics Deskriptif Secara Umum

		Tingkat Kredibilitas Media
N	Valid	400
	Missing	0
Mean		4,268375
Median		4
Mode		4
Std. Deviation		0,729155
Minimum		2
Maximum		5

Tabel 3.7 Tabel Statistics Deskriptif Berdasarkan Masing-Masing Pernyataan

		Trs	Bel	Bel	Bel	Acc	Acc	Fa	Bal	Rep	Rep	Rep	Rep	Tim	Cur	Up	Up	Bia	Bia	Obj	Obj
N	Valid	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4.45	4.29	4.27	4.12	4.22	4.13	4.23	4.26	4.18	4.33	4.41	4.42	4.24	4.26	4.31	4.30	4.12	4.31	4.26	4.27
Median		5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00
Mode		5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
Std. Deviation		.670	.749	.760	.756	.821	.848	.794	.715	.724	.697	.573	.565	.701	.615	.648	.674	.778	.689	.759	.865
Minimum		3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2
Maximum		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Berdasarkan tabel (lihat tabel 3.6) diatas diketahui bahwa variabel tingkat kredibilitas pada instagram menunjukkan nilai *mean*, *median*, *mode*, *std.deviation*, *minimum*, dan *maximum*. Pada nilai *mean* sebesar 4,268375. Nilai *median* pada variabel sebesar 4. Nilai modus sebesar 4. Standar deviation sebesar 0,729155. Sedangkan nilai minimal berada pada angka 2, dan nilai maksimal berada pada angka 5.

Pada penelitian ini peneliti untuk melakukan analisis dekriptif mengacu pada *mean*, *median*, *mode* untuk menggambarkan objek dari data tersebut. Data yang digunakan adalah nilai modus (*mode*) atau nilai yang paling sering muncul. Nilai median atau nilai tengah. Nilai *mean* atau nilai rata-rata semua poin. Nilai modus pada variabel tingkat kredibilitas sebesar 4. Nilai 4 pada variabel kredibilitas menunjukkan bahwa sikap responden pada instagram menyatakan setuju (S). Nilai median pada variabel tingkat kredibilitas sebesar 4. Nilai 4 pada variabel kredibilitas menunjukkan bahwa sikap responden pada instagram menyatakan setuju (S). Nilai rata-rata pada variabel tingkat kredibilitas sebesar 4,268375. Hal ini dapat diartikan bahwa responden penelitian memiliki penilaian dasar dengan pernyataan setuju poin nilai 4 bahwa setuju tentang adanya tingkat kredibilitas pada media instagram Tribunjogja meski tidak memberikan kepercayaan sepenuhnya karena responden memiliki alternatif media online berita yang lainnya sebagai referensinya.

Kemudian peneliti melanjutkan dengan menghitung rata-rata masing-masing dimensi. Hal ini dilakukan untuk mengetahui dimensi yang unggul dalam kredibilitas media *online* akun instagram Tribunjogja. Berikut hasil hitung tabel statistik deskriptif.

Tabel 3.8 Uji Statistik Deskriptif 3 Dimensi

Descriptive Statistics		
	N	Mean
TotalRata_Trustworthiness	400	4.2760
TotalRata_Currency	400	4.2169
TotalRata_Bias	400	4.2388
Valid N (listwise)	400	

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa *mean* dari 3 dimensi yaitu *trustworthiness*, *currency*, dan *bias*. Hasil rata-rata keseluruhan masing-masing indikator dimensi menghitung bahwa dimensi paling unggul yaitu dimensi *trustworthiness* dengan rata-rata 4,2760 atau jika dibulatkan menjadi 4,3. Sedangkan *currency* dan *bias* hanya 4,2.

3. Uji Hipotesis

Pengukuran uji hipotesis penelitian ini menggunakan uji *one sample t-test*. Uji tersebut dipergunakan untuk membandingkan apakah terdapat perbedaan atau kesamaan rata-rata suatu kelompok sampel data dengan suatu nilai rata-rata tertentu. Dalam melakukan perhitungan peneliti dibantu oleh SPSS 16.0. Mengukur nilai

kredibilitas media *online* berdasarkan nilai range yang diklasifikasikan menjadi dua jumlah kelas nilai yaitu tinggi dan rendah. Rumus yang digunakan untuk menghitung nilai range menurut Ridwan (2010) adalah :

$$NR = NST - SNR$$

$$PI = NR : JIK$$

Keterangan :

NR : Nilai Range

NST : Nilai Skor Tertinggi

NSR : Nilai Skor Terendah

JIK :Jumlah Interval Kelas

PI : Panjang Interval

Berdasarkan hasil perhitungan diatas diketahui pengukuran kategori kredibilitas media adalah

$$NR = 3 - 5 = 2$$

$$PI = \frac{2}{2} = 1$$

Sehingga kategori bernilai rendah : 3-4 ; kategori bernilai tinggi: 4-5

Tabel 3.9 Uji Tes *One Sample Test* Nilai Tinggi

One-Sample Test						
	Test Value = 4					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Total_RataRata	11.568	399	.000	.26837	.2228	.3140

Berdasarkan hasil uji *one simple t-test* pada tabel diatas bahwa nilai sig (2-tailed) pada uji *one simple t-test* menunjukkan angka 0,000 yang artinya sig < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis Ho, tidak terdapat tingkat nilai kredibilitas yang tinggi (<4) informasi akun instagram Tribunjogja pada pengguna Mahasiswa di Yogyakarta dapat di tolak, sedangkan hipotesis Ha, terdapat tingkat nilai kredibilitas yang tinggi (>4) informasi akun instagram Tribunjogja pada pengguna Mahasiswa di Yogyakarta dapat diterima.

Hipotesis selanjutnya mengetahui adanya perbedaan secara signifikan dalam rata-rata dimensi *trustworthy*, *currency*, dan *bias*. Rata-rata secara keseluruhan responden diuji beda *mean* antar 3 dimensi. Ditemukan rata-rata secara keseluruhan dari 400 responden yaitu 4,3. Berikut hasil hitungan dengan *one simple t-test*.

Tabel 3.10 Uji Tes *One Sample Test* Uji Beda 3 Dimensi

One-Sample Test						
	Test Value = 4.3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Total_3_Dimensi	-3.024	2	.094	-.05333	-.1292	.0226

Berdasarkan hasil uji *one simple t-test* pada tabel diatas bahwa nilai sig (2-tailed) pada uji *one simple t-test* menunjukkan angka 0,094

yang artinya $\text{sig} > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_0 , tidak terdapat perbedaan rata-rata secara signifikan antara dimensi *trustworthy*, *currency*, dan *bias* dalam kredibilitas informasi akun instagram Tribun Jogja pada pengguna mahasiswa di Yogyakarta dapat diterima, sedangkan hipotesis H_a , terdapat perbedaan rata-rata secara signifikan antara dimensi *trustworthy*, *currency*, dan *bias* dalam kredibilitas informasi akun instagram Tribun Jogja pada pengguna mahasiswa di Yogyakarta. dapat ditolak.

3. Analisis Deskriptif

Berikut ini analisis deskriptif yang menjelaskan penilaian masing-masing pertanyaan dari setiap indikator yang terdiri dari *Trustworthy*, *Believable*, *Accurate*, *Fair*, *Balanced*, *Report the whole story*, *Timely*, *Current*, *Up-to-date*, *Biased*, dan *Objective*. Hasil analisis deskriptif masing-masing pernyataan dari setiap indikator adalah sebagai berikut:

a. Dimensi *Trustworthines*

- 1) Berdasarkan indikator *Trustworthy* (Layak dipercaya).

Tabel 3.11 Frekuensi Indikator *Trustworthy*

Poin Nilai	Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
3	Netral/Ragu-ragu	40	10%
4	Setuju	139	34.8%
5	Sangat Setuju	221	55.2%

Pernyataan mengenai unggahan informasi berita maupun gambar/video yang dimuat dalam surat kabar online instagram sudah berdasarkan penyeleksian pihak Tribunjogja, sebesar 55.2% responden sangat setuju dengan nilai poin 5, sebanyak 221 responden sepakat dalam indikator ini. Responden menyimpulkan Tribunjogja melakukan penyeleksian dengan menghadirkan beberapa konten hiburan tidak melanggar etika tanpa mengandung sara (Safira Fitriana, Hasil Wawancara, 9 September 2019)

2) Berdasarkan indikator *Beliavable* (kejujuran).

Tabel 3.12 Frekuensi indikator *Believable* pernyataan 1

Poin Nilai	Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
2	Tidak Setuju	4	1%
3	Netral/Ragu-ragu	59	14.8%
4	Setuju	155	38.8%
5	Sangat Setuju	182	45.5%

Berdasarkan tabel diatas surat kabar online instagram Tribunjogja dalam menyampaikan berita secara terus terang menunjukkan total sebanyak 182 responden memberikan jawaban dominan sangat setuju dengan nilai poin 5 presentase 45,5%. Pengakuan dari responden menyatakan bahwa sangat setuju dengan kejujuran akibat menampilkan foto atau video apa

adanya yang terjadi dinggap sejalan dengan isi pemberitaan (Safira Fitriana, Hasil Wawancara, 9 September 2019).

Tabel 3.13 Frekuensi indikator *Beliavable* Pernyataan 2

Pernyataan surat kabar online instagram Tribunjogja

Poin Nilai	Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
2	Tidak Setuju	10	2.5%
3	Netral/Ragu-ragu	46	11.5%
4	Setuju	171	42.8%
5	Sangat Setuju	173	43.2%

berdasarkan sumber dari pihak yang berwenang dan dapat bertanggung jawab memiliki perbedaan tipis diantara setuju dan sangat setuju. Melalui poin penilaian 4 dan 5. Setuju dengan responden 171 dan presentase 42.8%. Sedangkan sangat setuju masih mengguguli sedikit dengan 173 responden dan presentase 43,2%. Responden memperhatikan bahwa sumber terkait pemberitaan disampaikan pihak berwajib atau yang menguasai kasus tersebut (Safira Fitriana, Hasil Wawancara, 9 September 2019).

Tabel 3.14 Frekuensi indikator *Beliavable* Pernyataan 3

Poin Nilai	Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
2	Tidak Setuju	16	4%
3	Netral/Ragu-ragu	44	11%

4	Setuju	214	53.5%
5	Sangat Setuju	126	31.5%

Pernyataan surat kabar online instagram Tribunjogja transparansi dalam mencantumkan sumber berita ini didominasi jawaban setuju dimana nilai poin 4. Jumlah responden 214 dengan presentase 53.5%. Responden merasa meski demikian ada beberapa berita hiburan melalui rekaman pribadi yang dikirimkan sehingga sumber dari masyarakat tidak jelas. Selain itu memilih setuju karena meskipun beberapa pemberitaan mencantumkan sumber berita terkait namun beberapa berasalkan rekaman video pribadi atau foto tanpa dilampirkan sumber pengambilan gambar dan sumber penulis berita juga tidak dicantumkan (Royyan, Hasil Wawancara, 9 September 2019).

3) Berdasarkan indikator *Accurate* (akurat).

Tabel 3.15 Frekuensi indikator *Accurate* Pernyataan 1

Poin Nilai	Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
2	Tidak Setuju	8	2%
3	Netral/Ragu-ragu	76	19%
4	Setuju	135	33.8%
5	Sangat Setuju	181	45.2%

Pernyataan surat kabar online Tribunjogja dalam memuat berita sudah memenuhi unsur ketepatan fakta dalam berita memperoleh presentase sangat setuju sebesar 45.2%. Nilai poin 5

ini disetujui oleh 181 responden. Responden bertahan pada media online berita yang dinilai bukan berita bohong. Responden percaya semua berita yang disampaikan sesuai fakta, jika ada kekeliruan maka akan klarifikasi berita tersebut akan disampaikan. Ini penyebab salah satu responden memberikan pernyataan ini sangat setuju (Safira Fitriana, Hasil Wawancara, 9 September 2019).

Tabel 3.16 Frekuensi indikator *Accurate* Pernyataan 2

Poin Nilai	Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
2	Tidak Setuju	16	4%
3	Netral/Ragu-ragu	73	18.2%
4	Setuju	154	38.5%
5	Sangat Setuju	157	39.2%

Pernyataan surat kabar online instagram Tribunjogja dalam memuat berita sudah memenuhi unsur kesan ketelitian penulisan berita secara umum ini dengan poin 5, sangat setuju paling banyak hanya 39.2% dengan jumlah responden 157. Hal ini akibat responden terkadang melihat unggahan dari isi pemberitaan salah ketik (*typo*). Adanya *nitizen* membantu pembaca berita agar tidak salah menerima info tersebut (Safira Fitriana, Hasil Wawancara, 9 September 2019).

- 4) Berdasarkan indikator *Fair* (adil).

Tabel 3.17 Frekuensi indikator *Fair*

Poin Nilai	Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
2	Tidak Setuju	9	2.2%
3	Netral/Ragu-ragu	63	15.8%
4	Setuju	154	38.5%
5	Sangat Setuju	174	43.5%

Pernyataan surat kabar online Tribun Jogja memberikan kesempatan dari seluruh pihak-pihak terkait yang terlibat dapat dimuat dalam berita diberikan poin penilaian 5 sebanyak 174 responden sangat setuju dengan presentase 43.5%. Tetap memberikan kesempatan pada pihak-pihak terkait meskipun dalam postingan yang berbeda. Meski responden tidak mengetahui kapan postingan pihak-pihak terkait disampaikan namun setidaknya responden mendapatkan info berita dari pihak-pihak yang bersangkutan (Royyan, Hasil Wawancara, 9 September 2019).

- 5) Berdasarkan indikator *Balanced* (seimbang)

Tabel 3.18 Frekuensi indikator *Balanced*

Poin Nilai	Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
2	Tidak Setuju	1	0.2%
3	Netral/Ragu-ragu	61	15.2%

4	Setuju	173	43.2%
5	Sangat Setuju	165	41.2%

Pernyataan surat kabar online instagram Tribun Jogja dalam menyampaikan informasi berita tidak berat sebelah dan cenderung berimbang ini didominasi oleh jawaban setuju dengan poin nilai 4. Jumlah responden yang memberikan setuju sebanyak 173 responden, presentase 43.2%. Responden mengaku dalam sebuah media meski tidak ditampilkan secara gamblang, namun tetap ada keberpihakan. Media memang menyampaikan namun dalam intensitas tertentu. Kemudian dalam perseteruan ataupun kasus berita meskipun ada pihak yang diberikan kesempatan menjelaskan terkadang penjelasan tersebut tidak tersampaikan dengan jelas dan lengkap sehingga pembaca hanya menangkap sesuai yang disampaikan (Safira Fitriana, Hasil Wawancara, 9 September 2019).

- 6) Berdasarkan indikator *Report the whole story* (melaporkan keseluruhan peristiwa)

Tabel 3.19 Frekuensi indikator *Report the whole story* pernyataan 1

Poin Nilai	Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
2	Tidak Setuju	7	1.8%
3	Netral/Ragu-ragu	54	13.5%
4	Setuju	199	49.8%

5	Sangat Setuju	140	35%
---	---------------	-----	-----

Pernyataan surat kabar online instagram Tribun Jogja menjelaskan kronologi suatu peristiwa secara keseluruhan mendominasi jawaban setuju dengan nilai poin 4. Presentase hingga 49.8%, hampir setengah dari total responden dengan jumlah 199 responden. Berita yang disampaikan sudah runtut namun dianggap belum memenuhi kepuasan responden, sehingga responden mencari referesensi lain untuk mencari kebutuhan informasi yang belum didapatkan (Royyan, Hasil Wawancara, 9 September 2019).

Tabel 3.20 Frekuensi indikator *Report the whole story* pernyataan 2

Poin Nilai	Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
2	Tidak Setuju	8	2.5%
3	Netral/Ragu-ragu	29	7.2%
4	Setuju	187	46.8%
5	Sangat Setuju	176	44%

Pernyataan surat kabar online Tribun Jogja dalam menyampaikan berita disertakan dengan nama/kelompok/organisasi yang terlibat memiliki presentase sebesar 46.8% pada jawaban setuju dengan nilai poin 4. Sebanyak 187 responden memiliki penialain yang sama. Hal ini diakui oleh

responden bahwa Tribun Jogja kerap menampilkan sebuah video viral yang dianggap tidak menyebutkan tokoh/orang yang terlibat secara spesifik. Beberapa berita juga menyebutkan sekedar dugaan hingga tidak memiliki kepastian. Meski demikian masih banyak berita informasi yang menyebutkan nama/kelompok/organisasi/ yang terlibat dalam pemberitaan dicantumkan (Royyan, Hasil Wawancara, 9 September 2019).

Tabel 3.21 Frekuensi indikator *Report the whole story* pernyataan 3

Poin Nilai	Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
3	Netral/Ragu-ragu	17	4.2%
4	Setuju	201	50.2%
5	Sangat Setuju	182	45.5%

Pernyataan surat kabar online instagram Tribun Jogja dalam menyampaikan berita menyertakan lokasi kejadian memiliki jawaban setuju dengan presentase mencapai 50.2% ini memiliki nilai poin 4. Total jumlah responden mencapai 201. Alasan responden berkaitan sama halnya dengan pernyataan sebelumnya. Bahwa Tribun Jogja kerap menampilkan sebuah video viral yang dianggap tidak menyebutkan lokasi tempat secara spesifik. Beberapa berita juga menyebutkan sekedar dugaan sehingga tidak memiliki kepastian. Meski demikian masih banyak berita

informasi yang menyebutkan lokasi kejadian dalam pemberitaan dicantumkan (Royyan, Hasil Wawancara, 9 September 2019).

Tabel 3.22 Frekuensi indikator *Report the whole story* pernyataan 4

Poin Nilai	Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
3	Netral/Ragu-ragu	15	3.8%
4	Setuju	202	50.5%
5	Sangat Setuju	183	45.8%

Pernyataan surat kabar online instagram Tribun Jogja dalam menyampaikan berita mencantumkan tanggal dan waktu kejadian sama dengan pernyataan ke 3. Jawaban setuju mendominasi dengan presentase 50.5%. Jumlah responden sebanyak 202. Tribun Jogja kerap menampilkan sebuah video viral yang dianggap tidak menyebutkan tanggal atau waktu kejadian secara spesifik. Meski demikian masih banyak berita informasi yang menyebutkan tanggal atau waktu kejadian yang dicantumkan (Royyan, Hasil Wawancara, 9 September 2019).

b. Dimensi *Currency*

1) Berdasarkan indikator *Timely* (tepat waktu).

Tabel 3.23 Frekuensi indikator *Timely*

Poin Nilai	Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
2	Tidak Setuju	5	1.2%

3	Netral/Ragu-ragu	47	11.8%
4	Setuju	197	49.2%
5	Sangat Setuju	151	37.8%

Pernyataan surat kabar online instagram Tribun Jogja memiliki ketepatan waktu dalam memuat berita ini didominasi dengan jawaban setuju yang memiliki poin nilai 4. Total jumlah responden 197 dengan presentase 49.2%. Responden menilai Tribun Jogja sudah cukup tepat waktu dalam mengunggah sebuah berita, namun dalam menilai mengunggah peristiwa secara langsung dinilai kurang tepat (Safira Fitriana, Hasil Wawancara, 9 September 2019).

2) Berdasarkan indikator *Current* (barusan terjadi/sedang terjadi)

Tabel 3.24 Frekuensi indikator *Current*

Poin Nilai	Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
2	Tidak Setuju	4	1%
3	Netral/Ragu-ragu	25	6.2%
4	Setuju	234	58.5%
5	Sangat Setuju	137	34.2%

Pernyataan surat kabar online instagram Tribun Jogja memuat berita yang merupakan peristiwa yang baru saja terjadi masih hangat diperbincangkan, untuk pernyataan ini jauh didominasi oleh jawaban setuju dari 234 responden. Poin nilai 4

ini memiliki presentase hingga 58.5%. Berita yang disampaikan belum lama terjadi dan masih hangat dibicarakan namun berita di unggah terkadang tidak pada hari yang sama. Padahal responden berharap mendapatkan berita lebih cepat dari media cetak dan tv, dinilai harapan tersebut belum memenuhi kepuasan responden (Safira Fitriana, Hasil Wawancara, 9 September 2019).

3) Berdasarkan indikator *Up-to-date* (terbaru)

Tabel 3.25 Frekuensi indikator *Up-to-date* pernyataan 1

Poin Nilai	Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
3	Netral/Ragu-ragu	41	10.2%
4	Setuju	194	48.5%
5	Sangat Setuju	165	41.2%

Pernyataan surat kabar online instagram Tribunjogja memuat informasi mengikuti perkembangan berita, responden memberikan jawaban setuju lebih mendominasi dengan presentase 48.5%. Poin nilai 4 ini diberikan oleh 194 responden. Tribunjogja mengikuti berita yang sedang *trend*, namun dalam mengikuti perkembangan berita secara umum selanjutnya masih tergolong terbatas (Royyan, Hasil Wawancara, 9 September 2019).

Tabel 3.26 Frekuensi indikator *Up-to-date* pernyataan 2

Poin Nilai	Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
3	Netral/Ragu-ragu	49	12.2%

4	Setuju	184	46%
5	Sangat Setuju	167	41.8%

Pernyataan surat kabar online Tribun Jogja dalam memuat informasi berita tidak ketinggalan dengan penyedia berita online lainnya, total responden 184 memberikan jawaban setuju. Presentase 46% dengan nilai poin 4. Responden kerap mendapatkan berita terlebih dahulu melalui media online berita lainnya. Namun responden menilai meski demikian tidak ketinggalan cukup jauh hanya tertinggal beberapa waktu saja (Royyan, Hasil Wawancara, 9 September 2019).

c. Dimensi *Bias*

1) Berdasarkan indikator *Biased*

Tabel 3.27 Frekuensi indikator *Biased* pernyataan 1

Poin Nilai	Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
2	Tidak Setuju	4	1%
3	Netral/Ragu-ragu	87	21.8%
4	Setuju	164	41%
5	Sangat Setuju	145	36.2%

Pernyataan surat kabar online instagram Tribun Jogja dalam memuat berita selalu memisahkan antara opini dengan fakta, responden mendominasi memberikan jawaban setuju. Nilai poin 4 ini diberikan oleh 164 responden dengan presentase 41%. Menurut responden memilih jawaban setuju dikarenakan

Tribunjogja dianggap sudah cukup dalam memisahkan opini dengan fakta, tidak mencampuradukkan fakta dan opini (Royyan, Hasil Wawancara, 9 September 2019).

Tabel 3.28 Frekuensi indikator *Biased* pernyataan 2

Poin Nilai	Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
2	Tidak Setuju	4	1%
3	Netral/Ragu-ragu	40	10%
4	Setuju	185	46.2%
5	Sangat Setuju	171	42.8%

Pernyataan surat kabar online instagram Tribunjoga menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan tidak menimbulkan kesalahpahaman, jawaban setuju diberikan oleh 185 responden dengan presentase 46.2% yang memiliki nilai poin 4. Responden memberikan nilai tersebut karena bahasa yang digunakan mudah dipahami. Tetapi ada beberapa bahasa penyebutan seperti singkatan yang perlu dijelaskan agar pembaca lebih mudah secara spontan mengetahuinya (Royyan, Hasil Wawancara, 9 September 2019).

2) Berdasarkan indikator *Objective*

Tabel 3.29 Frekuensi indikator *Objektive* pernyataan 1

Poin Nilai	Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
2	Tidak Setuju	1	0.2%
3	Netral/Ragu-ragu	74	18.5%

4	Setuju	147	36.8%
5	Sangat Setuju	178	44.5%

Pernyataan surat kabar online instagram Tribun Jogja dalam memuat berita sesuai realitas, fakta, dan narasumber didominasi oleh jawaban sangat setuju. Poin nilai 5 ini dijawab oleh 178 responden dengan presentase 44.5%. Responden merasa diberikan berita tanpa sudut objektif. Berita yang diunggah dinilai sudah sesuai dengan fakta (Safira Fitriana, Hasil Wawancara, 9 September 2019).

Tabel 3.30 Frekuensi indikator *Objektive* pernyataan 2

Poin Nilai	Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
2	Tidak Setuju	8	2%
3	Netral/Ragu-ragu	86	21.5%
4	Setuju	97	24.2%
5	Sangat Setuju	209	52.2%

Pernyataan surat kabar online instagram Tribun Jogja menyampaikan berita sebenarnya tanpa dipengaruhi oleh pandangan atau opini pribadi ini jauh didominasi oleh jawaban sangat setuju. Total 209 responden dengan total presentase 52.2% memberikan nilai 5 pada pernyataan ini. Menurut responden, berita informasi yang sudah sesuai fakta diberikan tanpa memberikan pandangan pribadi sehingga menggiring opini

publik, baik judul, gambar, video, maupun isi berita bebas dari objektif (Safira Fitriana, Hasil Wawancara, 9 September 2019).

C. Pembahasan

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif. Bertujuan untuk mengetahui seberapa tingkat kredibilitas informasi akun instagram Tribun Jogja pada mahasiswa di Yogyakarta. Metode yang dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada *followers* akun instagram Tribun Jogja yang berstatus aktif sebagai mahasiswa di Yogyakarta. Pembahasan hasil penelitian meliputi karakteristik responden, hasil hipotesis, dan hasil analisis deskriptif. Berikut penjabaran yang akan dijelaskan dimulai dari karakteristik responden.

Hasil penelitian ini berdasarkan karakteristik usia responden. Mayoritas responden berusia 20-22 tahun hingga 56%. Sedangkan usia >26 tahun hanya 1%. Penelitian yang pernah dilakukan secara *online* oleh TNS dilakukan kepada 506 pengguna instagram dari usia 18-44 tahun pada tahun 2014. Disimpulkan kalangan anak muda (18-24 tahun) mendominasi penggunaan instagram di Indonesia dengan presentase 59%. Sementara di urutan kedua berasal dari usia 25 – 34 tahun, dan posisi terakhir adalah pengguna yang berusia 34 – 44 tahun. Kesamaan hasil penelitian berdasarkan usia tersebut artinya beberapa tahun terakhir usia remaja merupakan usia terbanyak mengakses media sosial (<https://dailysocial.id/post/riset-tns-generasi->

terpelajar-dominasi-pengguna-instagram-di-indonesia, diakses tanggal 26 September 2019)

Dalam penelitian karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, jumlah responden perempuan lebih kecil dari laki-laki. Presentase laki-laki sebesar 59% dan perempuan hanya 41%. Survey yang dilakukan oleh APJII 2017, dimana pengguna dengan jenis kelamin laki-laki lebih aktif menjadi pengguna internet. Disebarkan kepada 2500 responden, hasil survey komposisi pengguna internet berdasarkan jenis kelamin pria presentase 51,43, sedangkan perempuan 48,57% (APJII, 2017). Kemudian ada pula survey yang dilakukan oleh *We Are Social* tahun 2018. Total pengguna aktif instagram bulanan di Indonesia mencapai 53 juta dengan presentase 49% perempuan dan 51% laki-laki (<https://amp.kompas.com/tekno/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia>, diakses tanggal 26 September 2019). Kesamaan hasil penelitian akan tanggapan responden dan beberapa contoh survey bahwa perempuan cenderung lebih sedikit dalam menggunakan internet, sedangkan laki-laki lebih aktif menggunakan internet.

Jumlah daerah asal 400 responden yang merupakan perwakilan dari 120 ribu *followers* instagram Tribun Jogja menunjukkan bahwa beragam perguruan tinggi dengan berbagai fasilitas yang ditawarkan terbukti bahwa mahasiswa di Yogyakarta cukup mewakili sebagian kecil Indonesia. Persebaran wilayah pengguna instagram Tribun Jogja terlihat setelah identifikasi daerah asal responden. Setelah dihitung total responden yang

berasal dari daerah Yogyakarta merupakan jumlah terbanyak. Responden berasal dari daerah Yogyakarta terdiri dari 4 Kabupaten dan 1 Kota Yogyakarta. Jumlah responden terbanyak jatuh pada Kota Yogyakarta dengan total 57 responden. Jika ditotal jumlah responden dalam satu Provinsi di Yogyakarta berjumlah 146 orang. *Followers* Tribun Jogja bukan hanya dari Yogyakarta saja, namun mahasiswa yang aktif di Yogyakarta tersebar diberbagai perguruan tinggi berasal dari 29 Provinsi di Indonesia pun ikut mengikuti berita yang diunggah di Tribun Jogja. Responden berasal dari Provinsi Yogyakarta terbanyak dari Jawa Tengah dengan total jumlah 33 orang. Responden berasal dari luar pulau Jawa terbanyak dari Kalimantan Barat dengan total jumlah 27 orang.

Nurudin (2017:37) menyebutkan salah satu nilai dari berita yaitu dekat. Maksudnya, makin dekat suatu lokasi peristiwa dengan tempat khalayak, informasinya akan semakin disukai khalayak. Artinya orang-orang akan mencari berita yang terikat dengannya, dari wilayah dimana ia tinggal akan lebih dahulu diprioritaskan. Berdasarkan teori diatas salah satu penyebab penduduk lokal Yogyakarta lebih mendominasi dalam penelitian akibat dari berita itu sendiri mengandung nilai dekat dimana lebih banyak pembaca tertarik dengan berita yang terjadi di daerah asalnya tinggal.

Salah satu jurnal dalam konteks pembahasan mahasiswa di UGM ditulis oleh Divia Singi Joyanda ini meneliti dengan judul *Persepsi Mahasiswa UGM Terkait Jogja Renaissance Pada Branding "Jogja Istimewa"*. Penelitian ini mampu memperoleh para mahasiswa dan

mahasiswi berjumlah 353 responden, dimana mereka berasal dari 34 provinsi dalam satu universitas yaitu Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, dimana persebaran berbagai provinsi ini memiliki latar belakang budaya yang beraneka ragam. Dalam satu universitas negeri yaitu UGM sudah cukup tergambar bahwa mahasiswa dan mahasiswi yang melanjutkan studi kuliahnya di perguruan tinggi Yogyakarta berasal dari seluruh provinsi di Indonesia.

Penelitian ini menggunakan teori faktor kredibilitas media *online* yang dibuat oleh Drisscol, Garrison, dan Salwen (2005). Faktor tersebut terdiri dari 3 dimensi yaitu *Trustworthiness*, *Currency*, dan *Bias*. Indikator-indikator ketiga dimensi tersebut berjumlah 11 indikator. Berikut pengelompokan faktor yang telah dibentuk yaitu dimensi *Trustworthiness* dalam pemberitaan yang mencakup indikator *trustworthy*, *believable*, *balanced*, *report the whole story*, *fair*, *accurate*. 2. Dimensi *Currency* dalam pemberitaan yang mencakup indikator *timely*, *current*, *up-to-date*. 3. Dimensi *Bias* dalam pemberitaan yang mencakup indikator *biased*, *objective*.

Dalam menentukan hipotesis peneliti menggunakan total rata-rata pada setiap pernyataan faktor kredibilitas media *online*. Berlandas penelitian sebelumnya yang digunakan oleh Sholihul Abidin dan kawan-kawan (2017) dalam mengukur nilai kredibilitas menjadi 3 nilai, nilai rendah, nilai sedang, dan nilai tinggi. Menggunakan rumus menghitung nilai *range* (Ridwan, 2010). Peneliti hanya membagi 2 nilai rendah dan tinggi. Berdasarkan hasil rata-rata masing-masing item/pernyataan didapatkan kategori bernilai rendah

yaitu 3-4 sedangkan kategori bernilai tinggi yaitu 4-5. Kemudian Trihendradi mengukur hipotesis dapat diterima atau ditolak dengan uji hipotesis rumus uji satu sampel (*one sample t-test*).

Peneliti membuat Hipotesis Ha menyatakan terdapat nilai kredibilitas yang tinggi (rata-rata >4) informasi akun instagram tribunjogja pada pengguna mahasiswa di Yogyakarta. Hipotesis Ho menyatakan tidak terdapat nilai kredibilitas yang tinggi (rata-rata <4) informasi akun instagram Tribunjugja pada pengguna mahasiswa di Yogyakarta. Rumus uji satu sampel (*one sample t-test*) menunjukkan angka sig $< 0,05$ dengan nilai tinggi menunjukkan rata-rata >4 ini memberikan kesimpulan bahwa terdapat tingkat nilai kredibilitas yang tinggi informasi akun instagram Tribunjugja pada pengguna Mahasiswa di Yogyakarta. Hasil rata-rata yang diperoleh antara 4-5 ini memiliki kelas nilai tinggi. Maka dapat disimpulkan hipotesis Ho yang berasumsi tidak terdapat tingkat nilai kredibilitas yang tinggi (<4) informasi akun instagram Tribunjugja pada pengguna Mahasiswa di Yogyakarta ditolak. Artinya hipotesis Ha yang berasumsi terdapat tingkat nilai kredibilitas yang tinggi (>4) informasi akun instagram Tribunjugja pada pengguna Mahasiswa di Yogyakarta diterima.

Selanjutnya peneliti membuat hipotesis Ha terdapat perbedaan rata-rata secara signifikan antara dimensi *trustworthy*, *currency*, dan *bias* dalam kredibilitas informasi akun instagram Tribunjugja pada pengguna mahasiswa di Yogyakarta. Hipotesis Ho menyatakan tidak terdapat perbedaan rata-rata secara signifikan antara dimensi *trustworthy*, *currency*, dan *bias* dalam

kredibilitas informasi akun instagram Tribun Jogja pada pengguna mahasiswa di Yogyakarta. Berdasarkan hasil uji *one simple t-test* bahwa nilai sig (2-tailed) pada uji *one simple t-test* menunjukkan angka 0,094 yang artinya sig > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis Ho, tidak terdapat perbedaan rata-rata secara signifikan antara dimensi *trustworthy*, *currency*, dan *bias* dalam kredibilitas informasi akun instagram Tribun Jogja pada pengguna mahasiswa di Yogyakarta dapat diterima, sedangkan hipotesis Ha, terdapat perbedaan rata-rata secara signifikan antara dimensi *trustworthy*, *currency*, dan *bias* dalam kredibilitas informasi akun instagram Tribun Jogja pada pengguna mahasiswa di Yogyakarta dapat ditolak.

Penelitian dikuatkan dengan penelitian sebelumnya mengenai media *online*. Salah satu diantaranya dengan judul “*Kredibilitas Pemberitaan Pada Portal Berita Online Vivanews.Com*”, menyimpulkan bahwa pemberitaan di Vivanews.com cukup kredibel. Kualitas yang menentukan tingkat kredibilitas pemberitaan yaitu *accuracy*, *believability*, *bias*, dan *completeness* sudah dimiliki dan relatif terpenuhi oleh Vivanews.com. Terlihat dari penelitian Vivanews.com dan penelitian saat ini bahwa tidak selamanya media *online* disebut tidak kredibel. Media berita apapun tetap menggunakan asas jurnalistik meskipun hanya berbeda bentuk medianya yaitu media baru (Juditha, 2013).

Jurnal sebelumnya tersebut memiliki kesamaan hasil dengan penelitian ini yang menyebutkan terdapat tingkat kredibilitas media *online*. Pada dasarnya jurnalistik berasas pada kode etik jurnalistik yang dikemas kedalam

segala bentuk media termasuk media baru atau media *online*. Terkemas di media sosial instagram, produk yang dihasilkan berupa informasi berita *online*. Walaupun beda pada indikator-indikator namun dalam teori yang sama meneliti tentang kredibilitas media *online*.

Hasil analisis deskriptif *mean*, *median*, dan *mode* digunakan dalam penelitian ini dengan SPSS 16.0 *for Windows*. Menjumlahkan 400 jawaban responden dengan pilihan interval jawaban memberikan penilaian angka 1 – 5, penilaian terendah hingga tertinggi. Keterangan opsi jawaban mulai dari sangat tidak setuju, tidak setuju, netral/ragu-ragu, setuju dan sangat setuju. Secara umum keseluruhan pernyataan dijelaskan sebagai berikut.

Berdasarkan jawaban diberikan responden analisis deskriptif nilai rata-rata 4,268375. Menunjukkan diantara interval 1-5, responden memiliki rata-rata jika dibulatkan menjadi 4,2. Condong ke jawaban kerarah opsi jawaban menuju setuju. Analisis deskriptif nilai tengah (*median*) yaitu 4, setuju. Kemudian analisis deskriptif nilai modus berada di angka 4, setuju. Hasil Analisis deskriptif menunjukkan angka 4 atau responden setuju jauh lebih mendominasi jika dihitung secara keseluruhan jawaban responden dari berbagai pernyataan indikator-indikator faktor kredibilitas media *online*.

Artinya rata-rata responden setuju dengan Tribun Jogja memiliki indikator-indikator yang menunjukkan tingkat kredibilitas media. Namun meskipun demikian, tidak memberikan penilaian secara maksimal karena ada beberapa sebab. Responden mengutarakan penyebabnya diantaranya seperti adanya kesalahan penulisan, dianggap kurang cepat dalam memberikan

informasi berita, kurang lengkap informasi yang disampaikan, kurang maksimal mengikuti perkembangan berita, penulis atau sumber berita diharapkan dicantumkan (Royyan & Safira, Hasil Wawancara, 9 September 2019).

Disamping penilaian yang dianggap belum maksimal ada beberapa hal yang dianggap sudah baik bagi responden memenuhi faktor-faktor kredibilitas, seperti penggunaan bahasa yang terus terang sehingga mudah dipahami. Minimnya penggiringan opini publik, keberpihakan dianggap tidak terlihat, dan memisahkan opini dan fakta ((Royyan & Safira, Hasil Wawancara, 9 September 2019)).

Hasil analisis deskriptif *mean*, *median*, dan *mode* digunakan dalam menghitung setiap pernyataan ke 11 indikator kredibilitas media *online*. Analisis deskriptif *mean* atau nilai rata-rata masing masing indikator berikut penjabarannya. Pada indikator *trustworthy* yaitu 4,45, indikator *beliavable* pernyataan 1 yaitu 4,29, pernyataan 2 yaitu 4,27, dan pernyataan 3 yaitu 4,12, indikator *Accurate* pernyataan 1 yaitu 4,22 dan pernyataan 2 yaitu 4,13, indikator *fair* yaitu 4,23, indikator *balance* yaitu 4,26, indikator *report the whole story* pernyataan 1 yaitu 4,18, pernyataan 2 yaitu 4, 33, pernyataan 3 yaitu 4,41, dan pernyataan 4 yaitu 4,42, indikator *timely* yaitu 4,24, indikator *current* yaitu 4,26, indikator *up-to-date* pernyataan 1 yaitu 4,31 dan pernyataan 2 yaitu 4,30, indikator *biased* pernyataan 1 yaitu 4,12 dan pernyataan 2 yaitu 4,31, terakhir indikator *objektive* pernyataan 1 yaitu 4,26 dan pernyataan 2 yaitu 4,27.

Analisis deskriptif *median* atau nilai tengah masing masing indikator berikut penjabarannya. Pada indikator *trustworthy* yaitu 5, indikator *beliavable* pernyataan 1 yaitu 4, pernyataan 2 yaitu 4, dan pernyataan 3 yaitu 4, indikator *Accurate* pernyataan 1 yaitu 4 dan pernyataan 2 yaitu 4, indikator *fair* yaitu 4, indikator *balance* yaitu 4, indikator *report the whole story* pernyataan 1 yaitu 4, pernyataan 2 yaitu 4, pernyataan 3 yaitu 4, dan pernyataan 4 yaitu , indikator *timely* yaitu 4, indikator *current* yaitu 4, indikator *up-to-date* pernyataan 1 yaitu 4 dan pernyataan 2 yaitu 4, indikator *biased* pernyataan 1 yaitu 4 dan pernyataan 2 yaitu 4, terakhir indikator *objektive* pernyataan 1 yaitu 4 dan pernyataan 2 yaitu 5.

Analisis deskriptif *modus* atau nilai yang sering muncul masing masing indikator berikut penjabarannya. Pada indikator *trustworthy* yaitu 5, indikator *beliavable* pernyataan 1 yaitu 5, pernyataan 2 yaitu 5, dan pernyataan 3 yaitu 4, indikator *Accurate* pernyataan 1 yaitu 5 dan pernyataan 2 yaitu 5, indikator *fair* yaitu 5, indikator *balance* yaitu 4, indikator *report the whole story* pernyataan 1 yaitu 4, pernyataan 2 yaitu 4, pernyataan 3 yaitu 4, dan pernyataan 4 yaitu 4, indikator *timely* yaitu 4, indikator *current* yaitu 4, indikator *up-to-date* pernyataan 1 yaitu 4 dan pernyataan 2 yaitu 4, indikator *biased* pernyataan 1 yaitu 4 dan pernyataan 2 yaitu 4, terakhir indikator *objektive* pernyataan 1 yaitu 5 dan pernyataan 2 yaitu 5.

Hasil rata-rata keseluruhan masing-masing indikator dimensi menghitung bahwa dimensi paling unggul yaitu dimensi *trustworthiness* dengan rata-rata 4,2760 atau jika dibulatkan menjadi 4,3. Dimensi ini lebih

mendominasi dibanding dimensi *currency* dan *bias*. Disimpulkan bahwa instagram Tribun Jogja memiliki keunggulan didimensi *trustworthiness*.

Menelaah faktor kredibilitas yang memiliki nilai tertinggi diambil dari rata-rata item. Penelitian ini menentukan hipotesis berdasarkan nilai tertinggi yang didapatkan dari nilai rata-rata. Berdasarkan faktor kredibilitas media *online* yang menurut teori Drisscol, Garrison, dan Salwen (2005) terdiri dari 11 indikator, kemudian peneliti menjabarkan indikator menjadi 20 pernyataan. Tabel statistik deskriptif (lihat tabel 3.5) menghasilkan indikator *Trustworthy* dengan rata-rata tertinggi yaitu 4,45, bahwa media layak dipercaya, responden percaya bahwa unggahan informasi berita maupun gambar/video yang dimuat dalam surat kabar *online* instagram sudah berdasarkan penyeleksian pihak Tribun Jogja (*gatekeeper*). Indikator dengan nilai rata-rata terendah yaitu pertama pada indikator *beliavable* bahwa transparansi dalam mencantumkan sumber berita dengan nilai rata-rata 4,12. Kedua yaitu pada indikator Bias bahwa menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan tidak menimbulkan kesalahpahaman dengan nilai rata-rata 4,12.

Setelah peneliti menjabarkan identitas responden sesuai jawaban mayoritas yang diberikan. Selain itu, setiap indikator berdasarkan dominan penilaian 1-5 digolongkan sangat tidak setuju hingga sangat setuju jawaban yang diberikan responden. Selanjutnya peneliti akan menghubungkan teori atau penelitian yang sudah ada.

Indikator pertama *Trustworthy* diberikan dengan pernyataan unggahan informasi berita maupun gambar/video yang dimuat dalam surat kabar *online* instagram sudah berdasarkan penyeleksian pihak Tribunjogja. Pernyataan ini responden memberikan penilaian 5 jawaban sangat setuju hingga 55.2%. Seperti yang dikatakan Nurudin (2007:119) bahwa *gatekeeper* (orang penting dalam media massa) akan menyeleksi setiap yang akan diunggah. Adanya *gatekeeper* dapat menghapus pesan, memodifikasi dan menambah pesan yang akan disebar. Terbukti dengan hadirnya konten hiburan dan informasi yang tidak begitu saja disebar melainkan pasti sudah melalui seleksi karena tidak ada yang melanggar norma sehingga responden dominan memberikan pernyataan sangat setuju dengan penilaian 5.

Kedua faktor *Beliavable* diberikan dengan 3 pernyataan berbeda. Pernyataan pertama yaitu surat kabar *online* instagram Tribunjogja dalam menyampaikan berita secara terus terang. Jawaban responden didominasi memberikan penilaian 5 jawaban sangat setuju hingga 45% dari 400 responden. Tribunjogja dianggap apa adanya dan berterus terang. Dalam jurnal penelitian Handirx Chris Haryanto dan kawan-kawan (2015) menyebutkan beberapa faktor penyebab memunculkan keterpercayaan masyarakat salah satunya yaitu transparan. Memberikan gambar/video sebagai bukti transparan sebuah media tentang informasi tersebut. Lebih mudah seseorang percaya jika diberikan bukti tersebut. Faktor inilah mendukung kesepakatan bahwa Tribunjogja terus terang menyampaikan berita.

Pernyataan kedua yaitu surat kabar *online* instagram Tribun Jogja berdasarkan sumber dari pihak yang berwenang dan dapat bertanggung jawab. Presentase jawaban sangat setuju dengan penilaian 5 tersebut dengan presentase 43.2%. Meski tak beda jauh namun tetap selayaknya sumber harus dari pihak yang bertanggung jawab. Transparansi sumber berita merupakan persyaratan utama yang harus dipenuhi (Hungbo, 2007:282)

Pernyataan ketiga yaitu surat kabar *online* instagram Tribun Jogja transparansi dalam mencantumkan sumber berita. Responden dominan memberikan penilaian 4 jawaban setuju hingga 53.4%. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya dalam jurnal Handirx Chris Haryanto dan kawan-kawan (2015) beberapa pembentuk kepercayaan salah satunya yaitu transparan. Semakin transparan maka pembaca akan semakin memberikan kepercayaan. Namun dalam video pribadi kerap tidak memberikan *landmark* pada video yang sebar. Mengenai beberapa video rekaman pribadi yang dimasukkan dalam konten instagram Tribun Jogja hal ini tidak ada salahnya namun sumber informasi tersebut tetap harus dicantumkan sehingga terjadi kesimpangsiuran informasi. Baik itu konten video hiburan maupun video berita informasi. Hal ini sejalan dengan menurut Gerald L. Baron (dalam Anggoro, 2011:131) mengungkapkan bahwa media selalu berusaha memberi informasi yang lengkap dan dalam kepada audiensnya. Ada empat hal yang wajib dipenuhi yaitu kecepatan, kedalaman informasi, kepercayaan, dan hiburan.

Indikator *Accurate* dalam 2 pernyataan yaitu pernyataan pertama surat kabar *online* instagram Tribun Jogja sudah memenuhi unsur ketepatan fakta dalam berita dan pernyataan kedua surat kabar *online* instagram Tribun Jogja ketelitian penulisan. Dalam indikator *accurate* semua pernyataan tersebut mendominasi memberikan penilaian 5 jawaban sangat setuju. Presentase ketelitian penulisan hingga 39.2% dan sedangkan ketelitian fakta 45,2%.

Indikator *fair* diberikan dengan pernyataan surat kabar *online* instagram Tribun Jogja memberikan kesempatan pada seluruh pihak yang terkait. Responden paling banyak memberikan penilaian 5 jawaban sangat setuju dengan pesentase 43.5%. Kemudian Indikator *Balanced* dengan pernyataan surat kabar *online* instagram Tribun Jogja dalam menyampaikan berita tidak berat sebelah dan cenderung berimbang. Responden memberikan paling banyak penilaian 4 jawaban setuju dengan presentase 43.2%.

Indikator *accurate, fair, dan balanced* ini dapat dikaitkan berdasarkan ahli menyebutkan menurut Ponynter (dalam Romli, 2012:41) menyatakan meskipun media massa memiliki batasan-batasan yang mengikat serta aturan-aturan yang berlaku, tetapi tidak selamanya hal tersebut menjadikan jurnalis dapat menghasilkan berita yang objektif. Apalagi pada media baru, dimana jurnalis *online* dituntut bekerja secara cepat sehingga cenderung menghasilkan berita yang tidak objektif. Jurnalis dituntut untuk lebih memerhatikan kecenderungan aktual menyangkut kredibilitas dan akurasi, transparansi dan multimedia massa serta harus waspada terhadap kecepatan penyampaian berita yang seimbang dengan kapasitas akurasinya. Hal-hal

demikian mempengaruhi jurnalis menghasilkan produk berita yang memenuhi indikator *accurate*, *fair*, dan *balanced*. Meski tidak sepenuhnya kredibilitas Tribun Jogja namun tetap ada unsur indikator tersebut didalamnya.

Dalam beberapa pernyataan dalam indikator *Report the whole story* terdapat 4 pernyataan berikut pernyataan yaitu surat kabar *online* Instagram Tribun Jogja menjelaskan kronologi suatu peristiwa secara keseluruhan, menyampaikan berita mencantumkan siapa yang terlibat, lokasi kejadian, terakhir tanggal dan waktu kejadian. Dalam ke 4 pernyataan tersebut mayoritas responden memberikan penilaian 4 jawaban setuju. Tidak maksimal sepenuhnya indikator kredibilitas ini terpenuhi namun tetap setuju. Responden jika merasa belum terpenuhi kepuasannya informasi yang didapat maka akan mencari media referensi lainnya. Menurut hasil temuan TNS dari Inggris mendapatkan data menarik bahwa didapatkan hasil penelitian bahwa 97 persen menggunakan mesin pencari untuk mencari informasi yang lebih detail (Prihatiningsih, 2017).

Penelitian terdahulu memiliki kesamaan dalam hasil penelitian mengenai pemilu 2014 di Tribun Jogja. Kelengkapan (*complete*) Tribun Jogja dalam memberikan berita pemilu 2014 dinilai berita rata-rata cukup lengkap dari total nilai 1-7, Tribun Jogja mendapatkan nilai 3-5. Kesimpulannya dalam satu berita mendapatkan nilai hingga 58% dalam periode 1 Desember 2013-31 Januari 2014 (Katon, 2014).

Indikator *Timely* dengan pernyataan surat kabar *online* Instagram Tribun Jogja memiliki ketepatan waktu. Dominan responden memberikan

penilaian 4 jawaban setuju dengan presentase 49,2%. *Current* dengan pernyataan surat kabar *online* instagram Tribunjogja memuat berita yang merupakan peristiwa yang baru saja terjadi masih hangat diperbincangkan. Dominan responden memberikan penilaian 4 jawaban setuju dengan presentase 58,5%. Indikator *Up-to-date* pernyataan pertama yaitu surat kabar *online* instagram Tribunjogja memuat informasi perkembangan jaman. Dominan menjawab memberikan penilaian 4 jawaban setuju dengan presentase 48,5%. Pernyataan kedua yaitu surat kabar *online* instagram Tribunjogja dalam memuat informasi berita tidak ketinggalan dengan media berita *online* lainnya. Dominan menjawab memberikan penilaian 4 jawaban setuju dengan presentase 46%. Ketiga indikator ini *timely, current, up-to-date* memiliki dominasi jawaban yang sama yaitu penilaian 4 jawaban setuju. Hal ini menjadi jawaban bahwa responden memiliki alternatif pilihan lain dalam memilih media berita. Terbukti dari survey Alexa.com bahwa Tribunnews memang bukan diperingkat pertama akibat adanya media yang lebih cepat menyebarkan informasi. Penurunan akses Tribunnews ditahun 2019 ini mungkin dapat terjawab.

Indikator bias memiliki 2 pernyataan. Pernyataan pertama surat kabar *online* instagram Tribunjogja memuat berita selalu memisahkan antara opini dengan fakta. Pernyataan kedua surat kabar *online* instagram Tribunjogja menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan tidak menimbulkan kesalahpahaman. Kedua pernyataan tersebut didominasi penilaian 4 jawaban setuju. Presentase memisahkan opini fakta sebesar 41% dan bahasa mudah

dipahami 46%. Meskipun tidak maksimal namun tetap bernilai positif. Hal ini sejalan dengan penelitian mengenai Tribun Jogja tetap menjaga kenetralan dan menjauhi bias.

Dalam penelitian dengan judul *Sumber Berita Nitizen dalam Perspektif Etika Jurnalistik (Studi Kasus pada Media Online Jogja.tribunnews.com)* dibuat oleh Winami dan Rani Dwi Lestari pada tahun 2018. Teori kredibilitas yang menjadi acuan pada penelitian ini yaitu Flanagin dan Metzger dengan konsep multidimensional (*believability, accuracy, bias, dan completeness*). Dari hasil penelitian ini, konten berita pada penggunaan *statement nitizen* sebagai sumber berita hanya memenuhi dua konsep kredibilitas yaitu akurasi dan dapat dipercaya namun tidak dengan konsep bias dan kelengkapan berita.

Unsur kesamaan bahwa pada indikator *bias* terdapat penilaian rendah pada penelitian sebelumnya. Begitu pula dengan penelitian ini, salah satu indikator *bias* menjadi rata-rata terendah. Ditahun 2018 hingga pergantian tahun 2019 mengenai tingkat kredibilitas media *online* yang dimiliki Tribun Jogja bias masih rendah. Namun dalam penelitian ini sebenarnya memiliki nilai bias yang tinggi hanya saja terendah dibandingkan lainnya.

Indikator Objektive terdapat dua pernyataan. Pernyataan pertama surat kabar *online* instagram Tribun Jogja memuat berita sesuai realitas, fakta, dan narasumber. Pernyataan kedua yaitu surat kabar *online* instagram Tribun Jogja menyampaikan berita sebenarnya tanpa dipengaruhi oleh pandangan atau opini pribadi. Kedua pernyataan tersebut responden memberikan penilaian

terbanya 5 jawaban sangat setuju. Penelitian mengenai keberpihakan Tribun Jogja sejalan dengan hasil penelitian ini. Jurnal berjudul *Objektivitas Pemberitaan Posting Path Floerence Sihombing pada Portal Online Harian Jogja.com dan Tribun Jogja.com*, jurnal penelitian sebelumnya bahwa Tribun Jogja.com menunjukkan mengarah pada objektivitas kategori tinggi. Hasil ini sama dengan penelitian yang dilakukan. Mengartikan bahwa Tribun Jogja hingga kini menjaga keobjektivan dalam memuat berita yang sebarakan ke masyarakat (Nindya & Widodo, 2014).