

Tingkat Kepercayaan Masyarakat Terhadap Media di Lampung

Andy Corry Wardhani¹, Abdul Firman Ashaf², Tina Kartika³, Nina Yudha Aryanti⁴, Arie Purnama⁵, Muhammad Yoga Nugroho⁶

^{1,2,3,4,5} Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung
Jl. Prof. Dr. Ir. Sumantri Bojonegoro No.1 Gedong Meneng, Bandar Lampung, Kode Pos 35145

Email: andy.corry@fisip.unila.ac.id¹, ashafnov2008@gmail.com², tina.kartika@fisip.unila.ac.id³, nina.yuda@unila.ac.id⁴, cesczone9@gmail.com⁵

⁶ Aliansi Jurnalis Independen Bandar Lampung, Jl. Turi Raya No. 3d, Tanjung Senang, Bandar Lampung, Kode Pos 35143

Email: myoganugroho@gmail.com⁶

*Corresponding Author: cesczone9@gmail.com

Abstrak

Pertumbuhan media di Provinsi Lampung memiliki dampak kemudahan akses informasi dari berbagai sumber bagi public. Perilaku media dan segala aktivitas jurnalisisme memainkan peran penting dalam melindungi hak-hak masyarakat. Latar belakang penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi dalam meningkatkan kualitas media dan memperkuat demokrasi melalui peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap media, di mana terdapat permasalahan kompleks mengenai kepercayaan publik terhadap media khususnya di Provinsi Lampung. Tidak sedikit masyarakat peka dengan berita atau informasi *hoax*, sehingga menimbulkan pertanyaan sejauh mana publik percaya terhadap media. Metode yang digunakan, adalah survei daring secara acak. Sasaran objek survei dari beragam profesi masyarakat, mulai politikus, akademisi, guru, NGO, praktisi, pengusaha, petani, mahasiswa, serta kelompok masyarakat sipil lainnya. Penelitian ini melihat adanya perbedaan signifikan dalam tingkat kepercayaan masyarakat terhadap berita berdasarkan media penyajian. Hal ini dapat dijadikan sebagai dasar untuk mengembangkan strategi komunikasi dan peningkatan kualitas berita di berbagai media, terutama media siber (*online*) dan radio, untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap informasi yang disampaikan.

Kata Kunci: Perilaku Media; Publik Lampung; Tingkat Kepercayaan

Abstract

The growth of media in Lampung Province has had a significant impact on facilitating access to information from various sources for the public. The behavior of the media and all journalistic activities play a key role in safeguarding public rights. The background of this research aims to contribute to improving media quality and strengthening democracy through increasing public trust in the media, particularly considering the complex issues surrounding public trust in the media, especially in Lampung Province. Many members of the public are sensitive to fake news or misinformation, leading to questions about the extent to which the public trusts the media. The method used is a random online survey. The survey targets individuals from various professions in society, including politicians, academics, teachers, members of NGOs, practitioners, entrepreneurs, farmers, students, and other civil society groups. This research highlights significant differences in the level of public trust in news based on the media platform. This can serve as a basis for developing communication strategies and improving the quality of news across various media platforms, especially online media and radio, to enhance public trust in the information being conveyed.

Keywords: Lampung Public; Level of Trust; Media Behavior

Pendahuluan

Media pada dasarnya berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Melalui media, masyarakat dapat mengakses informasi terkait situasi, kondisi, dan perkembangan di negara mereka. Media juga

berperan dalam politik, dengan kemampuannya untuk menimbulkan kebingungan di kalangan publik, menyebabkan jatuhnya rezim, dan menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah. Pharr, seorang pengamat

Jepang, mengajukan pandangan yang beragam tentang peran media, yaitu sebagai penonton, penjaga, pelayan, dan penipu. (Pharr, 1996) Istilah “penipu” kemudian mengalami perubahan makna menjadi lebih positif, menggambarkan perilaku media yang mengarah pada kebaikan

Perilaku media dan segala aktivitas jurnalisme memiliki peran kunci dalam menjaga hak-hak publik. Melalui aktivitas jurnalisme, media dapat meminta pertanggungjawaban mereka yang berkuasa dan menyuarakan mereka yang tak mampu bersuara. Media memiliki peran dalam *agenda-setting* politik domestik sebuah negara di mana peran ini dimainkan dengan cara melaporkan dan membeberkan permasalahan yang timbul dalam sebuah negara kepada masyarakat untuk diperhatikan dan dianggap sebagai masalah yang serius. Namun fenomena yang ada saat ini, dengan diusung teknologi modern yang memudahkan masyarakat mengakses informasi dari berbagai sumber dengan cepat bahkan dalam hitungan detik. Tidak sedikit masyarakat peka dengan berita atau informasi *hoax*. Sehingga menimbulkan pertanyaan sejauh mana publik percaya terhadap media. Ketua Asosiasi Media Siber Indonesia (AMSI), Wenseslaus Manggut, menyatakan bahwa berita bohong (*hoax*) memiliki dampak signifikan terhadap tingkat kepercayaan masyarakat, khususnya terhadap media massa. Sebuah riset dari New York University bekerjasama dengan Grenoble University Perancis mengemukakan bahwa *engagement hoax* dan juga *hate speech* 6 sampai 7 kali lipat dari informasi klarifikasinya. Sehingga *hoax* sudah beredar lebih cepat. (Sindonews.com, 23 oktober 2021)

Selain *hoax*, proses jurnalistik yang mendalam juga sangat memengaruhi kepercayaan publik terhadap media. Menteri Koordinator Bidang Politik, Hukum, dan Keamanan Mahfud MD dalam agenda Hari Pers Nasional 2022 mengatakan, jika ingin terus berkelanjutan dan dipercaya publik, seharusnya pers tidak mempraktikkan jurnalisme yang menggampangkan proses dan menurunkan kualitas. Misalnya, menulis tanpa konfirmasi,

menulis secara sepihak atau tidak berimbang atau *cover both sides*, memberi pemaknaan keliru pada sebuah peristiwa, memilih narasumber yang tidak kredibel, dan praktik mengejar klik (*clickbait*), serta membuat judul-judul berita yang menggoda, tetapi melenceng dari makna. (Kompas.id, 9 Februari 2021).

Kepercayaan masyarakat terhadap media di Indonesia yang mencapai 73% merupakan angka yang cukup tinggi, menunjukkan bahwa media masih menjadi sumber informasi utama bagi banyak orang. Namun, di balik angka tersebut, terdapat beberapa permasalahan mendasar yang perlu mendapatkan perhatian serius. Penurunan kepercayaan masyarakat terhadap media pada tahun 2022, meskipun tidak signifikan, menandakan adanya kekhawatiran yang harus segera di atasi oleh pelaku industri media.

Salah satu faktor yang menyebabkan penurunan kepercayaan ini adalah fenomena *clickbait*. Banyak media yang lebih fokus pada judul-judul yang sensasional dan menarik perhatian, namun seringkali tidak mencerminkan isi berita yang sebenarnya. Praktik ini mungkin meningkatkan jumlah klik dan kunjungan ke situs mereka, tetapi dalam jangka panjang, hal ini merusak kredibilitas media tersebut. Masyarakat mulai merasa skeptis terhadap informasi yang mereka terima, dan ini menjadi ancaman bagi kualitas jurnalisme.

Selain itu, ada pandangan bahwa beberapa media memiliki bias tertentu, baik itu bias politik maupun ideologis. Hal ini membuat sebagian masyarakat merasa bahwa berita yang disampaikan tidak lagi objektif, melainkan telah dipengaruhi oleh kepentingan tertentu. Independensi media menjadi sorotan, karena publik menginginkan informasi yang adil dan tidak memihak. Jika media terus dianggap tidak independen, kepercayaan masyarakat akan terus menurun.

Dalam konteks demokrasi, media memiliki peran yang sangat penting sebagai pilar keempat yang mengawasi jalannya pemerintahan dan memberikan informasi yang akurat kepada masyarakat. Banyaknya media yang hadir

memang positif karena memberikan variasi dan pilihan kepada publik. Namun, banyaknya media juga memunculkan tantangan baru, terutama terkait dengan kualitas dan kredibilitas informasi yang disajikan. Media massa bukan lagi satu-satunya sumber informasi, karena media sosial kini juga memainkan peran besar dalam menyebarkan berita.

Namun, informasi yang tersebar di media sosial sering kali tidak terverifikasi dan dapat berupa kabar bohong (hoaks). Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi jurnalisme untuk tetap relevan dan terpercaya. Publik kini memiliki kemampuan untuk memproduksi dan membagikan informasi sendiri, tetapi sering kali tanpa verifikasi yang memadai. Untuk itu, penting bagi media massa untuk terus meningkatkan kualitas jurnalisme mereka, memastikan bahwa setiap berita yang diproduksi benar-benar mengabdikan pada kepentingan publik.

Meningkatkan kapasitas para jurnalis juga menjadi hal yang sangat penting. Jurnalis perlu dibekali dengan keterampilan yang memadai untuk melakukan verifikasi informasi, memahami etika jurnalistik, dan tetap independen dalam menjalankan tugasnya. Pelatihan dan pendidikan terus-menerus bagi jurnalis dapat membantu meningkatkan kualitas berita yang diproduksi, sehingga publik dapat kembali menaruh kepercayaan pada media massa. Lebih jauh lagi, transparansi dalam proses produksi berita juga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat. Media harus terbuka mengenai sumber informasi mereka, metode verifikasi yang digunakan, dan apakah ada konflik kepentingan yang mungkin mempengaruhi isi berita. Dengan demikian, publik dapat melihat bahwa media berusaha untuk menghadirkan informasi yang akurat dan terpercaya.

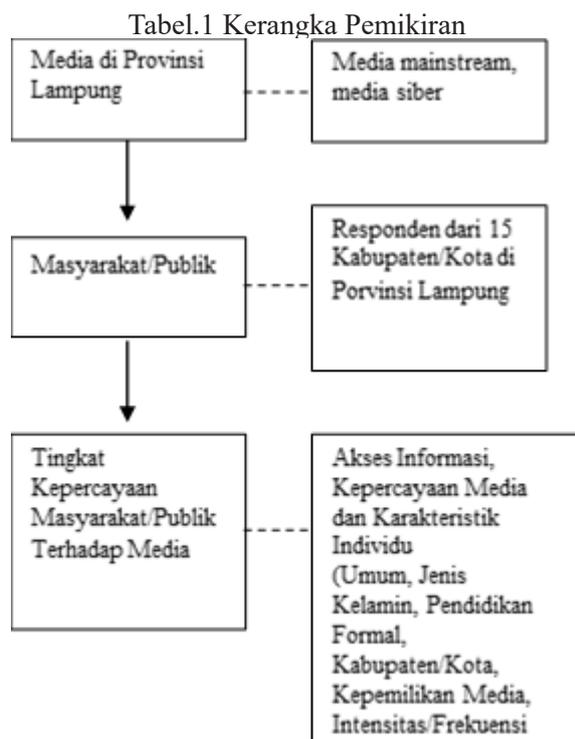
Kolaborasi antara media massa dan pemerintah juga perlu ditingkatkan, terutama dalam memerangi penyebaran hoaks di media sosial. Pemerintah dapat memberikan dukungan dalam bentuk regulasi yang melindungi kebebasan pers sekaligus memastikan akuntabilitas media. Sementara itu, media massa harus tetap kritis

terhadap pemerintah dan tidak menjadi alat propaganda.

Secara keseluruhan, meskipun tingkat kepercayaan terhadap media di Indonesia cukup tinggi, penurunan yang terjadi harus menjadi alarm bagi industri media. Media perlu mengevaluasi kembali praktik-praktik jurnalistik mereka, meningkatkan transparansi, dan terus berinovasi untuk menyajikan informasi yang akurat dan tidak memihak. Hanya dengan demikian, media dapat terus berperan sebagai pilar penting dalam demokrasi dan menjadi sumber informasi yang dipercaya oleh masyarakat.

Berdasarkan riset AJI Bandar Lampung pada Agustus 2021, Tiga surat kabar, yakni Lampung Post, Radar Lampung, dan Tribun Lampung, berperan sebagai penyampai informasi pemerintah mengenai pandemi Covid-19 selama periode PPKM Darurat di Bandar Lampung. Namun, masyarakat yang terdampak oleh kebijakan PPKM Darurat kurang mendapatkan ruang dalam pemberitaan di ketiga media tersebut. Sebagai contoh, di Lampung, jumlah media massa, terutama media daring, mengalami pertumbuhan pesat. Penelitian terdahulu mengenai kepercayaan publik terhadap media belum ada yang memfokuskan penelitian kepada media di Provinsi Lampung. Penelitian terdahulu berjudul kepercayaan publik terhadap media pers arus utama yang dilakukan oleh dewan pers bekerjasama dengan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama) Pada Tahun 2021. Penelitian dilakukan dengan Secara umum, responden berada dalam rentang usia 18–34 tahun dan 35–54 tahun. Tingkat pendidikan responden umumnya adalah S1, D1, dan SMA. Hasil penelitian tersebut menyajikan data bahwa secara umum 41,9% dapat dengan mudah mengkonsumsi penggunaan media setiap bulan. Kemudian *facebook* sebagai media sosial yang paling banyak diakses. Sebanyak 46,1% pengguna mengakses *facebook* setiap hari dengan durasi 2 jam per hari. Selain *facebook*, *youtube* juga menjadi pilihan bagi 47,9% responden untuk mengakses informasi yang menarik. Kekuatan Media sosial memiliki keunggulan dalam hal

kecepatan dan kemudahan akses (Ajeng dkk, 2019). Tingginya angka penggunaan internet dapat mempengaruhi pergeseran konsumsi media di kalangan masyarakat, sehingga penggunaan media cetak menjadi kurang dominan. Meskipun begitu, seperti halnya surat kabar harian, surat kabar mingguan, tabloid, dan majalah berita masih mampu mempertahankan kepercayaan publik. Pemberitaan media massa pun terdapat beberapa yang bersumber dari media sosial. Penelitian ini menganalisis dua pokok permasalahan yaitu; bagaimana persepsi publik terhadap media di Provinsi Lampung, serta bagaimana kepercayaan publik terhadap media di Provinsi Lampung. Penelitian ini menekankan pada kepercayaan (*trust*). Kepercayaan adalah suatu bentuk harapan yang positif digunakan seseorang untuk melakukan sesuatu. Berikut ini kerangka pemikiran dalam penelitian ini :



Sumber: Peneliti

Tujuan khusus penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepercayaan masyarakat terhadap media di Lampung, baik media konvensional seperti televisi, radio, dan media cetak, maupun media baru seperti situs

berita online dan platform media sosial. Kondisi kepercayaan masyarakat terhadap media ini memiliki dampak signifikan terhadap kualitas jurnalisme dan pada akhirnya bisa mempengaruhi kesehatan demokrasi. Jika kepercayaan publik terhadap media terus menurun, hal ini bisa mendegradasi peran media sebagai pilar keempat demokrasi, yang seharusnya menjadi pengawas dan penyedia informasi yang akurat dan dapat dipercaya.

Hasil kajian dan data yang dihasilkan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata sebagai bahan evaluasi bagi berbagai media di Lampung. Dengan adanya data yang konkret, media dapat menilai kinerja mereka sendiri, mengidentifikasi area-area yang memerlukan perbaikan, dan menetapkan strategi untuk meningkatkan independensi dan integritas dalam aktivitas jurnalistik mereka. Tujuannya adalah agar media di Lampung dapat menyajikan informasi yang benar, jelas, tepat, dan dapat dipertanggungjawabkan kepada publik.

Penelitian ini juga bertujuan untuk menyajikan persepsi publik terkini terhadap media di Provinsi Lampung. Dengan memahami persepsi dan tingkat kepercayaan masyarakat, media dapat menyesuaikan pendekatan mereka dalam menyampaikan berita dan informasi, sehingga dapat lebih efektif memenuhi kebutuhan dan ekspektasi audiens. Temuan dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi yang berharga bagi media di Provinsi Lampung, mendorong mereka untuk terus meningkatkan kualitas jurnalisme dan memastikan bahwa mereka tetap menjadi sumber informasi yang terpercaya bagi masyarakat.

Berdasarkan berbagai permasalahan dan data yang telah dikemukakan, penting untuk dilakukan penelitian mendalam mengenai tingkat kepercayaan publik terhadap media di Lampung. Penelitian ini tidak hanya akan memberikan gambaran yang jelas mengenai kondisi kepercayaan masyarakat saat ini, tetapi juga akan memberikan data akurat yang dapat digunakan sebagai bahan acuan evaluasi dalam mengembangkan media di Lampung. Dengan

data yang solid, media di Lampung dapat lebih memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan publik dan mengambil langkah-langkah konkret untuk mengatasi masalah yang ada. Ini akan membantu memastikan bahwa media tetap relevan dan berfungsi secara optimal dalam mendukung demokrasi dan memberikan layanan informasi yang berkualitas kepada masyarakat.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan, adalah survei secara acak. Sasaran objek survei dari beragam profesi masyarakat, mulai politikus, akademisi, guru, NGO, praktisi, pengusaha, petani, mahasiswa, serta kelompok masyarakat sipil lainnya. Survei penelitian diartikan sebagai proses penelitian di mana peneliti mengumpulkan data melalui survei yang dikirimkan kepada responden. Data yang diperoleh dari survei tersebut kemudian dianalisis secara statistik untuk mendapatkan kesimpulan yang relevan.

a. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer berupa jawaban dari instrumen kuesioner dan data sekunder berupa kajian pustaka, jurnal ilmiah dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan fokus penelitian. Teknik pengumpulan data menggunakan sistematis random sampling pada 15 kabupaten/kota di provinsi Lampung. Adapun instrumen penelitian yg digunakan mengacu kepada beberapa indikator pertanyaan sebagai berikut :

1. Karakteristik Responden, terdiri dari 6 butir pertanyaan untuk mendapatkan data dan gambaran mengenai latar belakang responden secara umum.
2. Frekuensi penggunaan media, pertanyaan ini untuk mendapatkan data dan gambaran mengenai frekuensi responden dalam menggunakan media dengan durasi satu hari.

3. Kepercayaan Publik, pertanyaan mengacu pada pemilihan responden dalam menggunakan media, jenis penggunaan media dan percaya atau tidak percaya terhadap media.

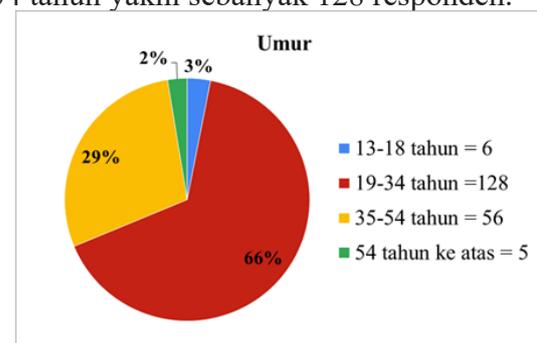
b. Teknik Analisa Data

Setelah data dikumpulkan, analisis dilakukan dengan menggunakan distribusi frekuensi dan crosstab. Uji korelasi digunakan untuk menggambarkan secara kuantitatif hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Dalam tahap analisis ini, peneliti memanfaatkan aplikasi SPSS untuk pengolahan data.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

a. Karakteristik Responden

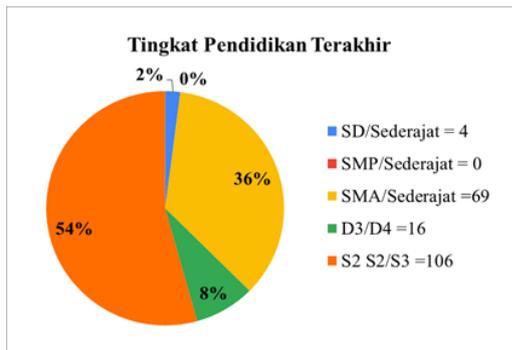
Penelitian ini dilakukan dengan tujuan khusus yakni untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepercayaan masyarakat terhadap media di Lampung, baik media konvensional maupun media baru. Karakteristik responden dilihat dari latar belakang umur, tingkat pendidikan terakhir dan pekerjaan saat ini. Persebaran jenis kelamin responden pada penelitian ini adalah sebesar 43.8% berjenis kelamin perempuan dan 57.2% berjenis kelamin laki-laki. Kemudian dari latar belakang umur di dominasi oleh kisaran umur 19 – 34 tahun yakni sebanyak 128 responden.



Gambar 1. Persebaran rentang usia responden

Sumber: Hasil olahan data (2022)

Sedangkan latar belakang pendidikan terakhir di dominasi oleh S1/S2/S3.

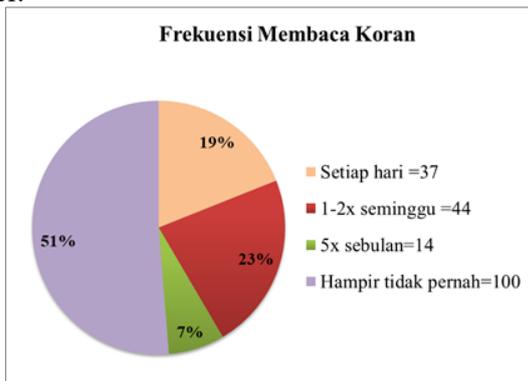


Gambar 2. Tingkat pendidikan responden
Sumber: Hasil olahan data (2022)

Berdasarkan diagram di atas, persebaran tingkat pendidikan responden pada penelitian ini yaitu persentase paling tinggi sebesar 54 % adalah lulusan S1/S2/S3, sebesar 36 % lulusan SMA/ sederajat sebesar 8 % lulusan Diploma dan sisanya lulusan SD/ Sederajat dan lulusan SMP/ Sederajat sebesar 2 %.

b. Frekuensi Konsumsi Media

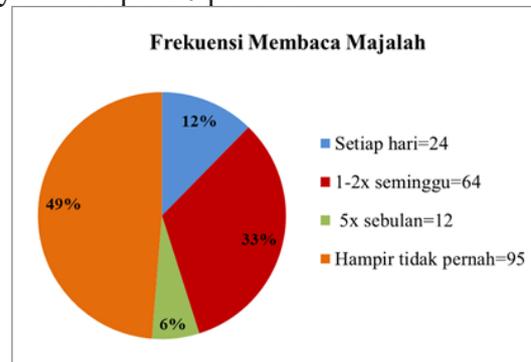
Frekuensi responden dalam mengkonsumsi media dibagi menjadi beberapa jenis media yakni koran, majalah, televisi, radio, media siber. Frekuensi mendengarkan radio dan membaca koran ternyata masih rendah dibandingkan dengan menonton televisi dan mengakses media siber.



Gambar 3. Frekuensi Membaca Koran
Sumber: Hasil olahan data (2022)

Berdasarkan diagram di atas, ditemukan hasil bahwa hanya sebanyak 19% memiliki frekuensi membaca koran setiap hari, sedangkan sebanyak 23% lainnya hanya membaca koran sebanyak 1- 2 x dalam kurun waktu seminggu.

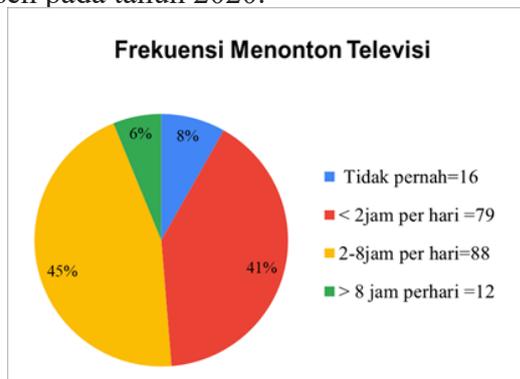
Sebanyak 7% responden atau 14 orang lain hanya membaca koran dengan frekuensi sebanyak 5x dalam kurun waktu sebulan, dan lebih dari setengah jumlah responden yakni 51 % menyatakan bahwa hampir tidak pernah membaca koran sama sekali. Angka dari diagram di atas merupakan angka nyata yang didapatkan berdasarkan fenomena pergeseran konsumsi media cetak menjadi media digital. Menurut survei Nielsen Consumer & Media View hingga Kuartal III (Q3) 2017, kebiasaan pembaca di Indonesia telah berubah, terlihat dari tingkat pembelian koran secara pribadi yang hanya mencapai 20 persen.



Gambar 4. Frekuensi Membaca Majalah
Sumber: Hasil olahan data (2022)

Jumlah masyarakat dengan frekuensi membaca majalah setiap hari hanya sebesar 12% sedangkan frekuensi membaca 1-2 kali dalam kurun waktu seminggu ada dijumlah 33%. Frekuensi paling sedikit yang ditemukan dalam aktivitas membaca majalah sebagai bagian dari media cetak sebanyak 5 kali dalam sebulan yaitu 6%. Sedangkan persentase masyarakat dengan frekuensi hampir tidak pernah membaca majalah adalah sebanyak 49% atau hampir setengah dari jumlah responden. Berdasarkan survei Nielsen dalam Katadata.co.id, media cetak hanya menjadi pilihan kelima masyarakat untuk mendapatkan informasi dengan penetrasi sebesar 8%. Jika dijabarkan dalam klasifikasi media cetak, penetrasi majalah memiliki penetrasi paling rendah yakni sebesar 15%. Jumlah tersebut terbilang lebih rendah dibandingkan masyarakat yang memilih koran dengan dengan porsi 83% dan tabloid sebanyak 17%. Dalam situs Databoks.

katadata.co.id tercatat bahwa Majalah dengan pangsa pasar terkecil juga mengalami penurunan jumlah pembaca, dari 51,3% pada semester I-2019 menjadi 44,4% pada semester II-2020. Selain itu, frekuensi menonton televisi bisa mencapai 2 hingga 8 jam per hari. Berdasarkan responden, frekuensi tidak pernah menonton televisi adalah sebesar 8%. Sedangkan terdapat perbedaan tipis persentasi antara frekuensi menonton televisi kurang dari 2 jam sebanyak 41% dan frekuensi menonton 2 jam sampai dengan 8 jam sehari adalah 45%. Frekuensi menonton selama lebih dari 8 jam per hari memiliki persentase paling rendah yaitu 6% atau hanya sekitar 12 orang responden. dapat disimpulkan bahwa televisi masih cukup diminati masyarakat sebagai media untuk mengakses informasi dan hiburan. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam *website* resmi kemenparekraf.go.id, yang menyebutkan bahwa media konvensional, seperti TV dan radio mengalami pertumbuhan 10,42 persen pada tahun 2020.

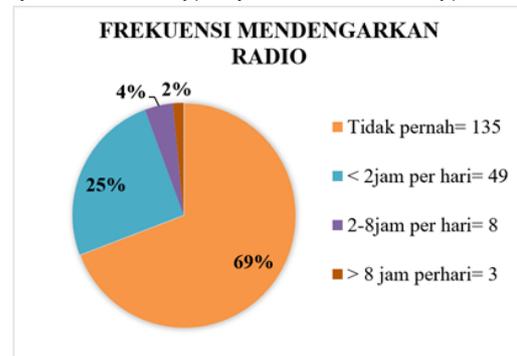


Gambar 5. Frekuensi menonton TV
Sumber: Hasil olahan data (2022)

Nielsen melaporkan hasil pengukuran fase pertama jumlah penonton televisi, baik analog maupun digital, yang meningkat dari 58,9 juta menjadi 96 juta penonton hingga Juli 2022, atau naik sekitar 70 persen. Nielsen TAM di Indonesia melakukan penelitian dengan mengukur penayangan seluruh saluran televisi nasional pada lebih dari 8.000 orang berusia 5 tahun ke atas di 11 kota di Indonesia (Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Semarang, Surakarta, Surabaya, Denpasar, Medan, Palembang, Makassar,

dan Banjarmasin). Hasil pengukuran tersebut kemudian disajikan dalam bentuk nilai peringkat, saham, dan indeks.

Frekuensi mendengarkan radio juga ternyata cukup rendah dengan persebaran sebagai berikut:

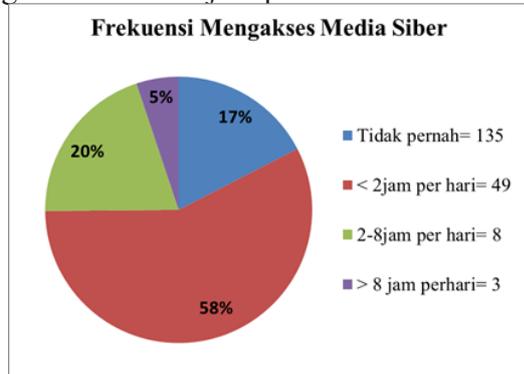


Gambar 6. Frekuensi Mendengarkan Radio
Sumber: Hasil olahan data (2022)

Hasil temuan di atas menunjukkan bahwa hampir lebih dari setengah jumlah responden yaitu 69% menyatakan tidak pernah mendengarkan radio. Sedangkan sebanyak 25% menyatakan mempunyai frekuensi mendengarkan radio kurang dari 2 jam per hari. Persentase 4% untuk frekuensi mendengarkan radio selama 2 sampai 8 jam perhari dan tersisa 2 % untuk responden yang menyatakan memiliki waktu mendengarkan radio lebih dari 8 jam per hari.

Survei Radio Audience Measurement (RAM) pada kuartal ketiga tahun 2016 menunjukkan bahwa radio masih merupakan salah satu pilihan populer di masyarakat, dengan penetrasi pendengar mencapai 38 persen atau sekitar 20 juta orang. Namun, data dari Global Web Index tentang “Durasi Mendengarkan Radio & Layanan Streaming Musik di Asia Tenggara (2020)” menunjukkan bahwa rata-rata masyarakat Asia Tenggara mendengarkan radio kurang dari satu jam per hari. Serta menunjukkan bahwa frekuensi mendengarkan radio lebih rendah daripada frekuensi melakukan streaming musik. Masyarakat Indonesia sendiri menempati tempat terendah dalam tingkat mendengarkan radio, yaitu hanya mendengarkan radio selama 32 menit per hari. Menunjukkan bahwa frekuensi mendengarkan radio lebih rendah daripada frekuensi melakukan streaming musik.

Media siber menjadi media yang sangat sering diakses oleh responden, sebanyak 58% rata – rata responden mengakses media siber dengan frekuensi 2 jam per hari.



Gambar 7. Frekuensi mengakses media siber
Sumber: Hasil olahan data (2022)

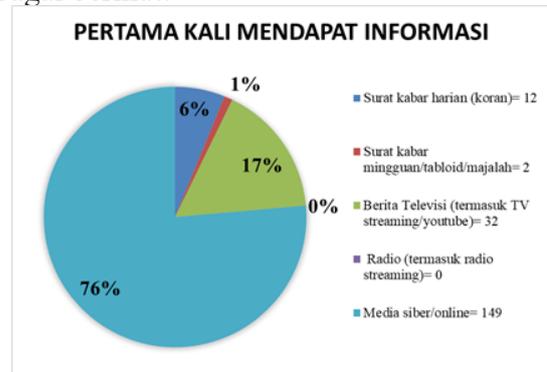
Diagram hasil temuan di atas menunjukkan bahwa sebanyak 17% responden tidak pernah mengakses media siber atau media yang menggunakan jaringan internet. Sedangkan, hampir lebih dari setengah responden yakni sebanyak 58% menyatakan memiliki frekuensi dalam mengakses media siber selama kurang dari 2 jam per hari. 20% responden lainnya menyatakan memiliki frekuensi mengakses selama 2 sampai dengan 8 jam perhari nya. Dan hanya sebesar 5% responden mempunyai frekuensi mengakses media siber selama lebih dari waktu 8 jam per hari.

Temuan tersebut memperkuat hasil survei yang dilakukan oleh Indikator Politik mengenai akses media dan perilaku digital, yang menunjukkan bahwa 55,3% responden lebih sering mengakses internet dibandingkan dengan platform media lainnya. Survei ini dilakukan secara daring antara 21 Februari hingga 16 Maret 2022 dengan melibatkan 733 responden, menggunakan metode simple random sampling. Margin of error dalam survei ini adalah sekitar 3,7% dengan tingkat kepercayaan 95%.

c. Deskripsi Pemberitaan

Mengenai pemberitaan pertama kali responden mendapat informasi di dominasi oleh penggunaan media siber kemudian televisi dan

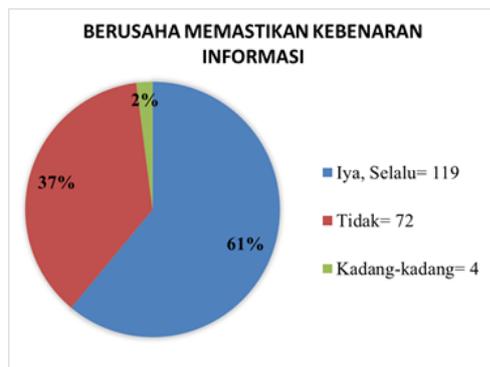
surat kabar harian (koran) dengan persebarannya sebagai berikut:



Gambar 8. Pertama mendapat informasi
Sumber: Hasil olahan data (2022)

Hasil temuan di atas menunjukkan bahwa sebanyak 6% responden pertama kali mendapatkan informasi melalui koran dan hanya sebanyak 1% responden yang mendapatkannya dari surat kabar harian atau tabloid atau majalah. 17% responden lainnya menyatakan pertama kali mendapatkan informasi melalui media televisi, sedangkan tidak ada responden yang menyatakan mendapatkan informasi pertama kali melalui radio atau memiliki 0% persentase. Persentase terbesar sebanyak 76% terdapat dalam media siber atau *online*.

Masyarakat Indonesia cenderung memanfaatkan media sosial sebagai sumber informasi pertama yang paling mudah diakses. Dalam survei *Katadata Insight Center* (KIC) yang bekerja sama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) menunjukkan bahwa sebanyak 73% responden memilih media sosial guna mendapatkan informasi pertama kali. Selain media sosial, televisi mendapatkan persentase 59,2% yang menjadi opsi selanjutnya mendapat informasi yang dapat diakses. Survey literasi digital ini menjangkau 10.000 responden dari 34 provinsi di Indonesia. Setelah mendapat informasi melalui berbagai jenis media yang telah disebutkan di atas, lebih dari setengah jumlah responden menyatakan berupaya memastikan kebenaran informasi yang disajikan oleh media.



Gambar 9. Memastikan kebenaran informasi
Sumber: Hasil olahan data (2022)

Memastikan kebenaran informasi yang didapatkan merupakan salah satu upaya untuk meminimalisir peningkatan penyebaran *hoax*. Terlebih dengan adanya media siber atau internet yang sangat memudahkan masyarakat untuk dapat mengakses dan turut menyebarkan. Hasil temuan di atas menunjukkan bahwa lebih dari setengah jumlah responden atau 61% persentase masyarakat selalu berusaha memastikan kebenaran informasi yang didapatkan. Namun masih banyak persentase yang tidak pernah memastikan kebenaran informasi yang didapatkan yaitu sebanyak 37% dan sisanya sebanyak 2% responden menyatakan kadang-kadang melakukan usaha untuk memastikan kebenaran informasi yang didapatkan.

Memastikan kebenaran informasi yang didapatkan merupakan salah satu upaya untuk meminimalisir peningkatan penyebaran *hoax*. Terlebih dengan adanya media siber atau internet yang sangat memudahkan masyarakat untuk dapat mengakses dan turut menyebarkan informasi secara luas. Berdasarkan survei Katadata Insight Center (KIC) bersama Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), masih ada masyarakat yang menyebarkan informasi palsu atau *hoaks*. Sebanyak 11,9% responden mengaku telah menyebarkan berita *hoaks* pada tahun 2021, meningkat dari 11,2% di tahun sebelumnya. Sementara itu, 88,1% responden mengaku tidak pernah menyebarkan informasi bohong, yang menunjukkan bahwa mayoritas individu berusaha untuk memverifikasi informasi

sebelum menyebarkannya. Namun, angka ini sedikit menurun dibandingkan tahun sebelumnya yang mencapai 88,8%. Dalam memastikan kebenaran informasi artinya melakukan cek informasi dengan menggunakan media lain, berikut persebaran cara responden memastikan kebenaran informasi.



Gambar 10. Media untuk Mendapatkan Kepastian & kebenaran informasi
Sumber: Hasil olahan data (2022)

Hasil temuan di atas, menunjukkan persentase berbagai media guna mendapatkan kepastian kebenaran informasi yang diakses oleh masyarakat. Sebanyak 11% responden menggunakan media surat kabar atau koran sebagai media untuk mendapatkan kepastian kebenaran informasi, sedangkan hanya 2% yang menggunakan media cetak surat kabar mingguan atau tabloid atau majalah. Kemudian sebanyak 28% responden menggunakan media televisi guna mendapatkan kepastian kebenaran informasi termasuk media televisi secara streaming ataupun penggunaan *youtube*. Namun tidak ada responden yang menggunakan radio sebagai media memastikan kebenaran atau 0% persentase. Penggunaan media siber atau *online* dalam memastikan kebenaran informasi memiliki persentase paling tinggi yaitu sebanyak 59%.

Hasil penelitian Dewan Pers dan Universitas Moestopo bertajuk “Kepercayaan Publik Terhadap Media Arus Utama 2021” yang diberitakan dalam *kompas.com*, menyatakan bahwa media online sebagai pilihan utama masyarakat dalam mencari kebenaran informasi. Dalam penelitian tersebut media online berada di posisi teratas dengan persentase 32,51%.

Kemudian disusul TV/streaming 18,13 persen, YouTube 10,51 persen, surat kabar harian 8,26, Twitter 7,33 persen, Whatsapp 6,41 persen, dan Instagram 5,25 persen.

Media siber atau *online* menjadi media yang paling banyak digunakan masyarakat untuk mendapatkan informasi pertama kali, meskipun begitu media siber juga menjadi media yang paling banyak digunakan untuk bisa memastikan kebenaran informasi tersebut. Pemerintah sendiri meluncurkan aplikasi pendeteksi *hoax* sebagai salah satu media siber yang dapat digunakan untuk mendeteksi kebenaran dari sebuah informasi. Aplikasi tersebut adalah Detax yang merupakan singkatan dari “Deteksi Hoax”. Aplikasi ini adalah sistem yang dirancang dan dibangun dengan menggunakan teknologi terkini sebagai pendeteksi *hoax* yang akurat. Dalam *website* resmi <https://www.detax.org/>, dijelaskan bahwa aplikasi ini memberikan kemudahan dalam penggunaan hanya dengan meng-copy link gambar, upload gambar, atau copy teks yang ingin diidentifikasi kebenarannya.

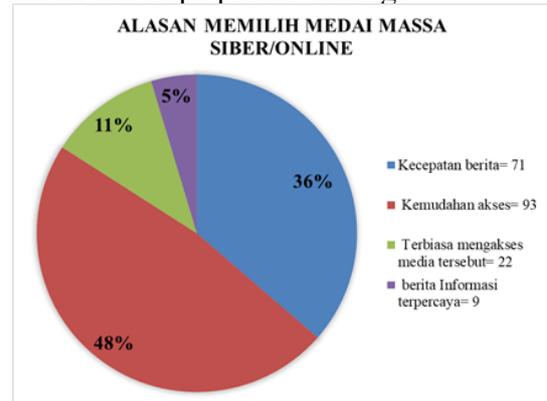


Gambar 11. Alasan memilih media massa konvensional

Sumber: Hasil olahan data (2022)

Hasil di atas menunjukkan bahwa 8% responden memilih media massa konvensional dari sisi kecepatan beritanya. Sebanyak 30% lainnya dikarenakan kemudahan dalam mengakses media massa konvensional. Sedangkan 19% responden menyatakan alasan karena terbiasa mengakses media tersebut. Persentase 43% menyatakan bahwa media massa konvensional memiliki berita informasi yang terpercaya.

Dibandingkan dengan persentase tingkat kepercayaan kebenaran informasi dalam media siber, media konvensional masih lebih unggul. Masih banyak masyarakat yang beranggapan bahwa media cetak sebagai salah satu media konvensional lebih dapat dipercaya dan minim *hoax* karena proses yang cukup panjang dengan melewati beberapa proses editing.

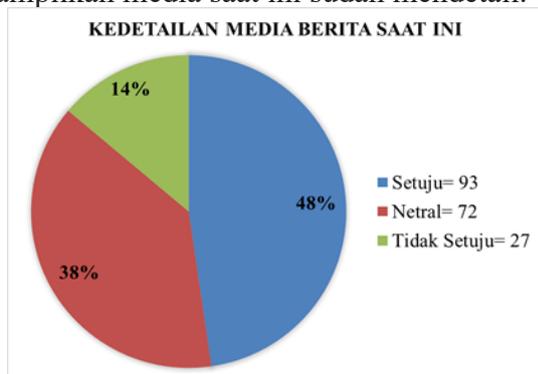


Gambar 12. Alasan memilih media massa siber/online

Sumber: Hasil olahan data (2022)

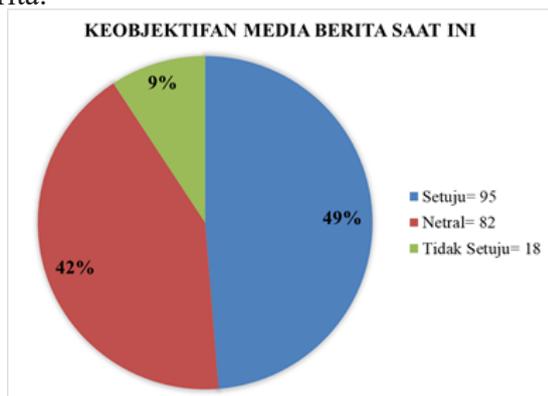
Hasil temuan di atas, menunjukkan bahwa sebanyak 36% responden memilih media massa siber atau *online* karena tingkat kecepatan beritanya. Sedangkan persentase terbanyak yakni 48% responden menyatakan bahwa alasan kemudahan akses membuat mereka memilih media massa siber atau online. Sedangkan 11% lainnya menyatakan karena terbiasa mengakses media tersebut dan hanya 5% responden yang menyatakan alasan bahwa berita informasi dalam media massa terpercaya. Arifin dalam Margianto dan Syaefullah (2012) mengatakan bahwa kecepatan merupakan kekhasan dari media *online*. Pesaing ketat media online sebenarnya bukan sesama media online, tetapi media sosial yang sama-sama mementingkan kecepatan sebuah informasi itu disebarkan. Dalam kegiatan jurnalistik berita yang ditampilkan idealnya harus mendetail, menampilkan 5W+1H dengan lengkap. Hasil survey terkait tingkat kedetailan berita saat ini sebanyak 14% menyatakan tidak setuju bahwa berita yang disajikan melalui berbagai media ditampilkan secara detail. Sebanyak 38% lainnya menyatakan netral dan

48% menyatakan setuju apabila berita yang ditampilkan media saat ini sudah mendetail.



Gambar 13. Kedetailan berita
Sumber: Hasil olahan data (2022)

Selain mendetail, berita juga harus objektif. Dimana objektivitas ini berkaitan dengan isi berita.

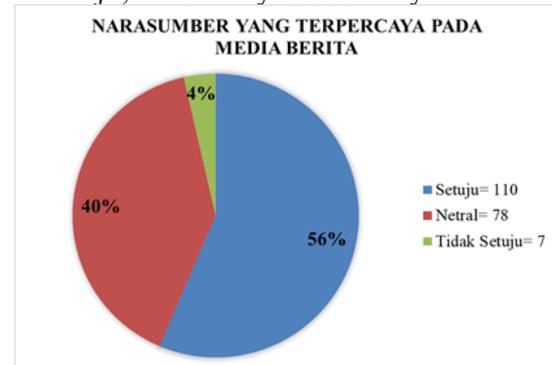


Gambar 14. Objektivitas berita
Sumber: Hasil olahan data (2022)

Objektivitas menjadi nilai sentral yang mendasari disiplin profesi yang dituntut oleh para jurnalis sendiri. Objektivitas diperlukan untuk mempertahankan kredibilitas (McQuaill, 1992) sehingga sering dikaitkan dengan unsur berimbang tidak memihak kepada salah satu objek berita. Dalam penelitian ini diperoleh hasil bahwa sebanyak 9% responden tidak setuju bahwa media sudah menampilkan berita secara objektif. 49% atau sebanyak 95 responden menyatakan setuju bahwa media sudah objektif, kemudian 42% lainnya netral.

Dalam kegiatan reportase atau wawancara yang menjadi bagian penting dari kegiatan jurnalistik, memilih narasumber yang dipercaya adalah poin penting. Pemilihan narasumber harus

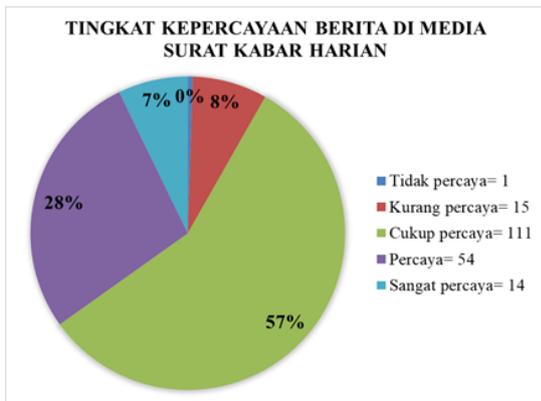
tepat, karena tidak semua orang dapat dan layak menjadi narasumber (Halim, 2019). Sehingga indikator narasumber yang terpercaya pada media berita menjadi penting untuk melihat kualitas berita. Pada penelitian ini, ditemukan hasil bahwa sebanyak 56% responden setuju bahwa media berita telah menampilkan narasumber yang terpercaya, sedangkan 40% lainnya menyatakan tidak setuju, dan sisanya 4% menyatakan netral.



Gambar 15. Narasumber terpercaya
Sumber: Hasil olahan data (2022)

d. Tingkat Kepercayaan Pada Media

Di Indonesia, kepercayaan publik terhadap berita di media cenderung rendah. Berdasarkan laporan Digital News Report 2021 dari Reuters Institute for the Study of Journalism, hanya 39 persen yang mempercayai berita di media. Hanya 37 persen responden yang percaya pada berita yang ditemukan melalui mesin pencari, dan 31 persen pada berita di media sosial. Untuk media cetak, Koran Tempo menempati posisi kedelapan sebagai yang terpopuler dengan 18 persen, sementara Majalah Tempo berada di urutan ke-12 dengan 14 persen. Profesor Media dari George Washington University, Janet Steele, mencatat dalam laporan tersebut bahwa pandemi Covid-19 berdampak negatif pada industri media, menyebabkan tiga surat kabar berhenti mencetak antara 2020-2021, Indopos, Suara Pembaruan, dan Koran Tempo beralih ke versi digital. Di Lampung tingkat kepercayaan terhadap berita yang dimuat oleh media surat kabar harian dapat terlihat pada diagram berikut;



Gambar 16. Tingkat kepercayaan berita di surat kabar harian
 Sumber: Hasil olahan data (2022)

Masyarakat Lampung masih cukup percaya terhadap berita yang disajikan oleh Surat Kabar harian. Selama masa pandemi Covid-19 tidak ditemukan adanya penutupan oleh perusahaan media surat kabar harian. Namun, upaya pengembangan perusahaan semakin merambah ke dunia digital. Kemudian bagaimana jika surat kabar mingguan? Hasil survey terhadap responden menunjukkan hal yang nyaris sama dengan surat kabar harian.



Gambar 17. Tingkat kepercayaan berita di surat kabar mingguan
 Sumber: Hasil olahan data (2022)

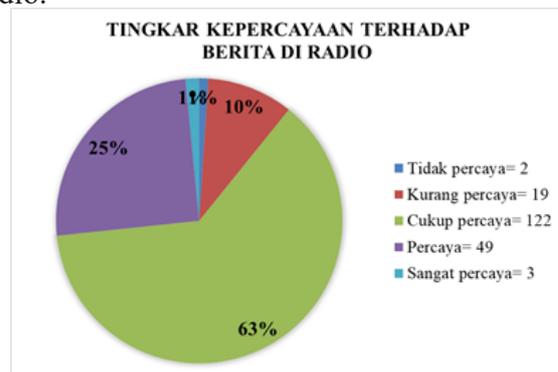
Pada media luring, tvOne menjadi yang terpopuler dengan 53 persen responden mengaku menonton stasiun televisi tersebut setiap minggu. Metro TV menyusul dengan raihan sebesar 48 persen. Pada Provinsi Lampung, tingkat kepercayaan terhadap berita di televisi sebagai berikut; Persebarannya didapatkan kesimpulan bahwa sebanyak 58% dengan jumlah 112 responden cukup percaya terhadap berita yang

disajikan oleh televisi, 23% atau sebanyak 45 responden percaya, 17% dengan jumlah 34 responden kurang percaya, 1% responden menyatakan tidak percaya dan 1% responden menyatakan tidak percaya. Terlihat pada diagram di bawah ini :



Gambar 18. Tingkat kepercayaan berita di berita televisi
 Sumber: Hasil olahan data (2022)

Sedangkan tingkat kepercayaan terhadap berita radio, berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa sebanyak 63% dengan jumlah 122 orang percaya pada berita di radio. Kemudian sebanyak 25% dengan jumlah 49 orang responden percaya. Hanya mencapai 10% yang artinya 19 orang responden kurang percaya terhadap berita radio.



Gambar 19. Tingkat kepercayaan berita di berita televisi radio
 Sumber: Hasil olahan data (2022)

Media daring, termasuk media sosial, merupakan sumber berita yang paling populer, terutama di kalangan masyarakat perkotaan, dengan persentase 89%, diikuti oleh media sosial sebesar 64%. Dalam mengakses berita, ponsel pintar menjadi perangkat yang paling banyak

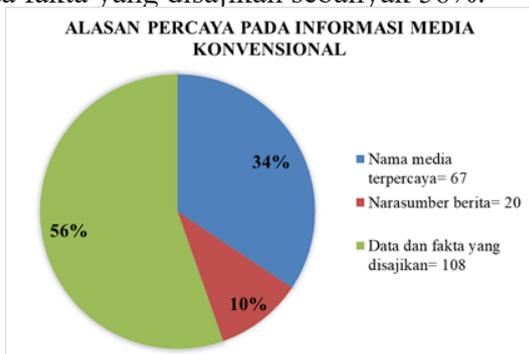
digunakan dengan persentase 85%, diikuti oleh komputer sebesar 37%. Kemudian persebaran responden pada indikator tingkat kepercayaan terhadap berita di media siber atau *online* sebanyak 60% responden cukup percaya, 18% percaya, 18% kurang percaya, 2% sangat percaya dan 2% tidak percaya. Mayoritas responden, cukup percaya terhadap media siber/*online*.



Gambar 20. Tingkat kepercayaan berita di berita siber/*online*

Sumber: Hasil olahan data (2022)

Adanya tingkat kepercayaan responden terhadap berbagai media dengan berbagai alasan. Diantaranya nama media terpercaya sebanyak 34%, narasumber berita sebanyak 10% dan data serta fakta yang disajikan sebanyak 56%.



Gambar 21. Tingkat kepercayaan berita di berita televisi

Sumber: Hasil olahan data (2022)

Teori dan model statistika dalam ilmu sosial dan perilaku biasanya dirumuskan menggunakan konsep-konsep teoretis atau konstruk yang tidak dapat diukur atau diamati secara langsung. Namun, kita masih dapat menemukan beberapa indikator atau tanda yang dapat digunakan untuk

memahami konsep-konsep teoretis tersebut.

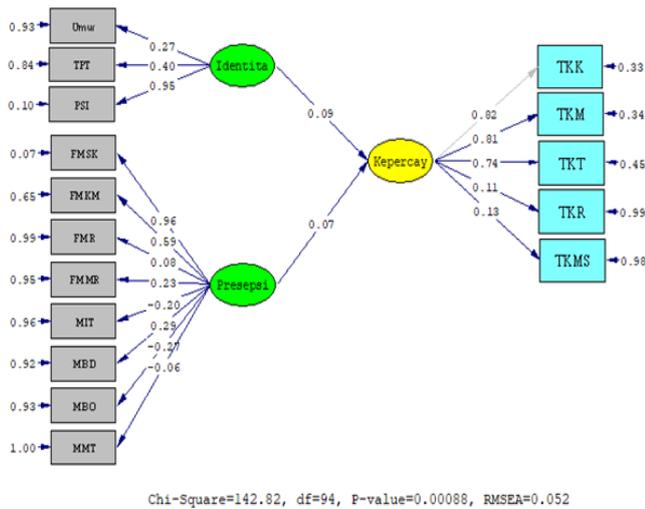
Untuk menganalisis tingkat kepercayaan masyarakat yang menggunakan kuisioner yang dilakukan melalui *google form*, selain dianalisis secara deskriptif perlu dilakukan analisis secara konfirmatif.

Menurut Jöreskog dan Sörborm (1989), bahwa kondisi di atas menimbulkan dua permasalahan dasar yang berhubungan dengan usaha untuk membuat kesimpulan ilmiah (*scientific inference*) dalam ilmu sosial dan perilaku sebagai berikut:

1. Masalah pengukuran, hal ini dapat dilihat dari pertanyaan-pertanyaan, seperti: Apa yang sebenarnya diukur oleh suatu pengukuran? Dengan cara apa dan seberapa baik seseorang dapat mengukur sesuatu yang perlu diukur? Bagaimana validitas dan reliabilitas sebuah pengukuran.
2. Masalah hubungan kausal antar peubah atau variabel (*variable*). Permasalahan ini dapat kita ketahui dari adanya pertanyaan-pertanyaan seperti bagaimana cara menyimpulkan hubungan kausal antar variabel-variabel yang kompleks dan tidak teramati secara langsung melainkan melalui indikator-indikator? Bagaimana cara menilai kekuatan hubungan antara variabel-variabel tersebut dengan indikator-indikatornya.

Selanjutnya sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin mengetahui seberapa besar tingkat kepercayaan masyarakat terhadap media di Lampung, baik media konvensional maupun media baru secara konfirmatif dilakukan dengan bantuan *Structural Equation Modeling* (*SEM*).

Sebelum dianalisis dengan SEM atau lebih dikenal dengan istilah LISREL (*Linear Structural Relations*), perlu diperhatikan apakah data penelitian bersifat valid dan reliabel. Untuk uji validitas data digunakan uji korelasi Pearson (r) apakah nilai r_{hitung} lebih besar dari Untuk uji reliabilitas data digunakan uji dengan nilai r *Cronbach's Alpha*.



Gambar. 23 Hasil Analisis SEM
 Sumber: Hasil olahan data (2022)

Tabel. 2 variabel laten Identitas

Umur	Umur
TPT	Tingkat Pendidikan Terakhir
PSI	Pekerjaan Saat Ini
FMSK	Berapakah frekuensi Anda membaca Surat Kabar Harian (Koran)? *
FMKM	Berapakah frekuensi Anda membaca Surat Kabar Mingguan/Tabloid/Majalah
FMR	Berapakah frekuensi mendengarkan Radio (termasuk radio streaming)? *
FMMR	Berapakah frekuensi mengakses Media Siber/Online?*
MIT	Apakah Anda berusaha memastikan informasi yang Anda terima benar ? *
MBD	Apakah media berita saat ini memberitakan secara detil?
MBO	Apakah media berita saat ini memberitakan secara objektif?
MMT	Bagaimana tingkat kepercayaan terhadap berita di media surat kabar harian koran?

- TKK Bagaimana tingkat kepercayaan terhadap berita di surat kabar mingguan/tabloid/majalah?
- TKM Bagaimana tingkat kepercayaan terhadap berita di televisi (termasuk * streaming/youtube)?
- TKT Bagaimana tingkat kepercayaan terhadap berita di televisi (termasuk * streaming/youtube)?
- TKR Bagaimana tingkat kepercayaan terhadap berita di radio (termasuk streaming)?
- TKMS Bagaimana tingkat kepercayaan terhadap berita di media siber/online? *

Sumber: Hasil olahan data (2022)

Untuk variabel laten Identitas dipengaruhi oleh indikator PSI = pekerjaan saat ini memberikan kontribusi sebesar 95 %, diikuti TPT = Tingkat Pendidikan Terakhir sebesar 40 % dan Umur sebesar 27 %.

Untuk variabel laten Persepsi dipengaruhi oleh indikator FMSK = frekuensi membaca surat kabar harian (Koran) sebesar 96 %, diikuti FMKM = frekuensi membaca surat kabar mingguan/Tabloid/Majalah, sebesar 59 %, MBD = media berita saat ini memberitakan secara detil sebesar 29 %, MBO = media berita saat ini memberitakan secara objektif sebesar 27 %, FMMR = frekuensi mengakses Media Siber/Online sebesar 23 %, MIT = memastikan informasi yang diterima dengan benar sebesar 20 %, FMR = frekuensi mendengarkan Radio sebesar 8 % dan MMT = media berita saat ini mewawancarai narasumber yang terpercaya sebesar 6 %.

Berapakah frekuensi mengakses Media Siber/Online.

Untuk variabel laten Tingkat Kepercayaan Masyarakat dipengaruhi oleh indikator TKK = tingkat kepercayaan terhadap berita di media surat kabar harian Koran sebesar 82 %, TKM = tingkat kepercayaan terhadap berita di surat kabar

mingguan/tabloid/majalah sebesar 81 %, TKT = tingkat kepercayaan terhadap berita di televisi (termasuk * streaming/youtube) sebesar 74 %, , dan TKMS = tingkat kepercayaan terhadap berita di media siber/online sebesar 13 %, serta TKR = tingkat kepercayaan terhadap berita di radio sebesar 11 %.

Selanjutnya dapat dilihat sejauh mana Persamaan Pengukuran yang dihasilkan sebagai berikut:

Tabel. 3 LISREL Estimates (Maximum Likelihood) Measurement Equations

TKK = 0.58*Kepercay, Errorvar.= 0.16 , R ² = 0.67		
(0.030)		
5.45		
TKM = 0.53*Kepercay, Errorvar.= 0.14 , R ² = 0.66		
(0.051)	(0.025)	
10.35	5.71	
TKT = 0.42*Kepercay, Errorvar.= 0.15 , R ² = 0.55		
(0.042)	(0.020)	
9.88	7.42	

Sumber: Hasil olahan data (2022)

Untuk indikator TKK = 0,58*Kepercayaan dengan koefisien determinasi atau kemampuan mendeteksi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap berita di media surat kabar harian koran atau R² = 0.67 dan koefisien korelasi atau keeratan hubungan antara tingkat kepercayaan masyarakat terhadap media dengan tingkat kepercayaan terhadap berita di media surat kabar harian Koran nilai (r) hubungan yang sangat kuat, yakni sebesar 0,818. Untuk indikator TKM = 0,53*Kepercayaan dengan koefisien determinasi atau kemampuan mendeteksi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap berita di surat kabar mingguan/tabloid/majalah atau R² = 0.66 dan koefisien korelasi atau keeratan hubungan antara tingkat kepercayaan masyarakat nilai (r) hubungan yang sangat kuat, yakni sebesar 0,812. Untuk indikator TKT = 0,42*Kepercayaan dengan koefisien determinasi atau kemampuan mendeteksi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap berita di televisi sebesar R² = 0.55 dan koefisien korelasi atau keeratan hubungan antara tingkat kepercayaan masyarakat terhadap berita

di televisi nilai (r) hubungan yang sangat kuat, yakni sebesar 0,742.

Tabel. 4 Koefisien determinasi & korelasi

	Koefisien Determinasi (R ²)	Koefisien Korelasi (r)	Kesimpulan
Surat Kabar	0,67	0,82	Sangat Kuat
Surat Kabar Mingguan/ Tabloid	0,66	0,81	Sangat Kuat
Televisi	0,55	0,74	Kuat

Sumber: Hasil olahan data (2022)

Selanjutnya ketika menganalisis dengan SEM tersebut dengan menggunakan metode estimasi Maximum Likelihood, akan dilihat nilai kecocokan model (*Goodness of fit index*), yaitu tiga harga statistik yaitu Khi-Kuadrat dengan nilai sebesar 142,82 dengan nilai degree of freedom sebesar 94 menunjukkan model yang baik, untuk statistik p-Value sebesar 0,00088 menunjukkan model yang baik dan RMSEA (Root Mean Square Aproximation) sebesar 0,052 ≤ RMSEA ≤ 0,080.

Simpulan

Tingkat kepercayaan masyarakat terhadap berita di surat kabar harian mempunyai hubungan keeratan (r) sebesar 0,82 menunjukkan hubungan yang sangat kuat. Tingkat kepercayaan masyarakat terhadap berita di surat kabar mingguan/tabloid/ majalah mempunyai hubungan keeratan (r) sebesar 0,81 menunjukkan hubungan yang sangat kuat. Tingkat kepercayaan masyarakat terhadap berita di televisi /termasuk * streaming/ youtube mempunyai hubungan keeratan (r) sebesar 0,74 menunjukkan hubungan yang kuat. Tingkat kepercayaan masyarakat terhadap media siber (online) mempunyai hubungan keeratan (r) sebesar 0,13 menunjukkan hubungan yang rendah. Tingkat kepercayaan masyarakat terhadap radio mempunyai hubungan keeratan (r) sebesar 0,11 menunjukkan hubungan yang rendah.

Saran peneliti, karena tingkat kepercayaan media yang menjadi fokus dalam penelitian ini tidak mencari secara detail jenis berita dan jenis informasi apa yang dikonsumsi oleh responden, maka perlu dilakukan penelitian lanjutan yang memasukan jenis berita atau informasi.

Ucapan Terima Kasih

Peneliti menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penelitian ini, termasuk Universitas Lampung (Unila), FISIP Unila, Program Studi Mikom Unila, Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Bandar Lampung, serta para responden yang turut berpartisipasi sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

Referensi

- Bennett, W. L., & Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122-139.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The mediated construction of reality*. Cambridge: Polity Press.
- Dwi, A., et al. (2019). *Laporan akhir penelitian kepercayaan publik terhadap media arus utama*.
- Dwi, A., et al. (2021). *Laporan akhir penelitian kepercayaan publik terhadap media arus utama di era pandemi Covid-19*.
- Hastjarjo, S. (2016). *Jurnalisme: Panduan praktis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Hermida, A. (2010). Twittering the news: The emergence of ambient journalism. *Journalism Practice*, 4(3), 297-308.
- Katadata. (2021, February 1). Media konvensional di Indonesia menuju senjakala. *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/01/media-konvensional-di-indonesia-menuju-senjakala>
- Katadata. (2021, April 1). Masyarakat Asia Tenggara dengarkan radio kurang dari 1 jam sehari. *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/04/01/masyarakat-asia-tenggara-dengarkan-radio-kurang-dari-1-jam-sehari>
- Katadata. (2022, January 20). Survei KIC: Mayoritas masyarakat Indonesia mengakses informasi di media sosial. *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/20/survei-kic-mayoritas-masyarakat-indonesia-mengakses-informasi-di-media-sosial>
- Katadata. (2022, January 21). Survei KIC: Masyarakat lebih percaya televisi dan media sosial ketimbang situs resmi pemerintah. *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/21/survei-kic-masyarakat-lebih-percaya-televisi-dan-media-sosial-ketimbang-situs-resmi-pemerintah>
- Katadata. (2022, January 21). Ternyata mayoritas masyarakat Indonesia percaya dengan media. *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/21/ternyata-mayoritas-masyarakat-indonesia-percaya-dengan-media>
- Katadata. (2022, April 22). Survei Indikator: Masyarakat lebih sering mengakses internet ketimbang TV. *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/22/survei-indikator-masyarakat-lebih-sering-mengakses-internet-ketimbang-tv>
- Katadata. (n.d.). Nielsen: Pembaca media digital sudah lampau media cetak. *Katadata*. <https://katadata.co.id/pingitaria/digital/5e9a5623eb608/nielsen-pembaca-media-digital-sudah-lampau-media-cetak>
- Kompas. (2021, August 20). Penelitian: Media online jadi pilihan utama warga cari kebenaran informasi. *Kompas*. <https://nasional.kompas.com/read/2021/08/20/16340691/penelitian-media-online-jadi-pilihan-utama-warga-cari-kebenaran-informasi>
- Sindonews. (2021, October 23). AMSI: Nilai hoaks pengaruhi tingkat kepercayaan publik terhadap media massa. *Sindonews*. <https://nasional.sindonews.com/read/577374/15/amsi-nilai-hoaks-pengaruhi-tingkat-kepercayaan-publik-terhadap-media-massa-1634976610>
- Kompasiana. (2019). Kehadiran media online mengutamakan kecepatan dibandingkan keakuratan isi berita. *Kompasiana*. <https://>

- kompasiana.com/benediktadinda/5d9ba60f097f36068c753f52/kehadiran-media-online-mengutamakan-kecepatan-dibandingkan-keakuratan-isi-berita?page=2&page_images=1
- Nielsen. (n.d.). Nielsen. <https://www.nielsen.com/id/>
- Magianto, H. J., & Syaefullah, A. (2012). *Media online: Pembaca, laba dan etika*. Jakarta: Aliansi Jurnalis Indonesia.
- McQuail, D. (2011). *Teori komunikasi massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, J. L. (2006). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nielsen, R. K., & Graves, L. (2017). "News you don't believe": Audience perspectives on fake news. *Reuters Institute for the Study of Journalism*.
- Nugroho, Y., Putri, D. A., & Laksmi, S. (2012). *Mapping the landscape of the media industry in contemporary Indonesia*. Jakarta: Center for Innovation Policy and Governance.
- Pharr, S. J., & Krauss, E. S. (1996). *Media and politics in Japan*. Honolulu: University of Hawaii Press.
- Shoemaker, P. J., & Vos, T. P. (2009). *Gatekeeping theory*. New York: Routledge.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Strasbourg: Council of Europe.