



Tingkat Kepercayaan Publik dalam Mengonsumsi Berita Melalui Media Sosial Vs Media Konvensional

Ahmad Suratman*, Naila Salsabila, Atika Sari, Rindi Lutfiana, Novita Putri Wijayanti, Joko Tri Nugraha

Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Tidar

DOI:

<https://doi.org/10.53697/iso.v5i1.2466>

*Correspondence: Ahmad Suratman

Email:

ahmad.suratman@students.untidar.ac.id

Received: 25-04-2025

Accepted: 25-05-2025

Published: 25-06-2025



Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membandingkan tingkat kepercayaan publik terhadap berita yang disampaikan melalui media sosial dan media konvensional. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner online yang disebarluaskan kepada 67 responden. Analisis dilakukan menggunakan statistik deskriptif dan uji komparatif untuk melihat perbedaan kepercayaan terhadap kedua jenis media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar responden lebih sering mengakses dan memilih media sosial sebagai sumber utama berita, tingkat kepercayaan mereka terhadap media konvensional terbukti lebih tinggi. Hal ini disebabkan oleh persepsi bahwa media konvensional memiliki proses editorial yang lebih ketat, akurat, dan dapat dipercaya, dibandingkan dengan media sosial yang rawan penyebaran informasi palsu. Berdasarkan teori Uses and Gratification dan teori kepercayaan, ditemukan bahwa media sosial unggul dalam hal memenuhi kebutuhan informasi secara cepat, namun tidak cukup dalam membangun kepercayaan publik. Sementara media konvensional dinilai memenuhi tiga aspek pembentuk kepercayaan: kemampuan, niat baik, dan integritas. Temuan ini memiliki implikasi penting dalam pengelolaan media dan kebijakan publik, khususnya dalam meningkatkan literasi digital dan membangun sistem verifikasi konten digital yang kuat untuk mendorong ekosistem informasi yang lebih sehat dan terpercaya. Saran untuk peneliti selanjutnya adalah melakukan segmentasi berdasarkan kelompok usia seperti Gen Z, milenial, dan Gen X untuk mengungkap preferensi serta tingkat kepercayaan terhadap media secara lebih spesifik dan relevan.

Keywords: Kepercayaan Publik, Media Sosial, Media Konvensional

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan digitalisasi media telah membawa perubahan signifikan dalam cara masyarakat mengakses dan mengonsumsi berita. Dalam dua dekade terakhir, terutama dengan kemunculan smartphone dan internet yang semakin terjangkau, media sosial telah menjadi salah satu sumber informasi utama bagi banyak individu. Menurut data dari We Are Social dan Hootsuite, pada Januari 2025, sebanyak 143 juta orang mencakup 50,2% dari total populasi di Indonesia menggunakan media sosial, yang menunjukkan peningkatan signifikan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya (We Are Social, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa media sosial telah bertransformasi dari sekadar platform komunikasi menjadi sumber berita yang penting, sering kali lebih cepat dibandingkan media konvensional.

Meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sumber informasi juga diiringi dengan perubahan perilaku konsumsi berita masyarakat. Masyarakat kini lebih memilih untuk mendapatkan berita melalui *platform-platform* seperti *Facebook*, *Twitter*, dan *Instagram* dibandingkan dengan media konvensional seperti televisi dan surat kabar. Menurut penelitian Aqsal (2023), masyarakat saat ini lebih banyak menggunakan New Media untuk mendapatkan berbagai informasi dan berita. Tidak ada yang bisa hidup tanpa media konvensional seperti koran, televisi, dan radio. Banyak berita yang pertama kali muncul di media sosial sebelum kemudian diambil dan disebar oleh media konvensional. Media konvensional adalah media komunikasi massa yang digunakan untuk mengirimkan dan menyampaikan pesan kepada masyarakat luas dalam jangka waktu yang relatif pendek, sebelum diambil dan disebar oleh media konvensional. Media konvensional adalah media massa yang ada sebelum adanya internet, dan biasanya disebut sebagai media baru atau media baru (Zulkarnain, 2021). Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai bagaimana tingkat kepercayaan publik terhadap berita yang disampaikan melalui kedua jenis media ini. Perubahan pola konsumsi berita masyarakat ini juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, seperti keterlibatan pengguna dalam proses penyebaran informasi. Media sosial memungkinkan pengguna untuk berbagi, mengomentari, dan mendiskusikan berita secara langsung, yang sering kali menciptakan rasa keterlibatan yang lebih besar dibandingkan dengan pengalaman pasif saat mengonsumsi berita dari media konvensional. Kepercayaan merupakan elemen kunci dalam menentukan seberapa jauh masyarakat akan menerima dan mempercayai informasi yang disampaikan. Media sosial dan media konvensional memiliki karakteristik dan tantangan yang berbeda dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan publik. Diperlukan pemahaman yang mendalam tentang tingkat kepercayaan publik terhadap kedua jenis media ini untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi pilihan masyarakat dalam mengonsumsi berita.

Berdasarkan latar belakang di atas, tingkat kepercayaan publik serta masalah yang akan diciptakan di penelitian ini adalah sebagai berikut; Bagaimana tingkat kepercayaan publik terhadap media sosial jika dibandingkan dengan media konvensional? Penelitian ini akan menghasilkan masalah yang akan menggunakan sejumlah faktor untuk menganalisis kualitatif dan kuantitatif tingkat kepercayaan masyarakat terhadap berita yang disampaikan media melalui kedua jenis media ini. Karena perbedaan level kepercayaan ini dapat mengeksplorasi faktor yang bisa memainkan peran satu atau yang lain di konsumsi berita orang bahwa transmisi studi ini. Penelitian ini memiliki manfaat dapat memberikan masukan bagi media dan pembuat kebijakan informasi dalam merumuskan strategi yang lebih efektif untuk membangun dan mempertahankan kepercayaan publik terhadap berita yang disampaikan melalui berbagai platform.

Teori Uses and Gratification (U&G) pertama kali diperkenalkan oleh Elihu Katz dan Herbert Blumer pada tahun 1974 melalui buku "The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratification Research" yang menyatakan bahwa individu tidak hanya dipengaruhi oleh media, melainkan secara aktif mencari konten media berdasarkan motif pribadi, yang menempatkan audiens sebagai individu aktif yang secara sadar memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu (Afiyah, Bahfiarti, & Akbar,

2024). Teori ini berfokus pada pemahaman mengenai mengapa orang mengonsumsi media dan bagaimana media tersebut dapat memenuhi berbagai kebutuhan mereka (Karunia, Ashri, & Irwansyah, 2021).

Seiring berkembangnya teknologi digital, teori ini menjadi relevan dalam memahami perilaku pengguna media sosial. Teori Uses and Gratifications ini menjelaskan bahwasanya individu menggunakan media secara aktif untuk memenuhi berbagai kebutuhan, seperti informasi, hiburan, ekspresi diri, dan interaksi sosial. Adistri dan Rusman (2024) menemukan bahwa pengguna TikTok tidak hanya mencari hiburan, tetapi juga memanfaatkannya untuk mendapatkan informasi dan membangun hubungan sosial. Ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi alat multifungsi yang mampu memenuhi kebutuhan psikologis dan sosial penggunanya.

Dalam penelitian Kurniawan dan Tjahjadi (2024) menggunakan teori kepercayaan yang dikembangkan oleh Mayer, Davis, dan Schoorman untuk menjelaskan bahwa kepercayaan dibentuk oleh tiga komponen utama, yaitu ability (kemampuan), benevolence (niat baik), dan integrity (integritas). Ketiga elemen ini menjadi dasar dalam menilai apakah suatu pihak layak dipercaya dalam berbagai hubungan, baik personal maupun profesional. Ability mencerminkan sejauh mana pihak tersebut memiliki kompetensi dan keahlian yang relevan. Benevolence menunjukkan adanya niat baik dan kepedulian terhadap pihak yang memberikan kepercayaan. Sementara integrity berkaitan dengan kejujuran dan konsistensi tindakan terhadap nilai-nilai yang dapat diterima bersama (Mayer, Davis, & Schoorman, 1995) (Kurniawan & Tjahjadi, 2024).

Mayer, Davis, dan Schoorman mengembangkan model integratif mengenai kepercayaan dalam organisasi yang hingga kini menjadi salah satu teori paling berpengaruh dalam studi kepercayaan. Mereka mendefinisikan kepercayaan sebagai *“the willingness of a party to be vulnerable to the actions of another party based on the expectation that the other will perform a particular action important to the trustor”*. Dalam hal ini, kepercayaan bukan sekadar perasaan, tetapi bentuk kesediaan untuk mengambil risiko berdasarkan persepsi terhadap pihak lain.

Silviah (2024) menjelaskan bahwa tingkat literasi digital masyarakat sangat memengaruhi kepercayaan terhadap media, terutama dalam menghadapi arus informasi yang masif di media sosial. Semakin tinggi literasi digital seseorang, semakin besar kemampuannya dalam menilai kredibilitas informasi, sehingga kepercayaan terhadap media pun lebih terarah dan selektif. Guo, Yufan, dan Lei, Yuzhe (2025) menyelidiki perbedaan kepercayaan antara media konvensional dan media online di empat belas negara Asia, termasuk Indonesia. Di negara-negara dengan kebebasan pers yang lebih rendah, kepercayaan terhadap media konvensional meningkat, sementara kepercayaan terhadap media online meningkat di negara-negara dengan kebebasan pers yang lebih besar dan polarisasi politik yang kuat. Sedangkan Kepercayaan masyarakat terhadap media sebesar 73% di Indonesia menunjukkan bahwa banyak orang masih menggunakan media sebagai sumber informasi utama (Wardhani et al, 2024).

Metodologi

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk menilai tingkat kepercayaan masyarakat terhadap informasi yang disampaikan melalui media sosial dibandingkan dengan media konvensional. Metode kuantitatif berfokus pada analisis data dalam bentuk angka yang kemudian diolah menggunakan teknik statistik yang relevan. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menggali pola serta hubungan dalam data yang telah dikumpulkan secara lebih mendalam (Marta et al, 2024).

Pengumpulan data dalam pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji hipotesis dan membuat generalisasi terhadap populasi yang lebih luas berdasarkan data sampel. Umumnya, metode ini diterapkan dalam penelitian yang bersifat inferensial, di mana hasil analisis statistik menunjukkan tingkat signifikansi hubungan yang diteliti (Marta et al, 2024). Oleh karena itu, arah hubungan yang diperoleh ditentukan oleh hipotesis dan hasil analisis statistik, bukan hanya berdasarkan logika ilmiah semata (Siroj et al, 2024)

B. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian kuantitatif ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner online yang dirancang dengan cermat yang bertujuan untuk mengukur frekuensi konsumsi berita, jenis media yang disukai publik, dan tingkat kepercayaan publik terhadap informasi yang berasal dari media sosial dan media konvensional. Metode kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengumpulan data numerik yang dapat dianalisis secara statistik untuk menemukan kecenderungan secara objektif dan terukur. Kuesioner online dipilih karena hemat waktu dan biaya dan dapat menjangkau banyak responden dari berbagai demografi, terutama pengguna media digital yang aktif (Febriyanti, Murtinugraha, & Iriani, 2024). Penyebaran dilakukan melalui forum diskusi online dan media sosial, sesuai dengan cara konsumsi berita saat ini yang banyak bergantung pada platform online. Terbukti efektif dalam menjangkau populasi digital representatif, metode ini juga cocok untuk studi media dan informasi (Sitorus & Rizkia, 2025).

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan elemen dalam penelitian yang memiliki ciri tertentu dan ditetapkan oleh peneliti untuk ditarik Kesimpulan (Amin, 2023). Sedangkan sampel, di sisi lain diartikan sebagai bagian dari sampel yang dipilih dari populasi untuk dihitung supaya dapat diamati bagi seluruh populasi tersebut. Karena itulah sampel pada penelitian kuantitatif dibuat seoptimal mungkin sampai negatifnya agar datanya bisa dipercaya untuk mencerminkan keadaan atau fenomena yang ada di dalam populasi. Semakin negatif sampel, makin sulit membayangkan dan memprediksi bagaimana sosok tipe sampel yang akan terwujud (Subhaktiyasa, 2024). Terkadang, penggunaan sampel yang buruk dapat menyebabkan data yang diambil tidak bisa diharapkan (Susanto et al, 2024). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat pengguna aktif media sosial dan konsumen media konvensional di Indonesia. Sampel akan diambil secara acak dari populasi ini, dengan mempertimbangkan faktor demografi seperti usia, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif, yang dapat memberikan gambaran yang akurat tentang sikap dan perilaku masyarakat dalam mengonsumsi berita.

Karena jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti dan dianggap besar, peneliti menggunakan rumus Cochran untuk menentukan ukuran sampel minimum yang dibutuhkan. Rumus ini digunakan dalam kondisi populasi tak terbatas dan membantu menentukan ukuran sampel yang representative.

Rumus Cochran:

$$n = \frac{Z^2 \times p \times (1 - p)}{e^2}$$

Keterangan:

- n = jumlah sampel minimal yang diperlukan
- Z = tingkat kepercayaan $\rightarrow Z = 1,64$, untuk 90% confidence level
- p = proporsi (diasumsikan 0,5 jika tidak diketahui)
- e = margin of error yang ditetapkan

Dengan menggunakan tingkat kepercayaan 90%, proporsi 0,5 dan margin of error 10%, maka jumlah sampel yang dibutuhkan adalah:

$$\begin{aligned} n &= \frac{(1,64)^2 \times 0,5 \times (1 - 0,5)}{(0,1)^2} \\ n &= \frac{2,6896 \times 0,25}{0,01} \\ n &= \frac{0,6724}{0,01} \\ n &= 67,24 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah sampel minimum yang diperlukan Dalam penelitian ini adalah 67 responden.

D. Teknik Analisis Data

Setelah memperoleh persetujuan dari responden, analisis statistik deskriptif dan komparatif akan digunakan untuk menilai persentase kepercayaan publik pada berita dari media sosial dan media konvensional. Analisis deskriptif memungkinkan gambaran ringkasan tentang responden, termasuk usia dan jenis kelamin responden dan frekuensi mereka membaca berita. Analisis komperatif, yang dapat dinyatakan dalam uji-t atau ANOVA, akan membantu mencari tahu apakah ada perbedaan signifikan antara kedua kelompok.

Hasil dan Pembahasan

Bagian ini menyajikan hasil penelitian berdasarkan data yang telah dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Penyajian data diawali dengan karakteristik responden untuk memberikan gambaran umum mengenai latar belakang partisipan dalam penelitian ini, yang meliputi variabel seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, dan pekerjaan. Disajikan dalam bentuk tabel agar memudahkan analisis dan pemahaman.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Variabel	Kategori	Frekuensi	Presentase
Usia	<17 tahun	4	6,0
	18- 25 tahun	58	86,6
	26-35 tahun	1	1,5
	35-45 tahun	1	1,5
	>45 tahun	3	4,5
Jenis Kelamin	Laki-laki	21	31,3
	Perempuan	46	68,7
Pendidikan	SMP/Sederajat	0	0,0
	SMA/SMK	31	46,3
	Mahasiswa	28	41,8
	S1/Diploma	8	11,9
Pekerjaan	Afiliator	1	1,5
	Buruh Pabrik	1	1,5
	IRT	2	3,0
	Karyawan swasta	5	7,5
	Karyawan toko	1	1,5
	Mahasiswa	25	37,5
	Menjahit & tukang	1	1,5
	Pelajar	25	37,3
	Pengusaha	1	1,5
	Pensiunan	1	1,5
	Petani	1	1,5
	PNS	2	3,0
	Wirasaha	1	1,5

Sebagian besar responden dalam penelitian ini berusia **18–25 tahun** (86,6%), dengan dominasi **perempuan** (68,7%). Mayoritas responden memiliki latar belakang pendidikan **SMA/SMK** (46,3%) dan berstatus sebagai **mahasiswa atau pelajar** (masing-masing sekitar 37%). Data ini menunjukkan bahwa responden didominasi oleh kalangan muda yang masih aktif dalam dunia pendidikan.

Tabel 2. Saya sering mengakses berita melalui media sosial

Respon	Frekuensi	Presentase	Persentase Valid	Persentase Kumulatif
Sangat Tidak Setuju	2	3,0	3,0	3,0
Tidak Setuju	3	4,5	4,5	7,5
Tidak ada Tanggapan	7	10,4	10,4	17,9
Setuju	32	47,8	47,8	65,7
Sangat Setuju	23	34,3	34,3	100
Total	67	100	100	

Berdasarkan data pada Tabel 2, mayoritas responden menyatakan bahwa mereka sering mengakses berita melalui media sosial. Sebanyak 32 responden (47,8%) menyatakan Setuju, dan 23 responden (34,3%) menyatakan Sangat Setuju. Secara kumulatif, 82,1% responden menunjukkan kecenderungan positif terhadap penggunaan media sosial sebagai sumber utama untuk memperoleh informasi. Hanya sebagian kecil yang Sangat Tidak Setuju (3,0%) dan Tidak Setuju (4,5%), sementara 10,4% lainnya tidak memberikan tanggapan.

Hal ini mencerminkan relevansi teori Uses and Gratification yang menyatakan bahwa audiens secara aktif memilih media berdasarkan kebutuhan dan gratifikasi yang ingin dipenuhi, salah satunya adalah kebutuhan akan informasi. Hasil ini juga didukung oleh penelitian Okta Dwina Deti dan Wilda (2024) yang menunjukkan bahwa generasi Z lebih memilih media digital dibandingkan media tradisional dalam mengakses berita, karena kemudahan dan kecepatan akses informasi yang ditawarkan oleh platform digital.

Tabel 3. Saya sering mengakses berita melalui media konvensional (TV, koran, radio)

Respon	Frekuensi	Presentase	Persentase Valid	Persentase Kumulatif
Sangat Tidak Setuju	6	9,0	9,0	9,0
Tidak Setuju	14	20,0	20,0	29,9
Tidak ada Tanggapan	16	3,9	3,9	53,7
Setuju	29	43,3	43,3	97,0
Sangat Setuju	2	3,0	3,0	100
Total	67	100	100	

Berdasarkan Tabel 3, sebagian besar responden (43,3%) setuju bahwa mereka sering mengakses berita melalui media konvensional (TV, koran, radio), meskipun hanya 3,0% yang Sangat Setuju. Sebanyak 20,0% responden menyatakan Tidak Setuju, dan 9,0% Sangat Tidak Setuju. Ada juga 3,9% yang tidak memberikan tanggapan.

Berkaitan dengan teori Uses and Gratification bahwa audiens memilih media berdasarkan kebutuhan, media konvensional tetap memenuhi kebutuhan audiens tertentu,

terutama bagi mereka yang lebih nyaman dengan format tradisional. Didukung dengan Penelitian oleh Hasan et al. (2023) menunjukkan bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh masih menggunakan media konvensional seperti TV dan koran, meskipun mereka juga aktif menggunakan media digital. Hal ini menunjukkan bahwa media konvensional tetap memiliki tempat di kalangan masyarakat.

Tabel 4. Saya lebih memilih media sosial sebagai sumber utama berita saya

Respon	Frekuensi	Presentase	Persentase Valid	Persentase Kumulatif
Sangat Tidak Setuju	1	1,5	1,5	1,5
Tidak Setuju	5	7,5	7,5	9,0
Tidak ada Tanggapan	13	19,4	19,4	28,4
Setuju	32	47,8	47,8	76,1
Sangat Setuju	16	23,9	23,9	100,0
Total	67	100,0	100,0	

Berdasarkan Tabel 4, mayoritas responden (47,8%) setuju dan 23,9% sangat setuju bahwa mereka lebih memilih media sosial sebagai sumber utama berita mereka. Secara kumulatif, 71,7% responden menunjukkan preferensi terhadap media sosial sebagai sumber informasi utama. Sebaliknya, hanya 1,5% yang sangat tidak setuju dan 7,5% yang tidak setuju. Ada pula 19,4% responden yang tidak memberikan tanggapan.

Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Suparto dan Habibullah (2021) yang menyatakan bahwa media sosial, memiliki peran penting dalam penyebaran informasi publik. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa media sosial telah terbukti efektif dalam mengkomunikasikan informasi, menjadikannya sumber informasi utama bagi banyak individu dalam konteks pelayanan publik.

Tabel 5. Saya lebih memilih media konvensional sebagai sumber utama berita saya

Respon	Frekuensi	Presentase	Persentase Valid	Persentase Kumulatif
Sangat Tidak Setuju	2	3,0	3,0	3,0
Tidak Setuju	17	25,4	25,4	28,4
Tidak ada Tanggapan	24	35,8	35,8	64,2
Setuju	20	29,9	29,9	94,0
Sangat Setuju	4	6,0	6,0	100
Total	67	100	100	

Berdasarkan Tabel 5, sebanyak 29,9% responden setuju dan 6% sangat setuju bahwa mereka lebih memilih media konvensional sebagai sumber utama berita. Sementara itu, 25,4% tidak setuju dan 3% sangat tidak setuju. Sebanyak 35,8% responden tidak memberikan tanggapan. Data ini menunjukkan bahwa preferensi terhadap media konvensional masih ada, namun tidak dominan jika dibandingkan dengan media sosial.

Hal ini sejalan dengan temuan Mardhiyyah (2023) yang menjelaskan bahwa media konvensional mengalami transformasi signifikan akibat konvergensi media. Dimana media

konvensional harus menyesuaikan diri dengan perkembangan digital untuk tetap relevan di tengah perubahan pola konsumsi informasi masyarakat.

Tabel 6. Berita yang saya temukan di media sosial biasanya akurat dan terpercaya

Respon	Frekuensi	Presentase	Persentase Valid	Persentase Kumulatif
Sangat Tidak Setuju	2	3,0	3,0	3,0
Tidak Setuju	19	28,4	28,4	31,3
Tidak ada Tanggapan	31	46,3	46,3	77,6
Setuju	12	17,9	17,9	95,5
Sangat Setuju	3	4,5	4,5	100
Total	67	100	100	

Berdasarkan Tabel 6, sebanyak 28,4% responden tidak setuju dan 3% sangat tidak setuju bahwa berita yang mereka temukan di media sosial biasanya akurat dan terpercaya. Sementara itu, hanya 17,9% yang setuju dan 4,5% sangat setuju. Mayoritas responden (46,3%) memilih tidak memberikan tanggapan. Hal ini menunjukkan adanya keraguan yang signifikan terhadap keakuratan dan kredibilitas informasi di media sosial.

Menurut teori kepercayaan yang terdiri dari persepsi tentang kemampuan (kemampuan), integritas (integritas), dan niat baik (niat baik) dari sumber informasi. Ada kemungkinan bahwa rendahnya tingkat kepercayaan terhadap informasi di media sosial disebabkan oleh fakta bahwa responden menganggap media sosial tidak memenuhi syarat-syarat tersebut. Prana dan Sunarto (2025) mendukung temuan ini dengan menunjukkan bahwa terpaan konten hoaks di media sosial dan tingkat literasi digital masyarakat berdampak negatif terhadap kepercayaan masyarakat dalam menggunakan Facebook sebagai sumber informasi. Ini menunjukkan bahwa meskipun media sosial memberikan akses mudah ke informasi, kepercayaan terhadap konten tetap menjadi masalah utama.

Tabel 7. Berita yang saya temukan di media konvensional biasanya akurat dan terpercaya

Respon	Frekuensi	Presentase	Persentase Valid	Persentase Kumulatif
Sangat Tidak Setuju	-	-	-	-
Tidak Setuju	3	4,5	4,5	4,5
Tidak ada Tanggapan	28	41,8	41,8	46,3
Setuju	25	37,3	37,3	83,6
Sangat Setuju	11	16,4	16,4	100
Total	67	100	100	

Berdasarkan Tabel 7, sebanyak 37,3% responden setuju dan 16,4% sangat setuju bahwa berita yang mereka temukan di media konvensional biasanya akurat dan terpercaya. Hanya 4,5% yang tidak setuju, dan tidak ada responden yang sangat tidak setuju. Sementara itu, 41,8% responden memilih tidak memberikan tanggapan. Jika melihat data-data response ini menunjukkan bahwa mayoritas dari response memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi kepada media konvensional sebagai sumber informasi yang akurat dan dapat dipercaya.

Sesuai dengan result penelitian dari ref, dimana 70,2 % responden publik di Indonesia percaya kepada pemberitaan dari media massa. Faktor utama yang menjadikan publik untuk percaya yaitu tentang informasi dari sumber resmi dan kelengkapan informasi. Hal ini mengindikasikan bahwa media konvensional masih dianggap sebagai sumber informasi yang lebih dapat dipercaya dibandingkan dengan media sosial.

Tabel 8. Saya percaya pada kredibilitas berita di media sosial

Respon	Frekuensi	Presentase	Persentase Valid	Persentase Kumulatif
Sangat Tidak Setuju	1	1,5	1,5	1,5
Tidak Setuju	12	17,9	17,9	19,4
Tidak ada Tanggapan	36	53,7	53,7	73,1
Setuju	15	22,4	22,4	95,5
Sangat Setuju	3	4,5	4,5	100
Total	67	100	100	

Berdasarkan Tabel 8, hanya 22,4% responden yang setuju dan 4,5% yang sangat setuju bahwa mereka percaya pada kredibilitas berita di media sosial. Sebaliknya, 17,9% responden tidak setuju dan 1,5% sangat tidak setuju, sementara 53,7% responden memilih untuk tidak memberikan tanggapan. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden tidak sepenuhnya percaya pada kredibilitas berita yang disebarakan melalui media sosial, dengan banyak yang memilih untuk tetap netral atau tidak memberi tanggapan sama sekali.

Dilihat dari perspektif kepercayaan Media sosial sering kali dihadapkan pada tantangan terkait akurasi dan validitas informasi yang tersebar, yang mengarah pada rendahnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap sumber-sumber tersebut. Didukung dengan penelitian oleh Mola (2025) yang menunjukkan bahwa hoaks berdampak negatif pada kepercayaan publik, harmoni sosial, dan reputasi institusi.

Tabel 9. Saya percaya pada kredibilitas berita di media konvensional

Respon	Frekuensi	Presentase	Persentase Valid	Persentase Kumulatif
Sangat Tidak Setuju	1	1,5	1,5	1,5
Tidak Setuju	3	4,5	4,5	6,0
Tidak ada Tanggapan	29	43,3	43,3	49,3
Setuju	24	35,8	35,8	85,1
Sangat Setuju	10	14,9	14,9	100
Total	67	100	100	

Berdasarkan Tabel 9, sebanyak 35,8% responden setuju dan 14,9% sangat setuju bahwa mereka percaya pada kredibilitas berita yang mereka temukan di media konvensional, seperti televisi, surat kabar, dan radio. Sebaliknya, hanya 4,5% responden yang tidak setuju dan 1,5% yang sangat tidak setuju, sementara 43,3% responden memilih untuk tidak memberikan tanggapan. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki

tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap media konvensional sebagai sumber informasi yang akurat dan dapat dipercaya.

Selain itu, Hasan (2021) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa meskipun media sosial berkembang pesat, media konvensional tetap memiliki peran penting dalam membentuk opini publik dan dianggap lebih kredibel oleh sebagian masyarakat. Penelitian ini menekankan bahwa media konvensional memiliki standar jurnalistik yang lebih terstruktur dan dapat dipertanggungjawabkan, sehingga lebih dipercaya oleh publik.

Tabel 10. Saya merasa lebih cepat mendapatkan informasi terbaru dari media sosial dibanding media konvensional

Respon	Frekuensi	Presentase	Persentase Valid	Persentase Kumulatif
Sangat Tidak Setuju	1	1,5	1,5	1,5
Tidak Setuju	2	3,0	3,0	4,5
Tidak ada Tanggapan	2	3,0	3,0	7,5
Setuju	31	46,3	46,3	53,7
Sangat Setuju	31	46,3	46,3	100
Total	67	100	100	

Berdasarkan Tabel 10, sebanyak 46,3% responden setuju dan 46,3% sangat setuju bahwa mereka merasa lebih cepat mendapatkan informasi terbaru dari media sosial dibandingkan media konvensional. Sebaliknya, hanya 3,0% responden yang tidak setuju dan 1,5% sangat tidak setuju, ketika 3,0% lainnya memilih untuk tidak merespons. Data ini menyimpulkan bahwa semua responden mengakui bahwa media sosial lebih cepat menyebarkan informasi terkini. Fakta ini konsisten dengan studi menurut Suryawati dan Irawan (2022) yang menyarankan bahwa media sosial memberikan informasi dalam waktu singkat tentang suatu topik melalui teks, foto, dan video. Oleh karena itu, media ini lebih unggul dalam membuat khalayak lebih memilihnya daripada media konvensional.

Tabel 11. Saya merasa berita dari media sosial lebih mudah diakses dibanding berita dari media konvensional

Respon	Frekuensi	Presentase	Persentase Valid	Persentase Kumulatif
Sangat Tidak Setuju	3	4,5	4,5	4,5
Tidak Setuju	1	1,5	1,5	6,0
Tidak ada Tanggapan	10	14,9	14,9	20,9
Setuju	30	44,8	44,8	65,7
Sangat Setuju	23	34,3	34,3	100
Total	67	100	100	

Berdasarkan Tabel 11, mayoritas responden merasa bahwa berita dari media sosial lebih mudah diakses dibandingkan dengan media konvensional. Hal ini ditunjukkan oleh 44,8% responden yang setuju dan 34,3% yang sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Sebaliknya, hanya 4,5% responden yang sangat tidak setuju dan 1,5% yang tidak setuju, sementara 14,9% memilih untuk tidak memberikan tanggapan.

Hasil ini relevan dengan penelitian sebelumnya oleh Rahmatullah dan Yuliati pada 2022 yang menyarankan bahwa media konvensional, termasuk koran dan berita televisi, tidak diminati oleh generasi muda dan lebih tua ketika platform media sosial seperti TikTok, Twitter, Facebook, dan Instagram.⁴³² Pertumbuhan untuk menulis berita lebih dekat dengan penerima berita, karena semua orang dapat menikmatinya pada tingkat yang sama dan lebih mudah diakses.

Penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden, yang didominasi oleh kelompok usia muda (18–25 tahun), lebih memilih media sosial sebagai sumber utama dalam mengakses berita. Hal ini mencerminkan pergeseran pola konsumsi informasi masyarakat modern yang mengutamakan kecepatan dan kemudahan akses yang ditawarkan oleh platform digital. Sesuai dengan kerangka *Uses and Gratification Theory*, audiens secara aktif memilih media yang mampu memenuhi kebutuhan informasional mereka, termasuk dalam hal memperoleh berita secara instan dan personal.

Namun demikian, meskipun media sosial menjadi pilihan utama dalam hal aksesibilitas, hasil penelitian ini juga mengindikasikan bahwa tingkat kepercayaan terhadap informasi yang diperoleh melalui media sosial relatif rendah. Sebagian besar responden meragukan akurasi dan kredibilitas berita yang tersebar di media sosial, yang umumnya disebabkan oleh tingginya potensi penyebaran informasi palsu atau hoaks. Hal ini memperkuat pandangan bahwa kemudahan dan kecepatan informasi belum tentu sejalan dengan peningkatan kepercayaan publik.

Sebaliknya, media konvensional seperti televisi, surat kabar, dan radio tetap memperoleh tingkat kepercayaan yang lebih tinggi, meskipun frekuensi penggunaannya lebih rendah dibanding media sosial. Berdasarkan *Teori Kepercayaan* yang dikemukakan oleh Mayer, Davis, dan Schoorman, tiga komponen utama pembentuk kepercayaan kemampuan (*ability*), niat baik (*benevolence*), dan integritas (*integrity*), lebih dipenuhi oleh media konvensional. Media konvensional umumnya melalui proses editorial yang ketat dan memiliki sistem verifikasi yang dapat dipertanggungjawabkan, sehingga dinilai lebih dapat dipercaya oleh publik.

Dari perspektif praktis, temuan ini memiliki implikasi penting bagi pengelola media, baik konvensional maupun digital. Bagi media sosial, tantangan terbesar adalah bagaimana meningkatkan kredibilitas informasi yang disajikan melalui mekanisme moderasi konten yang lebih ketat dan peningkatan literasi digital masyarakat. Sementara itu, media konvensional perlu menjaga kualitas informasi serta menyesuaikan diri dengan perubahan pola konsumsi informasi agar tetap relevan di era digital.

Secara teoritis, hasil penelitian ini mengonfirmasi bahwa kepercayaan publik terhadap media bukan hanya ditentukan oleh frekuensi penggunaan, tetapi juga oleh persepsi terhadap integritas, niat baik, dan kompetensi media dalam menyampaikan informasi. Oleh karena itu, untuk membangun ekosistem informasi yang sehat, diperlukan kolaborasi antara penyedia informasi, regulator, dan masyarakat pengguna untuk memastikan bahwa informasi yang tersebar di ruang publik bersifat akurat, terpercaya, dan bertanggung jawab.

Simpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara pola konsumsi berita dan tingkat kepercayaan publik terhadap sumber informasi. Responden cenderung lebih sering mengakses berita melalui media sosial, namun tingkat kepercayaan yang lebih tinggi justru diberikan kepada media konvensional. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun media sosial unggul dalam aspek kecepatan dan kemudahan akses, aspek tersebut belum mampu mengungguli peran fundamental akurasi, verifikasi, dan kredibilitas yang selama ini melekat pada media konvensional. Dengan kata lain, aksesibilitas informasi tidak serta-merta menjamin legitimasi informasi di mata publik. Oleh karena itu, bagi praktisi media, temuan ini menekankan pentingnya membangun sistem verifikasi konten yang kuat di media digital, sementara bagi pembuat kebijakan, hasil ini menjadi dasar dalam merumuskan kebijakan literasi media yang mampu meningkatkan kemampuan publik dalam memilah dan menilai keandalan sumber informasi secara kritis di tengah derasnya arus informasi digital. Saran peneliti, untuk melakukan segmentasi berdasarkan kelompok usia (seperti Gen Z, milenial, dan Gen X) karena tiap generasi memiliki preferensi dan tingkat kepercayaan yang berbeda terhadap media sosial dan media konvensional. Segmentasi ini dapat membantu mengungkap pola konsumsi berita yang lebih spesifik dan relevan untuk setiap kelompok umur.

Daftar Pustaka

- Adistri, N., Rusman, A. A., & Irwansyah. (2024). Pemenuhan Kebutuhan Informasi pada TikTok: Studi Uses and Gratification di Era Digital. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 8(2), 103–116.
- Akbari, R. (2024). *Di antara literasi dan bias politik: Studi tentang tingkat kepercayaan publik terhadap media di Indonesia*. Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Indonesia.
- Amin, N. F., Garancang, M. & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *PILAR*, 14(1), 15–31.
- Afiyah, A., Bahfiarti, T. & Akbar, M. (2024). Analisis Perilaku Electronic Word of Mouth Konsumen Mabello Indonesia Di Era Digital: Pendekatan Uses and Gratification. *CARAKA : Indonesia Journal of Communication*, 5(2), 154–165.
- Aqsal, M., Duku, S., & Jufrizal. (2023). Studi Kepercayaan Publik Terhadap Pemberitaan Media Konvensional Dan New Media Di Kelurahan Prabumulih. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 215–225
- Febriyanti, I. Murtinugraha. R. E. & Iriani, T. (2024). Efektivitas Penggunaan Media Pembelajaran Tambahan Video Pendek Vertikal (Tiktok) pada Mata Kuliah Metodologi Penelitian. *Jurnal Pendidikan Tambusai*,
- Guo, Y, & Lei, Y (2025). The Media Trust Gap and Its Political Explanations: How Individual and Sociopolitical Factors Differentiate News Trust Preferences in Asian Societies. *The International Journal of Press/Politics*, journals.sagepub.com,
- Hasan, K. (2021). Meningkatkan Kredibilitas Media di Indonesia dalam Era Disrupsi Informasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 45–60.

- Hasan, K., Utami, A., Eni, S., Izzah, N., & Cahya Ramadhan, S. (2023). Komunikasi di Era Digital: Analisis Media Konvensional vs New Media Pada Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh Angkatan 2021. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 2(1), 56–63.
- Zulkarnain, I. & Febry ichwan butsi. (2021). Media Konvensional Vs New Media: Studi Komparatif Surat Kabar Dan Media Online Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*, 3(2), 50–57.
- Karunia, H., Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena penggunaan media sosial: Studi pada teori uses and gratification. *Jurnal Teknologi dan Sistem*, 1(1).
- Prana, K. & Sunarto. (2025). Pengaruh Terpaan Konten Hoaks Isu Kesehatan di Media Sosial dan Tingkat Literasi Digital Masyarakat Terhadap Tingkat Kepercayaan Masyarakat Menggunakan Facebook. *Interaksi Online*, 13(2), 1–10.
- Kurniawan, L, & Tjahjadi, D (2024). Analisis Kepuasan Pelanggan Tokopedia Dengan Model Analisis Jalur. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, scholar.archive.org,
- Mardhiyyah, M. (2023). Konvergensi Media (Analisis Transformasi Media konvensional dalam Perspektif Ekonomi Kritis). *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, ejournal.unisnu.ac.id,
- Marta, R. F., Kristina., Yulianto. A & Febrianto. Y. (2024). Metode penelitian memahami pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan campuran. *buku referensi*, repository.mediapenerbitindonesia. *Mediapenerbitindonesia.com*,
- Okta, W., & Muhammad Alfikri Matondang. (2024). Pola Konsumsi Berita dalam Era Digital: Perbandingan Preferensi Generasi Z Terhadap Sumber Berita Tradisional dan Modern. *Tapis Jurnal Penelitian Ilmiah*, 8(2), 225–225.
- Rahmatullah, S. & Yuliati, R. E. D. (2022). Media Sosial Sebagai Sumber Berita Alternatif. *Jurnal Studi Jurnalistik*, journal.uinjkt.ac.id.
- Silviah, R. (2025). *Dampak Literasi Digital : Kepercayaan Publik, Partisipasi Politik dan Media Sosial (Literature Review Ilmu Sosial dan Politik)*. 2(1), 38–45.
- Riyanto, A. D. (2025, February 28). *Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2025*. Dosen, Praktisi, Konsultan, Pembicara/Fasilitator Digital Marketing, Internet Marketing, SEO, Technopreneur dan Bisnis Digital.
- Septian, M. (2025). Kredibilitas dan Etika di Era Hoaks: Studi Kasus Pendekatan Jurnalistik Tirto.id. *MERDEKA : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(3), 28–34.
- Siroj, R. A., Afgani, W. Fatimah, F. Septaria. D. & Salsabila, G. Z. (2024). Metode penelitian kuantitatif pendekatan ilmiah untuk analisis data. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, journal.universitaspahlawan.ac.id,
- Sitorus, A. F. & Rizkia, N (2025). Studi Bibliometrik: Analisis Tren Media Digital Pada Pembelajaran Kimia SMA Saat dan Setelah Covid-19. *Journal of Research and Education Chemistry*, journal.uir.ac.id,
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan Populasi dan Sampel: Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, jipp.unram.ac.id,

-
- Suparto, D. & Habibullah, A. (2021). Efektivitas penggunaan sosial media Twitter dalam penyebaran informasi dalam pelayanan publik (Studi kasus Kabupaten Pematang). *Indonesian Governance Journal*, *igj.upstegal.ac.id*.
- Suryawati, N., & Irawan, D. (2022). Dampak Media Online Terhadap Perkembangan Media Konvensional. *Jurnal Politikom Indonesiana*, *2(2)*, 33–34.
- Susanto, P. C., Arini, D. U., Yuntina, L., Soehaditama, J. P. & Nuraeni. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, *pdfs.semanticscholar.org*,
- Wardhani, A. C., Ashaf, A. F., Kartika, T, & Aryanti. (2024). Tingkat Kepercayaan Masyarakat Terhadap Media di Lampung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *jurnal.upnyk.ac.id*.