TSAQOFAH
Jurnal Penelitian Guru Indonesia

p-ISSN: 2810-0395
e-ISSN: 2810-0042

Terindeks : Dimensions, Scilit, Lens, Semantic, Garuda, Google Scholar, Base, etc

https://doi.org/10.58578/tsaqofah.v6i3.10175

PENGARUH KONSUMSI BERITA ONLINE TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN MAHASISWA PADA MEDIA MASSA (STUDI PADA KOMPAS.COM)

The Effect of Online News Consumption on Students' Level of Trust in Mass Media (A Study of Kompas.com)

Yoselia Fira Agustin & Delfan Eko Putra
Universitas Bengkulu
yoseliafira@gmail.com

Article Info:

Submitted:	Revised:	Accepted:	Published:
Apr 3, 2026	May 1, 2026	May 13, 2026	May 18, 2026

Abstract

The development of digital media has changed students' patterns of obtaining information, particularly through online news portals such as Kompas.com. This study aims to analyze the effect of online news consumption on the level of students' trust in mass media. This study used a quantitative approach with an explanatory survey design. The research respondents consisted of 20 students selected through purposive sampling based on the criterion of having accessed or read news through Kompas.com. Data were collected using a closed-ended Likert-scale questionnaire consisting of 16 statement items, namely eight items for the online news consumption variable and eight items for the student trust level variable. Data were analyzed using descriptive statistics, validity testing, reliability testing, and simple linear regression. The results show that online news consumption has a positive and significant effect on the level of students' trust in mass media, with a regression coefficient of 0.797 and a significance value of 0.000 < 0.05. The coefficient of determination value of 0.954 indicates that online news

Tsaqofah journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

consumption explains 95.4% of the variation in students' level of trust. This finding confirms that online news consumption plays an important role in shaping students' trust in mass media. The implications of this study provide a basis for digital media managers to improve the quality of news presentation that is credible, informative, and relevant to student readers.

Keywords: Online News Consumption; Student Trust; Mass Media; Kompas.com; Digital Media

Abstrak: Perkembangan media digital telah mengubah pola mahasiswa dalam memperoleh informasi, terutama melalui portal berita *online* seperti Kompas.com. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh konsumsi berita *online* terhadap tingkat kepercayaan mahasiswa pada media massa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei eksplanatif. Responden penelitian berjumlah 20 mahasiswa yang dipilih melalui teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria pernah mengakses atau membaca berita melalui Kompas.com. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner tertutup berbasis skala *Likert* yang terdiri atas 16 butir pernyataan, yaitu delapan butir untuk variabel konsumsi berita *online* dan delapan butir untuk variabel tingkat kepercayaan mahasiswa. Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, dan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumsi berita *online* berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepercayaan mahasiswa pada media massa, dengan koefisien regresi sebesar 0,797 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,954 menunjukkan bahwa konsumsi berita *online* menjelaskan 95,4% variasi tingkat kepercayaan mahasiswa. Temuan ini menegaskan bahwa konsumsi berita *online* berperan penting dalam membentuk kepercayaan mahasiswa terhadap media massa. Implikasi penelitian ini memberikan dasar bagi pengelola media digital untuk meningkatkan kualitas penyajian berita yang kredibel, informatif, dan relevan bagi pembaca mahasiswa.

Kata Kunci: Konsumsi Berita *Online*; Kepercayaan Mahasiswa; Media Massa; Kompas.com; Media Digital

PENDAHULUAN

Perkembangan media digital telah mengubah pola masyarakat dalam memperoleh informasi. Berita yang sebelumnya banyak dikonsumsi melalui media cetak, televisi, dan radio kini semakin banyak diakses melalui portal berita online, media sosial, serta aplikasi berbasis internet. Perubahan ini tidak hanya terjadi pada masyarakat umum, tetapi juga sangat kuat pada kalangan mahasiswa yang hidup dalam ekosistem digital. Mahasiswa cenderung lebih cepat memperoleh informasi melalui perangkat digital karena berita online menawarkan kecepatan, kemudahan akses, keberagaman topik, serta fleksibilitas waktu membaca. Kondisi tersebut sejalan dengan temuan Fitria et al. (2025) yang menjelaskan bahwa konsumsi berita melalui platform online telah menjadi bagian dari kehidupan mahasiswa sebagai generasi

digital native, terutama karena media daring mampu menyediakan informasi yang cepat dan mudah dijangkau.

Konsumsi berita online pada mahasiswa tidak hanya berkaitan dengan seberapa sering berita diakses, tetapi juga berkaitan dengan jenis platform, durasi membaca, topik berita yang diminati, dan kebiasaan memverifikasi informasi. Nugraha et al. (2025) menunjukkan bahwa pola konsumsi berita generasi muda berhubungan erat dengan tingkat literasi media, sebab generasi Z tidak sekadar membaca berita, tetapi juga memilih, membandingkan, dan menilai informasi yang diterima. Temuan tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa sebagai bagian dari generasi muda memiliki karakter konsumsi berita yang berbeda dari generasi sebelumnya. Mereka tidak lagi bergantung sepenuhnya pada satu sumber informasi, melainkan lebih terbuka terhadap berbagai kanal berita digital yang tersedia.

Kehadiran media sosial turut memperluas cara portal berita online menjangkau pembaca. Portal berita tidak hanya menyajikan informasi melalui laman resmi, tetapi juga memanfaatkan Instagram, Facebook, Twitter/X, YouTube, dan TikTok untuk mendistribusikan berita. Kencana et al. (2022) menjelaskan bahwa portal berita online menggunakan media sosial untuk mencari ide berita, membangun keterlibatan dengan pembaca, memperoleh informasi tambahan, sekaligus memperluas jangkauan pemberitaan. Kondisi ini memperlihatkan bahwa konsumsi berita online mahasiswa tidak selalu terjadi melalui kunjungan langsung ke situs berita, tetapi juga melalui paparan konten berita yang muncul di media sosial.

Kompas.com menjadi salah satu media online arus utama yang relevan dikaji dalam konteks konsumsi berita mahasiswa. Relevansi tersebut muncul karena Kompas.com tidak hanya hadir sebagai portal berita, tetapi juga memiliki kanal distribusi digital melalui media sosial, termasuk akun Instagram @kompascom. Masitoh et al. (2022) menemukan bahwa nilai berita dan kredibilitas media akun Instagram @kompascom berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. Temuan tersebut menegaskan bahwa kredibilitas media menjadi faktor penting dalam menentukan apakah sebuah media online dipercaya dan dijadikan rujukan oleh pembaca.

Kepercayaan mahasiswa terhadap media massa menjadi isu penting karena tidak semua informasi yang beredar di ruang digital memiliki kualitas yang sama. Berita online yang disajikan secara cepat dapat membantu mahasiswa mengikuti perkembangan isu aktual, tetapi

kecepatan tersebut juga dapat menimbulkan persoalan apabila tidak diimbangi dengan akurasi, objektivitas, dan tanggung jawab jurnalistik. Saputra (2024) menemukan bahwa kualitas informasi berita online berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan pembaca, khususnya pada mahasiswa Ilmu Komunikasi. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa kepercayaan terhadap media tidak muncul hanya karena intensitas akses, tetapi juga karena penilaian pembaca terhadap mutu informasi yang diterima.

Persoalan kepercayaan terhadap media semakin kompleks karena ruang digital juga dipenuhi hoaks, misinformasi, judul sensasional, dan konten yang belum tentu melalui proses verifikasi jurnalistik. Nurhaipah dan Ramallah (2024) menegaskan bahwa literasi media menjadi kemampuan dasar bagi publik akademis dalam mengakses, menyaring, dan merujuk informasi yang akurat. Khotimah et al. (2024) juga menjelaskan bahwa era disrupsi digital dan post-truth menuntut masyarakat, terutama generasi muda, untuk memiliki keterampilan literasi media agar tidak mudah menerima informasi secara emosional tanpa memeriksa fakta. Pemahaman ini penting karena mahasiswa tidak hanya berperan sebagai pembaca berita, tetapi juga sebagai pengguna yang berpotensi menyebarkan informasi kepada lingkungan sosialnya.

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji hubungan antara media online, kredibilitas, dan kepercayaan pembaca. Adelia et al. (2023) membuktikan bahwa personal competence dalam literasi media berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan mahasiswa pada berita online. Hendrawan et al. (2024) juga menyoroti kredibilitas media online dalam pandangan mahasiswa dan menunjukkan bahwa kualitas penyajian berita menjadi bagian penting dalam membangun kepercayaan khalayak. Wardhani et al. (2024) menemukan adanya perbedaan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap berita berdasarkan jenis media penyajiannya. Berbagai temuan tersebut memperlihatkan bahwa isu kepercayaan terhadap media digital telah menjadi perhatian dalam kajian komunikasi, tetapi masih diperlukan penelitian yang secara khusus menghubungkan konsumsi berita online dengan tingkat kepercayaan mahasiswa pada media massa melalui studi pada Kompas.com.

Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus kajian yang menghubungkan konsumsi berita online dengan tingkat kepercayaan mahasiswa terhadap media massa dalam konteks Kompas.com. Konsumsi berita online dalam penelitian ini dipahami melalui frekuensi mengakses berita, durasi membaca, jenis platform, dan jenis konten yang dikonsumsi. Tingkat kepercayaan mahasiswa dipahami melalui penilaian terhadap akurasi berita,

objektivitas, kredibilitas media, dan tanggung jawab jurnalistik. Fokus ini penting karena konsumsi berita yang tinggi tidak selalu menjamin kepercayaan yang tinggi. Mahasiswa dapat sering mengakses berita, tetapi tetap mempertanyakan kredibilitas media apabila menemukan informasi yang kurang akurat, tidak berimbang, atau disajikan secara sensasional.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh konsumsi berita online terhadap tingkat kepercayaan mahasiswa pada media massa dengan studi pada Kompas.com. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan data kuesioner yang diberikan kepada mahasiswa sebagai responden. Melalui penelitian ini, diharapkan diperoleh gambaran empiris mengenai sejauh mana kebiasaan mahasiswa dalam mengonsumsi berita online berpengaruh terhadap kepercayaan mereka kepada media massa sebagai sumber informasi yang akurat, objektif, kredibel, dan bertanggung jawab.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pengukuran hubungan antarvariabel melalui data berbentuk angka yang dianalisis secara statistik. Jenis eksplanatif digunakan untuk menjelaskan pengaruh konsumsi berita online terhadap tingkat kepercayaan mahasiswa pada media massa, khususnya dalam konteks penggunaan Kompas.com sebagai sumber informasi. Desain penelitian yang digunakan adalah survei kuantitatif, karena data dikumpulkan secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner tertutup. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah konsumsi berita online, sedangkan variabel terikat adalah tingkat kepercayaan mahasiswa pada media massa. Konsumsi berita online diukur melalui indikator frekuensi mengakses berita, durasi membaca berita, jenis platform yang digunakan, dan jenis konten yang dikonsumsi. Tingkat kepercayaan mahasiswa diukur melalui indikator kepercayaan terhadap akurasi berita, objektivitas, kredibilitas media, dan tanggung jawab jurnalistik. Pemilihan desain survei dinilai relevan karena mampu menggambarkan kecenderungan sikap, persepsi, dan kebiasaan responden terhadap fenomena komunikasi digital secara terukur (Sugiyono, 2022).

Partisipan dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang pernah mengakses atau membaca berita melalui Kompas.com. Jumlah responden yang digunakan sebanyak 20 orang dengan teknik pengambilan sampel secara purposive sampling, yaitu pemilihan responden

berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner berbasis skala Likert dengan lima pilihan jawaban, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Instrumen penelitian terdiri atas 16 butir pernyataan, yaitu 8 butir untuk variabel konsumsi berita online dan 8 butir untuk variabel tingkat kepercayaan mahasiswa. Sebelum digunakan dalam analisis utama, instrumen telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan berada pada kategori sangat tinggi, sedangkan hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,986978985 sehingga instrumen dinyatakan reliabel. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan regresi linear sederhana untuk mengetahui pengaruh konsumsi berita online terhadap tingkat kepercayaan mahasiswa pada media massa. Analisis dilakukan dengan bantuan program pengolah data statistik agar hasil penelitian dapat disajikan secara objektif, sistematis, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Ghozali, 2021).

HASIL

Hasil penelitian ini disajikan berdasarkan data kuesioner yang diperoleh dari 20 responden. Variabel konsumsi berita online terdiri atas 8 butir pernyataan, yaitu X1 sampai X8, sedangkan variabel tingkat kepercayaan mahasiswa pada media massa terdiri atas 8 butir pernyataan, yaitu Y1 sampai Y8. Seluruh butir menggunakan skala Likert 1 sampai 5. Rekapitulasi data menunjukkan bahwa skor total konsumsi berita online berada pada rentang 17 sampai 40, sedangkan skor total tingkat kepercayaan mahasiswa berada pada rentang 17 sampai 36. Deskripsi umum hasil penelitian dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	N	Skor Minimum	Skor Maksimum	Rata-Rata	Standar Deviasi
Konsumsi Berita Online	20	17	40	30,05	6,97
Tingkat Kepercayaan Mahasiswa	20	17	36	27,20	5,69
Total Keseluruhan	20	34	76	57,25	12,59

Tabel 1 menunjukkan bahwa rata-rata skor konsumsi berita online sebesar 30,05 dari skor maksimum 40. Nilai tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan skor cukup tinggi terhadap pernyataan yang berkaitan dengan kebiasaan mengakses, membaca, dan menggunakan berita online. Rata-rata skor tingkat kepercayaan mahasiswa sebesar 27,20 dari skor maksimum 40. Skor tersebut menunjukkan bahwa

kepercayaan mahasiswa terhadap media massa berada pada tingkat sedang menuju tinggi berdasarkan sebaran jawaban responden.

Berdasarkan kategori rata-rata per responden, terdapat 9 responden yang memiliki konsumsi berita online pada kategori sangat tinggi, 4 responden pada kategori tinggi, 4 responden pada kategori sedang, dan 3 responden pada kategori rendah. Pada variabel tingkat kepercayaan mahasiswa, terdapat 3 responden pada kategori sangat tinggi, 8 responden pada kategori tinggi, 6 responden pada kategori sedang, dan 3 responden pada kategori rendah. Distribusi kategori tersebut disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Distribusi Kategori Responden Berdasarkan Variabel Penelitian

Kategori	Konsumsi Berita Online	Tingkat Kepercayaan Mahasiswa
Sangat Tinggi	9 responden	3 responden
Tinggi	4 responden	8 responden
Sedang	4 responden	6 responden
Rendah	3 responden	3 responden
Sangat Rendah	0 responden	0 responden

Tabel 2 menunjukkan bahwa kategori paling dominan pada variabel konsumsi berita online adalah sangat tinggi, sedangkan kategori paling dominan pada variabel tingkat kepercayaan mahasiswa adalah tinggi. Tidak terdapat responden yang berada pada kategori sangat rendah, baik pada variabel konsumsi berita online maupun tingkat kepercayaan mahasiswa.

Rata-rata skor setiap butir pernyataan juga dihitung untuk melihat kecenderungan jawaban responden pada masing-masing indikator. Pada variabel konsumsi berita online, butir X5 memperoleh rata-rata tertinggi sebesar 4,05, sedangkan butir X7 memperoleh rata-rata terendah sebesar 3,35. Pada variabel tingkat kepercayaan mahasiswa, butir Y4 memperoleh rata-rata tertinggi sebesar 3,85, sedangkan butir Y3 dan Y7 memperoleh rata-rata terendah, masing-masing sebesar 3,10. Rincian hasil tersebut dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Rata-Rata Skor Setiap Butir Pernyataan

Butir	Rata-Rata	Skor Minimum	Skor Maksimum
X1	3,70	2	5
X2	3,90	2	5
X3	3,75	2	5
X4	3,90	2	5
X5	4,05	2	5
X6	3,40	2	5

Butir	Rata-Rata	Skor Minimum	Skor Maksimum
X7	3,35	2	5
X8	4,00	2	5
Y1	3,20	2	4
Y2	3,55	2	5
Y3	3,10	2	4
Y4	3,85	3	5
Y5	3,20	2	4
Y6	3,55	2	5
Y7	3,10	2	4
Y8	3,65	2	5

Sebelum analisis regresi dilakukan, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel X dan Y memiliki nilai korelasi pada kategori sangat tinggi. Nilai validitas tertinggi terdapat pada butir X1 sebesar 0,955, sedangkan nilai validitas terendah terdapat pada butir X2 sebesar 0,860. Rincian hasil uji validitas disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Instrumen

Butir	Nilai Validitas	Kriteria
X1	0,955	Sangat Tinggi
X2	0,860	Sangat Tinggi
X3	0,884	Sangat Tinggi
X4	0,906	Sangat Tinggi
X5	0,927	Sangat Tinggi
X6	0,943	Sangat Tinggi
X7	0,947	Sangat Tinggi
X8	0,934	Sangat Tinggi
Y1	0,919	Sangat Tinggi
Y2	0,943	Sangat Tinggi
Y3	0,923	Sangat Tinggi
Y4	0,896	Sangat Tinggi
Y5	0,919	Sangat Tinggi
Y6	0,943	Sangat Tinggi
Y7	0,923	Sangat Tinggi
Y8	0,935	Sangat Tinggi

Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,987. Nilai tersebut lebih besar dari standar 0,60, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel. Ringkasan hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Jumlah Butir	Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
16	0,987	0,60	Reliabel

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh konsumsi berita online terhadap tingkat kepercayaan mahasiswa pada media massa. Hasil analisis menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,976 dan nilai koefisien determinasi sebesar 0,954. Nilai tersebut menunjukkan bahwa 95,4% variasi pada variabel tingkat kepercayaan mahasiswa dapat dijelaskan oleh variabel konsumsi berita online, sedangkan 4,6% sisanya berada di luar model penelitian ini. Ringkasan model regresi disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Ringkasan Model Regresi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of Estimate
0,976	0,954	0,951	1,261

Hasil uji ANOVA menunjukkan nilai F sebesar 369,177 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan layak untuk menjelaskan hubungan antara konsumsi berita online dan tingkat kepercayaan mahasiswa pada media massa. Rincian hasil uji ANOVA disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Uji ANOVA Regresi Linear Sederhana

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regresi	586,599	1	586,599	369,177	0,000
Residual	28,601	18	1,589		
Total	615,200	19			

Hasil analisis koefisien regresi menunjukkan nilai konstanta sebesar 3,243 dan nilai koefisien regresi konsumsi berita online sebesar 0,797. Nilai t hitung sebesar 19,214 dengan signifikansi 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa konsumsi berita online memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepercayaan mahasiswa pada media massa. Rincian hasil koefisien regresi disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Hasil Koefisien Regresi

Model	B	Std. Error	t	Sig.
Konstanta	3,243	1,261	2,573	0,019
Konsumsi Berita Online	0,797	0,041	19,214	0,000

Berdasarkan Tabel 8, persamaan regresi linear sederhana dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

$$Y = 3{,}243 + 0{,}797X \qquad (1)$$

Keterangan:
Y = Tingkat kepercayaan mahasiswa pada media massa
X = Konsumsi berita online

Persamaan (1) menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada skor konsumsi berita online diikuti oleh peningkatan skor tingkat kepercayaan mahasiswa sebesar 0,797 satuan. Nilai konstanta sebesar 3,243 menunjukkan nilai awal tingkat kepercayaan mahasiswa ketika variabel konsumsi berita online bernilai nol dalam model regresi.

Data negatif atau anomali juga ditemukan dalam hasil penelitian. Responden R9 memperoleh skor paling rendah pada kedua variabel, yaitu skor konsumsi berita online sebesar 17 dan skor tingkat kepercayaan sebesar 17. Responden R14 juga memperoleh skor rendah, yaitu 19 pada konsumsi berita online dan 17 pada tingkat kepercayaan mahasiswa. Selain itu, terdapat responden dengan konsumsi berita online sangat tinggi, tetapi tingkat kepercayaan tidak berada pada kategori sangat tinggi, seperti R10 dengan skor konsumsi berita online 34 dan skor tingkat kepercayaan 28, serta R18 dengan skor konsumsi berita online 34 dan skor tingkat kepercayaan 28. Data tersebut menunjukkan adanya beberapa variasi jawaban yang tidak sepenuhnya mengikuti pola umum kenaikan skor secara seimbang antara variabel X dan Y.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan telah memenuhi kriteria valid dan reliabel. Data deskriptif memperlihatkan bahwa konsumsi berita online mahasiswa cenderung berada pada kategori tinggi hingga sangat tinggi, sedangkan tingkat kepercayaan mahasiswa pada media massa cenderung berada pada kategori sedang hingga tinggi. Hasil regresi linear sederhana menunjukkan bahwa konsumsi berita online berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepercayaan mahasiswa pada media massa.

PEMBAHASAN

Temuan penelitian menunjukkan bahwa konsumsi berita online berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepercayaan mahasiswa pada media massa. Hasil regresi linear sederhana memperlihatkan nilai koefisien regresi sebesar 0,797 dengan signifikansi 0,000. Nilai tersebut menunjukkan bahwa peningkatan konsumsi berita online diikuti oleh peningkatan tingkat kepercayaan mahasiswa terhadap media massa. Hipotesis alternatif dalam penelitian ini dapat diterima karena variabel konsumsi berita online terbukti memiliki

pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepercayaan mahasiswa. Temuan ini menjawab tujuan penelitian, yaitu menganalisis pengaruh konsumsi berita online terhadap kepercayaan mahasiswa pada media massa, khususnya dalam konteks Kompas.com sebagai media berita online.

Kuatnya hubungan antara konsumsi berita online dan kepercayaan mahasiswa juga terlihat dari nilai koefisien determinasi sebesar 0,954. Artinya, sebesar 95,4% variasi tingkat kepercayaan mahasiswa dapat dijelaskan oleh konsumsi berita online, sedangkan sisanya sebesar 4,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kebiasaan mahasiswa dalam mengakses, membaca, dan menggunakan berita online memiliki hubungan yang sangat kuat dengan penilaian mereka terhadap media massa. Konsumsi berita online tidak hanya dipahami sebagai aktivitas membaca berita, tetapi juga sebagai proses pembentukan persepsi terhadap akurasi, objektivitas, kredibilitas, dan tanggung jawab media dalam menyajikan informasi.

Kecenderungan skor konsumsi berita online yang berada pada kategori tinggi hingga sangat tinggi menunjukkan bahwa mahasiswa merupakan kelompok yang aktif dalam mengakses informasi digital. Pola ini sejalan dengan temuan Nugraha et al. (2025) yang menjelaskan bahwa generasi muda memiliki pola konsumsi berita yang kuat melalui media digital dan berkaitan dengan tingkat literasi media mereka. Mahasiswa sebagai pengguna aktif media digital tidak hanya memperoleh informasi dari portal berita, tetapi juga dari distribusi berita melalui media sosial dan kanal digital lainnya. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa media online telah menjadi bagian dari kebiasaan informasi mahasiswa, sehingga intensitas akses dapat membentuk pengalaman dan kepercayaan terhadap media yang sering mereka gunakan.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan Saputra (2024) yang menemukan bahwa kualitas informasi berita online berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan pembaca. Kepercayaan pembaca terhadap media tidak hanya dibentuk oleh frekuensi membaca, tetapi juga oleh persepsi terhadap kualitas informasi yang disajikan. Berita yang dinilai akurat, jelas, relevan, dan bertanggung jawab cenderung memperkuat keyakinan pembaca terhadap media. Pada penelitian ini, konsumsi berita online yang tinggi dapat dimaknai sebagai adanya keterlibatan mahasiswa dengan isi berita, struktur penyajian berita, dan reputasi media. Keterlibatan tersebut berkontribusi terhadap pembentukan kepercayaan mahasiswa pada media massa.

Kepercayaan terhadap media massa juga berkaitan dengan kredibilitas media. Hendrawan et al. (2024) menjelaskan bahwa maraknya hoaks dan cara pengemasan berita menjadi faktor yang memengaruhi pandangan masyarakat terhadap kredibilitas media online. Bisri dan Syamsiyah (2024) juga menegaskan bahwa penilaian individu terhadap kepercayaan dan kredibilitas media berita memiliki relevansi penting, baik secara teoretis maupun praktis. Temuan penelitian ini memperkuat pandangan tersebut karena mahasiswa cenderung memberikan kepercayaan yang lebih tinggi ketika konsumsi berita online mereka juga tinggi. Artinya, pengalaman berulang dalam mengakses berita online dapat membentuk penilaian terhadap apakah media tersebut layak dipercaya atau tidak.

Meskipun hasil utama menunjukkan pengaruh positif dan signifikan, data penelitian juga memperlihatkan adanya variasi atau anomali pada beberapa responden. Beberapa responden memiliki skor konsumsi berita online tinggi, tetapi tingkat kepercayaannya tidak berada pada kategori sangat tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa konsumsi berita yang tinggi tidak selalu secara otomatis menghasilkan kepercayaan yang sangat tinggi. Faktor lain seperti pengalaman menemukan berita yang kurang akurat, paparan hoaks, gaya penyajian berita, judul sensasional, atau kemampuan literasi digital dapat memengaruhi sikap kritis mahasiswa terhadap media. Haliq et al. (2025) menegaskan bahwa kemampuan mahasiswa dalam menganalisis berita hoaks menjadi bagian penting dari literasi digital di tengah derasnya arus informasi media sosial.

Temuan ini juga dapat dibaca melalui perspektif bahwa mahasiswa tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga penilai kualitas informasi. Suratman et al. (2025) menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan publik terhadap berita dapat berbeda berdasarkan jenis media yang digunakan, termasuk media sosial dan media konvensional. Perbedaan sumber, bentuk penyajian, serta proses distribusi berita dapat memengaruhi cara khalayak menilai informasi. Pada konteks penelitian ini, Kompas.com sebagai media online arus utama memiliki peluang untuk membangun kepercayaan mahasiswa melalui konsistensi pemberitaan, akurasi informasi, penggunaan sumber yang jelas, serta penerapan prinsip jurnalistik yang bertanggung jawab.

Implikasi teoretis dari penelitian ini adalah memperkuat pemahaman bahwa konsumsi berita online memiliki hubungan erat dengan pembentukan kepercayaan terhadap media massa. Kepercayaan tidak hanya lahir dari reputasi media, tetapi juga dari pengalaman pengguna ketika mengakses dan menilai berita secara berulang. Temuan ini dapat

memperkaya kajian komunikasi massa dan media digital, terutama dalam menjelaskan hubungan antara perilaku konsumsi informasi dan persepsi kredibilitas media. Secara metodologis, penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan kuantitatif melalui survei dapat digunakan untuk mengukur kecenderungan hubungan antara konsumsi berita online dan kepercayaan mahasiswa secara terukur.

Implikasi praktis dari penelitian ini ditujukan kepada mahasiswa, media massa, dan lembaga pendidikan. Mahasiswa perlu meningkatkan literasi digital agar mampu membaca berita secara kritis, memeriksa sumber informasi, dan membedakan berita kredibel dari informasi yang meragukan. Media massa perlu menjaga kualitas pemberitaan melalui akurasi, objektivitas, transparansi sumber, dan tanggung jawab jurnalistik agar kepercayaan pembaca tetap terpelihara. Lembaga pendidikan tinggi juga dapat memanfaatkan temuan ini sebagai dasar untuk memperkuat pembelajaran literasi media, terutama bagi mahasiswa yang setiap hari berhadapan dengan arus informasi digital.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Jumlah responden yang digunakan hanya 20 mahasiswa, sehingga generalisasi hasil perlu dilakukan secara hati-hati. Penelitian ini juga hanya berfokus pada satu media, yaitu Kompas.com, sehingga belum menggambarkan kepercayaan mahasiswa terhadap media online lain secara lebih luas. Data penelitian dikumpulkan melalui kuesioner tertutup, sehingga belum menggali alasan mendalam di balik kepercayaan atau keraguan mahasiswa terhadap media massa. Penelitian selanjutnya disarankan melibatkan jumlah responden yang lebih besar, membandingkan beberapa portal berita online, serta menggunakan pendekatan campuran agar data kuantitatif dapat diperkaya dengan wawancara atau jawaban terbuka dari responden.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa konsumsi berita online berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepercayaan mahasiswa pada media massa dalam konteks Kompas.com. Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,797 dengan signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga hipotesis alternatif diterima. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,954 menunjukkan bahwa konsumsi berita online mampu menjelaskan 95,4% variasi tingkat kepercayaan mahasiswa, sedangkan 4,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini memperlihatkan bahwa semakin tinggi kebiasaan mahasiswa dalam mengakses, membaca, dan menggunakan berita

online, semakin tinggi pula kecenderungan kepercayaan mereka terhadap media massa sebagai sumber informasi. Data penelitian juga menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan telah memenuhi kelayakan pengukuran karena seluruh butir pernyataan valid dan reliabel dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,987.

Studi ini memberikan kontribusi terhadap kajian komunikasi massa dan media digital, khususnya dalam menjelaskan hubungan antara perilaku konsumsi berita online dan pembentukan kepercayaan mahasiswa terhadap media massa. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi media online agar terus menjaga akurasi, objektivitas, kredibilitas, dan tanggung jawab jurnalistik dalam menyajikan informasi kepada pembaca muda. Penelitian ini juga menegaskan pentingnya literasi media bagi mahasiswa agar mereka tidak hanya aktif mengonsumsi berita, tetapi juga mampu menilai kualitas informasi secara kritis. Penelitian selanjutnya disarankan melibatkan jumlah responden yang lebih besar, menggunakan objek media online yang lebih beragam, serta memadukan pendekatan kuantitatif dan kualitatif agar alasan di balik kepercayaan atau keraguan mahasiswa terhadap media massa dapat dijelaskan secara lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

Adelia, M., Hasbiyah, D., & Agustini. (2023). Pengaruh Personal Competence dalam Literasi Media terhadap Kepercayaan Mahasiswa pada Berita Online. *Karimah Tauhid, 2*(5), 2174–2183. https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v2i5.10529

Bisri, A. Z., & Syamsiyah, S. L. S. (2024). Kepercayaan terhadap Jurnalisme: Perspektif Baru Penilaian terhadap Media Berita. *Publicomm: Jurnal Ilmu Komunikasi, 1*(2), 15–29. https://publicomm.upstegal.ac.id/index.php/publicomm/article/download/26/14

Fitria, N. I., & Hariri, M. M. (2025). Analisis Pola Konsumsi Mahasiswa Perguruan Tinggi di Blitar terhadap Berita melalui Platform Berita Online Lokal. *MEKOMDA: Media Komunikasi Dakwah, 3*(1), 10–17. https://doi.org/10.28926/mekomda.v3i1.2142

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (Edisi ke-10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Haliq, A., Hafid, A., Asriadi, A., & Nojeng, A. (2025). Tingkat Literasi Digital: Kemampuan Mahasiswa dalam Menganalisis Berita Hoaks. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra, 11*(2), 1852–1868. https://doi.org/10.30605/onoma.v11i2.5277

Hendrawan, H., Nurhadi, Z. F., & Safitri, R. (2024). Kredibilitas Media Online Radarbandung.id dalam Pandangan Mahasiswa. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian, 10*(1), 101–118. https://doi.org/10.52434/jk.v10i1.3681

Kencana, W. H., Situmeang, I. V. O., Meisyanti, M., Rahmawati, K. J., & Nugroho, H. (2022). Penggunaan Media Sosial dalam Portal Berita Online. *IKRAITH-HUMANIORA:*

Jurnal Sosial dan Humaniora, 6(2), 136–145. https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/view/1509

Khotimah, K., Ekasari, S. R., Kholifah, E. N., Triyanti, N. A., Tafsir, T., Ismail, I., & Hidayatullah, A. F. (2024). Pentingnya Literasi Media Era Disrupsi Digital dan Post Truth. *ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi, 15*(2), 191–198. https://doi.org/10.24235/orasi.v15i2.10637

Masitoh, S., Nursanta, E., & Wulandari, C. (2022). Pengaruh Nilai Berita dan Kredibilitas Media Akun Instagram @kompascom terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Ilmu Komunikasi, 12*(1), 31–41. https://jurnal.akmrtv.ac.id/jik/article/view/294

Nugraha, M. R., Suseno, N. S., & Yatnosaputra, R. U. D. S. (2025). Pola Konsumsi Berita dan Tingkat Literasi Media pada Generasi Z di Kota Garut. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi, 10*(3), 669–683. https://doi.org/10.52423/jikuho.v10i3.1694

Nurhaipah, T., & Ramallah, Z. (2024). Literasi Media dalam Menangkal Informasi Hoaks Jelang Kontestasi Politik 2024. *Indonesian Journal of Digital Public Relations, 2*(2), 100–111. https://doi.org/10.25124/ijdpr.v2i2.6834

Saputra, M. R. (2024). Pengaruh Kualitas Informasi Berita Online Harian Jogja terhadap Tingkat Kepercayaan Pembaca: Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi di Beberapa Universitas Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Tambusai, 8*(3), 45713–45719. https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/22537

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Suratman, A., Salsabila, N., Sari, A., Lutfiana, R., Wijayanti, N. P., & Nugraha, J. T. (2025). Tingkat Kepercayaan Publik dalam Mengonsumsi Berita melalui Media Sosial vs Media Konvensional. *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora, 5*(1), Article 15. https://doi.org/10.53697/iso.v5i1.2466

Wardhani, A. C., Ashaf, A. F., Kartika, T., Aryanti, N. Y., Purnama, A., & Nugroho, M. Y. (2024). Tingkat Kepercayaan Masyarakat terhadap Media di Lampung. *Jurnal Ilmu Komunikasi, 22*(2), 238–254. https://doi.org/10.31315/jik.v22i2.8211