

**PENGARUH KONSUMSI BERITA POLITIK TERHADAP
PEMENUHAN INFORMASI BERITA POLITIK**

(Studi Korelasi pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri Berbadan
Hukum Kota Bandung Pembaca Portal Berita Detik.com)

SKRIPSI

diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan dan memperoleh gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi



oleh
Febbi Anggraeni
NIM 1801750

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2022**

**PENGARUH KONSUMSI BERITA POLITIK TERHADAP
PEMENUHAN INFORMASI BERITA POLITIK
(Studi Korelasi pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri
Berbadan Hukum Kota Bandung Pembaca Portal Berita
Detik.com)**

Oleh
Febbi Anggraeni

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

©Febbi Anggraeni
Universitas Pendidikan Indonesia
2022

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak
ulang, di foto kopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis

LEMBAR PENGESAHAN

Febbi Anggraeni

**PENGARUH KONSUMSI BERITA POLITIK TERHADAP
PEMENUHAN INFORMASI BERITA POLITIK
(Studi Korelasi pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri
Berbadan Hukum Kota Bandung Pembaca Portal Berita
Detik.com)**

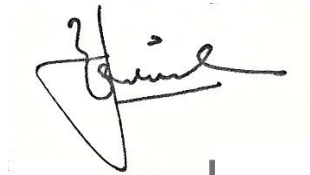
Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I,



Dr. Ridwan Effendi, M.Ed.
NIP. 196209261989041001

Pembimbing II,



Erwin Kustiman, M.I.Kom
NIDN. 0426127304

Mengetahui,

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA,**



Dr. Ahmad Fahrul Muchtar A, M.Si.
NIP.198507172014041001

ABSTRAK

Penerimaan khalayak terhadap pemberitaan *online* menjadi fokus utama dalam penelitian. Mengacu dari Widodo bahwa dewasa ini kredibilitas pemberitaan *online* menjadi pertanyaan karena kerap kali mengutamakan hal yang tidak semestinya. Hal ini bertolak belakang dengan etik jurnalisme mengenai kualitas karya jurnalisme. Media dihadapkan dengan paradoks antara kualitas berita dan juga kepuasan pembaca. Kariman menyatakan bahwa kualitas berita *online* dengan kredibilitas yang baik sangat berpengaruh pada tingkah laku dan wawasan publik sebagai pembaca informasi. Khalayak lebih percaya pada pemberitaan yang ditampilkan dengan penuh fakta, dijelaskan secara lengkap, kaya akan informasi, dan narasumber yang dipilih sesuai dengan konteks pemberitaan. Khalayak yang dimaksudkan adalah mahasiswa dari perguruan tinggi PTN-BH Kota Bandung yang menjadi pembaca portal berita *online* Detik.com. Maka dengan ini, penelitian ini akan berfokus pada bagaimana kepuasan mahasiswa terhadap aspek-aspek kredibilitas berita *online* seperti faktualitas (X1), akurasi (X2), kelengkapan (X3), relevansi (4), keberimbangan (X5), dan netralitas berita (X6). Landasan dalam melakukan penelitian ini adalah teori *Uses and Gratifications* oleh Katz dan Blumler mengenai keaktifan khalayak dalam mengkonsumsi, memilih, dan meninggalkan media yang dapat atau tidak memenuhi kepuasannya. Metodologi dalam penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan studi korelasi dan penggalian data menggunakan metode survei terhadap 100 mahasiswa PTN-BH Kota Bandung pembaca portal berita *online* Detik.com. Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa seluruh variabel dependen (Y) memiliki pengaruh yang signifikan dengan variabel independen (X) yaitu konsumsi berita kredibel dan pemenuhan kebutuhan informasi. Juga persentase seluruh variabel dependen (X) yang memengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi adalah sebesar 54.5%. Dengan kata lain, variabel faktualitas, akurasi, kelengkapan, relevansi, keberimbangan, dan netralitas hanya berpengaruh sebesar 54.5% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Sedangkan 45.5% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Detik.com, Kredibilitas, Pemenuhan Kebutuhan Informasi, Portal Berita *Online*

ABSTRACT

Public acceptance of online news is the main focus of this research. Referring to Widodo that nowadays the credibility of online reporting is a question because it often prioritizes things that are not appropriate. This is contrary to the ethics of journalism regarding the quality of journalism works. The media is faced with a paradox between news quality and reader satisfaction. Kariman stated that the quality of online news with good credibility is very influential on the behavior and insight of the public as information readers. The audience is more confident in the news that is presented with full facts, fully explained, rich in information, and selected sources according to the context of the news. The intended audience is students from PTN-BH Bandung City who are readers of the online news portal Detik.com. So with this, this research will focus on how students are satisfied with aspects of online news credibility such as factuality (X1), accuracy (X2), completeness (X3), relevance (4), balance (X5), and news neutrality (X6). The basis for conducting this research is the Uses and Gratifications theory by Katz and Blumler regarding the activeness of the audience in consuming, choosing, and leaving media that can or does not fulfill their satisfaction. The methodology in this research uses a quantitative approach with correlation studies and data mining using a survey method of 100 PTN-BH students in Bandung City, readers of the online news portal Detik.com. This study found that all dependent variables (X) had a significant effect with the independent variable (Y) namely credible news consumption and news reading satisfaction. Also the percentage of all dependent variables (X) that affect the satisfaction of reading the news is 54.5%. In other words, the variables of factuality, accuracy, completeness, relevance, balance, and neutrality only affect 54.5% of news reading satisfaction. While the other 45.5% are influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: *News Reading Satisfaction, Detik.com, Credibility, Online News Portal*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
UCAPAN TERIMA KASIH	ii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat/Signifikansi Penelitian	8
BAB II	10
KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Definisi dan Pemahaman Kredibilitas dalam Pemberitaan	10
2.2 Kredibilitas dalam Kaitan Kualitas Jurnalisme	11
2.3 Internalisasi Nilai Berita, Kredibilitas, dan Opini Publik	12
2.4 Pemenuhan Kebutuhan Informasi	13
2.5 Pemahaman Portal Berita <i>Online</i> dan Detik.com	14
2.6 Pemahaman pada Teori Kegunaan dan Kepuasan	16
2.7 Kerangka Teori	17
2.8 Paradigma Penelitian	18
2.9 Hipotesis Penelitian	19
BAB III	22
METODOLOGI PENELITIAN	22
3.1 Desain Penelitian	22
3.3 Populasi dan Sampel	24
3.4 Instrumen Penelitian	25
3.4.1 Kuesioner	26
3.4.2 Studi Kepustakaan.....	26
3.4.3 Skala Pengukuran.....	27
3.5 Operasionalisasi Variabel	27

3.6 Pengujian Instrumen Penelitian	36
2.6.1 Uji Validitas	36
2.6.2 Uji Reliabilitas	39
3.7 Prosedur Penelitian	42
3.8 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	43
3.8.1 Analisis Data Deskriptif	43
3.9 Uji Asumsi Klasik	44
3.9.1 Uji Normalitas	44
3.9.2 Uji Multikolinearitas	45
3.9.3 Uji Heterokedastisitas	46
3.10 Uji Hipotesis	46
3.10.1 Uji Korelasi	46
3.10.2 Uji T Parsial	47
3.10.3 Uji F Simultan	48
3.10.4 Analisis Regresi Linear Berganda	49
3.10.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2) dan Adjusted R^2	50
BAB IV	51
HASIL DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Profil Responden	51
4.2 Karakteristik Responden	52
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Instansi	53
4.3 Analisis Data Deskriptif Tanggapan Responden	54
4.3.1 Analisis Deskripsi Konsumsi Berita Politik Kredibel	55
4.3.1.1 Analisis Deskripsi Faktualitas Berita	57
4.3.1.2 Analisis Deskripsi Akurasi Berita	58
4.3.1.3 Analisis Deskripsi Kelengkapan Berita	59
4.3.1.4 Analisis Deskripsi Relevansi Berita	61
4.3.1.5 Analisis Deskripsi Keberimbangan Berita	62
4.3.1.6 Analisis Deskripsi Netralitas Berita	63
4.4 Uji Asumsi Klasik	66
4.4.1 Uji Normalitas	67
4.4.2 Uji Multikolinieritas	69
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	69

4.5 Uji Hipotesis	70
4.5.1 Uji Korelasi	70
4.5.2 Uji Regresi Linier Berganda	74
4.5.3 Uji F	76
4.5.4 Uji T	77
4.5.5 Uji Koefisien Determinasi dan Adjusted R ²	79
4.6 Pembahasan	79
4.6.1 Pembahasan Faktualitas Detik.com terhadap Pemenuhan kebutuhan informasi	80
4.6.2 Pembahasan Akurasi Detik.com terhadap Pemenuhan kebutuhan informasi	81
4.6.3 Pembahasan Kelengkapan Detik.com terhadap Pemenuhan kebutuhan informasi	82
4.6.4 Pembahasan Relevansi Detik.com terhadap Pemenuhan kebutuhan informasi	84
4.6.5 Pembahasan Keberimbangan Detik.com terhadap Pemenuhan kebutuhan informasi	85
4.6.6 Pembahasan Netralitas Detik.com terhadap Pemenuhan kebutuhan informasi	86
4.6.7 Pembahasan Konsumsi Berita Politik Kredibel di Portal Berita <i>Online</i> Detik.com terhadap Pemenuhan kebutuhan informasi Mahasiswa PTNBH Kota Bandung	88
BAB V	91
SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI	91
5.1 Simpulan	91
5.2 Implikasi	92
5.2.1 Implikasi Teoretis	92
5.2.2 Implikasi Praktis	93
5.3 Rekomendasi	94
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	101
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	101
Lampiran 2 Data Responden	106
Lampiran 3 Tanggapan Responden	113
Lampiran 4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	119
Lampiran 5 Analisis Data Deskriptif1	28
Lampiran 6 Hasil Olahan Data	131
Lampiran 8 Ringkasan Penelitian	134

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala Pengukuran.....	27
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabe.....	28
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas.....	37
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas X Terhadap Y.....	40
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1, X2, X3, X4, X5, X6, Y.....	41
Tabel 3. 6 Kriteria Kategorisasi.....	43
Tabel 3. 7 Distribusi Frekuensi.....	44
Tabel 3. 8 Derajat Hubungan.....	47
Tabel 4. 1 Sebaran Jenis Kelamin Responden.....	52
Tabel 4. 2 Sebaran Usia Responden.....	53
Tabel 4. 3 Sebaran Asal Instansi Responden.....	54
Tabel 4. 4 Statistik Deskriptif Konsumsi Berita Politik Kredibel (n=100).....	55
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Konsumsi Berita Politik Kredibel.....	56
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Variabel Faktualitas Berita (n=100).....	57
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Variabel Faktualitas Berita.....	57
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Variabel Akurasi Berita (n=100).....	58
Tabel 4. 9 Distribusi Frekuensi Variabel Akurasi Berita.....	59
Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif Variabel Kelengkapan Berita (n=100).....	60
Tabel 4. 11 Distribusi Frekuensi Variabel Kelengkapan Berita.....	60
Tabel 4. 12 Statistik Deskriptif Variabel Relevansi Berita (n=100).....	61
Tabel 4. 13 Distribusi Frekuensi Variabel Relevansi Berita.....	62
Tabel 4. 14 Statistik Deskriptif Variabel Keberimbangan Berita (n=100).....	62
Tabel 4. 15 Distribusi Frekuensi Variabel Keberimbangan Berita.....	63
Tabel 4. 16 Statistik Deskriptif Variabel Netralitas Berita (n=100).....	64
Tabel 4. 17 Distribusi Frekuensi Variabel Netralitas Berita.....	64
Tabel 4. 18 Statistik Deskriptif Variabel Pemenuhan kebutuhan informasiPolitik (n=100).....	65
Tabel 4. 19 Distribusi Frekuensi Variabel Pemenuhan kebutuhan informasiPolitik.....	66
Tabel 4. 20 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	67
Tabel 4. 21 Koefisiensi Korelasi.....	71
Tabel 4. 22 Hasil Uji Korelasi.....	71
Tabel 4. 23 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Teori.....	18
Gambar 2. 2 Bagan Paradigma Penelitian.....	19
Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....	23
Gambar 4. 1 P-Plot Uji Normalitas	68
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heterokedastisitas	70

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulla, R. A., Garrison, B., Salwen, M., Driscoll, P., & Casey, D. (2002). The credibility of newspapers, television news and *online* news. *A Paper Presented to the Mass Communication and Society Division, Association for Education in Journalism and Mass Communication, Annual Convention, Miami Beach, Fla., August 9, 2002*, 1–30.
- Aji, R. (2016). DIGITALISASI, ERA TANTANGAN MEDIA (Analisis Kritis Kesiapan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Menyongsong Era Digital). *Islamic Communication Journal*, 1(1), 43–54. <https://doi.org/10.21580/icj.2016.1.1.1245>
- Bakker, T. P., & de Vreese, C. H. (2011). Good news for the future? young people, internet use, and political participation. *Communication Research*, 38(4), 451–470. <https://doi.org/10.1177/0093650210381738>
- Bangun, E. P., A Koagouw, F. V. I., & Kalangi, J. S. (2019). Analisis Isi Unsur Kelengkapan Berita Pada Media *Online* Manadopostonline.com. *Acta Diurna Komunikasi*, 1(3), 4–13.
- Bednarek, M., & Caple, H. (2012). “Value added”: Language, image and news values. *Discourse, Context and Media*, 1(2–3), 103–113. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2012.05.006>
- Blumler, J. G. (2019). Uses and Gratifications Research. *The International Encyclopedia of Journalism Studies*, 1–8. <https://doi.org/10.1002/9781118841570.iejs0032>
- Costera Meijer, I., & Bijleveld, H. P. (2016). Valuable Journalism: Measuring news quality from a user’s perspective. *Journalism Studies*, 17(7), 827–839. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1175963>
- Daoud, J. I. (2018). Multicollinearity and Regression Analysis. *Journal of Physics: Conference Series*, 949(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/949/1/012009>
- Effendi, R. I. D. W. A. N., Sukmayadi, V. I. D. I., & Pandjaitan, I. R. (2019). The effects of doctors’ interpersonal communication on low-income inpatients’ satisfaction level. *J. Komun. Malays. J. Commun*, 35(1), 57-70.
- EXPLORING THE IMPACT OF MODALITY ON PERCEPTIONS OF CREDIBILITY FOR EXPLORING THE IMPACT OF MODALITY ON*

- PERCEPTIONS OF CREDIBILITY FOR*. (2007). *May 2013*, 37–41. <https://doi.org/10.1080/14616700500533668>
- Ezeh, N. C., Samson, A. C., & State, A. (2015). *Evaluation of Newspaper Reading Habits of Youths in Anambra*. 37, 63–72.
- Handiyani, P., & Hermawan, A. (2017). Kredibilitas Portal Berita *Online* Dalam Pemberitaan Peristiwa Bom Sarinah Tahun 2016 (Analisis Isi Portal Berita Detik.com dan Detik.com Periode 14 Januari- 14 Februari 2016). *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 51–68. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol12.iss1.art4>
- Haryadi, S. (2018). *Statistik Terapan: Pengujian Regulasi & Kebijakan Telekomunikasi*. February, 1–9. <https://doi.org/10.31227/osf.io/6xj7r>
- Hashim, N. H., Hasan, H., & Meloche, J. (2009). What's new in *online news? PACIS 2009 - 13th Pacific Asia Conference on Information Systems: IT Services in a Global Environment*, July.
- Huang, L. S., & Che, J. (2008). Analysis of variance, coefficient of determination and F-test for local polynomial regression. *Annals of Statistics*, 36(5), 2085–2109. <https://doi.org/10.1214/07-AOS531>
- Imran, H. A. (2013). Media Massa, Khalayak Media, The Audience Theory, Efek Isi Media dan Fenomena Diskursif. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 16(1), 47. <https://doi.org/10.31445/jskm.2012.160103>
- Joshi, A., Kale, S., Chandel, S., & Pal, D. K. (2015). *Likert Scale : Explored and Explained*. 7(4), 396–403. <https://doi.org/10.9734/BJAST/2015/14975>
- Juditha, C. (2013). News Accuracy in *Online Journalism* (News of Alleged Corruption The Constitutional Court in Detiknews). *Jurnal Pekommas*, 16(3), 145–154. <https://media.neliti.com/media/publications/222363-akurasi-berita-dalam-jurnalisme-online-k.pdf>
- Khaled, W., Lin, J., Han, Z., Zhao, Y., & Hao, H. (2019). Test for Heteroscedasticity in Partially Linear Regression Models. *Journal of Systems Science and Complexity*, 32(4), 1194–1210. <https://doi.org/10.1007/s11424-019-7374-2>
- Kunci, K., Baca, M., Pengajaran, F. B., & Penunjang, F. (n.d.). *Yurni Karim Abstrak Abstract A. PENDAHULUAN Ada ungkapan yang mengatakan “ Membaca itu*

memperkaya batin ”, kemudian “ Semakin banyak seseorang membaca semakin luas cakrawala berpikirnya ”. Benarkah ? Adalah suatu pertanyaan yang tidak memerlukan jawaban . 44–53.

- Lee, C. S. (2011). *Exploring emotional expressions on YouTube through the lens of media system dependency theory*. <https://doi.org/10.1177/1461444811419829>
- Lee, C. S., & Ma, L. (2012). News sharing in social media: The effect of gratifications and prior experience. *Computers in Human Behavior*, 28(2), 331–339. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.10.002>
- Leong, F. (2014). Positivist Paradigm. *Encyclopedia of Counseling*, 2(Pat 2), 45523. <https://doi.org/10.4135/9781412963978.n249>
- Lonsdale, A. J., & North, A. C. (2011). Why do we listen to music? A uses and gratifications analysis. *British Journal of Psychology*, 102(1), 108–134. <https://doi.org/10.1348/000712610X506831>
- MacGeorge, E. L., Feng, B., & Guntzviller, L. M. (2016). Advice: Expanding the Communication Paradigm. *Annals of the International Communication Association*, 40(1), 213–243. <https://doi.org/10.1080/23808985.2015.11735261>
- Mahmudah, D. (2011). *EVOLUSI TEORI KETERGANTUNGAN SISTEM MEDIA MENJADI TEORI INFRASTRUKTUR KOMUNIKASI* Dede Mahmudah. 15(2), 237–250.
- Nerone, J. (2011). Representing Public Opinion: US Newspapers and the News System in the Long Nineteenth Century. *History Compass*, 9(9), 743–759. <https://doi.org/10.1111/j.1478-0542.2011.00796.x>
- Parahita, T. A., & Rahardjo, T. (2019). Analisis Isi Tingkat Keberimbangan Berita Rubrik News Dan Showbiz Yang Disajikan Dalam Portal Berita Line Today. *Interaksi Online*, 26(2), 21–42. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/23340/21325>
- Prihartono, A. W. (2016). Surat Kabar & Konvergensi Media (Studi Deskriptif Kualitatif Model Konvergensi Media Pada Solopos). *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 4(1), 105–116. <https://doi.org/10.12928/channel.v4i1.4210>
- Putri, N. S., Hidayat, H., & Romli, R. C. (2021). Isu Dinasti Politik pada Pilkada

- Serentak 2020 di Media Daring: Analisis Isi Pemberitaan Detik.com. *Jurnal Studi Jurnalistik*, 3(2), 98–112. <https://doi.org/10.15408/jsj.v3i2.22988>
- Qorib, F., & Kariman, K. (2020). Kualitas Berita Pilkada Kota Malang di Media Daring. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 42–55. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.44>
- Rahadi, D. R. (2017). Perilaku Pengguna Dan Informasi Hoax Di Media Sosial. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1), 58–70. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v5i1.1342>
- Rakhmadani, R. (2020). Objektivitas Media di Tengah Pandemi Covid-19: Analisis Isi Berita tentang Penerapan New Normal di Indonesia pada Media Tirto.id. *Jurnal Audiens*, 1(2). <https://doi.org/10.18196/ja.12030>
- Rangga Galura, G. (2011). *Oleh : Rangga Galura Gumelar Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Jl Raya Jakarta KM 4 Perkembangan teknologi komunikasi saat ini semakin berkembang dengan pesat , salah satunya dengan kehadiran internet . Internet sebagai salah satu media baru mampu mengge.*
- Restendy, M. S., & Hilmi, F. (2020). *Social Media Influencer : Clickbait Dalam Pusaran Etika Jurnalistik*. 7(2).
- Sacha, D., Sedlmair, M., Zhang, L., Lee, J. A., Peltonen, J., Weiskopf, D., North, S. C., & Keim, D. A. (2017). What you see is what you can change: Human-centered machine learning by interactive visualization. *Neurocomputing*, 268, 164–175. <https://doi.org/10.1016/j.neucom.2017.01.105>
- Sehari-hari, K. (n.d.). *Pengaruh Kredibilitas Berita Dalam*.
- Sjoquist, D. L. (2018). *Georgia State University*. 36–45. <https://doi.org/10.11647/obp.0157.05>
- Stockemer, D., & Introduction, P. (n.d.). *Quantitative Methods for the Social Sciences*.
- Stroud, N. J., & Lee, J. K. (2013). Perceptions of Cable News Credibility. *Mass Communication and Society*, 16(1), 67–88. <https://doi.org/10.1080/15205436.2011.646449>
- Suciska, W., & Gunawibawa, E. Y. (2020). Pola Konsumsi Berita pada Kelompok Khalayak Digital di Kota Bandar Lampung. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 17(2), 249–266. <https://doi.org/10.24002/jik.v17i2.2484>

- Suhardi, E. (2016). *Inovasi Media Melalui Jurnalisme Online Studi Pada Tribun Timur Online di Makassar*.
- Susanti, S., & Erwina, W. (2020). Pesan Promosi Program Televisi dalam Akun Twitter @netmediatama. *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 12(1), 1–10. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v12i1.9634>
- Susanto, E., & Erdiansyah, R. (n.d.). *Pengaruh Motif Penggunaan Media dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pembaca Detikcom*. 293–299.
- Taber, K. S. (2018). *The Use of Cronbach ' s Alpha When Developing and Reporting Research Instruments in Science Education*. 1273–1296. <https://doi.org/10.1007/s11165-016-9602-2>
- Tejada, J. J., & Punzalan, J. R. B. (n.d.). *On the Misuse of Slovin ' s Formula*. 61(1), 129–136.
- Wang, T. A. O., & Lin, S. (2007). ' *Extending society ' : the role of personal networks and gratification-utilities in the use of interactive communication media*. 9(5), 795–810. <https://doi.org/10.1177/1461444807081225>
- Wardani, A. D., & Indrayani, H. (2018). Netralitas Konten Berita Online. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 1–7. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/interaksi/article/view/20688/14031>
- Widodo, Y. (2017). Menyoal Etika Jurnalisme Kontemporer: Belajar dari OhmyNews. *Jurnal ASPIKOM*, 1(1), 41. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v1i1.7>
- Yusuf, Y. (2017). Konstruksi Penalaran Statistis Pada Statistika Penelitian. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 7(1), 60. <https://doi.org/10.24246/j.scholaria.2017.v7.i1.p60-69>
- Zaenudin, H. N., & Effendi, R. (n.d.). *Milenial Generation ' S Information Literacy in*. 229, 118–127. <http://isodel.kemdikbud.go.id/assets/journal/index.php/isodel/article/view/30/21>

