

**Pengaruh Kualitas Isi Media terhadap Krisis Kepercayaan pada  
Generasi Z**

**Delviana Putri<sup>1</sup>, Feny Aprianti<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Islam Syekh Yusuf Tangerang

delvianaptr321@gmail.com<sup>1</sup>, apriantifenny12@gmail.com<sup>2</sup>

**ABSTRACT**

*In recent years, social media has become the largest source of news in digging up information and becoming a place to manage and propose news. Because individuals see it as a trend to switch from traditional media to digital media. Currently, in the era of increasingly advanced and rapid information and communication technology, not only the speed of information dissemination is needed by most people, but also the latest, accurate, and interesting news. This media trust crisis has created a sense of skepticism and distrust of what is conveyed by various media platforms. The beginning of the crisis was due to issues and rumors. The research conducted by the researcher aims to determine the main factors causing Generation Z to lose trust, to find out how the trust crisis can affect Generation Z in consuming news, and what steps are taken to overcome the trust crisis in increasing media literacy to be wiser in consuming news in the media. This study uses a quantitative research method, namely research that uses numbers to conduct research on the process of finding knowledge and using numbers as a tool to research the explanation of what we want to know. So that with this method can provide answers to the research that has been done, using the positivism paradigm. The results of the study revealed that less valid information and clickbait are the biggest contributors to the crisis of trust in Generation Z. On the other hand, media that presents informative content and is based on facts is more appreciated by Generation Z. This study also highlights that Generation Z relies on social media as the main source in meeting their information needs, so that the pattern of news distribution on social media greatly influences their opinions.*

**Keywords:** *media content quality, crisis of trust, generation z, digital literacy, media*

**ABSTRAK**

Pada beberapa tahun belakangan ini, sosial media menjadi sumber terbesar untuk berita dalam menggali informasi dan menjadi tempat untuk mengelola serta mengajukan berita. Karena individu melihatnya sebagai sebuah tren untuk beralih dari media tradisional ke media digital. Saat ini, di era teknologi informasi dan komunikasi yang semakin maju dan pesat, tidak hanya kecepatan penyebaran informasi yang dibutuhkan oleh kebanyakan masyarakat, melainkan juga berita terbaru, tepat, dan menarik. Krisis kepercayaan media ini menimbulkan rasa skeptis dan ketidakpercayaan terhadap apa yang disampaikan oleh berbagai platform media. Awal terjadinya krisis lantaran adanya isu dan rumor. Penelitian yang peneliti lakukan bertujuan untuk mengetahui faktor utama penyebab Generasi Z kehilangan kepercayaan, untuk mengetahui bagaimana krisis kepercayaan dapat memengaruhi Generasi Z dalam mengonsumsi berita, dan apa saja langkah yang diambil untuk mengatasi krisis kepercayaan dalam meningkatkan literasi media agar lebih bijak dalam mengonsumsi pemberitaan dalam media. Penelitian ini menggunakan

metode penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang menggunakan angka untuk melakukan riset proses menemukan pengetahuan dan memakai angka sebagai alat meriset penjelasan apa yang ingin kita ketahui. Sehingga dengan metode ini dapat memberikan jawaban dari riset yang telah dilakukan, dengan menggunakan paradigma positivisme. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa informasi yang kurang valid, dan clickbait penyumbang terbesar terhadap krisis kepercayaan pada Generasi Z. Sebaliknya, media yang menyajikan konten informatif, dan berlandaskan fakta lebih dihargai oleh generasi Z ini. Penelitian ini juga menyoroti bahwa Generasi Z mengandalkan media sosial sebagai sumber utama dalam memenuhi kebutuhan informasi, sehingga pola penyebaran berita di media sosial ini sangat memengaruhi opini mereka.

**Kata kunci:** kualitas isi media, krisis kepercayaan, generasi z, literasi digital, media

## **PENDAHULUAN**

Saat ini, di era teknologi informasi dan komunikasi yang semakin maju dan pesat, tidak hanya kecepatan penyebaran informasi yang dibutuhkan oleh kebanyakan masyarakat, melainkan juga berita terbaru, tepat, dan menarik. Pada media massa, media *online* lah yang mencakup beberapa hal tersebut. Dimulai dari diperlukannya internet sebagai platform, penggabungan proses antara cetak dan mengirim informasi memakai media elektronik, serta interaksi personal yang terasa individual. (Angga Trilang Abanat et al., 2023a)

Selain itu, kepercayaan merupakan aspek terpenting dan paling berdampak terhadap mekanisme sebuah rangkaian konsep, aturan, dan tata laksana yang telah dibentuk oleh pemerintah. Peranan pemerintah dalam menyelesaikan konfrontasi dapat memengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat. Salah satu contohnya adalah Krisis Kepercayaan terhadap media. Pada masa krisis kepercayaan media ini, sebagian masyarakat mungkin mengalami penurunan kepercayaan yang cukup signifikan terhadap media, atau berbagai sumber informasi, termasuk media tradisional dan media baru.

Krisis kepercayaan media ini menimbulkan rasa skeptis dan ketidakpercayaan terhadap apa yang disampaikan oleh berbagai platform media. Awal terjadinya krisis lantaran adanya isu dan rumor. Rumor yang dimaksudkan adalah informasi yang tidak jelas asal mulanya dari mana dan tidak terbukti kebenarannya, serta tidak bisa dipertanggungjawabkan mengenai isu yang terjadi karena setiap orang dan kelompok memiliki kesempatan untuk memperkirakan atau menganalisa sendiri tentang apa yang terjadi dan hal ini juga diperparah dengan adanya kekurangan informasi atau sebaliknya, baik dari kekurangan maupun kelebihan berdampak sama yaitu kebingungan dan ketidakpastian.

Pada beberapa tahun belakangan ini, sosial media menjadi sumber terbesar untuk berita dalam menggali informasi dan menjadi tempat untuk mengelola serta mengusulkan berita. Karena individu dilihat sebagai sebuah trend untuk beralih dari media tradisional ke media digital. Sebesar 45% anak muda saat ini mencari berita dengan media sosial dan 97% dari pengakses menjadikan smartphone sebagai

medianya. Mereka cenderung mengkonsumsi berita di media sosial karena mudah diakses, mudah digunakan, berita yang bervariasi, pilihan sudut pandang yang lebih luas, serta berperan penting dalam mencari berita yang sedang hangat diperbincangkan. Data Dewan Pers menunjukkan bahwa 1.819 media di Indonesia telah terverifikasi hingga 21 Februari 2024. Dengan 989 perusahaan, media digital adalah yang paling banyak.

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menemukan bahwa jumlah orang yang menggunakan internet di Indonesia pada tahun 2024 akan mencapai 221.563.479 orang, dari total populasi 278.696.200 orang pada tahun 2023. Menurut umur, mayoritas orang yang terlibat di internet ini adalah Gen Z (34,40), dengan generasi milenial (30,62 persen). Ini menunjukkan bahwa generasi Z saat ini mendominasi media massa.

Generasi Z umumnya lahir pada tahun 1997 hingga tahun 2012 yang dinamai 'digital natives' merupakan sebuah istilah yang biasanya digunakan untuk orang yang terlahir di era teknologi digital komputer dan aplikasinya, seperti internet, email, video game, dan pesang singkat. (Fadillah et al., 2022) dengan karakteristik cenderung lebih menguasai penggunaan teknologi masa kini dan cenderung menghabiskan rata-rata waktunya dengan ponsel (Muhammad Adnan Faidh et al., 2024). Generasi Z selalu tampak praktis, cermat, kuat, visualisasi, realistis, dan kesadaran kolektif. Mereka berharap dapat melihat kebutuhan informasi yang berbeda dari setiap orang dan memiliki kesempatan untuk menjawab pertanyaan secara langsung.

Adapun penelitian terdahulu, seperti Pengaruh Kualitas Informasi, Kegiatan Pemasaran, dan Reputasi Media Sosial terhadap Kepercayaan dan Keterlibatan Politik Generasi Z (Timotius Jordan Halomoan, Muhammad Akbar Nugroho, dan Reni Risqiani, 2023), dan Pengaruh Instagram sebagai Media Pemberitaan Covid-19 terhadap Tingkat Kepercayaan. Research Gap pada penelitian ini adalah tidak ada tingkat kepercayaan generasi Z terhadap kualitas konten media.

Setiap individu sebagai subjek yang diteliti perlu adanya penekanan terhadap tingkat kepercayaan pembaca. teori atribusi menurut Heider dengan pengalaman di masa lalu serta realita yang dimiliki oleh individu, mampu mempengaruhi dalam mengambil keputusan di masa yang akan datang. Berorientasi pada pengalaman yang berbeda dari setiap individunya berarti berbeda pula pengaruh yang didapatkan dalam membentuk kesan, keputusan, dan tingkah laku (Kalista et al., 2024).

Kredibilitas mengacu pada tingkat kepercayaan masyarakat terhadap media. Semakin kredibel media, semakin banyak kepercayaan masyarakat terhadap mereka. Sebaliknya, semakin rendah kredibilitas media, semakin rendah kepercayaan masyarakat terhadap mereka. Jurnalis harus mematuhi pedoman rumus 5W+1H yang sudah ditetapkan saat menulis berita. Dengan mengucapkan rumus tersebut, jurnalis dapat memastikan bahwa tulisan mereka memberikan pemahaman yang lengkap dan penting tentang peristiwa sesuai dengan fakta lapangan. Berikut adalah hasil penelitian: (Utama & Rohman, 2023)

Penelitian yang peneliti lakukan bertujuan untuk mengetahui faktor utama penyebab Generasi Z kehilangan kepercayaan, untuk mengetahui bagaimana krisis

kepercayaan dapat mempengaruhi Generasi Z dalam mengkonsumsi berita, dan apa saja langkah yang diambil untuk mengatasi krisis kepercayaan dalam meningkatkan literasi media agar lebih bijak dalam mengkonsumsi pemberitaan dalam media. Melalui tujuan tersebut penulis dapat mengukur seberapa besar pengaruh antara kualitas isi media terhadap krisis kepercayaan generasi Z.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang menggunakan angka untuk melakukan riset proses menemukan pengetahuan dan memakai angka sebagai alat meriset penjelasan apa yang ingin kita ketahui. Sehingga dengan metode ini dapat memberikan jawaban dari riset yang telah dilakukan. Penelitian dilakukan dengan tidak berinteraksi langsung dengan objek peneliti dengan objek penelitian. Penelitian kuantitatif adalah metode pencarian pengetahuan yang menggunakan data numerik untuk menganalisis informasi tentang apa yang ingin kita ketahui. (Dr. LA HATANI, 2023)

Masalah yang diajukan terkait erat dengan tujuan penelitian, dan jawaban biasanya terletak pada kesimpulan penelitian. Untuk tujuan penelitian dianggap baik, harus spesifik, terbatas, terukur, dan dapat divalidasi dengan melihat hasil penelitian. Tujuan akhir penelitian adalah membuat pertanyaan dan menemukan jawabannya. Tujuan dapat menghasilkan cabang penelitian. Tidak ada seorang pun yang memiliki kemampuan untuk menanyakan semua pertanyaan, dan tidak ada seorang pun yang memiliki kemampuan untuk menemukan semua jawaban untuk bahkan satu pertanyaan. Oleh karena itu, kita harus membatasi usaha kita dengan membatasi tujuan penelitian kita.

Paradigma positivis merupakan aliran filsafat yang bersumber atau tumbuh dari pemikiran filsuf Auguste Comte yang lahir di Montpellier, Perancis, pada tahun 1798. Sains dianggap bersifat deduktif, bergerak dari hal yang umum dan abstrak ke hal yang konkrit dan khusus. Sains dianggap non-teoretis. Dengan kata lain, sains didasarkan pada hukum sebab akibat yang universal dan melibatkan banyak variabel, paradigma positivis akhirnya memunculkan pendekatan kuantitatif. (Rosika et al., 2023)

Penelitian kuantitatif merupakan suatu metode penelitian berdasarkan filosofi positivisme, digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data dengan menggunakan alat penelitian, menganalisis data sebagai statistik kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang datanya berbentuk numerik dan dianalisis dengan menggunakan prosedur statistik. (Candra Susanto et al., 2024)

Penelitian jenis ini termasuk dalam kategori penelitian *ex post facto*, yang dapat digunakan oleh peneliti pendidikan dalam situasi yang sering mereka hadapi. Jenis penelitian ini dapat memberikan informasi berharga untuk proses pengambilan keputusan di bidang pendidikan. Penelitian ini hanya menentukan validitas variabel melalui pengukuran gejala responden, bukan pengolahan atau manipulasi. Studi ini juga dikenal sebagai penelitian pasca peristiwa. Dengan demikian, dapat disimpulkan

bahwa pendekatan *ex post facto* ini adalah pendekatan penelitian yang melihat situasi aktual. Ini tidak menawarkan strategi untuk memperbaiki sesuatu, tetapi hanya menunjukkan situasi aktual.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dengan berkembangnya teknologi, kecurigaan pada media semakin meningkat oleh media diyakini mempunyai pengaruh yang besar. Terdapat pandangan bahwa jurnalis tidak selalu bersikap jujur atau objektif, dan tidak selalu memberikan gambaran lengkap dari keseluruhan suatu berita. Pengaruh media dapat diartikan secara negatif dan dikaitkan dengan faktor-faktor psikologis seperti persepsi, sifat, dan karakter personal.

Umumnya, sikap negatif pada pengaruh media dapat menyebabkan menurunnya tingkat kepercayaan dan minat dalam mengonsumsi berita dari media tersebut. Penyebaran berita palsu, sindiran, hingga konten yang dimanipulasi, lebih buruk daripada bias media. Terdapat juga fenomena *clickbait* yang melibatkan judul berlebihan, sindiran, provokatif sehingga menimbulkan kebingungan. Akurat, tepat waktu, relevan, ekonomis, dan mudah dipahami dan diperoleh adalah beberapa kriteria kualitas informasi, yang berkontribusi pada peningkatan kepercayaan dalam interaksi *online*. (Timothy Jordan Halomoan, 2023)

Penilaian media berpaut pada isi pemberitaan yang sesuai dengan kode etik jurnalistik. Seorang jurnalis patut waspada dalam menulis sebuah berita, mengingat media memiliki kemampuan dalam mengontrol sosial sehingga dapat mempengaruhi opini khalayak. Menurut Mayer dan Ernest, kredibilitas adalah konsep yang kompleks, artinya berbagai aspek kehidupan dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan. (Angga Trilang Abanat et al., 2023b)

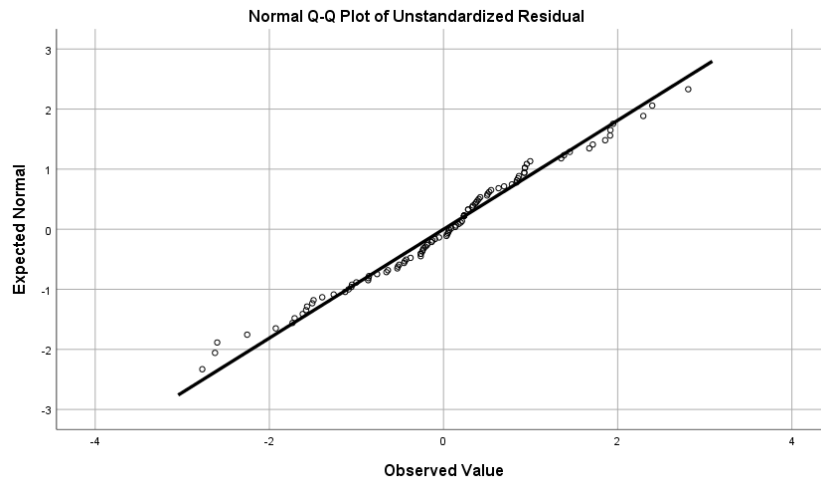
Kredibilitas merujuk pada tingkat kepercayaan masyarakat terhadap media. Semakin tinggi kredibilitas yang media miliki, maka semakin besar kepercayaan masyarakat, begitupun sebaliknya. Dalam pelaksanaan penulisan berita, jurnalis mengikuti pedoman rumus 5W+1H yang sudah ditetapkan. Dengan mengucapkan rumus tersebut, jurnalis dapat memastikan bahwa yang mereka tulis sudah meliputi keterangan yang lengkap dan fundamental dalam memahami peristiwa yang sedang terjadi sesuai dengan fakta lapangan. Adapun hasil penelitian yang diperoleh sebagai berikut:

Berdasarkan data yang didapatkan dari 100 orang responden yang mengonsumsi berita dari Media Massa tentang pengaruh kualitas isi media terhadap krisis kepercayaan Generasi Z, diketahui bahwa karakteristik responden dalam penelitian ini sebagai berikut:

### **1. Uji Normalitas**

Pengujian normalitas dilakukan dengan analisis *Grafik Normal P-Plot*, yaitu dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik normal. Dalam kasus di mana data tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arahnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas. Namun, dalam kasus di mana data

tersebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arahnya, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.



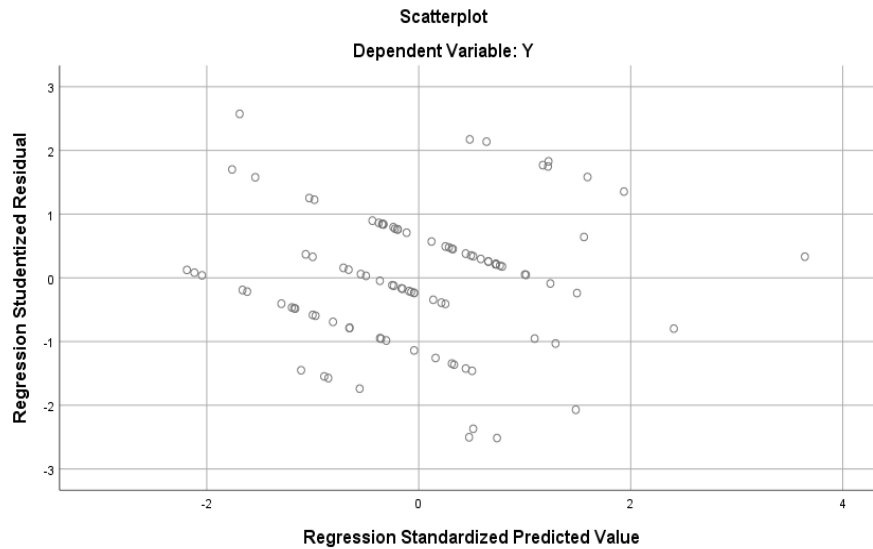
Berdasarkan gambar 1 di atas menunjukkan titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, seperti yang ditunjukkan pada gambar 1 sebelumnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini terdistribusi secara normal. Uji normalitas kedua, uji Kolmogorov-Smirnov, akan dilakukan untuk memastikan bahwa data tersebut benar-benar normal. Probabilitas (asymptotic significance) dapat digunakan sebagai dasar untuk pengambilan keputusan, misalnya:

1. Jika probabilitas  $> 0,05$  maka distribusi dari model regresi adalah normal.
2. Jika probabilitas  $< 0,05$  maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

Berdasarkan tabel 4.10 diketahui bahwa hasil uji normalitas data dengan Kolmogorov-Smirnov dapat disimpulkan dengan membandingkan nilai angka probabilitas atau Asymp. Sig (2-tailed) dengan taraf signifikansi 0,05 atau 5%, dengan pengambilan keputusan bahwa jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka distribusi data tidak normal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data penelitian tersebut berdistribusi normal.

## 2. Uji Heteroskedastisitas

Pada uji ini dapat dilihat dari grafik *scatterplot* berikut ini:



Dari grafik *scatterplot* pada *Generasi Z* tampak titik-titik tidak membentuk suatu pola tertentu. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa regresi tersebut layak dipakai untuk *Generasi Z* berdasarkan masukan variabel bebas.

### 3. Analisis regresi linier berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui hubungan variabel independen Kualitas Media, dan Krisis Kepercayaan terhadap *Generasi Z* dan akan dianalisis dengan menggunakan analisis regresi berganda dengan tingkat 0,05 atau 5%. Hasil regresi pada penelitian dapat dilihat pada tabel regresi 1 berikut:

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,172	1,289		,133	,894
X1	,046	,017	,353	2,701	,008
X2	,039	,027	,187	1,432	,155

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil regresi pada tabel 1, model persamaan regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2$$

$$Y = 0,172 + 0,046 + 0,039$$

Persamaan di atas memiliki arti bahwa:

Konstanta *a* sebesar 0,172 menunjukkan bahwa, jika *X1* dan *X2* (Kualitas Media dan Krisis Kepercayaan) sebesar 0 (tidak mengalami perubahan), maka *Y* (*Generasi Z*) memiliki nilai sebesar 0,172. Dari hasil analisis regresi diatas dapat disimpulkan

bahwa model regresi layak digunakan untuk memprediksi variabel bebas (Kualitas Media, dan Krisis Kepercayaan) terhadap variabel terikat.

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,172	1,289		,133	,894
	X1	,046	,017	,353	2,701	,008
	X2	,039	,027	,187	1,432	,155

a. Dependent Variable: Y

#### 4. Uji T

Uji t dilakukan untuk menunjukkan Kualitas Media, sebagai variabel independen, terhadap variabel dependen Generasi Z di media massa, ditunjukkan dengan uji t, dengan tingkat signifikansi 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Dengan mengikuti persyaratan berikut, persamaan dan penolakan hipotesis akan dilakukan:

1. Jika nilai  $\text{sig} \leq \alpha$  (0,05) dan  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ , Maka hipotesis diterima.
2. Jika nilai  $\text{sig} \geq \alpha$  (0,05) dan  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ , Maka hipotesis ditolak.

Nilai t tabel dengan tingkat signifikansi 0,05 dan derajat bebas (df) adalah  $df = n - k - 1 = 100 - 2 - 1 = 97$ , sehingga diperoleh nilai t tabel sebesar 0.67703. Hasil uji t parsial dapat dilihat dibawah ini:

Berdasarkan hasil uji t di atas, maka:

Hipotesis 1 = Kualitas Media berpengaruh terhadap Generasi Z. Berdasarkan tabel 4.12, diketahui bahwa variabel Kualitas Media (X1) sebesar 0,08. Karena nilai Sig. 0,008 < probabilitas 0,05, dan nilai  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  sebesar 2,701 > 0.67703, Artinya Kualitas media berpengaruh terhadap Generasi Z. Maka dapat disimpulkan pada penelitian ini adalah menerima hipotesis 1.

Hipotesis 2 = Krisis Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap Generasi Z. Berdasarkan tabel 4.12, diketahui bahwa variabel Krisis Kepercayaan (X2) sebesar 0,155. Karena nilai Sig 0,155 > probabilitas 0,05, Artinya Krisis Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap Generasi Z. Maka dapat disimpulkan pada penelitian ini adalah menolak hipotesis 2.

#### 5. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui Uji F digunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam studi secara bersamaan atau simultan. Uji ini akan menggunakan nilai signifikansi 5% atau 0,05% sesuai dengan kriteria berikut:

1. Jika  $\text{Sig} > \alpha$  maka  $H_0$  diterima. Artinya tidak ada pengaruh signifikan variabel independent terhadap variabel terikat.

2. Jika  $Sig < \alpha$  maka  $H_0$  ditolak. Artinya ada pengaruh signifikan variabel independent terhadap variabel terikat.

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	41,963	2	20,981	16,872	,000 <sup>b</sup>
Residual	120,627	97	1,244		
Total	162,590	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

$H_0$  : X1, X2 secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel Y

$H_1$  : X1, X2 secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Y

Berdasarkan Tabel output "Anova" SPSS di atas menunjukkan bahwa nilai Signifikansi (Sig) adalah  $0,000 < 0,05$ , jadi hipotesis diterima. Dengan kata lain, X1 (kualitas isi media) dan X2 (krisis kepercayaan) memiliki dampak signifikan terhadap Y (Generasi Z) secara bersamaan.

## 6. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah ukuran seberapa jauh kemampuan model untuk menjelaskan variabel dependen yang berbeda. Koefisien determinasi berkisar antara 0 dan 1. Semakin besar koefisien determinasi, semakin besar variasi yang disebabkan variabel independen terhadap variabel dependen.

Hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,508 <sup>a</sup>	,258	,243	1,11516

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Hasil koefisien determinasi pada tabel 4 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,243. Koefisien Adjusted r square sebesar 0,243 menunjukkan bahwa proporsi pengaruh variabel Kualitas Media dan Krisis Kepercayaan terhadap Generasi Z sebesar 24,3 persen sedangkan sisanya 75,7 persen (100 -243, persen) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian.

Berdasarkan hasil perhitungan yang didapat dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa kualitas isi media memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan Generasi Z terhadap media. Generasi Z, yang tumbuh di zaman majunya teknologi informasi dan komunikasi, lebih selektif terhadap informasi yang mereka konsumsi. Beberapa faktor seperti akurasi, kredibilitas sumber, serta

transparansi pemberitaan pada media menjadi hal yang penting dalam memengaruhi persepsi kepercayaan khalayak.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa informasi yang kurang valid, dan clickbait penyumbang terbesar terhadap krisis kepercayaan pada Generasi Z. Sebaliknya, media yang menyajikan konten informatif, dan berlandaskan fakta lebih dihargai oleh generasi Z ini. Penelitian ini juga menyoroti bahwa Generasi Z mengandalkan media sosial sebagai sumber utama dalam memenuhi kebutuhan informasi, sehingga pola penyebaran berita di media sosial ini sangat memengaruhi opini mereka.

Kesimpulannya, kualitas isi media yang rendah dapat memperburuk krisis kepercayaan pada Generasi Z, sementara peningkatan kualitas konten dapat menjadi langkah strategis untuk membangun kembali kepercayaan generasi muda terhadap media. Adapun, solusi yang dapat peneliti rekomendasikan terkait permasalahan penelitian ini adalah pentingnya pengenalan literasi media atau digital bagi generasi Z.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Kualitas isi media memiliki pengaruh signifikan terhadap krisis kepercayaan pada Generasi Z. Generasi ini, yang tumbuh di era digital, sangat terpapar berbagai informasi melalui media, baik yang kredibel maupun tidak. Kualitas isi media yang rendah—misalnya, informasi yang tidak akurat, bias, atau sensasional—memicu ketidakpercayaan terhadap sumber informasi, termasuk media arus utama. Sebaliknya, media dengan konten berkualitas tinggi yang faktual, transparan, dan relevan cenderung meningkatkan kepercayaan Generasi Z.

Namun, Generasi Z juga dikenal sebagai kelompok yang kritis terhadap informasi. Ketika mereka merasa bahwa media tidak memenuhi ekspektasi mereka terhadap keakuratan dan kejujuran, kepercayaan mereka pada institusi media menurun drastis. Faktor ini memperkuat kebutuhan akan literasi digital dan peran media untuk menghadirkan konten yang dapat dipertanggungjawabkan guna memitigasi krisis kepercayaan yang berkembang di kalangan Generasi Z.

### **Saran**

Kepada peneliti selanjutnya diharapkan lebih menekankan kepada generasi Z yang berusia pada 11-17 tahun karena di usia seperti inilah mereka mudah percaya akan sebuah berita dan setelah mereka tahu bahwa berita yang ia baca atau ia tonton melalui sebuah media itu tidak valid maka ia akan mudah mengalami krisis kepercayaan hal inilah yang menjadi masalah pokok bagi peneliti.

Untuk pembaca berita diharapkan lebih waspada dan lebih bijak dalam memilih media berita, pilihlah dari sumber sumber yang sudah terjamin keakuratannya dan jangan mudah percaya terhadap isu isu yang belum jelas arah dan sifat beserta kebenarannya.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Angga Trilang Abanat, S., Ana Andung, P., & Edizon Tuhana, V. (2023a). *Kredibilitas Pemberitaan Media Vice Indonesia (Analisis Isi Berita pada Media Online Vice.Com/Id) Media Vice Indonesia's Reporting Credibility (News Content Analysis On Online Media Vice.Com/Id)* (Vol. 17, Issue 2). [www.vice.com/id](http://www.vice.com/id).
- Angga Trilang Abanat, S., Ana Andung, P., & Edizon Tuhana, V. (2023b). *Kredibilitas Pemberitaan Media Vice Indonesia (Analisis Isi Berita pada Media Online Vice.Com/Id) Media Vice Indonesia's Reporting Credibility (News Content Analysis On Online Media Vice.Com/Id)* (Vol. 17, Issue 2). [www.vice.com/id](http://www.vice.com/id).
- Candra Susanto, P., Ulfah Arini, D., Yuntina, L., & Panatap Soehaditama, J. (2024). *Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka)*. <https://doi.org/10.38035/jim.v3i1>
- Dr. LA HATANI, SE., M. (2023). *Pengaruh Disiplin Kerja, Komitmen, Dan Karakteristik Individu Terhadap Total Quality Management (Studi Kasus Pada Aparatur Sipil Negara di Lingkup Pemerintah Kota Kendari)*. <https://osf.io/preprints/osf/4bjux>
- Fadillah, M., Nurbaqis, A., & Agustina, L. (2022). *Pengaruh Konten Digital Terhadap Generasi Z Dalam Pemanfaatan Media Sosial Dan Digital Native Di Kota Tanjungpinang*. 4(2).
- Faidh, Muhammad Adnan., Muhamad Esa Maulana., Ninda Ela Putri., Siti Indriyani Putri., Thasya Azhari Munir., & April Laksana. (2024). Peran Media Sosial X dalam Perkembangan Komunikasi di Era Digital. *Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 1(6), 43-51. <https://doi.org/10.62383/konsensus.v1i6.433>
- Kalista, A., Badriyah, A., Zhoulva Salim, N., Sunan Ampel Surabaya, N., Surabaya, K., & Jawa Timur, P. (2024). Perilaku Pengguna Media Sosial (Generasi Z) pada Mahasiswa Surabaya terhadap Berita Ringkas Pemilihan Umum 2024 Ditinjau dari Perspektif Teori Atribusi. *Jurnal Kewarganegaraan*, 8(2).
- Rosika, C., Fitrisia, A., & Ofianto, O. (2023). Analisis Paradigma Filsafat Positivisme. *COMSERVA: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(06), 2464-2473. <https://doi.org/10.59141/comserva.v3i06.1033>
- Timothy Jordan Halomoan, M. A. N. R. R. (2023). *Pengaruh Kualitas Informasi, Kegiatan Pemasaran dan Reputasi Media Sosial terhadap Kepercayaan dan Keterlibatan Politik Generasi Z*.
- Utama, F. R., & Rohman, F. (2023). Pendekatan Teori Atribusi pada Analisis Determinan Kualitas Audit. *Fatkhur Rohman Jurnal Akuntansi Indonesia*, 12(1), 43-55. <https://doi.org/10.30659/jai.12.1.43>