

ABSTRAK

Saat ini, masyarakat dapat mengakses berita via internet dengan membuka portal berita *online*. Berita-berita yang ditampilkan dalam jurnalisme *online* tentu lebih terkini ketimbang media pendahulunya. Sayangnya, kecepatan memperbaharui berita sering tidak sejalan dengan tingkat akurasi. Tingkat akurasi tersebut akan memengaruhi pikiran pembaca akan kredibilitas portal berita. Tidak hanya itu, kesiapan redaksional media dalam memersembahkan pelayanan terbaik saat membagikan informasi turut diperhatikan. Berita boleh saja sering diperbaharui, namun jika portal tidak mampu menampung akses dari khalayak ramai, tentu kredibilitas dipertaruhkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor kredibilitas media *online* detik.com terhadap perilaku memilih berita. Responden dari penelitian adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2013-2015 dengan alasan mereka pasti memahami proses kerja jurnalisme *online*. Faktor-faktor kredibilitas penelitian mengacu pada karakteristik dalam media *online* itu sendiri yaitu *trustworthiness*, *multimediality*, *interactivity* dan *hypertextuality*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner ke 95 mahasiswa. Teknik pengambilan *sampling* menggunakan *proportional stratified sampling*, sehingga masing-masing angkatan terwakili. Hasilnya, dalam korelasi *product moment* yang telah diolah, signifikansi korelasinya adalah 0,000 dengan nilai korelasi 0,695. Signifikansi lebih kecil dari 0,1, sehingga terdapat hubungan yang signifikan antara faktor kredibilitas media terhadap perilaku memilih berita. Hasil penelitian ini secara umum menunjukkan bahwa faktor kredibilitas media berpengaruh sebanyak 42,6% terhadap perilaku memilih berita.

Kata Kunci: Media *Online*, Kredibilitas Media, Detik.com, Perilaku, Berita

ABSTRACT

Nowadays, people can access news through the internet by opening online media. The news that is shown is more recent comparing by the previous media. Unfortunately, it is not that accurate. The accuracy will influence reader's mind about media online credibility. Also, the readiness of media's redaction at dedicating their best effort when distributing news should be noticed. The news could be updating recently but what if the portal rarely maintenance. For sure, it will bother the reader. This research is for knowing the influence of university's student about the factors of media's credibility towards their act choosing news. The respondent of this research is the university student of Communication Department of Science Year 2013-2015, UPN "Veteran" Yogyakarta. The factors are trustworthiness, multimediality, interactivity and hypertextuality. This research used quantitative method by spreading 95 questionnaires to the students. The technique for taking sampling used proportional stratified sampling, so all of the students from each year were represented. The result is significant. There is any relation between the perception and the act. It can be show by seeing at product moment's point. The correlation's significance is 0,000 and it is smaller than the margin error, 0,1. The result generally shows us that the credibility factor influencing 42,6% their act.

Keyword: Online Media, Media Credibility, Detik.com, News, Behavioral