

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi *Advertising*

Nama : Dhiramatri Anindina Putri

Judul Skripsi : Tingkat Kredibilitas Informasi Akun Instagram Tribunjogja pada Mahasiswa di Yogyakarta Pada Tahun 2019.

Tahun Skripsi 2019, 108 halaman, 57 lampiran, 33 buku, 15 jurnal, 14 media *online*.

Media sosial kini telah digunakan untuk penyampaian berita, salah satunya adalah media sosial Instagram. Akun resmi portal berita ternama dari media besar yaitu Tribunnews. Kemudian, mereka memiliki cabang koran di Yogyakarta. Akun instagramnya bernama “Tribunjogja”. Sebelum memasuki instagram, mereka berbentuk media koran. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif untuk menemukan kredibilitas media berita online di akun instagram Tribunjogja. Sampel dalam penelitian ini pengikut instagram Tribunjogja. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner, dilanjutkan rumus rata-rata, nilai tengah, dan nilai yang sering muncul. Peneliti menggunakan *Convenience Sampling* kepada 400 responden. Teknik pengukuran menggunakan skala likert dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Konsep Kredibilitas media *online* menggunakan konsep used Bruce Garrison, Michael B. Salwen, dan Paul D. Driscoll (2005). Dimana konsepnya memiliki 11 indikator yaitu *trustworthy, believable, balanced, report the whole story, fair, accurate, timely, current, up-to-date, biased, and objective*. Hasil penelitian mengindikasikan semua item valid menggunakan uji tes CFA dan realibilitas menggunakan *Alpha Cronbach*. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu dimensi *Trustworthiness* memiliki rata-rata dimensi paling unggul dengan rata-rata 4,2760. Hipotesis menggunakan uji *one sample t test*. Hipotesis pertama, hasilnya $< 0,05$, artinya asumsi hipotesis terdapat tingkat nilai kredibilitas yang tinggi informasi akun instagram Tribunjogja pada pengguna Mahasiswa di Yogyakarta diterima. Hipotesis kedua hasilnya $> 0,05$ artinya asumsi hipotesis tidak terdapat perbedaan rata-rata secara signifikan antara dimensi *trustworthy, currency, dan bias* dalam kredibilitas informasi akun instagram Tribunjogja pada pengguna mahasiswa di Yogyakarta dapat diterima

Kata kunci : Media Sosial, Jurnalistik Online, Kredibilitas Media *Online*, Instagram, Tribunjogja, Mahasiswa Jogja

ABSTRACT

Muhammadiyah University Yogyakarta

Faculty of Social and Political

Dapartement of Communication Study

Advertising Concertration

Name : Dhiramatri Anindina Putri

Title Thesis : The Level Of The Information Credibility Tribunjogja Instagram Account For Users Students In Yogyakarta In 2019

Thesis year 2019, 108 pages, 56 attachments, 33 books, 15 journals, 14 online media.

Social media has now been used for news delivery, one of which is social media Instagram. The official account of the news portal famous from a big media companies that Tribunnews. Then, they have in regional Yogyakarta. Instagram account that is "Tribunjogja". Before entering of instagram, they shaped the newspaper. The research uses a quantitative descriptive method to find out the credibility of the online news on Instagram account Tribunjogja. The sample of this research are followers Tribunjogja. The technique of data collection questioner, continued formula mean, median, and modus. Researchers using convenience sampling to 400 respondents. Measurement technique using likert scale from 1 (strongly disagree) until 5 (strongly agree). The credibility online media concept used Bruce Garrison, Michael B. Salwen, dan Paul D. Driscoll (2005) concept. The concept have 11 indicators that is trustworthy, believable, balanced, report the whole story, fair, accurate, timely, current, up-to-date, biased, and objective. The results of this study indicates all item valid using the CFA test and reliability using the Alpha Cronbach. Conclusion of the research is trustworthy dimension the highest average with total of 4,2760. The hypotesis test uses one simple t test. First hypotesis, the result $< 0,05$, it means assumning the hypotesis there is a level value of the high credibility of the information account Tribunjogja instagram on the users student in Yogyakarta is accepted. Second hypotesis, the result $> 0,05$, it means assumning the hypotesis there is no difference well blanded significantly between trustworthy, currency, and bias in credibility of the information account Tribunjogja instagram on the users student in Yogyakarta is accepted.

Keywords: Social Media, Online Journalism, Online Media Credibility, Instagram, Tribunjogja, Students of Yogyakarta