

Tingkat Kepercayaan Generasi Z Mahasiswa Universitas Esa Unggul terhadap Berita Program Makan Bergizi Gratis di Stasiun Televisi TvOne

Intan Anjeli Dhitya^{1*}, Erman Anom²

¹²Universitas Esa Unggul, Indonesia

*intananjeli08@student.esaunggul.ac.id

Abstract

This study examines the effect of information presentation accuracy on the trust level of Generation Z students at Universitas Esa Unggul toward TvOne's coverage of the Free Nutritious Meals Program. A quantitative survey was conducted among 88 Generation Z students residing in Bekasi, selected using the Slovin formula. Data were collected using a five-point Likert-scale questionnaire. Information presentation accuracy was treated as the independent variable (X), whereas trust level was the dependent variable (Y), represented by topic selectivity, fact selectivity, and journalistic assessment. The data were analysed using descriptive statistics, Spearman correlation, linearity testing, simple linear regression, F-test, t-test, and the coefficient of determination. Information presentation accuracy obtained a mean score of 4.2756 and trust level obtained 4.2377; both were categorised as very high. The regression result shows a positive and significant effect ($t = 7.789$; $p < .001$). The coefficient of determination ($R^2 = .414$) indicates that information presentation accuracy explains 41.4% of the variance in trust level, while 58.6% is associated with factors outside the model. These findings underline the importance of accurate and clear information presentation in strengthening Generation Z's trust in television news.

Keywords: Generation Z, Information Accuracy, Media Trust, Free Nutritious Meals Program, Television News.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh akurasi penyajian informasi terhadap tingkat kepercayaan Generasi Z mahasiswa Universitas Esa Unggul pada pemberitaan Program Makan Bergizi Gratis di TvOne. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 88 mahasiswa Generasi Z yang berdomisili di Bekasi; jumlah sampel ditentukan dengan rumus Slovin. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert lima poin. Akurasi penyajian informasi ditempatkan sebagai variabel independen (X), sedangkan tingkat kepercayaan sebagai variabel dependen (Y) yang direpresentasikan oleh selektivitas topik, selektivitas fakta, dan penilaian jurnalistik. Analisis meliputi statistik deskriptif, korelasi Spearman, uji linearitas, regresi linear sederhana, uji F, uji t, dan koefisien determinasi. Akurasi penyajian informasi memperoleh rerata 4,2756 dan tingkat kepercayaan 4,2377; keduanya berkategori sangat tinggi. Hasil regresi menunjukkan pengaruh positif dan signifikan ($t = 7,789$; $p < 0,001$). Koefisien determinasi ($R^2 = 0,414$) menunjukkan bahwa akurasi penyajian informasi menjelaskan 41,4% variasi tingkat kepercayaan, sedangkan 58,6% berkaitan dengan faktor di luar model. Temuan

menegaskan pentingnya ketepatan dan kejelasan penyajian informasi dalam memperkuat kepercayaan Generasi Z terhadap berita televisi.

Kata Kunci: Akurasi Informasi, Berita Televisi, Generasi Z, Kepercayaan Media, Program Makan Bergizi Gratis.

Pendahuluan

Transformasi ekosistem informasi telah memperluas pilihan sumber berita dari televisi ke platform digital seperti YouTube, TikTok, dan Instagram. Di tengah kelimpahan tersebut, televisi berita tetap memiliki posisi penting dalam komunikasi isu publik karena menjalankan proses jurnalistik dan menjangkau khalayak luas. TvOne merupakan salah satu stasiun televisi berita nasional yang secara aktif memberitakan kebijakan publik, termasuk Program Makan Bergizi Gratis (MBG).

Program MBG menjadi isu strategis karena berkaitan dengan pemenuhan gizi, sasaran penerima, anggaran, serta tata kelola layanan publik. Pada saat yang sama, sirkulasi informasi yang tidak akurat dan hoaks mengenai program tersebut dapat memengaruhi penilaian publik (Setyawan et al., 2025). Persoalan penelitian ini bukan semata-mata apakah Generasi Z masih menonton televisi, melainkan bagaimana mereka menilai ketepatan informasi yang disajikan dan apakah penilaian tersebut berkaitan dengan kepercayaan terhadap pemberitaan.

Survei AJI dan Remotivi (2024) menunjukkan bahwa kepercayaan publik terhadap media berkaitan dengan literasi media dan preferensi politik. Dalam konteks lintas negara, Facciani et al. (2023) juga memperlihatkan bahwa pola konsumsi dan kepercayaan terhadap media institusional maupun media daring perlu dipahami secara kontekstual. Sementara itu, Indrajaya dan Lukitawati (2019) menunjukkan bahwa bentuk berita di media sosial tidak serta-merta menghasilkan kepercayaan tinggi pada Generasi Z. Temuan-temuan tersebut menguatkan kebutuhan untuk menguji kembali kepercayaan Generasi Z pada berita televisi dalam konteks kebijakan publik yang aktual.

Penelitian ini menempatkan akurasi penyajian informasi sebagai variabel independen (X) dan tingkat kepercayaan sebagai variabel dependen (Y). Secara teoretis, Teori Kultivasi memberi kerangka makro mengenai posisi televisi sebagai lingkungan simbolik yang menghadirkan pola pesan berulang (Gerbner et al., 1980; Gerbner et al., 2002). Pada tingkat konstruk, model kepercayaan media Kohring dan Matthes (2007) menjelaskan kepercayaan sebagai konstruk multidimensional yang mencakup selektivitas topik, selektivitas fakta, akurasi penggambaran, dan penilaian jurnalistik. Dalam model penelitian ini, akurasi dipisahkan sebagai X, sedangkan tiga dimensi lainnya membentuk Y.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian bertujuan: (1) mendeskripsikan akurasi penyajian informasi tentang MBG di TvOne; (2) mendeskripsikan tingkat kepercayaan berdasarkan selektivitas topik, selektivitas fakta, dan penilaian jurnalistik; serta (3) menguji pengaruh akurasi penyajian informasi terhadap tingkat kepercayaan Generasi Z mahasiswa Universitas Esa Unggul yang berdomisili di Bekasi. Kebaruan penelitian terletak pada pengujian

empiris konstruk tersebut pada isu MBG, media televisi berita nasional, dan kelompok Generasi Z dalam satu model.

Landasan Teori

A. Teori Kultivasi

Teori Kultivasi memandang televisi sebagai bagian dari lingkungan simbolik yang dapat berkontribusi terhadap konsepsi khalayak mengenai realitas sosial melalui pola pesan yang relatif stabil dan berulang (Gerbner et al., 1980). Teori ini digunakan sebagai *grand theory* untuk menempatkan televisi dalam lingkungan informasi khalayak, bukan untuk mengukur efek kultivasi secara langsung. Penelitian tidak mengukur intensitas paparan maupun membandingkan *heavy viewers* dan *light viewers*; karena itu, teori digunakan secara proporsional sebagai konteks konseptual.

B. Kepercayaan Media dan Akurasi Informasi

Kohring dan Matthes (2007) menjelaskan kepercayaan terhadap berita sebagai faktor tingkat kedua yang dibentuk oleh kepercayaan pada selektivitas topik, selektivitas fakta, akurasi penggambaran, dan penilaian jurnalistik. Selektivitas topik berkaitan dengan keyakinan bahwa media memilih isu yang relevan; selektivitas fakta berkaitan dengan pemilihan fakta yang memadai; akurasi penggambaran berkaitan dengan ketepatan penyajian realitas; sedangkan penilaian jurnalistik berhubungan dengan profesionalitas dalam menilai dan menyusun berita.

Dalam penelitian ini, akurasi penyajian informasi dioperasionalkan melalui ketepatan data dan angka, kesesuaian dengan realitas, kejelasan bahasa dan penjelasan, serta tidak adanya penyajian berlebihan atau sensasional. Tingkat kepercayaan diukur melalui selektivitas topik, selektivitas fakta, dan penilaian jurnalistik. Pemisahan ini memungkinkan pengujian statistik mengenai kontribusi penilaian akurasi terhadap tingkat kepercayaan.

C. Penelitian Terdahulu dan Hipotesis

Rachmat (2023) menemukan kualitas pemberitaan kanal cek fakta berada pada kategori memuaskan dan menempatkan relevansi serta akurasi sebagai dimensi penting. Indrajaya dan Lukitawati (2019) menemukan bahwa tingkat membaca berita infografis dan berita ringkas memengaruhi tingkat kepercayaan, meskipun kepercayaan responden terhadap kedua bentuk berita tetap rendah. Facciani et al. (2023) menunjukkan perbedaan pola konsumsi media antara Indonesia dan Malaysia serta perbedaan kepercayaan pada media daring. Kajian tersebut sama-sama menegaskan bahwa kualitas berita, karakter khalayak, dan konteks media perlu diuji secara spesifik.

Hipotesis penelitian dirumuskan sebagai H_0 : akurasi penyajian informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan; dan H_1 : akurasi penyajian informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepercayaan Generasi Z mahasiswa Universitas Esa Unggul pada pemberitaan MBG di TvOne.

Metode Penelitian

Penelitian menggunakan paradigma positivistik, pendekatan kuantitatif, dan metode survei eksplanatif. Populasi penelitian adalah mahasiswa Generasi Z Universitas Esa Unggul yang berdomisili di Bekasi serta pernah menonton atau mengetahui pemberitaan MBG di TvOne. Sampel berjumlah 88 responden dan ditentukan menggunakan rumus Slovin. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner skala Likert lima poin (1 = sangat tidak setuju sampai 5 = sangat setuju).

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Posisi	Indikator/dimensi	Butir
Akurasi Penyajian Informasi (X)	Independen	Ketepatan data; kesesuaian realitas; kejelasan; tidak sensasional	4
Tingkat Kepercayaan (Y)	Dependen	Selektivitas topik; selektivitas fakta; penilaian jurnalistik	12

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2026

Validitas butir diuji menggunakan korelasi *Pearson product-moment* pada 30 responden uji coba dengan r tabel 0,3494 pada taraf 0,05. Reliabilitas dinilai menggunakan *Cronbach's alpha*. Data utama dianalisis melalui statistik deskriptif, korelasi Spearman, uji linearitas, uji normalitas residual, regresi linear sederhana, uji F, uji t, dan koefisien determinasi menggunakan SPSS. Kategori rerata adalah 1,00–1,80 sangat rendah; 1,81–2,60 rendah; 2,61–3,40 sedang; 3,41–4,20 tinggi; dan 4,21–5,00 sangat tinggi.

Hasil dan Pembahasan

A. Karakteristik Responden

Tabel 2. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	f	%
Jenis kelamin	Laki-laki	31	35,2
	Perempuan	57	64,8
Usia	17–19	38	43,2
	20–22	46	52,3
	23–27	4	4,5
Domisili	Bekasi	88	100,0

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2026

Responden perempuan berjumlah 57 orang (64,8%) dan laki-laki 31 orang (35,2%). Mayoritas berusia 20–22 tahun (52,3%), diikuti 17–19 tahun (43,2%) dan 23–27 tahun (4,5%). Seluruh responden berdomisili di Bekasi. Responden berasal dari berbagai fakultas; jumlah terbesar berasal dari Fakultas Ilmu Komunikasi (23; 26,1%), Ilmu Komputer (17; 19,3%), dan Ilmu-ilmu Kesehatan (15; 17,0%).

B. Uji Instrumen

Seluruh item variabel X dan Y pada uji coba 30 responden memiliki r hitung lebih besar daripada 0,3494 sehingga dinyatakan valid. *Cronbach's alpha* variabel X sebesar 0,755 dan variabel Y sebesar 0,871; keduanya menunjukkan konsistensi internal yang memadai.

C. Analisis Deskriptif

Tabel 3. Akurasi Penyajian Informasi (X)

Item	Mean	Kategori
AP1 Ketepatan data dan angka	4,32	Sangat tinggi
AP2 Kesesuaian dengan realitas	4,25	Sangat tinggi
AP3 Kejelasan bahasa dan penjelasan	4,58	Sangat tinggi
AP4 Tidak berlebihan/sensasional	3,95	Tinggi
Variabel X	4,2756	Sangat tinggi

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2026

Akurasi penyajian informasi memperoleh rerata 4,2756 dan berkategori sangat tinggi. AP3 memiliki nilai tertinggi (4,58), sedangkan AP4 terendah (3,95). Pola tersebut menunjukkan bahwa responden paling positif pada kejelasan bahasa, tetapi relatif lebih kritis terhadap penghindaran penyajian yang berlebihan.

Tabel 4. Dimensi Tingkat Kepercayaan (Y)

Dimensi	Item (mean)	Rerata	Kategori
Selektivitas topik	ST1 4,22; ST2 3,94; ST3 4,58; ST4 4,15	4,2216	Sangat tinggi
Selektivitas fakta	SF1 4,17; SF2 4,61; SF3 3,94; SF4 4,12	4,2131	Sangat tinggi
Penilaian jurnalistik	PJ1 3,81; PJ2 4,45; PJ3 4,55; PJ4 4,31	4,2784	Sangat tinggi
Tingkat Kepercayaan		4,2377	Sangat tinggi

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2026

Tingkat kepercayaan secara keseluruhan memperoleh rerata 4,2377. Penilaian jurnalistik merupakan dimensi tertinggi (4,2784), disusul selektivitas topik (4,2216) dan selektivitas fakta (4,2131). Temuan ini menunjukkan kuatnya penilaian responden terhadap profesionalitas dan kredibilitas kerja jurnalistik.

D. Hubungan dan Pengaruh Antarvariabel

Tabel 5. Korelasi, Asumsi, dan Ringkasan Model

Pengujian	Nilai	Sig.	Keputusan
Korelasi Spearman X-Y	0,702	<0,001	Positif kuat
Deviation from linearity		0,863	Hubungan linear
Kolmogorov-Smirnov residual		<0,001	Tidak normal
Shapiro-Wilk residual		<0,001	Tidak normal
Model regresi	R=0,643; R ² =0,414; R ² =0,407	Adj.	Std. error=0,31026

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2026

Koefisien Spearman sebesar 0,702 ($p < 0,001$) menunjukkan hubungan positif yang kuat antara X dan Y. *Deviation from linearity* sebesar 0,863 menunjukkan tidak terdapat penyimpangan signifikan dari linearitas. Namun, uji Kolmogorov-Smirnov dan Shapiro-Wilk sama-sama signifikan ($p < 0,001$), sehingga residual tidak memenuhi asumsi normalitas. Karena itu, hasil regresi ditafsirkan secara hati-hati sebagai keluaran model pada sampel, didukung oleh korelasi Spearman nonparametrik, dan bukan sebagai bukti kausalitas universal.

Tabel 6. Koefisien Dan Pengujian Model Regresi

Komponen	B	SE	Beta	t/F	Sig.
Konstanta	2,072	0,280		7,398	<0,001
Akurasi informasi (X)	0,507	0,065	0,643	7,789	<0,001
Uji F				60,666	<0,001

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2026

Persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 2,072 + 0,507X$. Koefisien X positif, yang berarti peningkatan satu satuan penilaian akurasi dalam model diikuti peningkatan prediksi tingkat kepercayaan sebesar 0,507 satuan. Uji F menunjukkan model signifikan ($F = 60,666$; $p < 0,001$), sedangkan uji t menunjukkan pengaruh X signifikan ($t = 7,789$; $p < 0,001$). Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_1 diterima. R^2 sebesar 0,414 menunjukkan bahwa 41,4% variasi Y dijelaskan oleh X, sedangkan 58,6% berkaitan dengan faktor di luar model.

Hasil menunjukkan bahwa akurasi penyajian informasi dan tingkat kepercayaan sama-sama berada pada kategori sangat tinggi. Dalam kerangka Kohring dan Matthes (2007), temuan ini konsisten dengan gagasan bahwa kepercayaan media merupakan evaluasi multidimensional terhadap proses seleksi dan penyajian berita. Nilai tertinggi pada penilaian jurnalistik menandakan bahwa profesionalitas dan kredibilitas jurnalis merupakan komponen penting dalam evaluasi responden. Pada saat yang sama, nilai lebih rendah pada netralitas dan penghindaran sensasionalisme menunjukkan ruang perbaikan yang tetap perlu diperhatikan.

Hubungan positif yang kuat dan koefisien regresi yang signifikan memperlihatkan bahwa penilaian atas ketepatan penyajian berjalan searah dengan kepercayaan. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Rachmat (2023) yang menempatkan relevansi dan akurasi sebagai unsur kualitas pemberitaan, serta memperluas kajian Indrajaya dan Lukitawati (2019) dari berita media sosial ke pemberitaan televisi. Perbandingan dengan Facciani et al. (2023) juga menegaskan bahwa kepercayaan media perlu dibaca dalam konteks pola konsumsi dan karakter khalayak.

Teori Kultivasi membantu menempatkan televisi sebagai lingkungan simbolik yang secara berulang menyajikan isu publik (Gerbner et al., 1980; Gerbner et al., 2002). Akan tetapi, karena penelitian ini tidak mengukur intensitas paparan, hasilnya tidak membuktikan efek kultivasi secara langsung. Kontribusi penelitian bersifat empiris dan kontekstual: pada 88 mahasiswa Generasi Z Universitas Esa Unggul di Bekasi, akurasi penyajian informasi tentang MBG di TvOne berkaitan positif dan signifikan dengan tingkat kepercayaan. Keterbatasan normalitas residual, teknik sampling, penggunaan data persepsi, dan cakupan satu lokasi membatasi generalisasi.

Kesimpulan

Akurasi penyajian informasi memperoleh rerata 4,2756 dan tingkat kepercayaan 4,2377; keduanya berkategori sangat tinggi. Dimensi tingkat kepercayaan terdiri atas selektivitas topik (4,2216), selektivitas fakta (4,2131), dan penilaian jurnalistik (4,2784). Akurasi penyajian informasi berhubungan positif kuat dengan tingkat kepercayaan ($r_s = 0,702$; $p < 0,001$) dan berpengaruh positif signifikan dalam model regresi ($B = 0,507$; $t = 7,789$; $p < 0,001$). Model menjelaskan 41,4% variasi tingkat kepercayaan ($R^2 = 0,414$), sedangkan 58,6% berkaitan dengan faktor di luar model.

TvOne disarankan mempertahankan kejelasan penyampaian, profesionalitas, dan keberagaman sumber, sembari mengevaluasi netralitas dan kecenderungan penyajian berlebihan. Penelitian selanjutnya dapat memasukkan literasi berita, kredibilitas sumber, intensitas terpapar, persepsi netralitas, dan kebiasaan verifikasi, menggunakan wilayah serta kelompok responden yang lebih beragam, dan mempertimbangkan metode estimasi yang robust terhadap pelanggaran normalitas.

Daftar Pustaka

- Aliansi Jurnalis Independen, & Remotivi. (2024). Di antara literasi dan bias politik: Studi tentang tingkat kepercayaan publik terhadap media di Indonesia. <https://aji.or.id/data/hasil-survei-di-antara-literasi-dan-bias-politik>
- Facciani, M., Idris, I. K., & Weninger, T. (2023). Comparison of news literacy, media consumption, and trust between Indonesia and Malaysia. *Asian Journal of Media and Communication*, 7(2), 83–100. <https://doi.org/10.20885/asjmc.vol7.iss2.art2>

- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1980). The “mainstreaming” of America: Violence profile no. 11. *Journal of Communication*, 30(3), 10–29. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1980.tb01987.x>
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., Signorielli, N., & Shanahan, J. (2002). Growing up with television: Cultivation processes. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (2nd ed., pp. 43–67). Lawrence Erlbaum Associates.
- Herdiana, D. (2025). Implementasi kebijakan Makan Bergizi Gratis (MBG): Faktor-faktor pendorong dan penghambat. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(2), 470–478. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15063556>
- Indrajaya, S. E., & Lukitawati, L. (2019). Tingkat kepercayaan Generasi Z terhadap berita infografis dan berita ringkas di media sosial. *Jurnal Komunikasi*, 11(2), 169–182. <https://doi.org/10.24912/jk.v11i2.5045>
- Kohring, M., & Matthes, J. (2007). Trust in news media: Development and validation of a multidimensional scale. *Communication Research*, 34(2), 231–252. <https://doi.org/10.1177/0093650206298071>
- Presiden Republik Indonesia. (2024). Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 83 Tahun 2024 tentang Badan Gizi Nasional.
- Rachmat, R. F. (2023). Tingkat kepuasan pembaca terhadap kualitas pemberitaan kanal cek fakta pada portal online Kompas.com [Skripsi sarjana, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta]. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/74760>
- Setyawan, E., Rianto, Wardana, K., Sugihartanto, Pratama, R. A., & Ibrahim, M. (2025). Analisis wacana berita hoaks tentang Program Makan Bergizi Gratis (MBG) menggunakan pendekatan socio-cognitive Teun A. van Dijk. *Jurnal Audiens*, 6(2), 254–277. <https://doi.org/10.18196/jas.v6i2.607>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.