

**PENGARUH *BRAND IMAGE* MEDIA ONLINE TERHADAP TINGKAT  
KEPERCAYAAN DI KALANGAN MAHASISWA D.I. YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Diajukan Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi  
Universitas Ahmad Dahlan



**OLEH:  
DIMAS TITO MAHARDIKA  
1900030253**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS SASTRA BUDAYA DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN YOGYAKARTA**

**2024**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH *BRAND IMAGE* MEDIA ONLINE TERHADAP TINGKAT  
KEPERCAYAAN DI KALANGAN MAHASISWA D.I. YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Sebagai Salah Satu  
Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi  
Universitas Ahmad Dahlan**

**Oleh:**

**DIMAS TITO MAHARDIKA**

**1900030253**

**Telah Disetujui Oleh:**

**Dosen Pembimbing Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sastra,  
Budaya, dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan dan dinyatakan telah  
memenuhi syarat untuk diujikan**

**Pembimbing, 16 Februari 2024**



**Rendra Widyatama., S.IP., M.Si., Ph.D**

**NIPM. 196707232005011001**

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH *BRAND IMAGE* MEDIA ONLINE TERHADAP TINGKAT  
KEPERCAYAAN DI KALANGAN MAHASISWA D.I. YOGYAKARTA

SKRIPSI

Oleh:

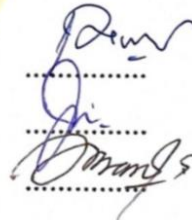
DIMAS TITO MAHARDIKA

1900030253

Skripsi ini dipertahankan di depan panitia ujian skripsi pada tanggal  
16 Februari 2024 dan telah diterima sebagai salah satu syarat untuk  
Memperoleh Gelar Sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas  
Sastra, Budaya dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan

SUSUNAN PANITIA UJIAN SKRIPSI:

1. Ketua : Rendra Widyatama, S.IP., M.Si., Ph.D
2. Penguji 1 : Lukman Hakim, S.Kom.I., M.A
3. Penguji 2 : Iman Sumarlan, S.IP., M.H.I



Yogyakarta, 16 Februari 2024

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Sastra, Budaya dan Komunikasi

Dekan,



Wajiran, S.S., M.A., Ph.D

NIPM. 19791218 200309 111 0900733

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dimas Tito Mahardika  
NIM : 1900030253 Email: dimastito67@gmail.com  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Sasta, Budaya, dan Komunikasi  
Judul : Pengaruh *Brand Image* Media *Online* terhadap Tingkat Kepercayaan di Kalangan Mahasiswa D.I Yogyakarta

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya ajukan sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana ilmu komunikasi (S.I.Kom) merupakan hasil pekerjaan saya sendiri, bukan karya yang sudah diajukan di perguruan tinggi lain kecuali bagian-bagian tertentu yang saya kutip sebagai acuan dengan tata cara dan etika penulisan karya ilmiah, bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 16 Februari 2024

menyatakan,



Dimas Tito Mahardika  
NIM 1900030253

Mengetahui  
Ketua Program Studi,

Fitrinanda An Nur, S.I.Kom., M.A  
NIPM. 19930605 201810 011 1311335

## PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dimas Tito Mahardika  
NIM : 190003025  
Email : [dimastito67@gmail.com](mailto:dimastito67@gmail.com)  
Fakultas : Sastra, Budaya dan Komunikasi  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image Media Online Terhadap Tingkat Kepercayaan di Kalangan Mahasiswa D.I. Yogyakarta

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Ahmad Dahlan maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan dan hasil pelaksanaan penelitian dan implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing
4. Dalam karya saya tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Ahmad Dahlan.

Yogyakarta, 16 Februari 2024



Dimas Tito Mahardika  
NIM 1900030253

## PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Yang bertanda tangan di bawah ini:


Nama : Dimas Tito Mahardika  
NIM : 1900030253  
Email : [dimastito67@gmail.com](mailto:dimastito67@gmail.com)  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Sastra, Budaya, dan Komunikasi  
Judul : Pengaruh *Brand Image* Media *Online* terhadap Tingkat Kepercayaan di Kalangan Mahasiswa D.I Yogyakarta

Dengan ini saya menyerahkan hak sepenuhnya kepada Perpustakaan Universitas Ahmad Dahlan untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya Saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut.

Saya (~~mengijinkan~~/~~tidak mengijinkan~~)\* karya tersebut diunggah ke dalam Repository Perpustakaan Universitas Ahmad Dahlan.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 16 Februari 2024  
Yang menyatakan,



Dimas Tito Mahardika  
NIM 1900030253

Mengetahui,  
Pembimbing



Rendra Widyatama., S.IP., M.Si., Ph.D  
NIP. 196707232005011001

## **MOTTO**

"Apapun yang menjadi takdirmu, akan mencari jalannya menemukanmu."

– **Ali bin Abi Thalib**

*“The best way to predict your future is to create it.”*

– **Abraham Lincoln**

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Karya ini peneliti persembahkan kepada:

Orang tua yang selalu memberikan dukungan kepada peneliti setiap waktu.

Kakak peneliti yang juga memberi semangat untuk menyelesaikan skripsi.

Bapak Ibu Dosen Prodi Ilmu Komunikasi atas bimbingan dan juga arahnya.

Serta teman-teman Prodi Ilmu Komunikasi UAD 2019.



## KATA PENGANTAR

### **Assalamu'alaikum Wr. Wb**

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat hidayah-Nya. Sehingga kita masih diberi kesempatan untuk mampu menyelesaikan tugas dan kewajiban sebagai mahasiswa. Sholawat serta salam tak lupa kita haturkan pada Junjungan Besar Nabi Muhammad SAW.

Skripsi dengan judul “PENGARUH *BRAND IMAGE* MEDIA *ONLINE* TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN DI KALANGAN MAHASISWA DI YOGYAKARTA” ini merupakan suatu syarat untuk menempuh gelar strata 1 (S-1) Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.

Saat pengerjaan penelitian ini, tentunya peneliti tidak dapat bekerja secara maksimal tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Sehingga pada kesempatan ini peneliti menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan anugerah-Nya peneliti mampu menyelesaikan penelitian ini hingga selesai.
2. Prof. Dr. Muchlas, M.T, Selaku Rektor Universitas Ahmad Dahlan.
3. Wajiran, S.S., M.A., Ph.D, Selaku Dekan Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.
4. Fitrinanda An Nur, S.I.Kom., M.A, Selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.

5. Rendra Widyatama, S.I.P., M.Si., Ph.D, Selaku dosen pembimbing skripsi yang senantiasa memberi arahan dan masukan pada penelitian ini.
6. Selaku dosen penguji skripsi
7. Bapak/Ibu Dosen di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.
8. Bapak/Ibu Segenap Karyawan di Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi UAD.
9. Teman-teman seperjuangan di Prodi Ilmu Komunikasi 2019.

Akhir kata peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan peneliti berharap agar skripsi ini dapat memberi manfaat bagi semua pihak dan menjadi bahan masukan dalam kajian Ilmu Komunikasi.

Yogyakarta, 25 Januari 2024



Dimas Tito Mahardika

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES .....	iii
SURAT PERNYATAAN .....	iv
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	vi
MOTTO .....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
INTISARI.....	xi
ABSTRACT.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
1. Manfaat teoritis .....	5
2. Manfaat praktis .....	5
E. Limitasi Penelitian .....	5
F. Kajian Pustaka.....	6
1. Penelitian Sebelumnya.....	6
2. Kerangka Teori .....	9
G. Kerangka Pemikiran .....	17
H. Definisi Konseptual .....	18

I. Definisi Operasional .....	18
J. Hipotesis .....	19
K. Metode Penelitian .....	19
1. Jenis Penelitian .....	20
2. Lokasi/Objek Penelitian.....	20
3. Waktu Penelitian.....	20
4. Populasi dan Sampel.....	21
5. Teknik Sampling.....	21
6. Teknik Validasi Data (Uji Validitas dan Reliabilitas).....	23
7. Teknik Analisis Data .....	23
BAB II DESKRIPSI UMUM.....	24
A. Gambaran Umum Mahasiswa DI Yogyakarta.....	24
1. Jumlah Mahasiswa di DIY.....	26
2. Jumlah Perguruan Tinggi di DIY .....	26
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN .....	28
A. Profil Responden .....	28
1. Kelompok Responden Berdasarkan Domisili.....	28
2. Kelompok Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	29
3. Kelompok Responden Berdasarkan Usia .....	30
4. Kelompok Responden Berdasarkan Asal Kampus .....	30
B. Statistika Deskriptif Variabel Penelitian.....	31
C. Hasil Uji Validitas .....	32
1. Uji Validitas Brand Image .....	33
2. Uji Validitas Tingkat Kepercayaan (Trust) .....	33
D. Uji Reliabilitas.....	34
1. Brand Image.....	35
2. Tingkat Kepercayaan (Trust).....	35
E. Uji Normalitas .....	35

F. Uji Linearitas .....	36
G. Uji Hipotesis .....	36
1. Uji t .....	36
2. Uji Analisis regresi linear sederhana .....	37
3. Uji Koefisien Determinasi (Uji $R^2$ ) .....	38
H. Pembahasan .....	39
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN .....	43
A. Kesimpulan .....	43
B. Saran .....	43
DAFTAR PUSTAKA .....	45
LAMPIRAN.....	48

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu .....	8
Tabel 2. Kerangka Pemikiran.....	17
Tabel 3. Jumlah mahasiswa menurut lembaga layanan pendidikan tinggi dan jumlah sampel .....	22
Tabel 4. Jumlah mahasiswa di D.I Yogyakarta.....	26
Tabel 5. Jumlah perguruan tinggi di D.I Yogyakarta.....	26
Tabel 6. Kelompok Domisili Responden. ....	29
Tabel 7. Kelompok Jenis Kelamin Responden .....	29
Tabel 8. Kelompok Usia Responden.....	30
Tabel 9. Kelompok Asal Kampus Responden. ....	31
Tabel 10. Deskriptif Variabel.....	32
Tabel 11. Hasil Uji Validitas Brand Image .....	33
Tabel 12. Hasil Uji Validitas Tingkat Kepercayaan .....	34
Tabel 13. Hasil Uji Reliabilitas Brand Image .....	35
Tabel 14 Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepercayaan.....	35
Tabel 15. Hasil Uji Normalitas .....	35
Tabel 16. Hasil Uji Linearitas .....	36
Tabel 17. Hasil Uji t .....	37
Tabel 18. Hasil analisis regresi sederhana .....	37
Tabel 19. Koefisien Determinasi.....	38

## ABSTRACT

In the era of digitalization of new media, various media have finally emerged that provide the latest news and issues via the internet or online. Some media have their own characteristics or brand image in order to get more readers. Some readers have media they trust to read news online. Likewise, students are news readers through online media, so they have to be very wise in choosing trusted online media. The aim of this research is to see the influence of online media brand image on the level of brand trust among college students in the Special Region of Yogyakarta. The sampling technique that will be used is the cluster sampling technique by distributing questionnaires to 440 samples who are college students in the Special Region of Yogyakarta. Research analysis shows the results of the t test that the frequency of t calculated  $>$  t table results is 60,592 which is greater than 1.648. The significance value in this study shows 0.000 or less than 0.05, so it can be said that the research hypothesis is accepted. This means that the brand image of online media has a significant influence on the level of brand trust among D.I Yogyakarta students.

**Keywords:** Online media, Brand Image, Brand Trust, College Students

## INTISARI

Pada era digitalisasi *new media* akhirnya muncul berbagai media yang menyuguhkan pemberitaan dan isu-isu terkini melalui internet atau *online*. Beberapa media memiliki ciri khas ataupun *brand image* masing-masing agar mendapatkan pembaca yang lebih banyak lagi. Beberapa pembaca memiliki media yang dipercaya untuk mereka membaca berita secara online. Begitu pula mahasiswa sebagai pembaca berita melalui media *online*, sehingga harus pandai-pandai memilih media *online* yang terpercaya. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk melihat adanya pengaruh *brand image* media online dengan tingkat kepercayaan pada kalangan mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta. Teknik sampel yang akan digunakan yaitu dengan teknik *cluster sampling* dengan menyebarkan angket kepada 440 sampel yang merupakan mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta. Analisis penelitian menunjukkan hasil uji t bahwa frekuensi hasil t hitung > t tabel yaitu sebesar 60.592 yang lebih besar dari 1,648. Nilai signifikansi pada penelitian ini menunjukkan angka 0,000 atau kurang dari 0,05 sehingga dapat dikatakan hipotesis penelitian diterima. Artinya *brand image* media *online* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepercayaan di kalangan mahasiswa D.I Yogyakarta.

**Kata Kunci:** Media *online*, *Brand Image*, Tingkat Kepercayaan, Mahasiswa