



**ALIANSI
JURNALIS
INDEPENDEN**
Alliance of Independent Journalist

DI ANTARA LITERASI DAN BIAS POLITIK

**Studi tentang
Tingkat
Kepercayaan
Publik terhadap
Media di Indonesia**



DI ANTARA LITERASI DAN BIAS POLITIK

Studi tentang Tingkat Kepercayaan Publik terhadap Media di Indonesia

Penyusun: Rana Akbari

Proofreader: Wisnu Prasetya

Periset:

AJI Indonesia: Ika Ningtyas, Febrina Galuh P, Ni'matun Naharin, Achmad F.H Fajar

Remotivi: Muhamad Heychael

Konsultan statistik:

Angga Ariestya, Dosen Strategic Communication Universitas Multimedia Nusantara

Penerjemah: Novia Stephanie

Penata Isi & Desain Sampul : Fahrul Rozi

Hak Cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak atau memindah sebagian atau seluruh isi buku ke dalam bentuk apapun, secara elektronik maupun mekanis, termasuk fotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya, tanpa izin tertulis dari Penerbit. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

Diterbitkan pertama kali oleh:



Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Indonesia, 2024

Jl. Kembang Raya No.6 Kwitang, Senen,

Jakarta Pusat 10420

Telp 021-3151214, Fax 3151261

Email: sekretariat@ajindonesia.or.id

Web: www.aji.or.id

Di Antara Literasi dan Bias Politik
Studi tentang Tingkat Kepercayaan Publik
terhadap Media di Indonesia
30 hlm, ; 21 x 29,7 cm
Cetakan I: Mei 2024

Apabila di dalam buku ini terdapat kesalahan cetak/produksi atau kesalahan informasi, mohon hubungi penerbit.

DAFTAR ISI

RINGKASAN EKSEKUTIF	3
BAB I PENDAHULUAN	5
A. Latar Belakang	5
B. Tujuan dan Pertanyaan Penelitian	6
C. Metode Penelitian	7
D. Kerangka Pemikiran	7
E. Demografi dan Profil Responden	12
BAB II TEMUAN PENELITIAN	14
A. Kepercayaan terhadap Media	14
1. Adil	15
2. Bias	16
3. Komprehensif	16
4. Akurasi	17
5. Pemisahan Fakta dan opini	18
B. Literasi Media	19
C. Preferensi Politik	20
BAB III DISKUSI DAN ANALISIS	21
BAB IV KESIMPULAN	26
REFERENSI	27


RINGKASAN EKSEKUTIF

Penelitian yang dilakukan AJI Indonesia dan Remotivi ini ingin melihat tingkat kepercayaan publik terhadap media di Indonesia. Di era digital yang penuh dengan misinformasi dan disinformasi penting untuk melihat sejauh apa publik percaya pada informasi yang disampaikan oleh media. Penelitian yang ini dilakukan pada (April sampai September 2023) menanyakan sejauh apa responden mempercayai media dengan melihat pada dua dimensi: tingkat literasi media dan preferensi politik. Ada tiga temuan menarik yang penting untuk didiskusikan lebih jauh.

Pertama, tingkat kepercayaan terhadap media tinggi. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan publik terhadap media di Indonesia cukup tinggi. Ini terlihat dari data bahwa 33,7 % (688) responden sangat percaya terhadap media, 37,4 % (762) responden percaya terhadap media, 23 % (470) tidak percaya terhadap media, dan hanya 5,9 % (120) responden yang sangat tidak percaya terhadap media.

Temuan dalam survei ini selaras dengan beberapa studi terdahulu. Studi Kompas di awal tahun 2023 menemukan bahwa 70,2 % publik di Indonesia percaya pada pemberitaan media massa (Kompas, 2023). Dalam temuan survei Kompas, terlihat bahwa faktor utama kepercayaan publik terletak pada sumber resmi dan kelengkapan informasi yang ada dalam pemberitaan. Sementara laporan Edelman Trust Barometer tahun 2023 menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan publik Indonesia terhadap media berada di angka 72%.

Kedua, tingkat literasi media tinggi. Penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat literasi media responden cukup tinggi. Tingkat literasi yang dimaksud berkaitan dengan pemahaman masyarakat atas pengetahuan dasar jurnalisme serta sikap terhadap nilai-nilai inti jurnalisme. Pengetahuan dasar jurnalisme terlihat dari sejauh apa responden bisa membedakan berita dan opini, memahami *native advertising*, perbedaan opini dan fakta, dan sebagainya.



Yang perlu menjadi perhatian, dalam uji korelasi antara kepercayaan media dan literasi media, analisis menunjukkan bahwa keduanya tidak berkorelasi. Artinya, tingkat literasi media responden yang tinggi tidak mempengaruhi sejauh apa responden percaya atau tidak percaya dengan media. Dalam konteks di Indonesia, perlu investigasi lebih jauh tentang mengapa tingkat literasi media tidak membentuk kepercayaan terhadap media.

Ketiga, preferensi politik liberal. Penelitian ini menemukan bahwa sebagian besar responden memiliki preferensi politik liberal atau condong liberal. Dalam survei ini, nilai-nilai liberal ini merujuk pada kepercayaan masyarakat terhadap kebebasan media dalam mengkritik kebijakan-kebijakan pemerintah dan kebebasan individu untuk berpendapat. Dalam uji korelasi, preferensi politik liberal ini memiliki korelasi dengan tingkat kepercayaan media. Meskipun lemah, bias politik seseorang memiliki dampak pada cara orang tersebut mengakses media dan percaya atau tidak percaya terhadap media.

Melihat hasil temuan dari penelitian, penting bagi para pemangku kepentingan dalam industri media termasuk perusahaan media dan jurnalis untuk memberi perhatian lebih terkait cara menjaga kepercayaan publik. Kepercayaan adalah salah satu faktor penting yang menentukan sejauh apa jurnalisme dan perusahaan media bisa bertahan di era digital.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Untuk bisa berfungsi dengan baik sebagai pilar keempat demokrasi, media membutuhkan kepercayaan publik. Kepercayaan akan menjadi dasar bagi publik untuk mengakses atau tidak mengakses sebuah informasi yang disampaikan media. Selain itu, kepercayaan juga berperan penting bagi media untuk bisa mengerjakan kerja-kerja jurnalistiknya dengan baik. Pada titik ini kepercayaan adalah salah satu faktor penting yang berpengaruh terhadap keberlangsungan jurnanisme dan industri media, dan pada tahap selanjutnya berpengaruh terhadap kualitas demokrasi.

Meski dapat menjadi indikator bagi kualitas demokrasi, studi atas kepercayaan terhadap media di Indonesia umumnya berkisar pada persepsi umum, baik tingkat kepercayaan (Edelman Trust Barometer, 2023; Newman et al., 2021, 2022, 2023) atau terhadap brand media (Newman et al., 2021, 2022, 2023). Hal ini membuka setidaknya dua pertanyaan lebih jauh.

Pertama, apakah media memiliki bias sehingga tidak bisa dipercaya, atautkah audiens memiliki bias terhadap persepsi kepercayaannya? Beberapa studi telah mengkonfirmasi kecurigaan ini. Preferensi politik (Gramlich, 2021), persepsi mengenai kondisi ekonomi, hingga nilai individu (The Media Insight Project, 2021) menentukan tingkat kepercayaan audiens terhadap media. *Kedua*, sejauh apa prinsip dan nilai jurnanisme modern mendasari kepercayaan audiens terhadap media?

Lebih jauh lagi, kajian-kajian terdahulu ini pun kerap tidak mendefinisikan kepercayaan, dan membiarkan responden untuk menginterpretasikannya sendiri (Strömbäck et al., 2020).

Newman et al.(2021, 2022, 2023) misalnya, hanya mempublikasikan data mengenai tingkat kepercayaan serta brand media yang dipercaya di Indonesia; tanpa menspesifikan apa makna mempercayai media (misal: apakah merasa tidak berimbang, tidak akurat, dan sebagainya). Hal ini menyebabkan sulitnya untuk membuat analisa lebih jauh atas data.

Kajian-kajian terdahulu memang menunjukkan adanya indikasi mengenai krisis kepercayaan terhadap media. Namun, masih sangat sedikit kajian di Indonesia yang mengeksplorasi kenapa terjadi krisis tersebut dari sisi audiens. Penting untuk melihat kepercayaan dari sisi audiens untuk mendapatkan gambaran utuh tentang apa yang sebenarnya terjadi. Karena itu, penelitian ini berharap bisa mengisi celah tersebut. Penelitian ini diharapkan bisa memperkaya studi tentang kepercayaan terhadap media khususnya apa yang terjadi di Indonesia.

B. Tujuan dan Pertanyaan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memahami kompleksitas kepercayaan pada media di Indonesia, serta faktor dominan yang mempengaruhinya. Untuk melihat hal tersebut, penelitian ini hanya akan berfokus pada dua faktor dalam kepercayaan, yakni literasi media dan preferensi politik. Dengan membandingkan pengaruh dua faktor ini pada kepercayaan terhadap media, penelitian ini diharapkan bisa memberikan gambaran lebih utuh mengenai permasalahan dan solusi yang ditawarkan.

Untuk memiliki formulasi solusi yang efektif atas krisis kepercayaan, kita perlu memahami lebih jauh apakah hal tersebut disebabkan penilaian objektif audiens atas kerja-kerja jurnalistik, atau justru sebaliknya dari bias subjektif dari preferensi politik audiens. Berangkat dari hal tersebut, ada dua pertanyaan besar yang coba dijawab dalam penelitian ini yaitu:

1. Sejauh apa publik Indonesia percaya pada media?
2. Sejauh apa preferensi politik dan literasi jurnalisme mempengaruhi kepercayaan publik pada media?

C. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan teknik sampling menggunakan *quota sampling* di 34 ibukota provinsi di Indonesia yang terdistribusi secara merata, yakni 60 responden di setiap provinsi, dengan total 2.040 responden. Strategi ini dipilih agar dapat merepresentasikan setiap provinsi secara relatif seimbang secara jumlah responden. Proses pengambilan data dilakukan dengan teknik *convenience sampling* di mana enumerator menuju kelurahan-kelurahan yang ada di kota target untuk kemudian menemui calon responden. Enumerator mengisi kuesioner berdasarkan jawaban yang didapatkan dari proses wawancara tatap muka dengan responden.

D. Kerangka Pemikiran

1. Kepercayaan dalam Studi Media

Studi tentang kepercayaan adalah salah satu topik penting dalam kajian media secara global. Hal ini tentu bisa dipahami mengingat sentralnya aspek kepercayaan dalam jurnalisme maupun industri media. Perkembangan teknologi yang pesat, membuat upaya untuk mengukur kepercayaan menjadi menantang. Tidak hanya terkait dengan alat ukur yang bisa digunakan, tetapi juga muncul banyak pertanyaan tentang apa yang dimaksud kepercayaan terhadap media itu sendiri (Schudson, 2022).

Tantangan untuk mengukur kepercayaan juga menjadi semakin berat di era digital. Era ini membawa gelombang misinformasi dan disinformasi yang membuat jurnalisme berada dalam krisis. Dalam aspek kepercayaan, banyak riset beberapa tahun belakangan yang menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap media saat ini di berbagai belahan dunia sedang berada di titik rendah (Fisher, 2018). Sementara pada satu sisi jurnalisme mengalami krisis dan penurunan kepercayaan, di sisi lain kepercayaan publik terhadap media-media partisan justru meningkat (Moran & Nechushtai, 2023). Polarisasi politik yang mengeras karena media sosial menjadi salah satu faktor yang menyebabkan hal tersebut terjadi.

Dengan semakin kompleksnya kondisi tersebut, perlu kehati-hatian dalam menggunakan ukuran serta mendefinisikan kepercayaan. Dalam studinya yang memetakan riset-riset tentang kepercayaan terhadap media Strömbäck et al., (2020) menemukan 5 indikator yang mendasari penilaian atas kepercayaan audiens pada media. Indikator tersebut yaitu:

- a) Adil. Indikator ini berkaitan dengan sejauh apa media bersikap adil (misal: memberi ruang terhadap pihak-pihak yang berkepentingan) dalam isu yang mereka liput.
- b) Bias. Indikator ini mengukur sejauh apa media bias atau tidak bias dalam praktik jurnalistik mereka.
- c) Komprehensif. Indikator ini memberi perhatian pada selengkap dan selengkap apa informasi yang ditampilkan oleh media.
- d) Akurasi. Indikator ini menunjukkan seberapa akurat data-data atau fakta yang ditampilkan oleh media.
- e) Pemisahan fakta dari opini. Indikator ini mengukur sejauh apa media memisahkan fakta dan opini dalam pemberitaan.

Penting untuk memahami indikator-indikator tersebut karena kepercayaan terhadap media bisa terbagi ke dalam berbagai level yang berbeda. Misalnya, kepercayaan terhadap media secara umum, terhadap jurnalis, atau terhadap berita tertentu saja. Indikator-indikator tersebut akan membantu di level mana kita sedang mengukur kepercayaan media. Dalam penelitian ini, kepercayaan pada media menjadi variabel dependen yang dipengaruhi oleh dua faktor utama, yakni literasi media, dan faktor preferensi politik audiens.

2. Literasi Media

Literasi media atau jurnalisme dalam penelitian ini terbagi dalam dua dimensi: kepercayaan atas nilai inti jurnalisme dan pemahaman tentang jurnalisme. Dua dimensi ini dikembangkan dari studi The Media Insight Project (2021) yang melihat hubungan antara kepercayaan atas nilai inti jurnalisme dengan nilai yang diyakini seseorang dan studi (The Media Insight Project, 2018) yang membandingkan pemahaman jurnalis dan audiens mengenai dunia jurnalisme.

Dimensi pertama adalah kepercayaan atas nilai inti jurnalisme. Nilai inti jurnalisme yang dimaksud yaitu:

- a) Pengawasan. Nilai ini menunjukkan seberapa penting jurnalis dan media perlu melakukan kerja-kerja pemantauan terhadap kekuasaan secara umum dan pejabat publik secara khusus.
- b) Transparansi. Nilai ini memberi perhatian lebih pada fungsi media untuk memberitakan secara terbuka hal-hal yang berkaitan dengan isu kepentingan publik.
- c) Faktualisme. Nilai ini mengukur sejauh apa fakta yang disampaikan oleh media. Semakin banyak fakta yang disampaikan oleh media pada dasarnya akan baik bagi kepentingan umum.
- d) Menyuarakan yang terpinggirkan. Nilai ini mengukur bagaimana media memberikan suara bagi kelompok-kelompok masyarakat yang selama ini tidak pernah atau hanya mendapat sedikit ruang.
- e) Kritik sosial. Nilai ini memberikan perhatian pada sejauh apa media menyoroti dan memberitakan masalah-masalah sosial politik yang menyangkut kepentingan banyak orang.

Kajian The Media Insight Project (2021) melihat keterhubungan antara kepercayaan atas nilai inti jurnalisme dengan nilai yang diyakini oleh seorang individu. Dengan kata lain, publik memiliki kecenderungan semakin percaya pada media apabila praktik jurnalistik yang dilakukan sesuai dengan nilai-nilai yang mereka pegang. Sebaliknya, mereka cenderung tidak percaya pada praktik jurnalistik yang tidak sesuai atau berbeda jauh dengan apa yang mereka yakini.

Hal tersebut membuat liputan jurnalistik yang berkualitas yang dilakukan dengan standar jurnalistik yang ketat tidak selalu akan mendapatkan kepercayaan tinggi dari audiens. Pangkalnya tentu karena liputan tersebut, betapapun obyektifnya, berbenturan dengan keyakinan yang mereka anut. Era digital semakin memungkinkan adanya bilik gema (*echo chamber*) yang mempertebal keyakinan individu. Karena itu, untuk mengukur kepercayaan terhadap media, penting juga mengukur keyakinan yang dimiliki oleh individu.

Dimensi kedua adalah pemahaman tentang jurnalisme. Dimensi ini dikembangkan dari indikator The Media Insight Project (2018) yang membandingkan pemahaman jurnalis dan audiens mengenai dunia jurnalisme. Secara lebih spesifik, dimensi ini mengukur tiga hal yang berkaitan dengan:

- a) Sejauh apa audiens memahami istilah serta praktik jurnalistik. Hal ini merupakan pengetahuan dasar yang dimiliki oleh audiens. Misalnya kemampuan untuk memahami rubrikasi atau jenis artikel di media seperti berita, opini, native advertising, dan lain sebagainya.
- b) Bagaimana audiens memahami mekanisme pembuatan keputusan. Ini merupakan kemampuan audiens untuk memahami berita-berita yang mereka akses dengan melihat kelengkapan di dalamnya. Misalnya siapa dan apa saja sumber yang dipakai media untuk mempublikasikan berita atau informasi tertentu.
- c) Bagaimana audiens memahami spesifikasi produk jurnalistik. Beririsan dengan hal pertama, hal ini merupakan kemampuan audiens melihat perbedaan rubrik di media. Misalnya saja perbedaan antara tajuk rencana atau editorial sebuah media dengan produk jurnalistik yang dihasilkan.

Tiga hal tersebut menunjukkan bahwa pengetahuan dasar tentang jurnalisme menjadi modal penting bagi individu dalam mengakses dan mempercayai atau tidak mempercayai sebuah media. Pengetahuan dasar akan membantu audiens mengidentifikasi dan memberikan standar-standar terkait apa saja yang harus diperhatikan ketika mengonsumsi media. Pada tahap selanjutnya, pengetahuan tersebut berperan dalam tingkat kepercayaan terhadap media yang diakses. Catatannya, meskipun punya peran penting, pengetahuan dasar tidak serta merta berpengaruh terhadap kepercayaan publik terhadap media. Perlu juga untuk mengidentifikasi preferensi politik seorang individu.

3. Preferensi Politik

Mengukur preferensi politik di Indonesia memiliki tantangannya sendiri. Beberapa studi menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan kiri-kanan atau liberal-konservatif yang cukup kentara dalam partai-partai politik di Indonesia (Aspinall et al., 2020; Aspinall & Mietzner, 2019; Savirani et al., 2021). Dengan demikian, identifikasi diri sebagai liberal-konservatif atau kiri-kanan tidak bisa menjadi indikator dalam pemetaan preferensi politik. Hallin & Mancini (2004) menjelaskan bahwa sistem media akan mencerminkan sistem politik di mana media berada. Hal ini disebut sebagai paralelisme politik yang berdasar pada: 1) pemberitaan media yang mencerminkan orientasi politik; 2) relasi antara media dan partai politik; 3) tendensi jurnalis yang secara aktif; 4) identifikasi partisanship audiens media.

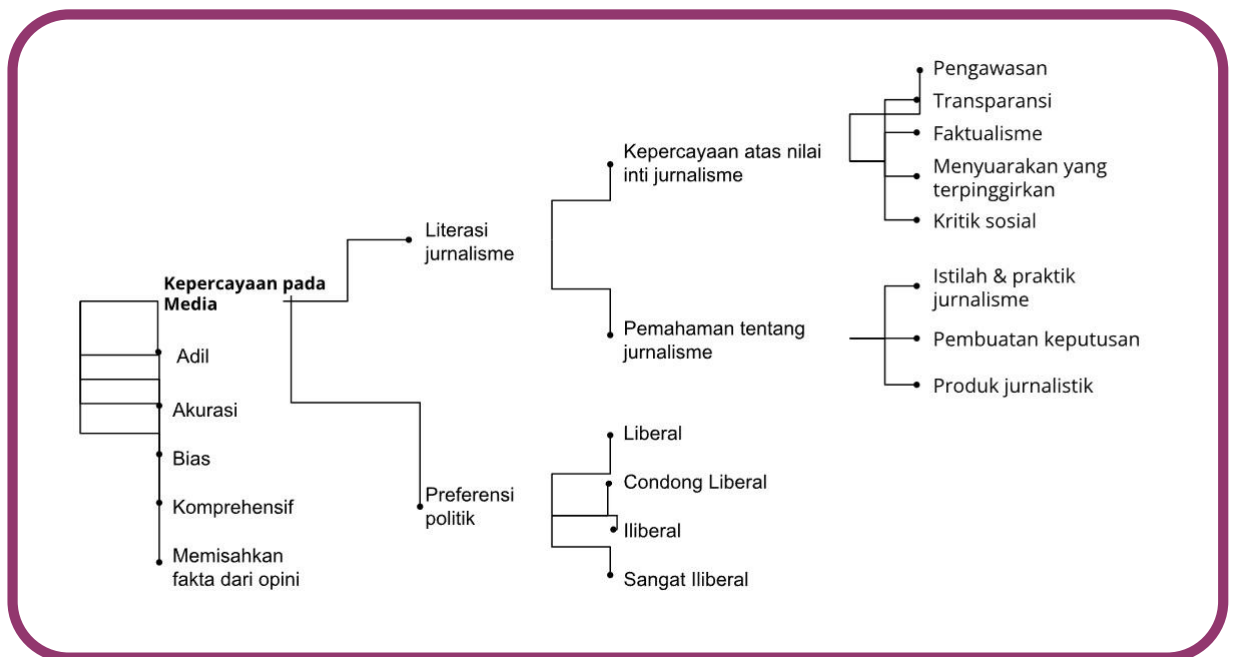
Ini berarti, ketika sistem politik yang ada tidak memiliki kategori distingtif dalam spektrum kiri-kanan, liberal-konservatif, dan sebagainya, maka sistem media juga akan mencerminkan hal serupa. Termasuk di dalamnya adalah preferensi politik yang dimiliki oleh publik. Hal ini berbeda dengan karakter negara-negara Barat yang memiliki pembelahan politik yang lebih tegas sehingga lebih mudah untuk mengukur derajat loyalitas dan partisanship audiens media.

Dalam konteks tersebut, penelitian ini akan menggunakan spektrum liberal – iliberal untuk mengukur preferensi politik individu yang kemudian menentukan sejauh apa kepercayaan terhadap media. Spektrum ini diadaptasi dari studi Aspinall et al., (2020) yang melihat nilai-nilai liberal dalam demokrasi di antaranya dalam konteks keyakinan bahwa 1) pemerintahan (eksekutif, legislatif, yudikatif) mesti bebas dari korupsi dan nepotisme; 2) warga memilih presiden dan wakil presiden dengan bebas dan adil; 3) media bebas mengkritik kebijakan pemerintah; 4) setiap orang bebas mengemukakan pendapat politiknya.

Sementara itu, dalam studi yang sama, Aspinall et al., (2020) menjelaskan indeks iliberalisme yang diukur dari keyakinan bahwa 1) harmoni masyarakat akan terpecah jika terlalu banyak warga yang berorganisasi dalam banyak kelompok;

2) ketika hakim memutuskan perkara penting, mereka harus menerima pandangan pemerintah eksekutif; 3) jika pemerintah terus-menerus diawasi oleh legislatif, akan sulit bagi pemerintah menjalankan kebijakan-kebijakannya; 4) chaos akan terjadi di masyarakat jika warga negara memiliki cara pikir yang berbeda-beda; 5) saat negara dalam keadaan sulit, pemerintah boleh mengabaikan hukum untuk menyelesaikan masalah.

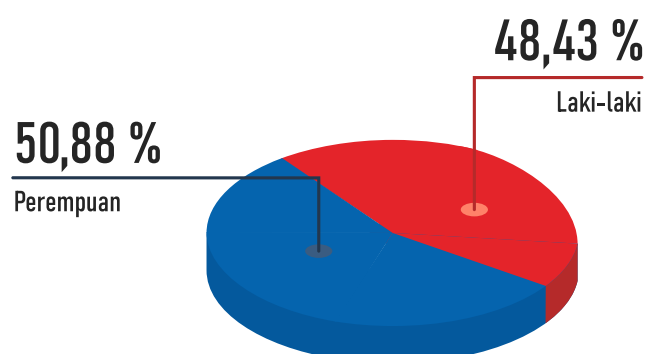
Berangkat dari diskusi di atas, framework yang digunakan dalam penelitian ini bisa dilihat dalam gambar berikut:



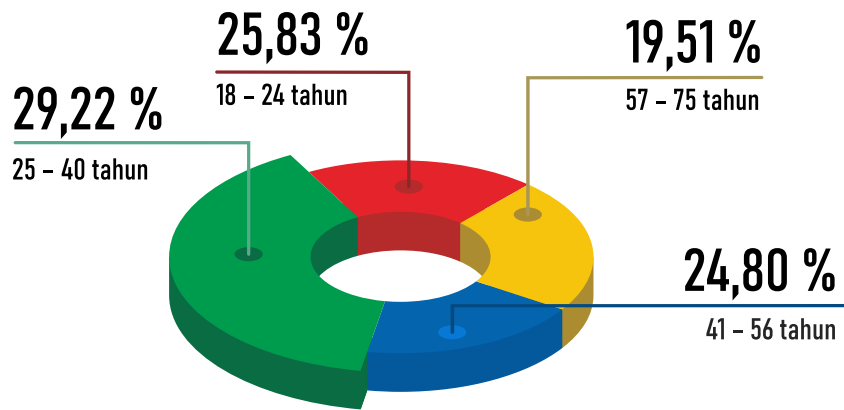
E. Demografi dan Profil Responden

Penelitian ini dilakukan pada periode April hingga September 2023. Survei dilakukan dengan teknik sampling menggunakan *quota sampling* di 34 ibukota provinsi di Indonesia yang terdistribusi secara merata, yakni 60 responden di setiap provinsi, dengan total 2.040 responden.

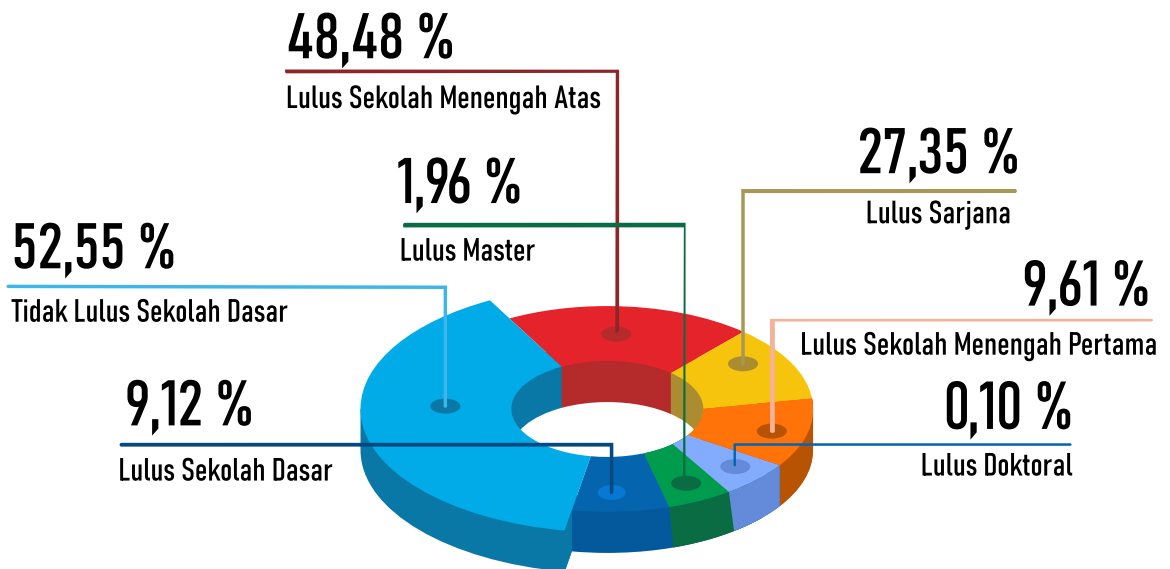
1. Jenis Kelamin



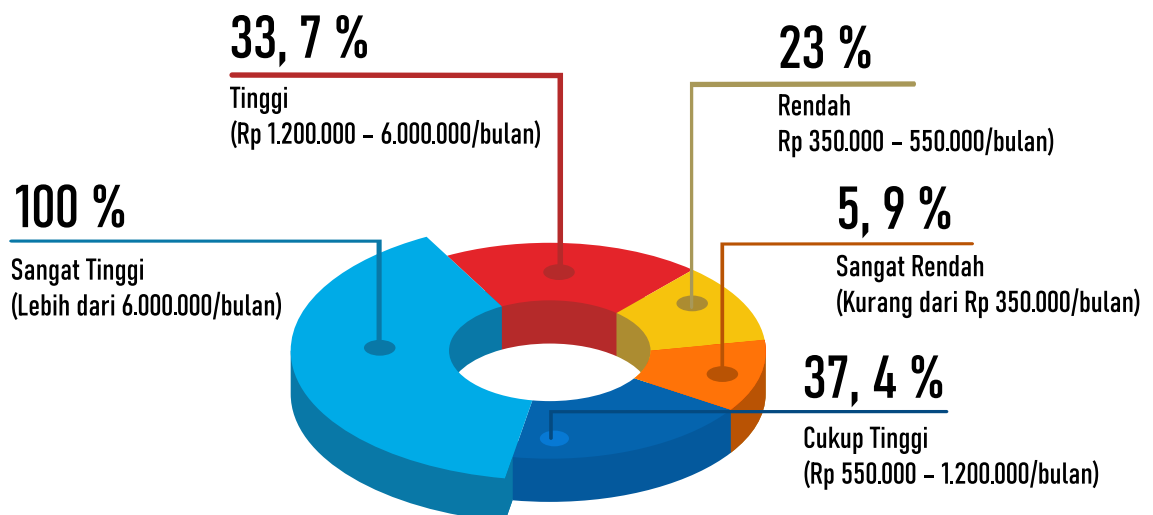
2. Usia



3. Pendidikan



4. Rata-rata pengeluaran



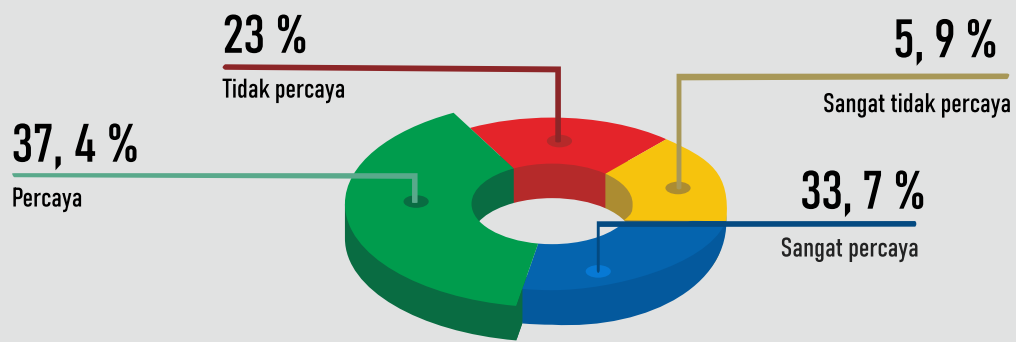
BAB II TEMUAN PENELITIAN

Bab ini mendiskusikan temuan survei yang dibagi ke dalam tiga bagian yaitu: a) kepercayaan terhadap media; b) literasi media; c) preferensi politik. Secara umum, bagian pertama akan mendeskripsikan tingkat kepercayaan responden terhadap media. Untuk melihat hal tersebut, penelitian ini menggunakan lima indikator sebagaimana disampaikan oleh Strömbäck et al., (2020). Responden ditanya tentang pendapat mengenai sejauh apa mereka percaya terkait pemberitaan media dengan fokus pada indikator-indikator yaitu 1) adil; 2) bias; 3) komprehensif; 4) akurasi; dan 5) pemisahan fakta dan opini.

Dalam penelitian ini, kepercayaan terhadap media kemudian dilihat dari dua dimensi, tingkat literasi media dan preferensi politik publik. Literasi media memberikan penekanan pada sejauh apa responden percaya pada nilai-nilai inti dalam jurnalisme dan memiliki pengetahuan dasar untuk memahami pemberitaan media. Sementara itu, preferensi politik ingin melihat nilai-nilai individu khususnya berkaitan dengan nilai-nilai liberal dalam demokrasi dan berkaitan dengan tingkat kepercayaan terhadap media.

A. Kepercayaan terhadap Media

Temuan survei ini menunjukkan secara umum tingkat kepercayaan responden terhadap media di Indonesia cukup tinggi. Ini terlihat dari data bahwa 33,7 % (688) responden sangat percaya terhadap media, 37,4 % (762) responden percaya terhadap media, 23 % (470) tidak percaya terhadap media, dan hanya 5,9 % (120) responden yang sangat tidak percaya terhadap media.

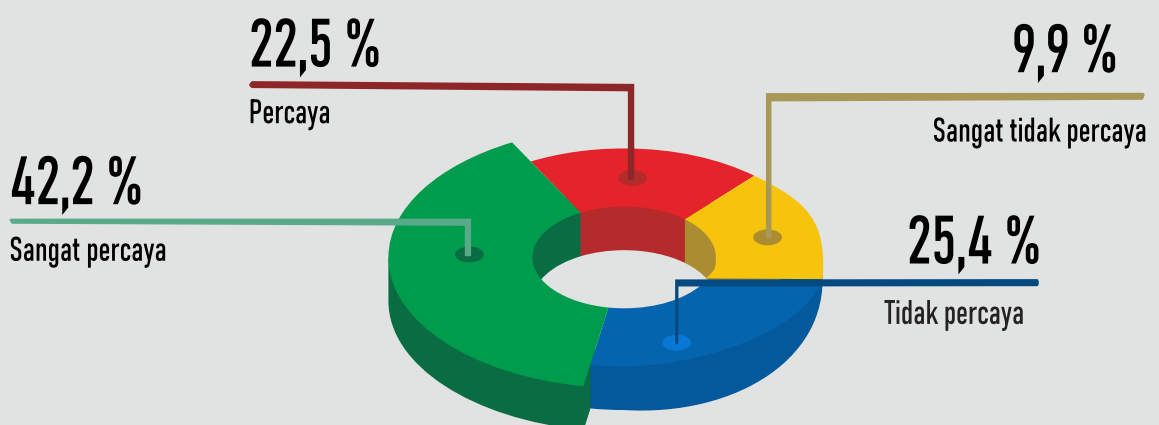


Untuk melihat detail data tentang kepercayaan terhadap media, temuan dari lima indikator kepercayaan media berikut memberikan gambaran yang lebih lengkap.

1. Adil

Adil berkaitan dengan keberimbangan media dalam memberitakan sebuah peristiwa. Misalnya saja bagaimana media memberikan ruang terhadap pihak-pihak yang berkepentingan dalam pemberitaan. Ini yang kerap disebut sebagai *cover both sides* atau *cover all sides*. Dalam hal ini responden ditanya terkait sejauh apa mereka percaya bahwa media telah bersikap adil dalam pemberitaan-pemberitaannya.

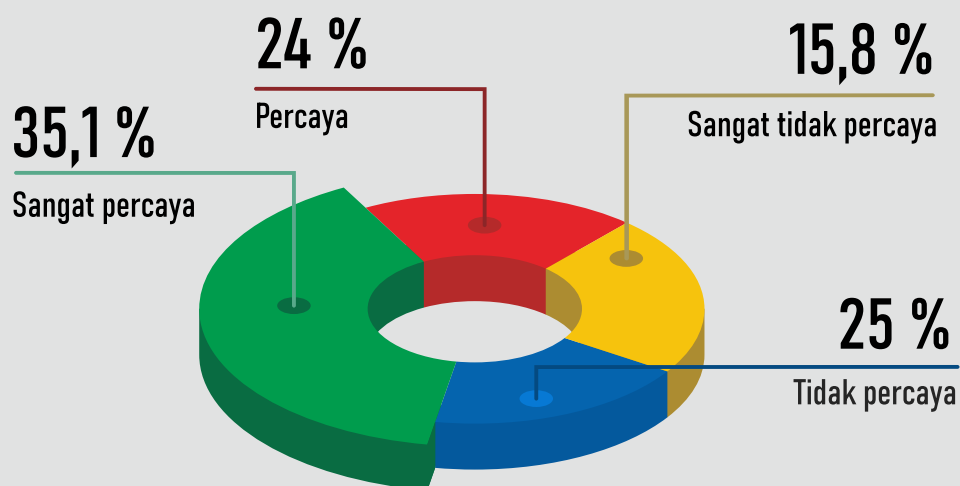
Temuan survei, menunjukkan bahwa 42,2 % (861) responden sangat percaya dan 22,5 % (460) percaya bahwa media di Indonesia telah membuat pemberitaan yang adil. Sementara itu 25,4 % (518) responden tidak percaya dan 9,9 % (201) responden tidak percaya.



2. Bias

Bias berkaitan dengan apakah media memiliki prasangka tertentu terhadap pihak-pihak yang diberitakan. Prasangka ini bisa terlihat dari pemberitaan yang dilakukan dan didasarkan pada berbagai faktor seperti bias politik, bias ideologi, dan sebagainya. Responden ditanya sejauh apa mereka percaya bahwa pemberitaan media terbebas dari bias atau prasangka tertentu.

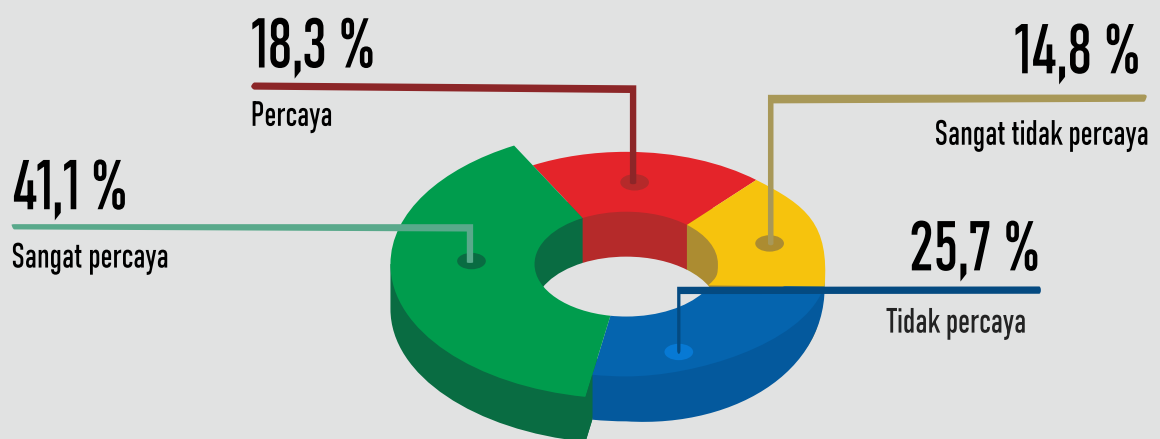
Temuan survei menunjukkan 35,1 % (716) responden sangat percaya dan 24 % (490) responden percaya bahwa media di Indonesia telah membuat pemberitaan yang bebas dari bias atau prasangka. Jika dibandingkan dengan indikator lain, responden yang tidak percaya atau sangat tidak percaya angkanya lebih tinggi. Data menunjukkan bahwa 25 % (511) responden tidak percaya dan 15,8 % (323) responden sangat tidak percaya bahwa pemberitaan yang dilakukan oleh media di Indonesia bebas dari bias atau prasangka.



3. Komprehensif

Komprehensif berkaitan dengan kelengkapan media dalam memberitakan sebuah peristiwa. Termasuk di dalamnya mengenai sejauh apa media mempublikasikan informasi-informasi yang relevan, menceritakan peristiwa secara lengkap, dan tidak menutupi hal-hal tertentu di dalam pemberitaannya. Responden ditanya sejauh apa mereka percaya terhadap indikator kelengkapan ini.

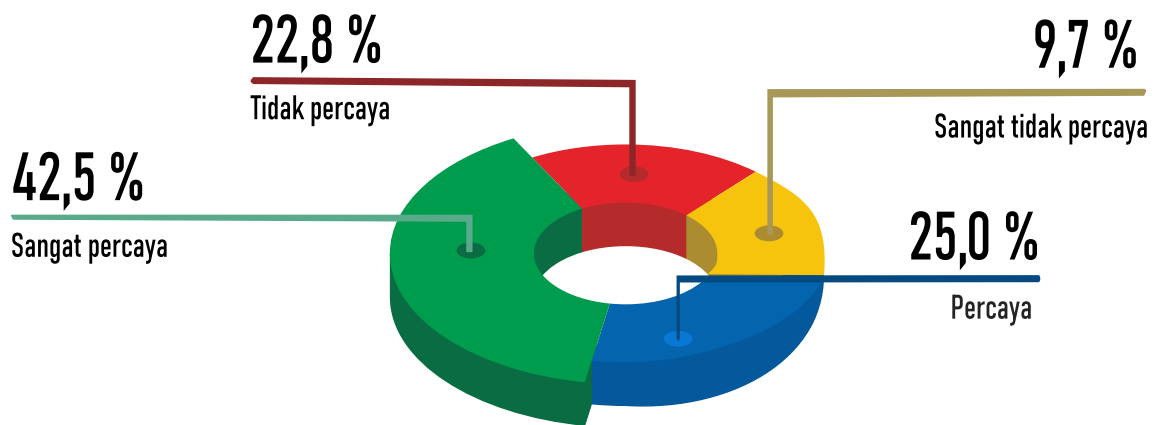
Dari sisi komprehensif, secara umum tingkat kepercayaan responden lebih rendah dibandingkan dengan indikator-indikator yang lain namun serupa dengan indikator terkait bias. Temuan survei menunjukkan 41,1 % (839) responden sangat percaya dan 18,3 % (374) responden percaya bahwa media di Indonesia ketika meliput sebuah peristiwa telah menceritakan semua sisi informasi tanpa ada yang ditutupi. Sementara itu, 25,7 % (525) responden tidak percaya dan 14,8 % (302) sangat tidak percaya dengan hal tersebut.



4. Akurasi

Akurasi merupakan indikator yang menunjukkan bagaimana pemberitaan media mencerminkan realitas secara apa adanya. Hal ini terlihat dari data dan fakta yang disampaikan bisa diverifikasi dan tidak berpotensi *misleading* atau menampilkan data yang keliru. Dalam indikator ini, responden ditanya seberapa percaya mereka bahwa media telah membuat pemberitaan yang akurat.

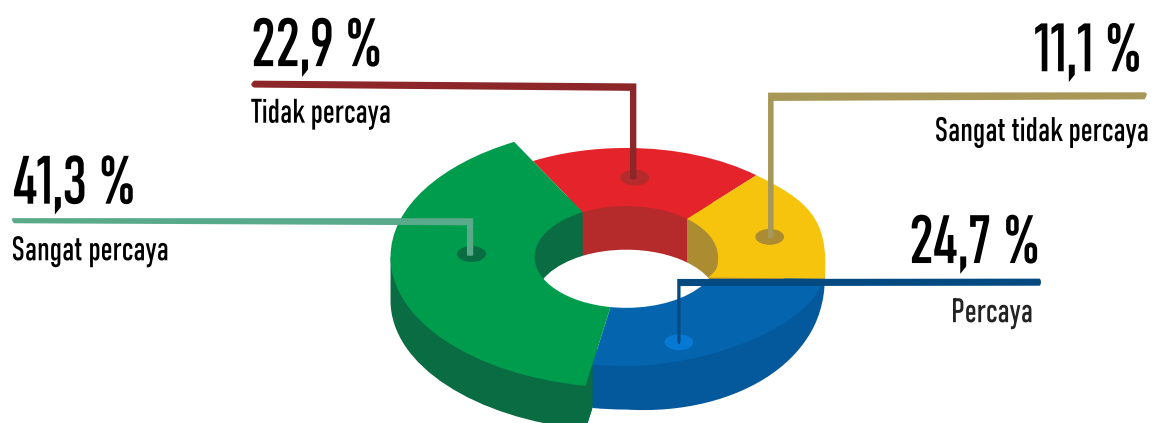
Dari sisi akurasi, 42,5 % (868) responden sangat percaya dan 25 % (509) responden percaya bahwa media di Indonesia telah membuat pemberitaan yang akurat. Sementara itu 22,8 % (466) responden tidak percaya dan 9,7 % (197) responden sangat tidak percaya bahwa pemberitaan yang dilakukan oleh media di Indonesia telah akurat.



5. Pemisahan Fakta dan Opini

Pemisahan fakta dan opini berkaitan dengan bagaimana media memisahkan aspek-aspek fakta dan opini dalam pemberitaan. Kode etik jurnalistik menyebutkan bahwa jurnalis tidak boleh mencampuradukkan fakta dan opini yang menghakimi. Karena itu penting ada pemisahan secara tegas mana yang merupakan fakta dan mana yang merupakan opini dalam sebuah berita. Responden ditanya sejauh apa mereka percaya bahwa media telah memisahkan antara fakta dan opini dalam pemberitaan yang dilakukan.

Dalam indikator pemisahan fakta dan opini, 41,3 % (843) responden sangat percaya dan 24,7 % (503) percaya bahwa media di Indonesia telah memisahkan fakta dan opini dalam pemberitaan yang mereka lakukan. Sementara 22,9 % (468) responden tidak percaya dan 11,1 (226) responden sangat tidak percaya bahwa media telah membuat pemisahan tersebut.

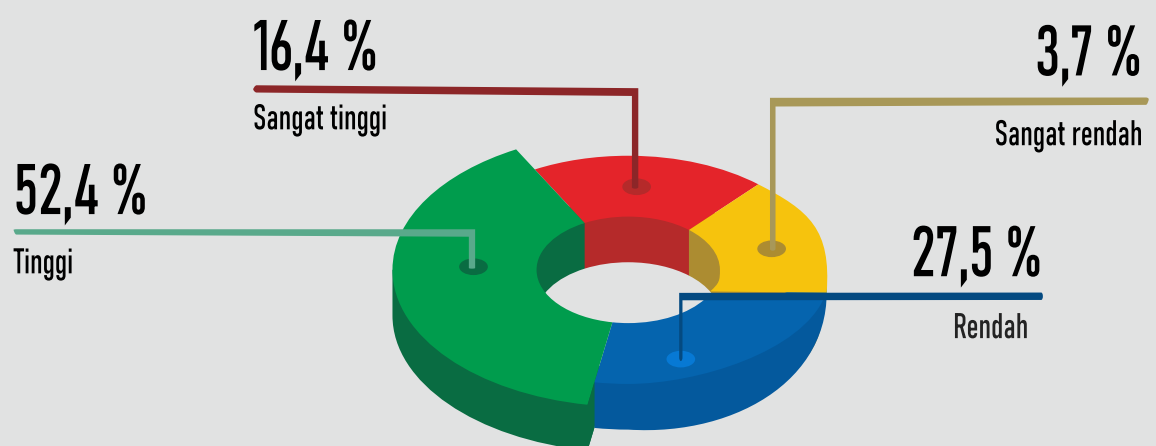


B. Literasi Media

Literasi media yang dimaksud di sini terbagi dalam dua dimensi: kepercayaan atas nilai inti jurnalisme dan pemahaman tentang jurnalisme. Dua dimensi ini dikembangkan dari studi *The Media Insight Project* (2018, 2021) yang melihat hubungan antara kepercayaan mengenai nilai-nilai jurnalisme dengan nilai yang dimiliki individu dan perbandingan antara pemahaman jurnalis dan audiens mengenai dunia jurnalisme. Responden ditanya mengenai pengetahuan dasar yang mereka miliki tentang jurnalisme dan nilai-nilai inti jurnalisme seperti pengawasan, transparansi, faktualisme, menyuarakan yang terpinggirkan, dan kritik sosial.

Dalam pengetahuan dasar tentang praktik jurnalisme, ini berkaitan dengan pemahaman mereka mengenai hal-hal seperti perbedaan opini dengan fakta, perbedaan editorial dengan berita, pengertian *breaking news*, *native advertising*, *endorsement* atau dukungan politik media, dan lain sebagainya.

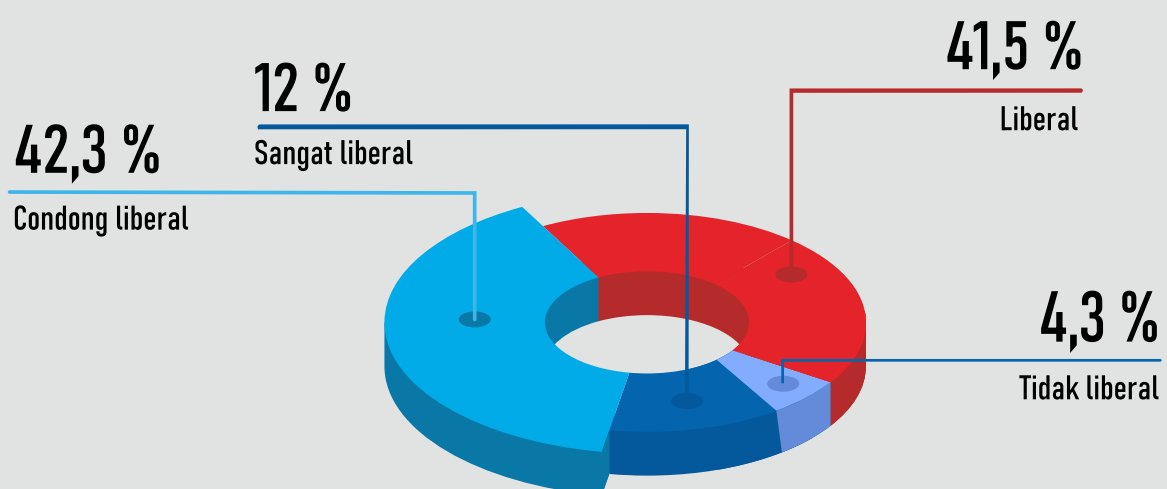
Dalam dimensi literasi media, temuan survei menunjukkan bahwa 52,4 % (1069) responden memiliki tingkat literasi media yang tinggi, 16,4 % (334) responden sangat tinggi. Sementara itu 27,5 % (561) responden rendah, dan hanya 3,7 % (76) responden yang tingkat literasi medianya sangat rendah.



C. Preferensi Politik

Preferensi politik dalam survei ini merujuk pada kajian Aspinall et al., (2020) dengan menggunakan spektrum liberal – iliberal (tidak liberal) untuk melihat kecenderungan politik individu. Nilai-nilai liberal berkaitan dengan hal-hal seperti pemerintahan yang bebas dari korupsi dan nepotisme, kebebasan memilih pemimpin, serta kebebasan pers dan berpendapat. Sementara itu, sebaliknya nilai-nilai iliberal memberi perhatian pada hal-hal seperti harmoni masyarakat yang terancam karena warga yang berada dalam banyak kelompok, pengaruh pemerintah terhadap putusan pengadilan, dan juga pengabaian hukum.

Dalam dimensi preferensi politik, temuan survei menunjukkan 41,5 % (846) responden menyebut bahwa mereka memiliki kecenderungan liberal, sementara 42,3 % (862) responden menyebut condong liberal. 12 % (245) responden menyebut bahwa mereka sangat liberal, dan hanya 4,3 % (87) responden yang menjawab tidak liberal.



BAB III DISKUSI DAN ANALISIS

Kepercayaan terhadap Media Tinggi

Temuan survei ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan publik terhadap media di Indonesia cukup tinggi. Temuan ini penting untuk diperhatikan karena kepercayaan publik adalah fondasi utama bagi keberlangsungan praktik jurnalisme maupun industri media. Kepercayaan publik yang rendah tidak hanya bisa memperburuk ekologi informasi yang diperkeruh misinformasi tetapi juga bisa merugikan media secara finansial. Sebaliknya, kepercayaan yang tinggi bisa menjadi modal bagi media untuk bertahan dalam situasi krisis.

Temuan dalam survei ini selaras dengan beberapa studi terdahulu. Studi Kompas di awal tahun 2023 menemukan bahwa 70,2 % publik di Indonesia percaya pada pemberitaan media massa (Kompas, 2023). Dalam temuan survei Kompas, terlihat bahwa faktor utama kepercayaan publik terletak pada sumber resmi dan kelengkapan informasi yang ada dalam pemberitaan. Sementara laporan Edelman Trust Barometer tahun 2023 menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan publik Indonesia terhadap media berada di angka 72%.

Sementara itu, temuan Reuters Institute menemukan hal yang berbeda. Mengacu pada Digital News Report tahun 2021, 2022, 2023, tingkat kepercayaan publik terhadap media di Indonesia selama tiga tahun berturut-turut stabil di angka yang cukup rendah 39 %. Namun Reuters Institute hanya mempublikasikan data tingkat kepercayaan serta brand media tanpa memberikan informasi lebih detail tentang apa yang dimaksud kepercayaan dalam riset tersebut. Misalnya saja apakah kepercayaan yang dimaksud berkaitan dengan keberimbangan pemberitaan, akurasi, dan sebagainya. Karena itu, sulit untuk membuat analisis lebih jauh dari temuan yang ada.

Terlepas dari perbedaan tersebut, ada beberapa hal yang bisa dipelajari dari studi ini yang diletakkan dalam studi tentang kepercayaan terhadap media secara lebih luas. *Pertama*, kepercayaan mesti diletakkan sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari infrastruktur jurnalistik dan industri media. Artinya, kepercayaan tidak hanya bisa dilihat hanya sebagai *outcome*. Misalnya, *outcome* dari kerja-kerja jurnalistik yang tidak berkualitas atau bias dan tidak berimbang. Moran & Nechushtai (2023) memberikan contoh menarik terkait hal tersebut. Mereka menyebut bahwa banyak pihak yang kerap meletakkan kepercayaan hanya dalam kerangka resepsi publik terhadap kerja jurnalistik, yang dalam tahap tertentu bisa diabaikan. Padahal kepercayaan bisa juga dilihat sebagai fondasi ekonomi proses produksi berita, yang artinya penting untuk diperhatikan. Ketika kepercayaan publik menyusut pendapatan atau pemasukan perusahaan media juga bisa terdampak, begitu juga sebaliknya (Konieczna & Robinson, 2014).

Kedua, kepercayaan mesti dipahami sebagai interaksi kompleks antara kerja-kerja jurnalistik, industri media, dan audiens media. Naik-turunnya kepercayaan mesti dilihat dalam kerangka tersebut. Pada satu sisi, audiens menjadikan kepercayaan sebagai dasar mereka mengakses informasi dan menggunakannya untuk tujuan atau kepentingan tertentu. Termasuk di antaranya adalah menjadikan informasi atau pemberitaan media sebagai landasan utama dalam keputusan-keputusan yang diambil. Di sisi lain, jurnalis dan media memproduksi berita dengan landasan bahwa apa yang mereka produksi bisa dipercaya audiens karena memiliki relevansi, signifikansi, dan akurasi (Konieczna & Robinson, 2014). Dalam kondisi tersebut, upaya meningkatkan kepercayaan publik artinya juga perlu dilakukan dengan memahami apa yang dibutuhkan oleh komunitas atau audiensnya.

Ketiga, tinggi-rendahnya kepercayaan publik terhadap media tidak bisa hanya diletakkan dalam kerangka perubahan lanskap media di era digital. Problem tentang kepercayaan terhadap media sudah menjadi problem lama bahkan sebelum era digital. Era digital termasuk media sosial memang membuat berita-berita media menjadi terfragmentasi.

Seperti disampaikan Schudson (2022) fragmentasi ini bisa berpengaruh terhadap kelengkapan pemberitaan yang di tahap selanjutnya membuat publik hanya mendapatkan informasi yang sepotong-sepotong. Padahal sebagaimana indikator kepercayaan dalam riset ini, penting bagi media untuk menampilkan pemberitaan yang utuh dan komprehensif. Dengan begitu publik bisa mendapatkan informasi yang lengkap dan relevan.

Literasi Media Tinggi

Temuan survei menunjukkan bahwa tingkat literasi media responden cukup tinggi. Dalam riset ini, tingkat literasi yang tinggi berkaitan dengan pemahaman responden atas pengetahuan dasar jurnalisme serta sikap responden terhadap nilai-nilai inti jurnalisme. Pengetahuan dasar jurnalisme terlihat dari sejauh apa responden bisa membedakan berita dan opini, memahami *native advertising*, perbedaan opini dan fakta, dan sebagainya. Tingginya tingkat literasi media ini bisa dibaca sebagai kabar baik ketika ekosistem digital di Indonesia beberapa tahun belakangan dipenuhi misinformasi dan disinformasi. Kondisi yang membuat media-media di Indonesia secara khusus mengalokasikan rubrik *fact-checking* yang fokus pada gelombang misinformasi di media sosial.

Temuan tingkat literasi media yang tinggi ini sejajar dengan latar belakang pendidikan responden di mana 48,48 % (989) merupakan lulusan Sekolah Menengah Atas dan 27,35 % (558) merupakan lulusan sarjana. Hal tersebut mengindikasikan bahwa tingkat pendidikan memiliki pengaruh terhadap tingkat literasi media. Temuan ini sebangun dengan studi yang menjelaskan bahwa semakin tinggi latar belakang pendidikan seseorang, semakin tinggi tingkat literasi media orang tersebut (Tully & Vraga, 2017, 2018).

Dalam konteks ini, literasi media di sini mesti dibedakan dengan kategori literasi yang lain, misalnya literasi digital. Meskipun dalam beberapa aspek memiliki persamaan dan fokus pada *critical thinking*, aspek perbedaan yang mendasar perlu menjadi perhatian.

Literasi media khususnya yang terkait dengan pemahaman mengenai jurnalisme menekankan pada bagaimana sebuah berita diproduksi, kemampuan memahami imparisialitas seorang jurnalis, dan tanggung jawab publik dalam mengakses pemberitaan media (Tully et al., 2022).

Yang perlu menjadi perhatian, dalam uji korelasi antara kepercayaan media dan literasi media, analisis menunjukkan bahwa keduanya tidak berkorelasi. Artinya, tingkat literasi media responden yang tinggi tidak mempengaruhi sejauh apa responden percaya atau tidak percaya dengan media. Temuan ini menarik terutama jika dibandingkan dengan studi yang menemukan korelasi di antara dua variabel ini. Misalnya saja studi yang dilakukan Tully & Vraga (2018) yang menjelaskan tingkat literasi berpengaruh terhadap bagaimana individu mengakses media termasuk sejauh apa mereka mempercayai media. Dalam konteks di Indonesia, perlu investigasi lebih jauh tentang mengapa tingkat literasi media tidak membentuk kepercayaan terhadap media.

Preferensi Politik Liberal

Paralelisme politik menjelaskan bahwa sistem media selalu mencerminkan sistem politik media yang bersangkutan. Hal tersebut menjadi salah satu kesimpulan utama dalam karya seminal Hallin & Mancini (2004) berjudul *Comparing Media Systems* (2004). Ketika sistem politik tidak memiliki kategori ideologis atau pembelahan sosial yang tegas, demikian juga sistem media akan terpengaruh. Tidak terkecuali pada dimensi indikator preferensi politik audiens. Persis ini yang terjadi di Indonesia dan berbeda secara mendasar bila dibandingkan dengan karakter negara-negara Barat yang memiliki pembelahan politik yang lebih tegas sehingga lebih mudah untuk mengukur derajat loyalitas dan partisanship audiens media.

Di negara seperti Inggris, akan mudah mengidentifikasi preferensi politik seseorang dari media yang diakses. Seseorang yang memiliki preferensi politik kiri atau progresif akan cenderung mengakses media seperti *The Guardian*, *The Independent*, dan *Daily Mirror*. Sementara individu yang memiliki preferensi politik kanan atau konservatif akan cenderung membaca berita dari media seperti *Daily Mail*, *Daily Telegraph*, dan *The Sun*.

Catatannya, di beberapa negara dengan pembelahan politik yang lebih distingtif atau lebih tegas seperti kiri-kanan, liberal-konservatif, tingkat kepercayaan publik terhadap media justru mengalami penurunan (Reuters Institute, 2022, 2023). Karena loyalitas dan level partisanship audiens cukup tinggi, ia berpengaruh terhadap konstruksi kepercayaan terhadap media (Suiter & Fletcher, 2020). Pengaruh di sini berarti bahwa kepercayaan akan cenderung naik ketika pembaca mengakses media yang sejalur dengan ideologi atau posisi politiknya. Dan sebaliknya, *distrust* terhadap media terjadi ketika audiens mengakses pemberitaan di media yang tidak sesuai ideologi atau posisi politik mereka.

Penelitian ini tidak sampai menanyakan ke responden terkait dengan bagaimana posisi politik menentukan tingkat kepercayaan mereka terhadap media. Sehingga sulit untuk mengukur secara hipotesis apakah dengan demikian perbedaan posisi politik akan berpengaruh terhadap *distrust* terhadap media. Selain tentu karena tantangan tersendiri untuk menentukan kategori distingtif pembelahan posisi atau preferensi politik individu.

Penelitian ini menemukan bahwa sebagian besar responden memiliki preferensi politik liberal atau condong liberal. Dalam survei ini, nilai-nilai liberal ini merujuk pada studi Aspinall et al., (2020) yang di antaranya berkaitan dengan kepercayaan terhadap kebebasan media dalam mengkritik kebijakan-kebijakan pemerintah dan kebebasan individu untuk berpendapat. Dalam uji korelasi, preferensi politik ini memiliki korelasi dengan tingkat kepercayaan media. Meskipun lemah, bias politik seseorang memiliki dampak pada cara orang tersebut mengakses media dan percaya atau tidak percaya terhadap media. Dengan kata lain, hal ini mengindikasikan bahwa preferensi politik responden yang liberal atau condong liberal memiliki kecenderungan percaya terhadap pemberitaan media di Indonesia.

BAB IV KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan publik terhadap media di Indonesia cukup tinggi dengan melihat dari dua dimensi yaitu literasi media dan preferensi politik yang ada. Temuan penelitian bisa menjadi kabar baik bagi media-media di Indonesia karena ini mengindikasikan bahwa pemberitaan media-media arus utama bisa diterima dan dipercaya publik. Di tengah gelombang misinformasi dan disinformasi yang begitu kuat, tentu kepercayaan terhadap media arus utama yang menyediakan informasi yang bisa dipertanggungjawabkan menjadi penting.

Namun demikian, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Di antaranya adalah ukuran tingkat kepercayaan yang memberikan lebih banyak perhatian pada pemahaman dasar terkait pengetahuan jurnalisme dan nilai-nilai inti jurnalisme. Uji korelasi yang dilakukan juga menunjukkan sejauh apa relasi antar variabel yang ada khususnya terkait kepercayaan media, literasi media, dan preferensi politik. Dengan keterbatasan tersebut penting untuk studi-studi lebih lanjut khususnya yang bersifat kualitatif yang bisa menjawab mengapa literasi media tidak membentuk kepercayaan media dan tingkat loyalitas atau partisanship audiens terhadap media yang dikonsumsi.

Berangkat dari temuan yang ada, penelitian ini juga merekomendasikan khususnya bagi perusahaan media dan jurnalis untuk melihat kepercayaan ini secara lebih serius. Meskipun tingkat kepercayaan masih tinggi penting untuk mendengar catatan-catatan dari publik atau audiens. Khususnya berkaitan dengan hal-hal apa saja yang membuat mereka percaya atau justru tidak percaya dengan pemberitaan media. Dengan mendengarkan, perusahaan media dan jurnalis bisa melakukan anjang-anjang beradaptasi dengan masukan-masukan dari publik secara umum yang penting sebagai modal untuk bertahan di era digital.

REFERENSI

- Aspinall, E., Fossati, D., Muhtadi, B., & Warburton, E. (2020). Elites, masses, and democratic decline in Indonesia. *Democratization*, 27(4), 505–526. <https://doi.org/10.1080/13510347.2019.1680971>
- Aspinall, E., & Mietzner, M. (2019). Indonesia's Democratic Paradox: Competitive Elections amidst Rising Illiberalism. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 55(3), 295–317. <https://doi.org/10.1080/00074918.2019.1690412>
- Edelman Trust Barometer. (2023). *Indonesia Report 2023*.
- Fisher, C. (2018). What Is Meant By “Trust” in News Media? In K. Otto & A. Kohler (Eds.), *Trust in Media and Journalism* (pp. 19–38). Springer.
- Gramlich, J. (2021). *What makes a news story trustworthy? Americans point to the outlet that publishes it, sources cited*. Pew Research Center.
- Hallin, D., & Mancini, P. (2004). *Comparing Media System: Three Models of Media and Politics*. Cambridge University Press.
- Konieczna, M., & Robinson, S. (2014). Emerging news non-profits: A case study for rebuilding community trust? *Journalism*, 15(8), 968–986. <https://doi.org/10.1177/1464884913505997>
- Moran, R. E., & Nechushtai, E. (2023). Before reception: Trust in the news as infrastructure. *Journalism*, 24(3), 457–474. <https://doi.org/10.1177/14648849211048961>
- Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C. T., & Kleis Nielsen, R. (2023). *Reuters Institute Digital News Report 2023*. <https://doi.org/10.60625/risj-p6es-hb13>
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K., & Kleis Nielsen, R. (2022). *Reuters Institute Digital News Report 2022*. <https://doi.org/10.60625/risj-x1gn-m549>
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., Robertson, C. T., & Kleis Nielsen, R. (2021). *Reuters Institute Digital News Report 2021*. <https://doi.org/10.60625/risj-7khr-zj06>

REFERENSI

- Savirani, A., Al Akbar, N., Niami, U., Jamson, E., & Asworo, L. (2021). Floating Liberals: Female Politicians, Progressive Politics, and PSI in the 2019 Indonesian Election. In *Journal of Current Southeast Asian Affairs* (Vol. 40, Issue 1).
- Schudson, M. (2022). What Does "Trust in the Media" Mean? *Institutions, Experts & the Loss of Trust*, 151(4), 144–160.
<https://doi.org/10.2307/48696778>
- Strömbäck, J., Tsfati, Y., Boomgaarden, H., Damstra, A., Lindgren, E., Vliegenthart, R., & Lindholm, T. (2020). News media trust and its impact on media use: toward a framework for future research. In *Annals of the International Communication Association* (Vol. 44, Issue 2, pp. 139–156). Routledge. <https://doi.org/10.1080/23808985.2020.1755338>
- Suiter, J., & Fletcher, R. (2020). Polarization and partisanship: Key drivers of distrust in media old and new? *European Journal of Communication*, 35(5), 484–501. <https://doi.org/10.1177/0267323120903685>
- The Media Insight Project. (2018). *Americans and the News Media: What they do — and don't — understand about each other.* www.mediainsight.org
- The Media Insight Project. (2021). *A New Way of Looking at Trust in Media: Do Americans Share Journalism's Core Values?* www.mediainsight.org
- Tully, M., Maksl, A., Ashley, S., Vraga, E. K., & Craft, S. (2022). Defining and conceptualizing news literacy. *Journalism*, 23(8), 1589–1606.
<https://doi.org/10.1177/14648849211005888>
- Tully, M., & Vraga, E. K. (2017). Effectiveness of a News Media Literacy Advertisement in Partisan Versus Nonpartisan Online Media Contexts. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 61(1), 144–162.
<https://doi.org/10.1080/08838151.2016.1273923>
- Tully, M., & Vraga, E. K. (2018). A Mixed Methods Approach to Examining the Relationship Between News Media Literacy and Political Efficacy. In *International Journal of Communication* (Vol. 12). <http://ijoc.org>.



**ALIANSI
JURNALIS
INDEPENDEN**
Alliance of Independent Journalist

DI ANTARA LITERASI DAN BIAS POLITIK

Studi tentang
Tingkat
Kepercayaan
Publik terhadap
Media di Indonesia



ALIANSI JURNALIS INDEPENDEN (AJI) INDONESIA
Jl. Kembang Raya No.6 Kwitang, Senen,
Jakarta Pusat 10420
Telepon : (6221)3151214
E-mail : sekretariat@ajiindonesia.or.id
Web : www.aji.or.id



**ALIANSI
JURNALIS
INDEPENDEN**
Alliance of Independent Journalist



**ALIANSI
JURNALIS
INDEPENDEN**
Alliance of Independent Journalist

BETWEEN LITERACY AND POLITICAL BIAS:

**A Study on
Public Trust
in the Media
in Indonesia**



Between Literacy and Political Bias: A Study on Public Trust in the Media in Indonesia

Compiler: Rana Akbari

Proofreader: Wisnu Prasetya

Researchers:

AJI Indonesia: Ika Ningtyas, Febrina Galuh P, Ni'matun Naharin, Achmad F.H Fajar

Remotivi: Muhamad Heychael

Statistical Consultant:

Angga Ariestya, Dosen Strategic Communication Universitas
Multimedia Nusantara

Translator: Novia Stephanie

Layout & Cover Designer: Fahrul Rozi

Copyright is protected by law. prohibited to reproduce or move part or all of the contents of the book into any form, electronic or mechanical, including photocopying, recording, or by any other recording technique, without written permission from the Publisher.
Law Number 28 2014 concerning Copyright.

First published by :



The Alliance of Independent Journalists, 2024

6 Kembang Raya Street, Kwitang, Senen,

Central Jakarta, Postal Code 10420

Telephone : (6221)3151214, Fax (6221)3151261

E-mail : sekretariat@ajiindonesia.or.id

Web : www.aji.or.id

Between Literacy and Political Bias:
A Study on Public Trust in the Media in Indonesia
30 page, ; 21 x 29,7 cm
Print. I, May 2024

If there is a printing/production error in this book or misinformation,
please contact the publisher.

TABLE OF CONTENT

EXECUTIVE SUMMARY	3
CHAPTER I. INTRODUCTION	5
A. Background	5
B. Objective and Research Questions	6
C. Methodology	7
D. Research Framework	7
E. Respondent Demographics and Profile	12
CHAPTER II. RESEARCH FINDINGS	14
A. Trust in the Media	14
1. Fair	15
2. Bias	16
3. Comprehensive	16
4. Accuracy.....	17
5. Separation of facts from opinion.....	18
B. Media Literacy	19
C. Political Preference	20
CHAPTER III. DISCUSSION AND ANALYSIS	21
CHAPTER IV. CONCLUSION	26
REFERENCES.....	27


EXECUTIVE SUMMARY

This research by AJI Indonesia and Remotivi seeks to measure the level of public trust in the media in Indonesia. In this digital era with its prevalent misinformation and disinformation, it is important to measure the extent of public trust in the information imparted by the media. The study was conducted between April and September 2023 and asked how much trust the respondents put in the media, by looking into two dimensions: media literacy and political preference. The study came up with three interesting findings that merit further discussion.

First, there is a high level of trust in the media. The study finding indicates that public trust in the media in Indonesia is relatively high. The data show that 33.7% (688) of the respondents strongly trust the media, 37.4% (762), respondents trust the media, 23% (470) distrust the media, and only 5.9% (120) respondents strongly distrust the media.

The survey finding is in line with the results of several previous studies. A study by Kompas in early 2023 found that 70.2% of the Indonesian public trust mass media reporting (Kompas, 2023). A survey by Kompas showed that the main factor for this public trust is the news official sources and complete information. The Edelman Trust Barometer report from 2023 showed that the Indonesian public trust in the media stood at 72%.

Second, a high level of media literacy. The study showed that the respondents have relatively high level of media literacy. The level of media literacy is defined by public understanding of basic journalism knowledge and their attitude towards the core values of journalism. Basic understanding of journalism is evident in the respondent's ability to differentiate news from opinion, understand native advertising, differentiate opinion from facts, and so forth.



Bear in mind that in the correlational study between trust in the media and media literacy, analysis showed no correlation between the two variables. It means that a respondent's high level of media literacy does not influence the extent of their trust in the media. In the context of Indonesia, further investigation is necessary to determine why level of media literacy does not contribute to trust in the media.

Third, liberal political preference. This study found that the majority of respondents are either liberal or liberal leaning in their political preference. In this survey, the term liberal values refer to the public trust in freedom of the press to criticize government policies as well as individual freedom of expression. In the correlational study, this liberal political preference is found to have correlation with level of trust in the media. However weak an individual's political bias is, it still impacts the way the individual access the media and whether or not they trust the media.

Based on the findings of this study, it is important for the stakeholders of media industry, including media companies and journalists, to pay more attention to maintaining public trust. Trust is an important factor in determining how far journalism and media companies may survive in the digital era.

CHAPTER I. INTRODUCTION

A. Background

The media need public trust to function properly as the fourth pillar of democracy. Trust forms the basis on which the public decide on whether to access information provided by the media. In addition, trust plays an important role in enabling the media to properly perform their journalistic duties. At this point, trust is one of the crucial factors that may determine the sustainability of journalism and media industry, and in turn, contribute to the quality of democracy.

While trust in the media is an indication of the quality of democracy, studies on this matter in Indonesia had generally centered around public perception of either the level of trust in the media (Edelman Trust Barometer, 2023; Newman et al., 2021, 2022, 2023) or of media brand (Newman et al., 2021, 2022, 2023). This leads to at least two further questions.

First, are the media biased and therefore untrustworthy, or are the audience biased in their perception of trust? Multiple studies had confirmed this suspicion. Political preference (Gramlich, 2021), perceived economic condition, and individual values (The Media Insight Project, 2021) determine the audience trust in the media. Second, to what extent the principles and values of modern journalism serve as a basis for audience trust in the media?

Furthermore, previous studies often failed to define trust, leaving it to the respondent's own interpretation (Strömbäck et al., 2020). Newman et al. (2021, 2022, 2023) for instance, only published the data on level of trust and trusted media brands in Indonesia, without specifying what trust in the media means

(for example, does the media appear to be unbalanced in their reporting, is their reporting inaccurate, etc.). This had made it difficult to further analyze the data.

While previous studies showed indications of crisis in the public trust in the media, only few studies in Indonesia have explored the root of the crisis from the audience's perspectives. It is important to view trust from the audience's standpoint to get a comprehensive picture of what is happening. This study had been conducted to fill that gap. It seeks to enrich studies of trust in the media, particularly in the context of Indonesia.

B. Objective and Research Questions

The objective of this study is to understand the complexity of trust in the media in Indonesia and its dominant contributing factors. To that end, this study will focus solely on two trust-related factors, namely media literacy and political preference. By comparing the influence of the two variables, this study is expected to result in a more comprehensive picture of the issue and offer a solution.

To formulate an effective solution to the trust crisis, we need to better understand if the problem is caused by the audience's objective assessment of journalistic work, or conversely, if it stems from the audience's own subjective bias based on their political preferences. From this starting point, this study seeks to answer the following two major question:

1. To what extent do the Indonesian public trust the media?
2. To what extent do political preference and journalistic literacy contribute to public trust in the media?

C. Methodology

The study uses survey method where quota sampling is done in 34 provincial capitals in Indonesia to get 60 respondents in every province, for a total of 2040 respondents. This strategy is chosen to achieve relative balance in the number of respondents in every province. Data collection is conducted using convenience sampling technique whereby enumerators visit multiple *kelurahan* (ward) in each target city before going to meet the candidate respondent. Enumerator fills out a questionnaire based on the answer elicited during in-person interview with the respondent.

D. Research Framework

1. Trust in Media Study

The study of trust is an important topic in the global media analysis. This is understandable considering the central role that trust plays in both journalism and media industry. Rapid technological advancement has rendered any efforts to measure trust challenging. Apart from the issue of what measuring tool to use, several questions arise from the definition of trust in the media (Schudson, 2022).

The challenge of measuring trust becomes even more complicated in the digital era. This era comes with a wave of misinformation and disinformation that has led journalism into a crisis. Studies done in the past few years show that trust in media is currently at its lowest point all over the world (Fisher, 2018). While on the one hand journalism is undergoing a crisis and facing declining trust, public trust in partisan media has increased instead (Moran & Nechushtai, 2023). One contributing factor to this is the heightening of political polarization brought on by social media.


As the condition becomes increasingly more complex, a prudent approach must be taken in applying measurement to and defining trust. In his study to map research findings on trust in media, Strömbäck et al., (2020) identified five fundamental indicators for the assessment of audience trust in the media. The indicators are as follows:

- a) Fair. This indicator concerns the extent to which the media are being fair (for example by providing space for all parties with relevant interest) in the issue they are reporting.
- b) Bias. This indicator measures the extent to which the media are biased or not in their journalistic practice.
- c) Comprehensive. This indicator concerns the completeness of the information presented by the media.
- d) Accuracy. This indicator shows how accurate the data and facts presented by the media are.
- e) Separation of facts from opinion. This indicator measures the extent to which the media separate facts from opinion in their reporting.

It is important to understand these indicators since trust in the media may be categorized into different levels. Examples of this are general trust in the media, trust in journalist, or trust in only certain kinds of reporting. The indicators may determine level on which we are measuring public trust in the media. In this study, trust in the media is the dependent variable that is influenced by two main factors, namely the audience's media literacy and political preference.

2. Media Literacy

Media or journalism literacy in this study is analyzed in two dimensions: trust in the core values of journalism and understanding of journalism. The two dimensions are developed from The Media Insight Project (2021) study that investigated the correlation between trust in the core values of journalism and the values a person subscribes to, as well the study (The Media Insight Project, 2018) that compares the journalist's understanding of journalism and that of the audience.

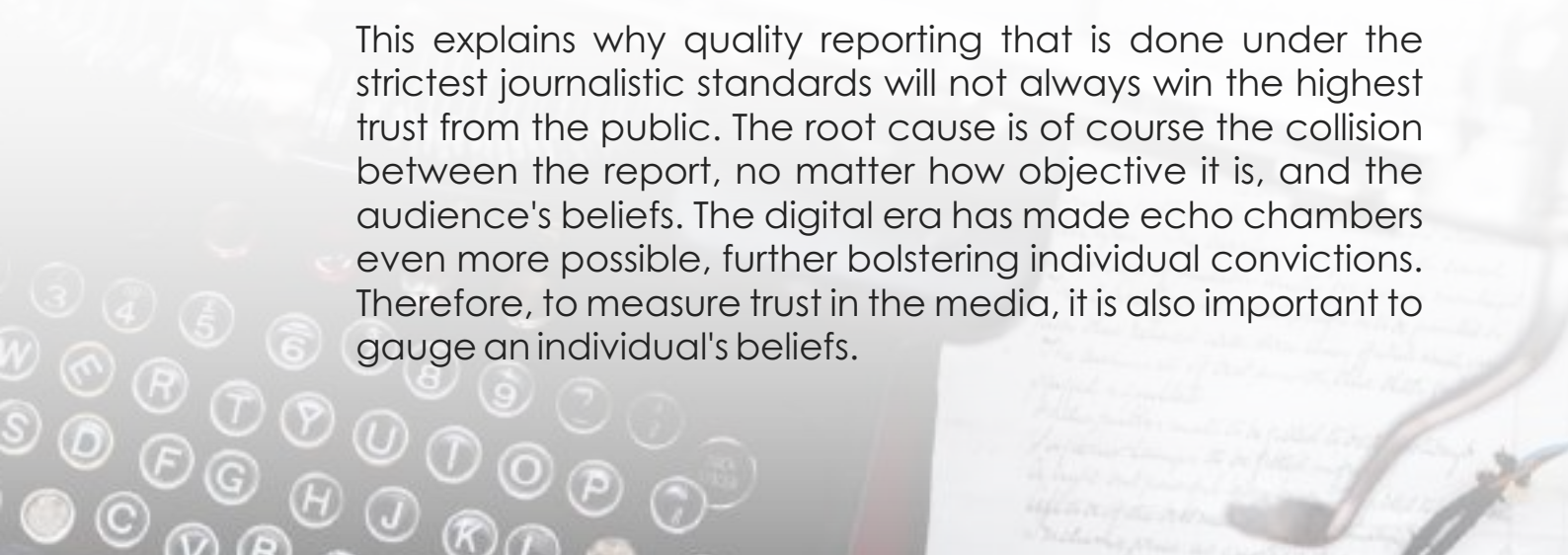


The first dimension is trust in the core values of journalism. The core values of journalism are as follows:

- a) Oversight. This value demonstrates the importance of journalist and media work in monitoring power in general, and public officials in particular.
- b) Transparency. This value pays particular attention to the media function of openly reporting matters that are of the public interest.
- c) Factuality. This value measures the extent to which the media are presenting facts. Basically, the more facts the media present, the better they serve the public interest.
- d) Speaking up for the marginalized. This value measures how the media are giving voice to community groups that have historically limited or no space at all to speak up.
- e) Social criticism. This value focuses on the extent to which the media are highlighting and reporting socio-political issues that are of great public interest.

The Media Insight Project (2021) study looked into the correlation between trust in the core values of journalism and the values an individual subscribes to. In other words, the public tend to trust the media more if their journalism practices are aligned with the values they subscribe to. Conversely, the public tend to distrust journalistic practices that are not aligned with, or are widely divergent from, what they believe in.

This explains why quality reporting that is done under the strictest journalistic standards will not always win the highest trust from the public. The root cause is of course the collision between the report, no matter how objective it is, and the audience's beliefs. The digital era has made echo chambers even more possible, further bolstering individual convictions. Therefore, to measure trust in the media, it is also important to gauge an individual's beliefs.



The second dimension is understanding of journalism. This dimension was developed from the indicators used in The Media Insight Project (2018) to compare journalist's and audience's understanding of the field of journalism. Specifically, this dimension measures three matters pertaining to:

- a) The extent of the audience understanding of journalism terms and practices. This consists of the audience's basic knowledge and may include the ability to discern publication topics or types of articles in the media, such as news, opinion, native advertising, and so forth.
- b) The audience understanding of decision-making mechanism. This constitutes the audience's ability to understand the news that they access by inspecting its components, for instance the sources that the media cite in their publication of certain news and information.
- c) The audience understanding of specific journalism products. This element overlaps with the first point and constitutes the audience ability to discern differences between the sections in the media, for instance between the editorial and the resulting journalism products.

These three elements show that basic knowledge of journalism is an important asset for an individual in accessing and either trusting or distrusting a media outlet. This basic knowledge will help the audience identify and set up relevant standards to watch for in their media consumption. On the next stage, the knowledge will play a part in deciding the level of trust the audience will have in the accessed media. It is worth noting that while basic knowledge plays an important role, it does not automatically influence public trust in the media. It takes the individual's political preference to do that.

3. Political Preference

Gauging political preference in Indonesia has its own challenges. Multiple studies show that there are no discernible left-right or liberal-conservative distinction among political parties in Indonesia (Aspinall et al., 2020; Aspinall & Mietzner, 2019; Savirani et al., 2021). Therefore, self-identification as liberal-conservative or left-right may not be construed as indicators in mapping political preferences. Hallin & Mancini (2004) explained that media system will reflect the political system of their milieu. This is referred to as political parallelism, which is based on: 1) media reporting that reflects political orientation; 2) relations between the media and political parties; 3) journalist's tendency to be politically active; 4) media audience partisanship identity.

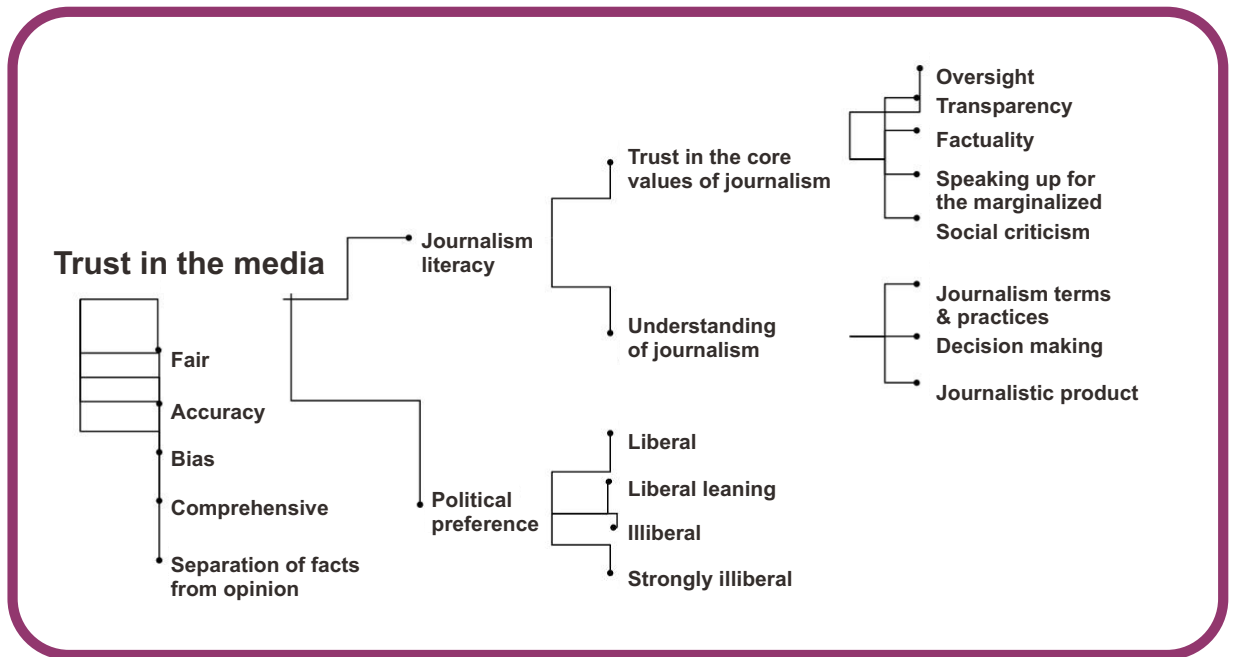
This signifies that if the political system does not show distinctive categories within the left-right, liberal-conservative spectra, the same characteristic will be reflected in the media system. This also applies to public political preference. The phenomenon is different from that observed in Western countries where there is more definitive political division that makes it easier to measure the degree of media audience loyalty and partisanship.

In this context, this study will use the liberal - illiberal spectrum to measure individual political preference, which in turn will determine the extent of their trust in the media. This spectrum is adapted from Aspinall et al. (2020) study which looked into liberal values in democracy, including in the context of believing that 1) the government (executive, legislative, and judicial bodies) must be free from corruption and nepotism; 2) the citizens vote for their president and vice president in a free and fair election; 3) the media are free to criticize government policy; 4) everyone is free to voice their political opinion.

In the same study, Aspinall et al. (2020) expounded on the illiberalism index that is measured on the basis of the belief that 1) disharmony occurs when members of the society form a lot of associations;

2) judges who are ruling on an important case must accept the opinion of the executive arm of the government; 3) a government under constant supervision of the parliament will find it difficult to implement its policies; 4) chaos happens in a society where citizens espouse different ways of thinking; 5) in times of crisis, the government is allowed to disregard the law to solve problems.

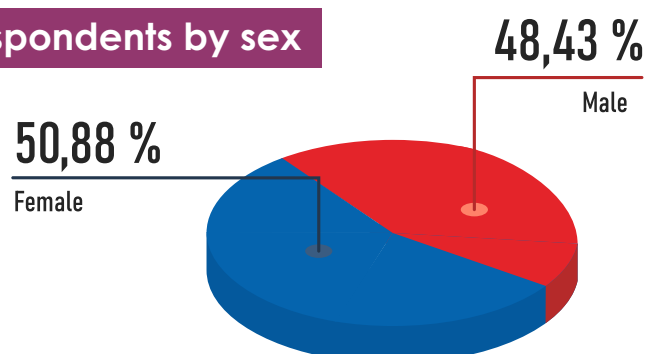
Based on this exposition, the framework of this study is laid out in the following illustration:



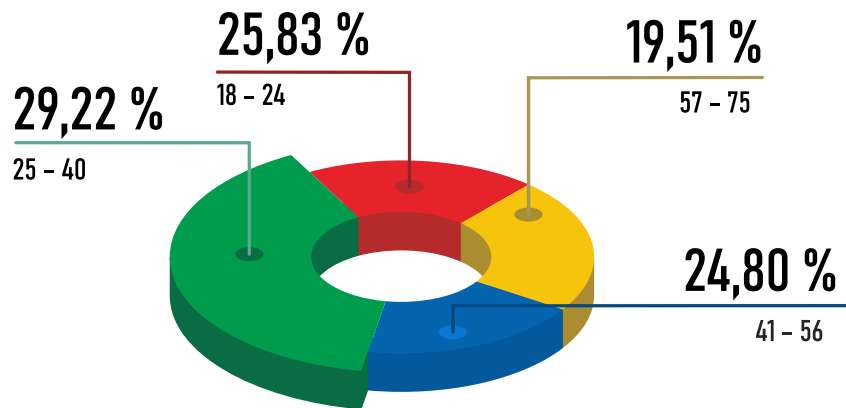
E. Respondent demographics and profile

The research was conducted between April and September 2023. A survey using quota sampling technique was done in 34 provincial capitals across Indonesia, with an even distribution of 60 respondents in each province, for a total of 2040 respondents.

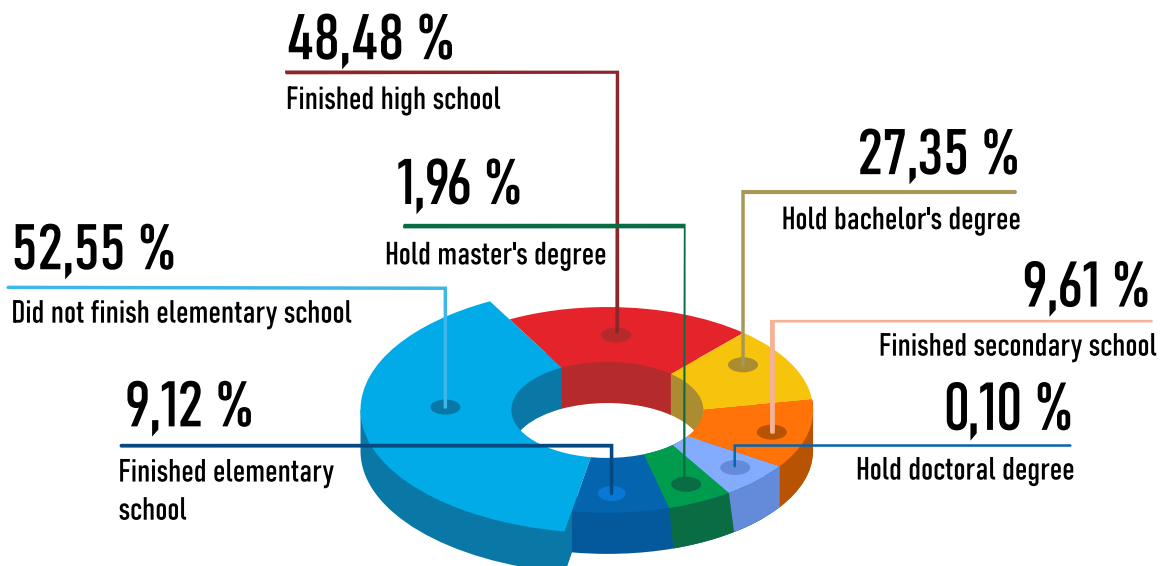
1. Distribution of respondents by sex



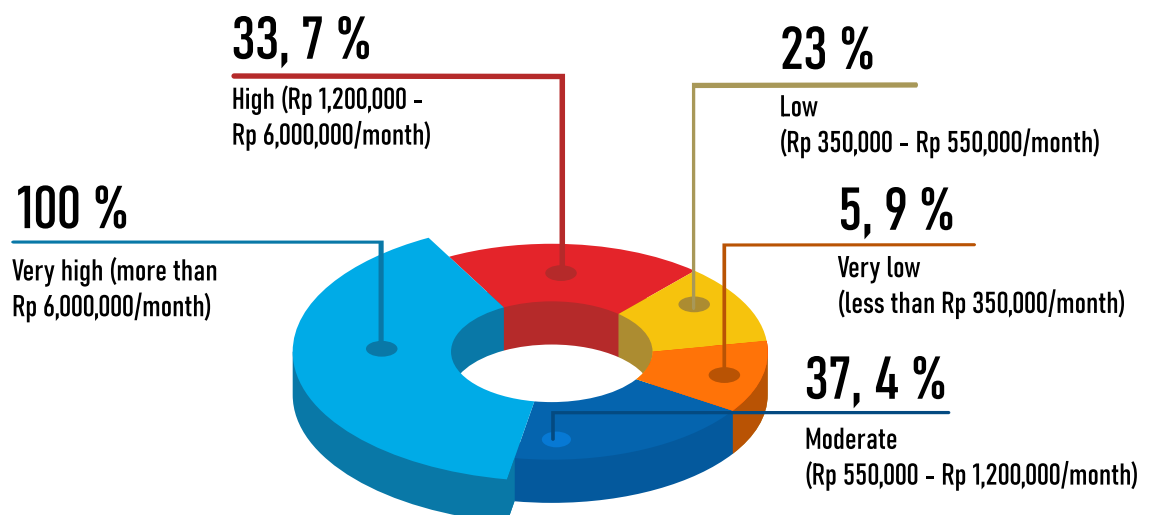
2. Distribution of respondents by age



3. Distribution of respondents by educational background



4. Distribution of respondents by average monthly expenditure



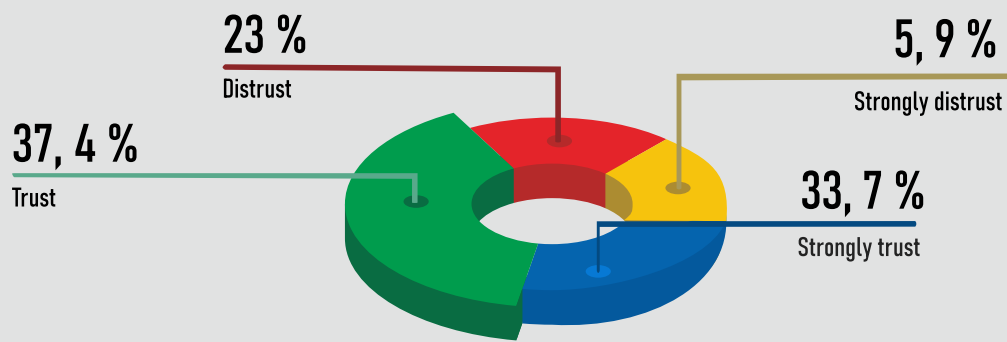
CHAPTER II. RESEARCH FINDING

This chapter will discuss the survey findings, which will be divided into three parts, namely: a) trust in the media; b) media literacy; c) political preference. In general, the first part will describe the respondents' level of trust in the media. To measure this, the study uses the five indicators proposed by Strömbäck et al., (2020). The respondents were asked their opinion on the extent of their trust in media reporting, with focus on the following indicators: 1) fair; 2) bias; 3) comprehensive; 4) accuracy; and 5) separation of facts from opinion.

In this study, trust in the media will be viewed from two dimensions: level of public media literacy and political preference. Media literacy puts an emphasis on the extent of the respondent's trust in the core values of journalism and basic understanding of media reporting. On the other hand, political preference looks into individual values, particularly those pertaining to the values of liberal democracy and their link to the level of trust in the media.

A. Trust in the Media

The survey finds that in general the respondent's trust in the media in Indonesia is relatively high. Data show that 33.7% (688) of the respondents have strong trust in the media, while 37.4% (762) have trust in the media, 23% (470) does not trust the media, and only 5.9% (120) reported strong distrust in the media.

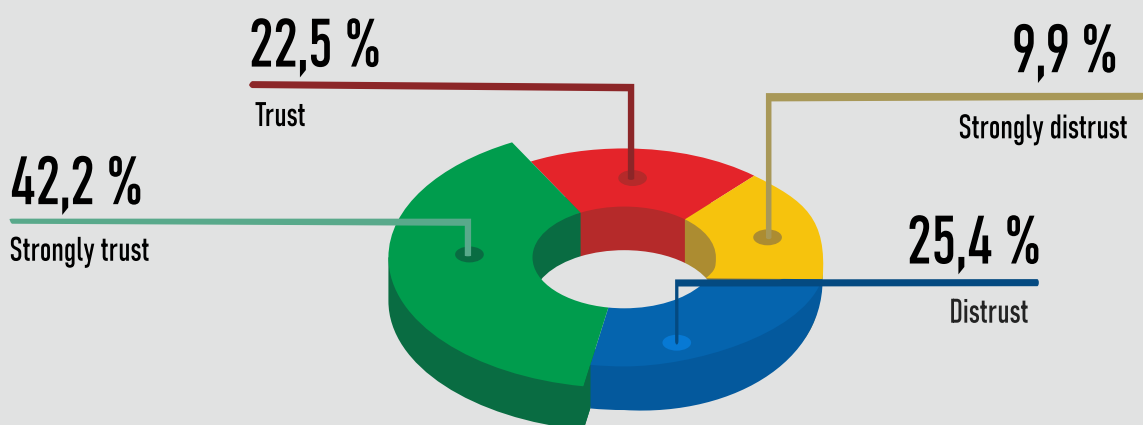


For more details on trust in the media, the following findings of the five indicators of trust provide a more comprehensive picture.

1. Fair

Fairness concerns the balance of media reporting of an event; for instance, in the way the media provides space for the stakeholders in their reporting. This is often referred to as the principle of cover both sides or cover all sides. In this context, the respondents were asked the extent of their trust that the media had been fair in their reporting.

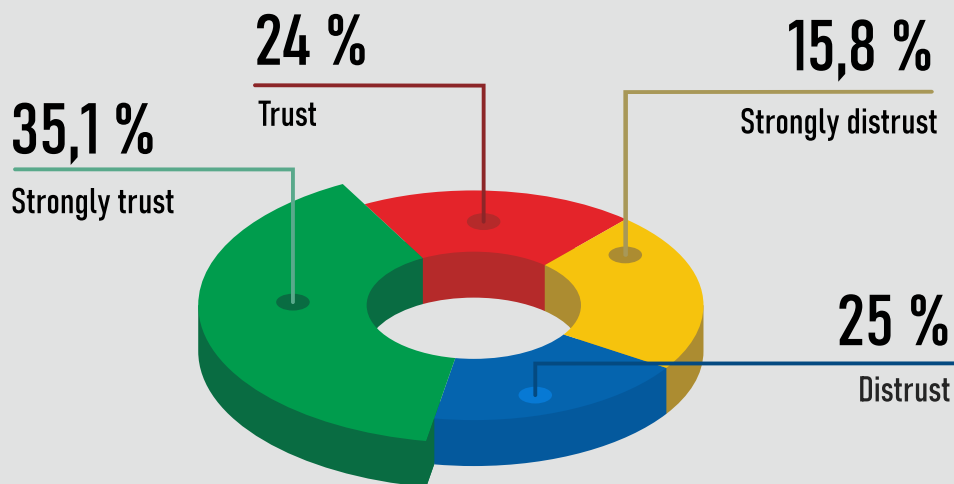
The survey finds that 42.2% (861) of the respondents reported that they strongly trust, while 22.5% (460) said that they trust, that the Indonesian media are fair in their reporting. On the other hand 25.4% (518) of the respondents said they do not trust that the media have been fair, with 9.9% (201) respondents reporting strong distrust.



2. Bias

Bias concerns whether the media harbor certain prejudice against the parties they report on. These prejudices may be evident in the media reporting and, depending on their underlying factor, may take the form of political bias, ideological bias, and so forth. The respondents were asked the extent of their trust that media reporting is free from certain bias and prejudice.

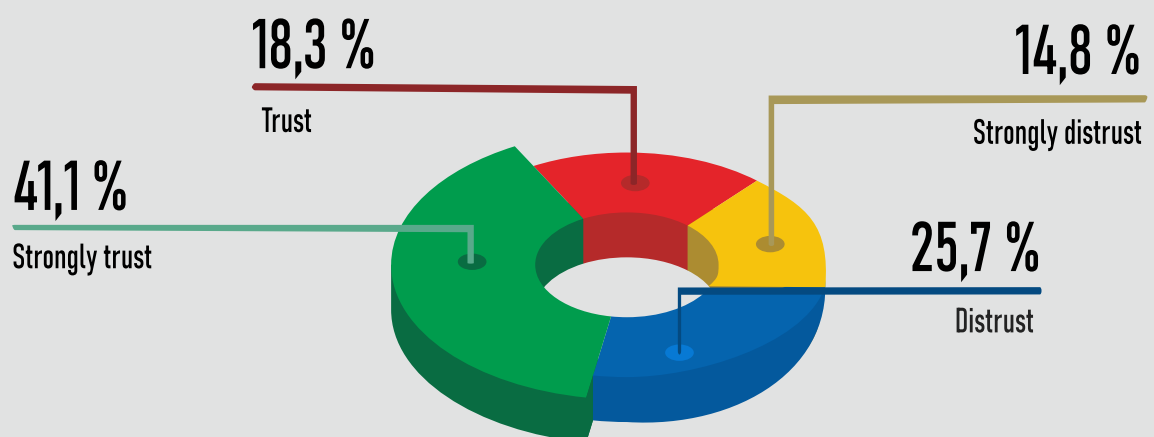
The survey finds that 35.1% (716) of the respondents reported that they strongly trust and 24% (490) said they trust that Indonesian media reporting is free from bias and prejudice. When compared with other indicators, there are higher numbers of respondents expressing distrust and strong distrust about bias. The data show that 25% (511) of the respondents expressed distrust, while 15.8% (323) of respondents strongly distrust, that the media in Indonesia are free from bias or prejudice.



3. Comprehensive

Comprehensive as an indicator concerns the extent of completeness of the media reporting of an event. This indicator includes the extent of relevant information published by the media, how thorough the event coverage is, and the absence of media cover-up on certain matters. Respondents were asked the extent of their trust in this indicator.

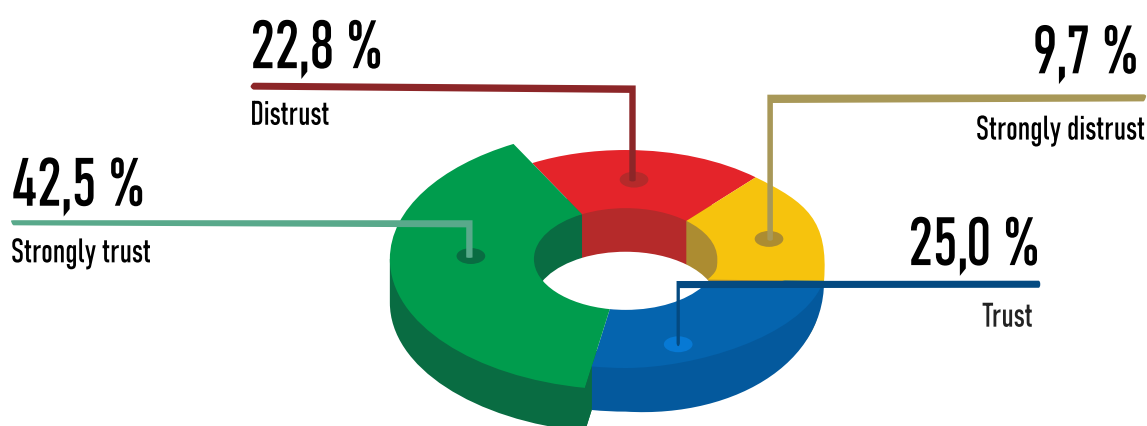
In general, respondent trust level for this indicator is lower in comparison with that of other indicators. Survey findings indicate that 41.1% (839) of respondents strongly trust and 12.3% (374) trust that the media in Indonesia report every aspect of the information without covering up anything. On the other hand, 25.7% (525) of respondents do not trust and 14.8% strongly distrust that this has been done.



4. Accuracy

Accuracy is an indicator of the extent to which media reporting reflects the reality as it happens. The story data and facts are verifiable and not potentially misleading or incorrect. With regards to this indicator, the respondents are asked the extent of their trust that the media have reported accurate news.

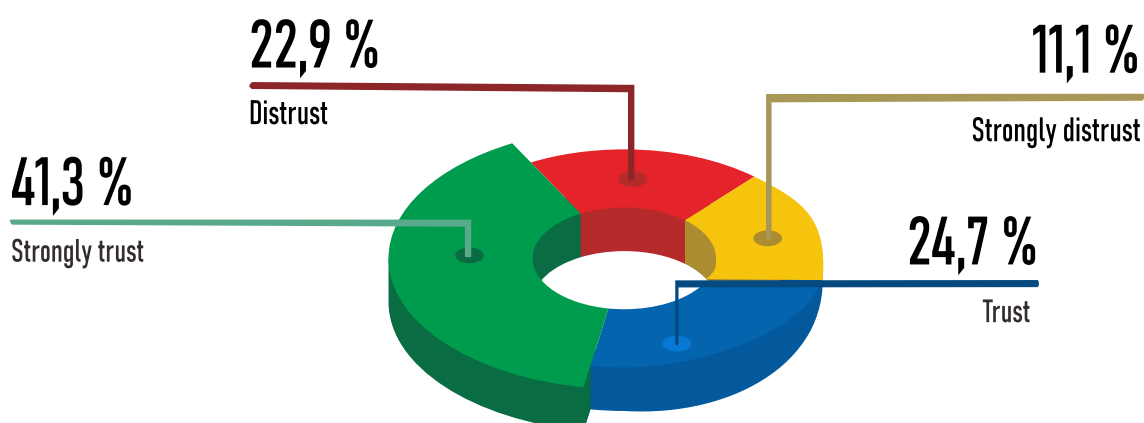
As many as 42.5% (868) of the respondents strongly trust and 25% (509) trust that the media in Indonesia have produced accurate news. On the other hand, 22.8% (466) of the respondents expressed distrust and 9.7% (197) strongly distrust that reporting by media in Indonesia is accurate.



5. Separation of facts from opinion

Separation of facts from opinion concerns the way the media separate factual aspects from opinion in their news reporting. Journalism code of ethics stipulates that journalists should not mix up facts and condemnatory opinion. It is therefore important to have a firm line separating parts of news that are facts from those that are opinions. Respondents are asked the extent of their trust that the media have separated facts from opinions in their news reporting.

The study finds that 41.3% (843) respondents strongly trust and 24.7% (503) trust that the media in Indonesia have separated facts from opinion in their news reporting. On the other hand, 22.9% (468) of respondents expressed distrust and 11.1% (226) respondents strongly distrust that the media have made such separation.

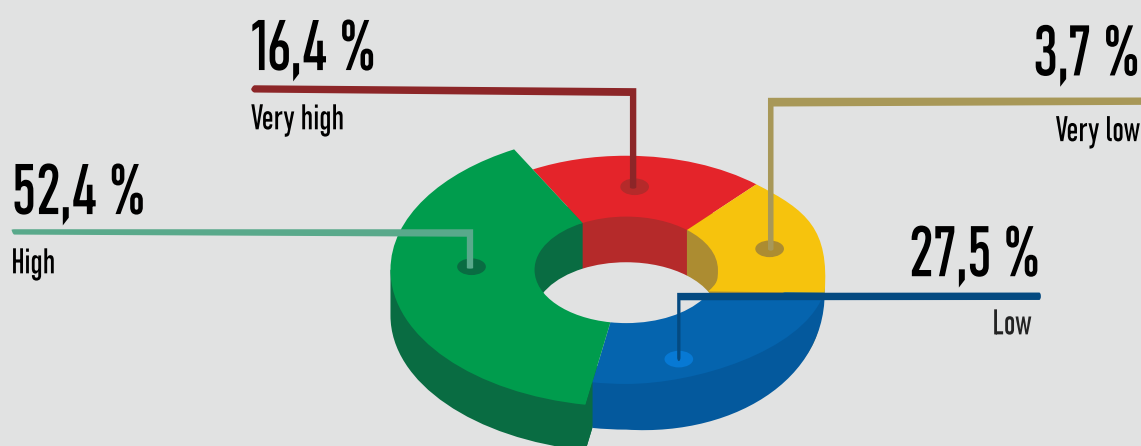


B. Media Literacy

In this study, media literacy is defined in two dimensions: trust in the core values of journalism and understanding of journalism. The two dimensions were developed from studies by The Media Insight Project (2018, 2021) which delved into the correlation between trust in journalism values and an individual's own value, and comparison between journalists and audience understanding of the field of journalism. Respondents are asked about their basic knowledge of journalism and its core values such as monitoring, transparency, factuality, giving voice to the marginalized, and social critique.

Basic understanding of journalism pertains to the respondents' understanding of matters such as the difference between opinion and facts, the definition of breaking news, native advertising, endorsement, media political support, and so on.

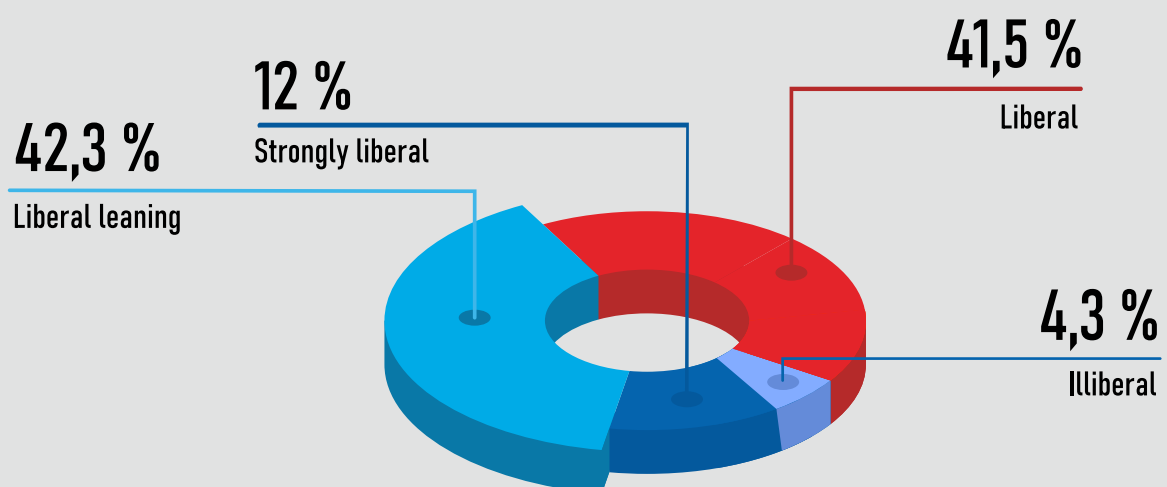
The survey finds that 52.4% (1069) of the respondents show high media literacy, with 16.4% (334) showing very high literacy. On the other hand, 27.5% (561) respondents exhibit low media literacy and only 3.7% (76) respondents show very low media literacy.



C. Political Preference

In this survey, political preference refers to the definition in Aspinall et al., (2020) study that applies the liberal - illiberal (non-liberal) spectrum to analyze individual political inclination. Liberal values pertain to matters such as a government that is free from corruption and nepotism; the freedom to vote for leaders; freedom of the press and freedom of expression. In contrast, illiberal values focus more on issues such as the threat against social harmony that is posed by people exercising their freedom of association, government interference on judicial ruling, and disregard of the law.

With regard to political preference, the survey finds that 41.5% (846) respondents said that they are liberal, 42.3% (862) respondents said that they are liberal leaning, 12% (245) respondents describe themselves as strongly liberal, and only 4.3% (87) respondents define themselves as illiberal.



CHAPTER III. DISCUSSION AND ANALYSIS

Strong trust in the media

This survey findings indicate that public trust in the media in Indonesia is relatively high. It is a notable finding given that public trust is the main foundation for the sustainability of journalism practice and media industry. Low public trust not only potentially worsens an information ecosystem already turbid with misinformation, it may also financially damage the media. Conversely, high trust may serve as a capital to help the media survive in crisis situation.

The survey findings resonate with a number of previous studies. A study by Kompas in early 2023 found that 70.2% of the Indonesian public trust mass media news reporting (Kompas, 2023). The Kompas survey found that the main factor for this public trust is the official sources and comprehensive information presented in the news reporting. Edelman Trust Barometer report in 2023 showed that the Indonesian public trust in the media stood at 72%.

On the other hand, a study by Reuters Institute had come up with different findings on this issue. Digital News Report for 2021, 2022, and 2023 showed that public trust in the media in Indonesia had remained stable for three consecutive years at a relatively low figure of 39%. However, Reuters Institute had only published their data on trust level and media brand, without detailed information on how the research had defined trust; for instance, if the trust they referred to was associated with balance in the reporting, accuracy, etc. It is therefore difficult to conduct analysis on their existing findings.

Regardless of the difference, the study offered several topics that could be delved into further within the wider context of the study of trust in the media. *First*, trust must be positioned as an inseparable element of journalism and media industry infrastructure. Meaning, trust cannot be seen simply as an outcome; for instance, the outcome of low quality, biased and unbalanced journalism. Moran and Nechushtai (2023) offered a fascinating example of this phenomenon. They said that many parties frequently positioned trust merely within the framework of public reception of journalism work, which on certain level may be disregarded. In fact, trust may be viewed as the economic foundation of news production and therefore an important element to highlight. A declining public trust will impact media organization revenue, and vice versa (Konieczna and Robinson, 2014).

Second, trust must be understood as a complex interaction between journalism work, media industry, and media audience. Trust fluctuations must likewise be analyzed within this framework. On the one hand, trust constitutes the basis on which the audience access information for specific purpose and interest. This includes using information and news from the media as the main foundation for their decision making. On the other hand, the basis for journalist and media news production is the knowledge that their product may be trusted by the audience due to its relevance, significance, and accuracy (Konieczna and Robinson, 2014). Within this context, it is necessary to make efforts to boost public trust through understanding the needs of the community and media audience.

Third, the highs and lows of public trust in the media should not be viewed merely within the framework of media landscape transformation in the digital era. The issue of trust in the media has been around even before the digital era. The digital era that brought with it social media has fragmented the news produced by the media. As expounded by Schudson (2022), the fragmentation may interfere with the completeness of the news, leading to the public receiving information in piecemeal. As the trust indicators in this study show, it is important for the media to present complete and comprehensive reporting. Such practice allows the public to receive complete and relevant information.

High Media Literacy

This survey findings show that the respondents media literacy is relatively high. In this study, this high level of literacy is defined by the respondents understanding of journalism basics and their response to journalism core values. Basic knowledge of journalism is evident in the extent of respondent's ability to tell news from opinion, understand native advertising, differentiate opinion from facts, and so on. The high level of media literacy may come as good news as the Indonesian digital ecosystem has been rife with misinformation and disinformation in the past few years. The condition has prompted Indonesian media to specially allocate space for fact-checking that focuses on the waves of misinformation in social media.

The finding on high media literacy is aligned with the respondent's educational background, with 48.48% (989) respondents reported having finished high school and 27.35% (558) having a bachelor's degree. The data indicate that educational background influences level of media literacy. This finding also resonates with the study that found that the higher an individual's education is, the higher their media literacy (Tully and Vraga, 2017, 2018).


Within this context, media literacy should be viewed as a different category from, for instance, digital literacy. While the two have certain similar aspects and focus on critical thinking, there is an underlying difference that needs to be scrutinized. Media literacy, particularly with respect to understanding of journalism, puts an emphasis on how news is produced, the capacity to gauge a journalist's impartiality, and the public responsibility in accessing news on the media (Tully et al., 2022).

It is worth noting that in a correlational study between trust in the media and media literacy, analysis showed no correlation between the two factors. This signifies that a respondent's high level of media literacy has no effect on whether they trust or distrust the media. This is an interesting finding when compared with other studies that identified correlation between the two variables. Take for example the study by Tully and Vraga (2018), which found that level of literacy will determine how an individual access the media, including the extent of their trust in the media. Within the context of Indonesia, further investigation is necessary to understand why the level of media literacy has not contributed to shaping the public trust in the media.

Liberal Political Preferences

Political parallelism posits that a media system will always reflect the political system of the country it exists in. The theory is one of the main conclusions of Hallin and Mancini's seminal book *Comparing Media Systems* (2004). When there is no definitive ideological categories or political schism in the political system, the media system will likewise be affected by the same phenomenon. This also applies to the audience's political preference. What happens in Indonesia is fundamentally different from the political system in Western countries that is characterized by a more defined political schism that makes it easier to gauge media audience degree of loyalty and partisanship.

In countries such as the Great Britain, it is easy to identify an individual's political preference from the media they access. An individual with left or progressive political preference may tend to access media such as *The Guardian*, *The Independent*, and *Daily Mirror*. On the other hand, an individual with right or conservative political inclination may prefer to read their news on media such as *Daily Mail*, *The Telegraph*, dan *The Sun*.



It is worth noting that in several countries with more distinctive political division between left and right or liberal and conservative, public trust in the media is in fact declining (Reuters Institute, 2022, 2023). The audience high loyalty and level of partisanship exert their own influence on the construct of trust in the media (Suiter and Fletcher, 2020). In this case, influence is defined as the tendency for an individual's trust in the media to rise when accessing media that are aligned with their ideology and political stance, and vice versa. Conversely, distrust in the media may occur when the audience access news presented by media that disagree with their ideology and political stance.

This study had not asked the respondents how their political stance has influenced their trust in the media. Therefore, it is difficult to hypothetically measure if differences in political stance may have an effect in distrust in the media. In addition, there is a certain challenge in determining distinctive categories for individual political division and preference.

This study finds that the majority of the respondents are liberal or liberal leaning in their political preferences. Within this survey, the liberal values referred to are those in Aspinall et al. (2020) study, which include trust in the freedom of the media to criticize government policies and individual freedom of expression. In a correlational study, political preference has been found to have correlation with trust in the media. Even weak political bias may affect the way the audience access the media and whether they trust the media. In other words, this is an indication that the respondents liberal or liberal leaning political preference contributed to their tendency to trust the Indonesian media news reporting.

CHAPTER IV. CONCLUSION

This study indicates that public trust in the media in Indonesia is relatively high, based on observations on the dimensions of media literacy and political preference. This study finding may serve as good news for the Indonesian media as it indicates that news reporting by mainstream media is accepted and trusted by the public. In the face of the powerful wave of misinformation and disinformation, trust in mainstream media that provide verifiable information has become an important matter.

Nevertheless, this study has a number of shortcomings. One of these is the focus on basic knowledge of journalism and core values of journalism in measuring level of trust. The correlational studies conducted had not touched on the degree of relations between the variables, particularly trust in the media, media literacy, and political preference. Considering these limitations, it is necessary to conduct further studies, particularly qualitative research into the question of why media literacy has not shaped the public trust in the media, and the degree of audience loyalty and partisanship toward the media they consume.

Based on its findings, this study recommends that media and journalists in particular take a more serious look into the issue of trust. While the level of trust is still high, it is important to take note of the public or audience concerns, particularly on the factors that contribute to their trust or distrust in media reporting. By listening to these concerns, media organizations and journalists may take necessary steps to adapt to the public input, which is a valuable capital for survival in the digital era.

REFERENCES

- Aspinall, E., Fossati, D., Muhtadi, B., & Warburton, E. (2020). Elites, masses, and democratic decline in Indonesia. *Democratization*, 27(4), 505–526. <https://doi.org/10.1080/13510347.2019.1680971>
- Aspinall, E., & Mietzner, M. (2019). Indonesia's Democratic Paradox: Competitive Elections amidst Rising Illiberalism. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 55(3), 295–317. <https://doi.org/10.1080/00074918.2019.1690412>
- Edelman Trust Barometer. (2023). *Indonesia Report 2023*.
- Fisher, C. (2018). What Is Meant By “Trust” in News Media? In K. Otto & A. Kohler (Eds.), *Trust in Media and Journalism* (pp. 19–38). Springer.
- Gramlich, J. (2021). *What makes a news story trustworthy? Americans point to the outlet that publishes it, sources cited*. Pew Research Center.
- Hallin, D., & Mancini, P. (2004). *Comparing Media System: Three Models of Media and Politics*. Cambridge University Press.
- Konieczna, M., & Robinson, S. (2014). Emerging news non-profits: A case study for rebuilding community trust? *Journalism*, 15(8), 968–986. <https://doi.org/10.1177/1464884913505997>
- Moran, R. E., & Nechushtai, E. (2023). Before reception: Trust in the news as infrastructure. *Journalism*, 24(3), 457–474. <https://doi.org/10.1177/14648849211048961>
- Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C. T., & Kleis Nielsen, R. (2023). *Reuters Institute Digital News Report 2023*. <https://doi.org/10.60625/risj-p6es-hb13>
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K., & Kleis Nielsen, R. (2022). *Reuters Institute Digital News Report 2022*. <https://doi.org/10.60625/risj-x1gn-m549>
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., Robertson, C. T., & Kleis Nielsen, R. (2021). *Reuters Institute Digital News Report 2021*. <https://doi.org/10.60625/risj-7khr-zj06>

REFERENCES

- Savirani, A., Al Akbar, N., Niami, U., Jamson, E., & Asworo, L. (2021). Floating Liberals: Female Politicians, Progressive Politics, and PSI in the 2019 Indonesian Election. In *Journal of Current Southeast Asian Affairs* (Vol. 40, Issue 1).
- Schudson, M. (2022). What Does "Trust in the Media" Mean? *Institutions, Experts & the Loss of Trust*, 151(4), 144–160. <https://doi.org/10.2307/48696778>
- Strömbäck, J., Tsfati, Y., Boomgaarden, H., Damstra, A., Lindgren, E., Vliegenthart, R., & Lindholm, T. (2020). News media trust and its impact on media use: toward a framework for future research. In *Annals of the International Communication Association* (Vol. 44, Issue 2, pp. 139–156). Routledge. <https://doi.org/10.1080/23808985.2020.1755338>
- Suiter, J., & Fletcher, R. (2020). Polarization and partisanship: Key drivers of distrust in media old and new? *European Journal of Communication*, 35(5), 484–501. <https://doi.org/10.1177/0267323120903685>
- The Media Insight Project. (2018). *Americans and the News Media: What they do — and don't — understand about each other.* www.mediainsight.org
- The Media Insight Project. (2021). *A New Way of Looking at Trust in Media: Do Americans Share Journalism's Core Values?* www.mediainsight.org
- Tully, M., Maksl, A., Ashley, S., Vraga, E. K., & Craft, S. (2022). Defining and conceptualizing news literacy. *Journalism*, 23(8), 1589–1606. <https://doi.org/10.1177/14648849211005888>
- Tully, M., & Vraga, E. K. (2017). Effectiveness of a News Media Literacy Advertisement in Partisan Versus Nonpartisan Online Media Contexts. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 61(1), 144–162. <https://doi.org/10.1080/08838151.2016.1273923>
- Tully, M., & Vraga, E. K. (2018). A Mixed Methods Approach to Examining the Relationship Between News Media Literacy and Political Efficacy. In *International Journal of Communication* (Vol. 12). <http://ijoc.org>.

BETWEEN LITERACY AND POLITICAL BIAS:

A Study on Public Trust in the Media in Indonesia

