

Abstrak

Perkembangan dunia informasi dalam era modern saat ini tidak terlepas dari adanya dampak kebebasan mengutarakan informasi. Informasi dapat berupa sebuah berita yang disajikan melalui berbagai media kepada orang lain. Media dapat juga dibedakan menjadi dua, yaitu media cetak dan media elektronik. Dalam sebuah berita biasanya terdapat unsur-unsur, antara lain *What* (apa yang terjadi di dalam suatu peristiwa), *Who* (siapa yang terlibat didalamnya), *Where* (dimana terjadinya peristiwa tersebut), *When* (kapan terjadinya), *Why* (mengapa peristiwa itu terjadi), *How* (bagaimana terjadinya) dan *What next* (bagaimana kelanjutannya).

Konsep yang mendasari penelitian ini yaitu adanya penelitian-penelitian terdahulu yang menguji masing-masing variabel secara terpisah antara pengaruh konten pemberitaan (*news content*), tingkat kepercayaan (*trust*), citra merk (*brand image*), sikap terhadap merk (*attitude toward brand*) dan niat melanjutkan studi (*intention to select university*) seorang calon mahasiswa atau dalam hal ini siswa-siswi Sekolah Menengah Atas khususnya kelas XII. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode pendekatan eksperimen dengan keseluruhan jumlah partisipan sebanyak 150 siswa-siswi. Hasil penelitian eksperimen ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan, citra merk dan sikap terhadap merk mempunyai pengaruh terhadap niat memilih perguruan tinggi calon mahasiswa

Kata kunci: konten berita, citra merk, sikap terhadap merk, niat memilih perguruan tinggi, eksperimen