



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat literasi media *online* generasi Z, tingkat kemampuan mengidentifikasi *native advertising* generasi Z, dan pengaruh tingkat literasi media *online* terhadap tingkat kemampuan mengidentifikasi *native advertising* generasi Z. Kesimpulannya adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat literasi media *online* generasi Z di Jakarta berada pada kategori *medium* yaitu generasi Z memiliki kemampuan penggunaan media (*technical skills*) yang cukup tinggi, menganalisis dan mengevaluasi konten (*critical understanding*) yang cukup baik, dan aktif dalam memproduksi konten media juga berpartisipasi secara sosial (*communicative abilities*) yang cukup aktif.
2. Hasil uji korelasi juga menunjukkan adanya hubungan positif sebesar 23,8% antara variabel tingkat literasi media *online* dengan tingkat kemampuan mengidentifikasi *native advertising* pada generasi Z, dan 76,2% lainnya terdapat pada variabel lain.

Dari dua hasil tersebut, terdapat beberapa temuan lain yang ditemukan pada penelitian ini, yaitu:

1. Beberapa pernyataan kuesioner yang digunakan dalam penelitian Hidayat (2018), tidak valid walaupun sudah dilakukan penyesuaian agar pernyataan menjadi lebih relevan dengan target responden peneliti.
2. Temuan dari hasil analisis regresi, dapat disimpulkan, bahwa pengaruh variabel tingkat literasi media *online* memiliki perbandingan lurus dengan kemampuan

mengidentifikasi *native advertising*. Berarti semakin tinggi tingkat literasi media *online*, semakin tinggi juga kemampuan mengidentifikasi *native advertising*nya.

3. Sebanyak 98,5% generasi Z sudah menggunakan *mobile phone* yang terhubung dengan internet.
4. Sebanyak 61,8% generasi Z menganggap sumber utama pembiayaan media *online* adalah iklan.
5. Sebanyak 76,1% generasi Z percaya bahwa sebuah informasi/berita itu penting tanpa suatu maksud apapun.
6. Generasi Z tidak aktif dalam partisipasi keamanan media *online* dengan melapor ke Turnbackhoax.id, Aduankonten.id, Lapor.go.id.

5.2 Saran

Saran yang peneliti berikan pada penelitian ini terkait saran akademis maupun praktis adalah sebagai berikut:

5.2.1 Saran Akademis

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang didapat, saran akademisnya adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini memfokuskan kepada konsep *individual competences framework*, konsep ini berfokus pada individu setiap respondennya. *European Commision* memiliki konsep lain yang tidak peneliti terapkan yaitu *enviromtmental factor*. Peneliti menyarankan peneliti selanjutnya untuk menambahkan konsep *environmental factor* sehingga data yang didapat bisa lebih lengkap karena dapat mengukur tingkat literasi media responden dari aspek lingkungan sekitarnya.

2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi mahasiswa yang ingin meneliti dan mengembangkan penelitian tentang tingkat literasi media *online* dengan menggunakan konsep *individual competence framework*
3. Penelitian ini berfokus pada generasi Z yang berada pada rentang usia 15-24 tahun. Peneliti menyarankan untuk meneliti responden yang lebih dewasa (*digital immigrants*) agar menambahkan informasi baru pada penelitian selanjutnya.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang didapat, terdapat beberapa catatan untuk subjek penelitian, dimana subjek penelitian perlu meningkatkan partisipasi yang bergerak pada bidang keamanan dan ketertiban di media *online* seperti Turnbackhoax.id, Aduankonten.id, Lapor.go.id. Subjek penelitian juga tidak boleh mudah percaya jika informasi/berita itu adalah hal penting tanpa suatu maksud apapun, karena hal tersebut bisa jadi iklan yang terselubung.