



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

Berdasarkan hasil penelitian terlihat bahwa daya ingat isi berita pembaca berita yang menggunakan teks memiliki nilai rata-rata 34,40. Sedangkan pembaca berita yang menggunakan *short texted video* memiliki nilai rata-rata yaitu 32,80. Jika melihat dari hasil uji beda (*t-test*) data yang dihasilkan yaitu nilai T hitung 0,628, dan nilai signifikansi (*2-tailed*) 0,538. Nilai T tabel yang digunakan yaitu 1,734. Jika dibandingkan nilai T hitung dengan T tabel $0,628 < 1,734$ yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Jika melihat dari nilai signifikansi (*2-tailed*) maka akan dihasilkan $0,538 > 0,05$ yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak.

Dari data yang sudah dikumpulkan dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan daya ingat isi berita antara 20 responden generasi milenial yang mengonsumsi berita menggunakan format media teks dan yang mengonsumsi berita menggunakan format media *short texted video* atau perbedaan yang dihasilkan tidak terlalu besar. Jika dilihat lebih rinci hasilnya yaitu 34,40 untuk teks dan 32,80 untuk *short texted video*. Format berita teks lebih tinggi dibandingkan dengan *short texted video*. Jika dilihat dari hasil uji beda dari SPSS maka didapatkan hasil tingkat signifikansi $0,538 > 0,05$ yang berarti bahwa tidak ada perbedaan dan tidak secara signifikan terjadi.

Jika dilihat dari pembagian diantara generasi milenial yaitu *early millennial* dan *late millennial*, *early millennial* cenderung lebih menguasai masing-masing format berita yang diujikan. Dengan hasil 34,90 untuk *early millennial* dan 32,30 untuk *late millennial*. Meskipun perbedaan yang dihasilkan tidak memiliki perbedaan yang terlalu besar.

5.2 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan dan didapatkan peneliti, berikut merupakan saran dari peneliti yang diharapkan bermanfaat bagi peneliti yang ingin meneliti variabel yang sama, media massa yang ingin mengkaji ulang penggunaan format medianya, maupun lembaga pemerintah yang ingin mengkaji pola konsumsi berita masyarakat. Saran yang peneliti berikan sebagai berikut:

5.2.1. Saran Akademis

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti, perlunya penelitian lanjutan mengingat bahwa media *online* di Indonesia sangat banyak, dan setiap media *online* pasti memiliki hasil yang berbeda. Kemudian, diharapkan peneliti selanjutnya dapat membuat lebih rinci kriteria responden yang akan disertakan dalam eksperimen seperti latar belakang pendidikan, pekerjaan, dan kemampuan akademis.

Mengingat peneliti melakukan penelitian ini dengan metode *pre-experimental one shot case study*. Menurut Champbell dan Stanly dalam Baxter dan Babbie (2004, p. 211) metode penelitian cenderung lemah dibanding model penelitian eksperimen lain, karena pada model ini banyak validitas internal yang dapat terpengaruhi seperti latar belakang, pengaruh

lingkungan, dan sebagainya. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan model eksperimen lain seperti kuasi eksperimental untuk hasil yang lebih baik.

Menggunakan format berita yang berbeda juga dapat membuat hasil penelitian semakin beragam. Seiring berkembangnya jaman. Mungkin saat ini *short texted video* menjadi format baru, tetapi untuk beberapa tahun ke depan mungkin akan ada format isi berita yang lebih terbaru lagi. Banyak format yang dapat diteliti seperti format *audio-visual*, *podcast*, dan sebagainya.

5.2.2. Saran Praktis

Setelah peneliti melakukan penelitian ini terdapat saran bagi para praktisi media massa, atau lembaga pemerintah terkait format berita yang tepat bagi khalayak. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan ternyata teks sama sekali belum kehilangan eksistensinya sebagai format untuk menyampaikan informasi. Menurut Kozma (1991) dalam Molen dan Voort (1997, p. 1) mengatakan bahwa dengan mengonsumsi berita dari format teks, pembaca memiliki lebih banyak kesempatan untuk melakukan kontrol atas pemrosesan informasi mereka dari pada pemirsa atau khalayak televisi lakukan. Dibalik perkembangan teknologi yang semakin pesat dan media berlomba-lomba untuk memberikan inovasi-inovasi terbaru terkait format berita, media tetap harus menaruh konsentrasi penuh terhadap teks sebagai format yang masih diminati masyarakat.

Media juga dapat menciptakan format baru yang mungkin disukai masyarakat dengan mengangkat elemen-elemen yang disukai masyarakat misalnya seperti *podcast* yang digabungkan dengan teks. Menurut West dan Turner (2014, p.406) mengatakan bahwa media yang digunakan mempengaruhi seseorang dalam mencapai tujuan. Format yang semakin beragam dapat membuat masyarakat memilih media seperti apa yang cocok, memenuhi kebutuhan, dan sesuai dengan tujuan masyarakat itu sendiri.