



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 merupakan penelitian kuantitatif bersifat eksplanatif yang menjelaskan adanya hubungan dan pengaruh antara terpaan berita yang bersumber dari *Twitter* (variabel X) terhadap persepsi kredibilitas sumber utas *Twitter* (variabel Y). Penelitian ini juga mengukur berapa besaran pengaruh yang dimiliki variabel X terhadap variabel Y. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, peneliti mendapatkan beberapa kesimpulan:

1. Sebagian besar responden Generasi Z pengguna *Twitter medium-users* dan *heavy-users* penduduk DKI Jakarta berumur 15-24 tahun telah diterpa oleh berita yang bersumber dari *Twitter* dengan rata-rata 1-5 berita perhari, 6-10 berita per minggu, dan durasi membaca 6-10 menit per hari. Dalam satu minggu rata-rata responden tertarik dengan 1-5 berita yang bersumber dari *Twitter*. Rata-rata responden juga memperhatikan dan mencoba untuk memahami isi berita yang bersumber dari *Twitter*, menunjukkan atensi yang tinggi.
2. Secara keseluruhan rata-rata responden tidak setuju bahwa sumber utas *Twitter* dapat dipercaya dan tidak memiliki keahlian atau kapabilitas. Tetapi responden menunjukkan kepercayaan pada topik sejarah, fakta unik, dan

cerita sehari-hari namun menunjukkan keraguan pada utas *Twitter* dengan topik politik, teori konspirasi, dan kisah orang lain. Namun rata-rata responden tidak memperhatikan pekerjaan atau keahlian penulis utas saat membaca utas *Twitter*.

3. Melalui hasil uji korelasi didapatkan bahwa terpaan berita yang bersumber dari *Twitter* memiliki hubungan dengan persepsi kredibilitas sumber utas *Twitter*. Nilai korelasi yang dimiliki sebesar 0,109 yang tergolong sangat lemah.
4. Dalam uji regresi didapatkan pengaruh positif antara terpaan berita yang bersumber dari *Twitter* terhadap persepsi kredibilitas sumber utas *Twitter* sebesar 1,2%. Didapatkan persamaan regresi $Y = 31,641 + 0,1X$ yang berarti nilai konsisten persepsi kredibilitas sumber utas *Twitter* adalah 31,641 dan bila terjadi penambahan 1 satuan dari terpaan berita yang bersumber dari *Twitter* maka persepsi kredibilitas sumber utas *Twitter* akan meningkat sebesar 0,1.
5. Melalui hasil analisa maka kesimpulan yang didapat adalah H_0 ditolak H_a diterima yang berarti terpaan berita yang bersumber dari *Twitter* berpengaruh terhadap persepsi kredibilitas sumber utas *Twitter*. Meskipun dari ketiga dimensi variabel X (frekuensi, durasi, dan atensi), dimensi yang memiliki pengaruh hanyalah dimensi atensi.

5.2 Saran Akademis

Terdapat beberapa temuan menarik dari penelitian ini, yaitu terdapat berita yang bersumber dari media sosial dapat mempengaruhi persepsi kredibilitas sumber dari media sosial tersebut. Selain itu, dimensi atensi menjadi satu-satunya dimensi yang berpengaruh di antara dimensi lainnya. Untuk penelitian selanjutnya peneliti menyarankan untuk lebih mendalami pengaruh dimensi atensi terhadap persepsi kredibilitas pada platform internet lain. Peneliti juga menyarankan penelitian selanjutnya untuk menggunakan metode kualitatif atau eksperimen supaya temuan yang didapat semakin kaya.

5.3 Saran Praktis

Media internet yang di dalamnya terdapat banyak platform tak luput dari informasi-informasi palsu atau hoaks. Portal berita daring seharusnya memproduksi informasi yang kredibel melalui sumber-sumber yang dapat dipercaya. Tetapi saat ini portal berita daring menjadikan media sosial sebagai salah satu sumber berita. Sebaiknya portal berita memproduksi informasi melalui sumber-sumber yang lebih dapat dipercaya, tidak hanya menyadur informasi dari media sosial yang tak jarang rancu kebenarannya. Hal tersebut dikarenakan dalam penelitian ini dibuktikan bahwa berita yang bersumber dari *Twitter* dapat mempengaruhi persepsi kredibilitas utas *Twitter*.

Literasi media juga dibutuhkan oleh para konsumen berita daring dan media sosial supaya tidak terlalu mudah percaya pada informasi yang disajikan di internet. Meskipun besaran pengaruh yang didapatkan dalam penelitian ini tergolong kecil (1,2%), namun platform media di internet terus berkembang dan begitu juga dengan informasi-informasi palsu di internet yang disajikan dalam bentuk yang terus berkembang. Sehingga peneliti menyarankan untuk pengguna media sosial agar lebih kritis dalam mempercayai informasi yang beredar di media sosial.