



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

Hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, peneliti dapat menyimpulkan hasil penelitiannya berikut ini. Hasil hipotesis menunjukkan bahwa terdapat perbedaan tingkat *self-efficacy* antara pembaca berita infografis dan pembaca berita teks mengenai berita Covid-19 di *Kompas.com* dengan nilai perbandingan *mean difference* sebesar 4,200. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa ternyata berita infografis Covid-19 di *Kompas.com* dapat memengaruhi *self-efficacy* pembaca lebih besar dibandingkan dengan membaca berita teks mengenai Covid-19 di *Kompas.com*.

Selanjutnya, terdapat perbedaan *social self-efficacy* antara pembaca berita infografis dan pembaca berita teks mengenai Covid-19 di *Kompas.com* dengan nilai perbandingan *mean difference* sebesar 1,560. Berbeda dengan *emotional self-efficacy*, hasil hipotesis menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan *emotional self-efficacy* antara pembaca berita infografis dan pembaca berita teks mengenai Covid-19 di *Kompas.com*. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berita infografis mengenai Covid-19 yang ada di *Kompas.com* dapat memengaruhi *social self-efficacy*, tetapi belum dapat memengaruhi *emotional self-efficacy* pembaca. Media *Kompas.com* semestinya dapat memengaruhi *emotional self-efficacy* pembacanya karena

sangat penting apabila emosi orang dapat diubah menjadi lebih positif dalam kehidupan yang sehat. Dalam memunculkan pesan *emotional self-efficacy*, *Kompas.com* dalam berita infografisnya bisa menggunakan beberapa indikator dalam *emotional self-efficacy*.

5.2 Saran

5.2.1 Saran akademis

Masih banyak kekurangan, seperti teknik penulisan ataupun kekayaan data yang dirasa oleh peneliti dalam penelitiannya ini. Peneliti berharap akan adanya penelitian lebih lanjut, tentunya penelitian tersebut dapat memperbaiki atau bahkan juga dapat mengembangkan penelitian ini. Dengan adanya penelitian lebih lanjut yang dapat mengembangkan penelitian ini, tentunya akan memberikan temuan-temuan baru yang pada akhirnya dapat saling menguatkan beberapa penelitian.

Peneliti dalam melakukan eksperimen pada penelitiannya ini merasa kurang maksimal. Hal tersebut dikarenakan peneliti melakukan eksperimen secara virtual tanpa tatap muka. Menurut peneliti, eksperimen yang dilakukan secara virtual bisa saja mempengaruhi hasil atau data yang diperoleh untuk diolah. Eksperimen yang tidak dilakukan secara tatap muka menyulitkan peneliti memastikan bahwa responden membaca berita dan mengisi kuesioner eksperimen dengan jujur dan sungguh-sungguh. Peneliti menyarankan pada penelitian

lebih lanjut untuk dapat dilakukan eksperimen dengan tatap muka agar dapat dipastikan bahwa responden mengikuti eksperimen dengan baik.

Peneliti juga mendorong untuk dilakukannya penelitian lebih lanjut yang berkaitan antara infografis berita dan *self-efficacy*. Sebagai contoh, peneliti lebih lanjut dapat membahas tentang *self-efficacy* pada sebuah infografis berita yang dilihat menggunakan domain atau dimensi *self-efficacy* lainnya. Selain itu juga dimungkinkan apabila penelitian lebih lanjut dapat membahas bagaimana pedoman atau aturan pembuatan infografis berita yang dapat mempengaruhi *self-efficacy* pembaca. Terlebih lagi peneliti selanjutnya dapat menjelaskan bagaimana perilaku sehat yang dipengaruhi *self-efficacy* dalam membaca berita infografis, terutama pada masa pandemi seperti sekarang ini.

5.2.2 Saran praktis

Dalam penelitian ini, saran praktis diberikan peneliti kepada *Kompas.com*, yaitu agar dapat memunculkan pesan *emotional self-efficacy* dalam berita-berita infografisnya. Hal tersebut dimaksudkan agar selain berita-berita infografis dinilai sudah dapat mempengaruhi *social self-efficacy*, tetapi juga perlu adanya pesan *emotional self-efficacy* dalam berita-berita infografisnya dalam mempengaruhi *self-efficacy*. Peneliti juga berharap, kedepannya *Kompas.com* dapat semakin memberikan pesan-pesan yang dapat mempengaruhi *self-efficacy* pembaca melalui berita-berita infografisnya. Dengan demikian,

peran infografis dalam jurnalistik berjalan sesuai fungsinya. *Kompas.com* diharapkan dikemudian hari tidak hanya sebagai media yang ikut-ikutan menggunakan infografis sebagai tren, tetapi *Kompas.com* dengan berita-berita infografisnya harus memiliki pesan kepada pembaca salah satunya dalam mempengaruhi atau membentuk *self-efficacy* pembaca, terlebih di masa pandemi seperti ini.