BAB V
SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan tingkat kepercayaan berita dan *audience involvement* generasi Z. Berdasarkan dari hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian "Perbedaan Tingkat Kepercayaan Berita dan *Audience Involvement* Generasi Z pada Berita Infografis di Media Sosial Instagram *@tirtoid* dan *@liputan6",* maka peneliti memiliki kesimpulan sebagai berikut.

1. Dalam menjawab beberapa pertanyaan penelitian mengenai tingkat kepercayaan berita generasi Z pada berita infografis *@tirtoid* di media sosial Instagram memeroleh nilai rata-rata sebesar 3.79. Kelompok berita infografis *@tirtoid* memiliki nilai hasil rata-rata tertinggi dalam dimensi percaya pada selektivitas topik dengan indikator peristiwa berita yang dimiliki relevan sebesar 3.88, dimensi percaya pada selektivitas fakta dengan indikator berita yang ditampilkan sesuai dengan fakta sebesar 3.81, dan dimensi kepercayaan pada penilaian jurnalistik dengan indikator berita yang ditampilkan menawarkan solusi atau saran sebesar 3.29.
2. Sedangkan dalam menjawab beberapa pertanyaan penelitian mengenai tingkat kepercayaan berita generasi Z pada berita infografis *@liputan6* di media sosial Instagram memeroleh nilai rata-rata sebesar 3.80. Kelompok berita infografis *@liputan6* memiliki nilai hasil rata-rata tertinggi dalam dimensi percaya pada selektivitas topik dengan indikator berita yang ditampilkan fokus pada topik sebesar 3.98, dimensi percaya pada akurasi penggambaran dengan indikator fakta yang ditampilkan dapat diverifikasi sebesar 3.93, dan dimensi kepercayaan pada penilaian jurnalistik dengan indikator berita sudah melalui evaluasi jurnalistik sebesar 4.01.

3. Dalam menjawab beberapa pertanyaan penelitian mengenai *audience involvement* generasi Z pada berita infografis *@tirtoid* di media sosial Instagram memeroleh nilai rata-rata 3.54. Kelompok berita infografis *@tirtoid* memiliki nilai hasil rata-rata tertinggi dalam dimensi keterlibatan perilaku dengan indikator frekuensi penggunaan berita sebesar 3.14, dimensi keterlibatan kognitif dengan indikator perhatian pada pemilihan berita sebesar 3.72, dimensi keterlibatan afektif dengan indikator sikap ekstrimitas responden pada topik yang diminati sebesar 3.08, dimensi *gratification sought* dengan indikator alasan membaca berita dengan topik tertentu sebesar 3.86, dan dimensi upaya kognitif dengan dimensi evaluasi berita dengan topik tertentu sebesar 3.92.
4. Sedangkan dalam menjawab beberapa pertanyaan penelitian mengenai *audience involvement* generasi Z pada berita infografis *@liputan6* di media sosial Instagram memeroleh nilai rata-rata 3.46. Sehingga jika dibandingkan dengan kelompok berita infografis *@tirtoid*, kelompok berita infografis *@liputan6* tidak memiliki nilai hasil rata-rata tertinggi di setiap dimensi *audience involvement.*
5. Perbedaan yang diperoleh antara kelompok berita infografis *@tirtoid* dan kelompok berita infografis *@liputan6* tidak memiliki perbedaan yang signifikan. Berdasarkan dari hasil uji *t-test independent sample*, nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0.239. Jika dibandingkan dengan 0.05, maka perbedaan diantara kedua kelompok tidak signifikan, sehingga Ho diterima dan Ha ditolak.
6. Sedangkan perbedaan yang diperoleh antara kelompok berita infografis *@tirtoid* dan kelompok berita infografis *@liputan6* memiliki perbedaan yang signifikan. Berdasarkan dari hasil uji *t-test independent sample*, nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0.000. Jika dibandingkan dengan 0.05,

maka adanya perbedaan signifikan antara kedua kelompok sehingga Ho ditolak dan Ha diterima.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Berdasarkan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti, peneliti menyarankan untuk melakukan penelitian mengenai tingkat kepercayaan berita atau *audience involvement* pada berita dengan format yang berbeda, seperti video singkat atau podcast melihat banyaknya format berita yang kini disajikan sehingga memberikan kepuasan untuk khalayak. Kemudian, untuk penelitian kedepannya peneliti menyarankan untuk memilih wilayah sampel tak hanya di satu wilayah saja untuk melakukan generalisasi wilayah.

5.2.2 Saran Praktis

Walaupun hasil dari penelitian pada tingkat kepercayaan berita ini menunjukkan tidak ada perbedaan yang signifikan antara dua media, peneliti tetap menyarankan para media untuk tetap meningkatkan dan memaksimalkan kembali penyampaian informasi pada format infografis. Sedangkan pada *audience involvement* peneliti menyarankan pada media *@liputan6* untuk meningkatkan kembali nilai estetika pada berita infografisnya agar lebih mudah untuk dipahami sehingga khalayak dapat memeroleh informasi dengan lebih baik.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA