

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan temuan dan hasil analisis data, terdapat sejumlah simpulan yang dapat ditarik dalam penelitian ini. Adapun simpulan tersebut sejalan dengan pertanyaan serta tujuan penelitian yang dikemukakan pada bab-bab sebelumnya.

- a. *Incidental news exposure* khalayak DKI Jakarta pada berita pandemi COVID-19 memiliki skor rata-rata yang berkisar dari angka 2,9–4. Data ini diperoleh dari hasil jawaban responden untuk variabel *incidental news exposure*. Variabel tersebut diukur melalui tujuh *item* pernyataan skala likert dengan variasi jawaban “Tidak Pernah” (skor = 1) sampai “Sangat Sering” (skor = 5).
- b. Selanjutnya, rata-rata skor untuk *news finds me perception* khalayak DKI Jakarta pada berita pandemi COVID-19 berada di kisaran 3,2–3,7. Angka ini diperoleh dari hasil perhitungan jawaban responden untuk variabel *news finds me perception*. Variabel ini diukur dengan enam pernyataan skala likert yang memiliki variasi jawaban “Sangat Tidak Setuju” (skor = 1) sampai “Sangat Setuju” (skor = 5).
- c. Sementara itu, *social media news engagement* khalayak DKI Jakarta pada berita COVID-19 memiliki nilai rata-rata yang berkisar dari 2,7–3,7. Angka ini merupakan hasil jawaban responden dalam sepuluh *item* pernyataan skala likert untuk mengukur *social media news*

*engagement*, dengan variasi jawaban “Sangat Tidak Setuju” (skor = 1) sampai “Sangat Setuju” (skor = 5)

- d. Berdasarkan hasil uji korelasi *Pearson*, diketahui bahwa terdapat hubungan tingkat sedang dengan arah positif antara variabel *incidental news exposure* dan *social media news engagement*. Hal ini dilihat dari nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dibanding 0,05. Sementara itu derajat kekuatan serta arah hubungan ditinjau melalui nilai *Pearson Correlation* yang mencapai 0,483.
- e. Meski penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *news finds me perception* terkait erat dengan *incidental news exposure*, variabel ini rupanya memiliki hubungan yang sangat rendah dengan *social media news engagement*, sehingga hampir dapat diabaikan. Kondisi itu terlihat dari nilai *Pearson Correlation* yang hanya mencapai 0,161 walau angka signifikansi 0,001 lebih kecil dibanding 0,05.
- f. Adapun secara simultan, *incidental news exposure* dan *news finds me perception* (variabel independen) memiliki hubungan dengan *social media news engagement* (variabel dependen). Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi uji korelasi berganda yang lebih kecil dibanding 0,05. Selanjutnya, dari nilai *R Square* diketahui bahwa sebanyak 23,1 persen perubahan dalam variabel *social media news engagement* dapat dijelaskan oleh adanya variasi atau perubahan dari variabel *incidental news exposure* dan *news finds me perception*. Sementara itu, 76,9 persen lainnya dijelaskan oleh faktor-faktor di luar penelitian ini.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Akademis

Terbatasnya waktu penelitian dan tidak adanya data seluruh anggota populasi membuat peneliti memilih teknik *non-probability* berupa *quota sampling* untuk menarik data. Neuman (2014) menilai teknik *non-probability sampling* memberi hasil kurang akurat jika penelitian membutuhkan sampel yang representatif. Oleh karena itu, peneliti menyarankan riset selanjutnya dapat dilakukan dengan teknik *probability sampling* agar hasil penelitian lebih mampu merepresentasikan sifat seluruh anggota populasi. Cara tersebut juga diharapkan dapat memberi data sebaran responden yang lebih merata, mengingat hanya sedikit responden penelitian ini yang berasal dari kelompok usia 30–34 tahun serta berdomisili di Kepulauan Seribu.

Lebih lanjut, hasil penelitian saat ini menunjukkan bahwa *incidental news exposure* dan *news finds me perception* secara simultan memiliki hubungan tingkat sedang dengan *social media news engagement*. Hanya sebanyak 23,1 persen perubahan dalam variabel *social media news engagement* yang dapat dijelaskan oleh adanya variasi atau perubahan dari variabel *incidental news exposure* dan *news finds me perception*. Oleh karena itu, peneliti menyarankan riset selanjutnya untuk mencoba menggali faktor lain yang memiliki keterkaitan lebih erat dengan *social media news engagement*. Hal ini menjadi penting untuk ditindaklanjuti sebab penelitian Karnowski et al. (2017) membuktikan *news engagement* berperan penting untuk memediasi efek yang diharapkan dari konsumsi berita khalayak.

### 5.2.2 Saran Praktis

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial merupakan salah satu platform yang paling sering menjadi wadah terjadinya *incidental news exposure* dalam konteks berita pandemi COVID-19 menurut audiens. Data hasil penelitian juga membuktikan bahwa khalayak cenderung lebih suka mengandalkan berita-berita COVID-19 yang muncul di laman media sosial, tanpa melakukan upaya aktif untuk mencari berita tersebut secara mandiri. Berangkat dari kondisi ini, jurnalis dan media disarankan untuk mulai mempertimbangkan metode distribusi berita yang cocok dengan karakteristik media sosial demi meningkatkan potensi keterbacaan oleh khalayak.

Adapun Instagram merupakan media sosial yang bisa digunakan jurnalis atau media sebagai sarana distribusi. Alasannya, nilai rata-rata *incidental news exposure* di Instagram lebih tinggi dibanding Facebook, Twitter, dan Youtube. Namun, perlu diingat bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berasal dari kelompok usia 20–24 tahun, sehingga diperlukan riset lebih lanjut untuk menggali platform media sosial yang menjadi preferensi audiens dalam mengonsumsi berita pandemi COVID-19 di luar kelompok usia tersebut.