

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini merupakan penelitian berjenis kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya perbedaan tingkat kepercayaan generasi-Z di DKI Jakarta terhadap berita cek fakta *Kompas.com* dan yang dibagikan oleh *influencer*. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menjawab pertanyaan terkait seberapa tinggi tingkat kepercayaan generasi-Z di DKI Jakarta terhadap berita cek fakta *Kompas.com* dan yang dibagikan oleh *influencer*. Maka dari itu, penelitian ini dilakukan dengan metode eksperimen dengan jumlah partisipan sebanyak 80 responden dari kelompok generasi-Z berdomisili di DKI Jakarta.

Pada penelitian ini, peneliti membagi responden menjadi dua kelompok berbeda dengan jumlah responden yang sama yaitu sebesar 20 responden di setiap kelompok. Berdasarkan hasil analisis yang peneliti lakukan, terdapat dua jawaban mayoritas pada kedua kelompok yaitu “sangat setuju” dan “setuju”. Pada kelompok satu, kelompok yang menerima berita cek fakta *Kompas.com*, mayoritas responden menjawab “sangat setuju” pada butir pernyataan 1 dan 2 terkait dimensi selektivitas topik. Kemudian, mayoritas responden menjawab “setuju” untuk semua butir pernyataan pada dimensi selektivitas fakta dan penilaian jurnalistik. Sisanya, mayoritas responden menjawab “sangat setuju” untuk semua butir pernyataan pada dimensi akurasi. Sedangkan, pada kelompok dua, mayoritas responden menjawab “setuju” terhadap semua butir pernyataan yang ada pada keempat dimensi yaitu dimensi selektivitas topik, selektivitas fakta, akurasi, dan penilaian jurnalistik.

Setelah itu, peneliti melakukan uji Mann-Whitney untuk menguji hipotesis komparatif pada dua sampel independen. Hasil perhitungan uji Mann-Whitney dapat dikatakan signifikan jika nilai perhitungan SPSS lebih rendah dari 0,05, nilai *level of significance* yang penelitian ini gunakan. Maka, jika nilai signifikansi $> 0,05$, H_0 diterima. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, H_0 ditolak.

Pada penelitian ini, nilai signifikansi yang dihasilkan yaitu sebesar 0,405. Artinya, H₀ diterima bahwa tidak ada perbedaan signifikan terhadap tingkat kepercayaan antara dua kelompok tersebut.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini hanya berfokus pada produk berita cek fakta di satu media saja yaitu *Kompas.com*. Di sisi lain, Indonesia sendiri memiliki banyak media cek fakta yang memublikasikan kontennya melalui berbagai media sosial juga. Peneliti masa depan dapat mengambil contoh media lain serta mengambil contoh dari berbagai bentuk konten dari berita cek fakta untuk diteliti. Bentuk konten tersebut dapat berupa video ataupun gambar.

Selain itu, populasi dan sampel sebagai audiens yang dipilih dalam penelitian ini yaitu generasi-Z di DKI Jakarta. Namun, pada nyatanya, masyarakat yang mungkin lebih membutuhkan konsumsi berita cek fakta yaitu para generasi-X yang kurang cakap berteknologi sehingga mengakibatkan mereka rentan akan informasi hoaks yang tersebar. Maka dari itu, penelitian bertopik cek fakta di masa depan dapat memilih fokus pada populasi dan sampel di generasi-X agar kesadaran akan pentingnya berita cek fakta itu sendiri dapat meningkat di kalangan generasi-X. Lebih dari itu, peneliti masa depan juga dapat mengambil populasi yang tidak hanya berdomisili di ibu kota Indonesia, DKI Jakarta, karena faktanya, berita cek fakta dapat diakses dari seluruh kalangan masyarakat di Indonesia.

Tentu, desain penelitian ini juga masih memiliki kekurangan karena kurang memerhatikan faktor *internal validity* yang dapat memengaruhi jawaban responden pada proses eksperimen berlangsung. Oleh karena itu, peneliti masa depan diharapkan dapat lebih memerhatikan *internal validity* pada proses eksperimen. Penelitian ini juga hanya berfokus untuk menjawab bagaimana perbedaan tingkat kepercayaan pada berita cek fakta

Kompas.com dan yang dibagikan kembali oleh seorang *influencer*. Peneliti tidak berusaha untuk menjawab pertanyaan apakah ada pengaruh dan seberapa besar pengaruh kepercayaan responden terhadap sumber berita atau *influencer* terhadap kepercayaan mereka kepada suatu informasi tersebut. Maka, peneliti masa depan dapat melakukan penelitian lebih dalam lagi dengan memasukkan pengaruh kepercayaan responden terhadap sumber berita atau *influencer*.

5.2.2 Saran Praktis

Penelitian ini dapat menjadi masukan bagi seluruh media di Indonesia, khususnya media yang memproduksi berita cek fakta, untuk melihat dan memerhatikan hal apa saja yang perlu ditingkatkan dalam proses memproduksi konten berita cek fakta agar meningkatkan tingkat kepercayaan khalayak terhadap suatu media berita. Sebagian besar responden merupakan generasi muda yang menggunakan media sosial untuk mengakses berita cek fakta. Dengan begitu, para praktisi dapat meningkatkan produksi serta berinovasi berita cek fakta di media sosial untuk menjangkau generasi muda karena permintaan atau *demand* generasi muda diyakini dapat meningkat di masa maraknya penyebaran hoaks di berbagai platform digital (Scire, 2021, para. 14).

Dengan permintaan yang nantinya meningkat, peneliti juga berharap agar para organisasi berita dapat menjadikan konten cek fakta berupa berita cek fakta dapat menjadi salah satu sumber pendapatan di media, khususnya di *Kompas.com*.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A