

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini dilakukan dalam rangka mengetahui apakah terdapat perbedaan pola konsumsi media dari masing-masing generasi, perbedaan pola konsumsi gender dari masing-masing generasi, dan perbedaan motivasi masing-masing generasi dalam mengonsumsi berita. Pasalnya, masing-masing generasi memiliki preferensi mereka sendiri dalam menggunakan platform sebagai sumber mengonsumsi berita. Dengan begitu, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan perspektif generasi dalam memilih platform mengonsumsi berita.

Dari hasil survei, analisis, dan pembahasan yang telah dilakukan, peneliti akan menjabarkan beberapa kesimpulan dari penelitian yang sudah dilakukan. Beberapa kesimpulan tersebut adalah:

1. Dalam dimensi durasi dan frekuensi, terlihat terdapat pola konsumsi media yang dibentuk oleh masing-masing generasi. Generasi yang lebih tua rentan lebih lama menghabiskan waktu untuk mengonsumsi berita melalui media televisi. Begitu juga dengan generasi muda yang menghabiskan waktu jauh lebih sedikit dari generasi yang tua. Tetapi, dalam aspek media digital, generasi-generasi yang lebih tua juga mulai menyesuaikan diri untuk mengikuti perkembangan teknologi. Hal ini dapat dilihat dari generasi baby boomer yang memiliki rata-rata durasi dan frekuensi

yang sama dalam mengonsumsi berita melalui portal berita dan media sosial dengan generasi z.

2. Untuk konteks gender, pola konsumsi media yang terbentuk tidaklah konsisten. Maksudnya disini adalah pola konsumsi media yang terbentuk dalam gender generasi z belum tentu sama dengan pola yang terbentuk dalam gender generasi x. Tetapi, pola konsumsi media generasi z sama dengan pola konsumsi media generasi millennial. Hal ini membuktikan bahwa dalam konteks usia, pola konsumsi media gender tidaklah konsisten. Terkadang terdapat pola yang sama, tetapi juga terdapat pola yang berbeda.

3. Gratifikasi yang dicari oleh setiap generasi memiliki kesamaan. Semua gratifikasi dapat dicari dari masing-masing media. Hanya ada beberapa yang berbeda dari pandangan generasi. Seperti media televisi yang dianggap oleh generasi z, millennial, dan x sebagai media yang kurang tepat untuk memenuhi gratifikasi social integrative, tetapi generasi baby boomer melihat bahwa media televisi merupakan media yang tepat untuk memenuhi gratifikasi tersebut.

Selain itu, platform media sosial yang dianggap oleh generasi z, millennial, dan x merupakan media yang kurang cocok untuk memenuhi gratifikasi personal integrative. Tetapi, generasi baby boomer memiliki pandangan yang berbeda dan melihat bahwa

media sosial dapat memenuhi kebutuhan gratifikasi personal integrative.

5.2 Saran Penelitian

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini menggunakan statistic deskriptif sehingga hasil dari penelitian ini tidak dapat dijadikan kesimpulan akhir yang memberikan gambaran bagi keseluruhan perbedaan pola konsumsi media berdasarkan generasi dan gender. Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah terdapat atau tidaknya perbedaan pola konsumsi media dari perspektif generasi dan gender. Sehingga, untuk mengonfirmasi lebih lanjut hasil dari penelitian ini, penelitian selanjutnya bisa menggunakan metode parametric pada populasi yang lebih besar.

Selain itu, penelitian ini juga belum bisa memberikan gambaran secara detail mengenai alasan mengapa terjadinya perbedaan pola konsumsi media dari generasi dan gender. Untuk itu, penelitian selanjutnya juga bisa menggunakan pendatan kualitatif untuk melihat apa alasan terjadinya perbedaan pola konsumsi media oleh generasi dan gender.

Peneliti juga ingin memberikan saran kepada peneliti berikutnya untuk lebih memanage waktu terhadap penelitian yang dilakukan. Penelitian tidak dapat dilakukan dalam jangka waktu yang singkat, lebih baik menyediakan waktu yang lebih banyak agar dapat memastikan data tidak memiliki outlier yang dapat mengganggu penelitian.