

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Ketersediaan informasi dan berita adalah salah satu bentuk yang dapat mempengaruhi bagaimana khalayak akan melakukan pencarian dan penggunaan informasi tersebut. Salah satunya, informasi yang berlebihan atau *news overload* dapat menyebabkan hambatan kognitif yang bisa menghalangi atau membatasi proses pencarian informasi yang dilakukan oleh khalayak, selain itu hal tersebut juga dapat membuat khalayak merasakan frustrasi dalam menemukan dan memahami informasi (Savolainen., et al, 2018, dalam Park, 2019). Hal yang sama dikatakan oleh Park (2019) informasi yang berlebihan dapat mempengaruhi *news efficacy* yang selanjutnya dapat berpengaruh pada penghindaran berita (*news avoidance*).

Menjelang pemilu 2024, informasi yang dapat ditemukan oleh khalayak semakin banyak dan mudah untuk ditemukan (Stromback, 2017). Melalui ketersediaan informasi tersebut, khalayak akan menentukan bagaimana mereka dapat menemukan informasi yang sesuai dengan keinginannya dan bagaimana mereka akan memahaminya hingga pada akhirnya mereka dapat menyimpulkannya atau tidak.

Berdasarkan penelitian terdahulu, ketersediaan informasi yang terlalu banyak dapat mempengaruhi *news efficacy* atau keyakinan khalayak terhadap kemampuannya untuk menemukan dan memahaminya. Melalui penelitian ini,

peneliti ingin melihat pengaruh *news efficacy* terhadap *news avoidance* pada generasi Z di DKI Jakarta mengenai isu politik. Dalam memenuhi tujuan tersebut, peneliti melakukan penelitian terhadap 400 generasi Z di DKI Jakarta untuk melihat hasil dari pengaruh *news efficacy* terhadap *news avoidance* di Indonesia terlebih di wilayah DKI Jakarta. Hasil dari penelitian tersebut, dapat dijabarkan melalui kesimpulan di bawah ini:

1. Nilai rata-rata variabel *news efficacy* (X) yang diperoleh dari penelitian ini sebesar 3,13. Hasil analisis menunjukkan sebanyak 54,8% generasi Z di DKI Jakarta mampu menemukan isu politik yang sesuai dengan apa yang mereka inginkan, dan sebanyak 67,3% generasi Z di DKI Jakarta mampu menceritakan makna isu politik jelang pemilu 2024 di berita media sosial Instagram. Hasil tersebut didapatkan dari survei kepada 400 responden, sebanyak 219 responden mengakui bahwa mereka setuju jika mereka mampu menemukan isu politik yang sesuai dengan keinginannya, dan sebanyak 269 responden setuju jika mereka mampu menceritakan makna isu politik jelang pemilu 2024 di berita media sosial Instagram dengan baik. Responden atau generasi Z di DKI Jakarta memiliki tingkat kepercayaan atau keyakinan terhadap kemampuannya dalam menemukan dan memahami isu politik dengan sangat baik, artinya variabel *news efficacy* pada penelitian ini memiliki tingkat kekuatan yang tinggi dari nilai total.
2. Dari penelitian ini ditemukan bahwa tingkat perilaku penghindaran berita atau *news avoidance* pada generasi Z terhadap isu politik di berita media sosial Instagram bersifat rendah dengan nilai rata-rata variabel 2,32. Hanya

saja penghindaran berita secara sengaja terjadi karena rata-rata generasi Z ingin mengurangi waktu yang mereka gunakan untuk membaca isu politik jelang pemilu 2024. Sebanyak 53% generasi Z di DKI Jakarta masih menyempatkan waktu untuk membaca isu politik jelang pemilu 2024 yang mereka temukan, sehingga tingkat konsumsi isu politik jelang pemilu 2024 di berita media sosial Instagram masih memiliki tingkat yang tinggi.

3. Hasil dari penelitian ini menunjukkan *news efficacy* memiliki pengaruh terhadap *news avoidance* sebesar 5,1%, sedangkan sebanyak 94,9 % lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya. Meskipun pengaruh tersebut bersifat lemah, pengaruh dari *news efficacy* terhadap *news avoidance* mengenai isu politik memiliki nilai yang signifikan dan bersifat negatif. Oleh karena itu, H<sub>0</sub> pada penelitian ini ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Hasil dari penelitian ini juga selaras dengan penelitian Park (2019) dan Edgerly (2021) bahwa mereka yang memiliki tingkat *news efficacy* yang lebih rendah akan memiliki tingkat konsumsi berita yang rendah, sedangkan mereka yang memiliki tingkat *news efficacy* yang tinggi akan memiliki tingkat konsumsi berita yang tinggi.

Berdasarkan paparan di atas, dapat disimpulkan apabila semakin tinggi kepercayaan dan keyakinan generasi Z pada kemampuan mereka untuk menemukan dan memahami isu politik dari media sosial (*news efficacy*), maka perilaku penghindaran berita (*news avoidance*) tidak bisa terealisasi. Pernyataan ini menjadi bukti jika generasi Z di DKI Jakarta masih memiliki minat untuk menerima isu politik jelang pemilu 2024 di media sosial Instagram.

Sebaliknya, apabila generasi Z mengalami penurunan keyakinan terhadap kemampuannya untuk menemukan dan memahami isu politik, maka akan menyebabkan terjadinya perilaku penghindaran berita karena mereka merasa tidak mampu untuk menemukan dan memahami isu politik sehingga memilih opsi untuk tidak membacanya atau menghindari berita yang ditemukan.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Akademis**

Secara ilmiah penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan. Pada penelitian ini, peneliti hanya mengukur *news efficacy* terhadap *news avoidance* generasi Z di DKI Jakarta yang dilihat dari isu politik di berita media sosial Instagram. Peneliti melihat bahwa pengaruh *news efficacy* terhadap *news avoidance* memiliki tingkat yang rendah. Peneliti tidak mengukur atau mengkaji 94,9% faktor-faktor lainnya yang dapat mempengaruhi perilaku *news avoidance* mengenai isu politik pada generasi Z di DKI Jakarta. Peneliti berharap untuk peneliti selanjutnya dapat meneliti pengaruh *news efficacy* terhadap variabel lainnya, seperti tingkat *news consumption* dan *news overload*.. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat meneliti dengan mencakup usia lain, seperti generasi milenial atau generasi lainnya untuk mendapatkan hasil atau gambaran yang lebih luas.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Penelitian ini menemukan hasil bahwa keyakinan generasi Z terhadap kemampuannya untuk memahami isu politik berada pada kategori sangat tinggi. Selain itu, sebanyak 46,0% generasi Z di DKI Jakarta

mengaku bahwa mereka ingin mengurangi waktu untuk membaca isu politik di berita media sosial Instagram. Selain itu, sebanyak 16,0% generasi Z di DKI Jakarta mengaku bahwa isu politik jelang pemilu 2024 tidak berguna. Hasil tersebut, dapat menjadi acuan bagi media atau jurnalis untuk meningkatkan kualitas berita politik sehingga konsumen akan lebih tertarik untuk mengonsumsi berita politik.

