

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *brand* media dapat memberikan tingkat kepercayaan yang berbeda di kalangan audiens muda terhadap berita politik. Penelitian ini merupakan sebuah penelitian yang dikembangkan oleh penulis setelah penelitian yang serupa dilakukan oleh Krebs (2017) di Swiss yang meneliti tentang *brand* dari suatu media dapat mempengaruhi kualitas dari konten berita yang diproduksi.

Penelitian ini kemudian akan berfokus pada tingkat kepercayaan dari audiensnya dengan mengetahui apakah *brand* dari suatu perusahaan media dapat memberikan nilai tingkat kepercayaan yang berbeda pada audiens muda. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian “Hubungan *Brand* Media Terhadap Tingkat Kepercayaan Berita Politik Menurut Audiens Muda”, terdapat beberapa kesimpulan yang telah dirangkum oleh penulis:

1. Perhitungan uji Mann-Whitney yang dilakukan penulis ditujukan kepada Kelompok CNNIndonesia (K) vs SUARA (K), CNNIndonesia (C) vs SUARA (S), CNN (K) vs CNN (C), dan SUARA (K) vs SUARA (S) dengan lima indikator yang dicetus oleh Strömbäck et al. (2020). Melalui uji Mann-Whitney ini, terdapat hasil 4 hasil perbandingan yang diperoleh oleh penulis.
2. Hasil uji Man-Whitney pada setiap kelompok ini menunjukkan bahwa *brand* media secara tidak langsung dapat memberikan tingkat kepercayaan yang berbeda pada responden. Hal ini dibuktikan melalui hasil pengujian Man-Whitney yang menunjukkan bahwa , 3 dari 4 kelompok diantaranya membuktikan bahwa terdapat perbedaan nilai signifikansi sehingga dapat dianggap bahwa *brand* media dapat memberikan tingkat kepercayaan yang berbeda pada audiens muda.

3. Penelitian ini menggunakan Uji Mann-Whitney, sebuah uji non-parametrik yang bersifat alternatif. Kelebihan dari uji ini adalah adanya kelonggaran pada syarat yang diperlukan, di mana data yang digunakan tidak diwajibkan untuk mengikuti distribusi normal setelah dilakukan uji normalitas.

Penulis dalam penelitian ini juga membuktikan hipotesis (H_a) bahwa terdapat perbedaan skor tingkat kepercayaan pada berita politik yang ditulis oleh portal media online *cnnindonesia.com* dan *suara.com* bagi audiens muda pada kelompok kontrol dan kelompok eksperimen, sehingga dapat dipercayai bahwa *brand* media dapat memberikan tingkat kepercayaan yang berbeda di kalangan audiens muda.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Dalam penelitian ini, data tidak terdistribusi normal, maka penulis tidak dapat memakai uji Independen T-Test, dan kemudian beralih ke Uji Man-Whitney untuk menguji perbedaan mean dan median diantara 2 kelompok. Pada penelitian ke depannya, peneliti sebisa mungkin dapat mengumpulkan data-data yang berdistribusi normal agar mendapatkan hasil yang lebih maksimal. Penulis juga berharap agar penelitian di masa depan dapat menggabungkan beberapa variabel agar hasil penelitian ini dapat dikembangkan ke arah yang lebih luas, serta menciptakan potensi yang lebih banyak lagi untuk potensi penelitian di masa mendatang.

5.2.2 Saran Praktis

Dalam penelitian ini, telah ditemukan bahwa *brand* dari suatu media dapat memberikan tingkat kepercayaan yang berbeda pada responden. Dengan ini, penulis berharap kepada media online, khususnya *brand - brand* media di Indonesia untuk terus memperhatikan dan meningkatkan kualitas dari konten berita *brand* untuk memenuhi ekspektasi para konsumen berita.