

BAB IV

PENUTUP

Pada bab-bab sebelumnya telah diuraikan temuan penelitian dan uji hipotesis menggunakan alat statistik. Bab ini membahas mengenai kesimpulan dan saran mengenai pengaruh terpaan berita hoax dan persepsi masyarakat tentang kualitas pemberitaan televisi berita terhadap intensitas menonton televisi berita.

4.1 Kesimpulan

Dari uraian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan untuk menjawab pertanyaan penelitian pada bab I, yaitu:

1. Tidak terdapat pengaruh antara terpaan berita hoax (X_1) dan persepsi terhadap kualitas pemberitaan televisi berita (X_2) terhadap intensitas menonton televisi berita (Y). Hal ini ditunjukkan oleh uji regresi linier berganda yang dilakukan terhadap variabel terpaan berita hoax (X_1), persepsi terhadap kualitas pemberitaan televisi berita (X_2) dan intensitas menonton televisi berita (Y), dan didapatkan hasil nilai koefisien 0,478 lebih besar dari taraf signifikansi (α)=0,05.
2. Terdapat faktor-faktor lain seperti faktor usia, pekerjaan, prioritas kebutuhan, dan akses terhadap media yang dianggap menjadi sebab tidak terbuktinya hipotesis dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berikut ini adalah beberapa saran yang diberikan oleh peneliti baik untuk kepentingan penelitian selanjutnya maupun pihak-pihak terkait penelitian ini:

1. Pada pengukuran terpaan berita hoax, banyak responden kesulitan untuk mengingat berita hoax yang pernah mereka ketahui. Artinya berita hoax sebetulnya adalah berita yang mudah dilupakan. Saran yang diberikan yaitu agar pemegang kebijakan seperti KPI dan Pemilik Media serta peneliti selanjutnya tidak hanya fokus pada pemberantasan hoax, namun pada peningkatan literasi media untuk bisa membedakan berita yang hoax dan tidak.
2. Pada penelitian ini responden penelitian cenderung terpusat pada kategori umur tertentu yang cukup mempengaruhi hasil penelitian. Saran yang diberikan yaitu peneliti selanjutnya dapat mencari responden dengan latar belakang yang lebih beragam untuk bisa memberikan wawasan baru menyangkut hasil pada ranah penelitian bertema serupa.
3. Pada penelitian ini ditemukan fakta bahwa terdapat segementasi masyarakat yang belum terpenuhi kebutuhan akan informasinya akibat terbatasnya jangkauan terhadap bentuk informasi yang disampaikan oleh media. Saran yang diberikan adalah industri media dapat lebih kreatif menciptakan bentuk-bentuk baru dalam menyampaikan informasi pada masyarakat. Bisa dengan melakukan riset dan investasi yang mendalam dalam bidang media baru, maupun inovasi lainnya.