

BAB V

PENUTUP

Bab ini membahas simpulan dari hasil penelitian serta membagikan saran berlandaskan temuan penelitian mengenai Pengaruh Clickbait Headline dan Intensitas Konsumsi Berita terhadap Persepsi Kredibilitas Media Tribun Jateng pada Generasi Z di Kota Semarang. Simpulan dan saran dalam bab ini didasarkan pada hasil penelitian terhadap 100 responden serta hasil analisis regresi linear berganda yang sudah dilaksanakan sebelumnya.

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Clickbait Headline dan Intensitas Konsumsi Berita terhadap Persepsi Kredibilitas Media Tribun Jateng pada Generasi Z di Kota Semarang, dapat disimpulkan bahwa Clickbait Headline berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Persepsi Kredibilitas Media Tribun Jateng. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin kuat unsur clickbait yang dirasakan oleh responden pada headline berita, maka semakin rendah persepsi mereka terhadap kredibilitas media Tribun Jateng. Hasil tersebut menunjukkan bahwa penggunaan headline yang terlalu sensasional, menggantung, ambigu, atau kurang sesuai dengan isi berita dapat berkaitan dengan menurunnya penilaian responden terhadap kredibilitas media.

Selanjutnya, Intensitas Konsumsi Berita berpengaruh positif dan signifikan terhadap Persepsi Kredibilitas Media Tribun Jateng. Artinya, semakin tinggi frekuensi, durasi, dan atensi responden dalam mengonsumsi berita Tribun Jateng, maka semakin tinggi pula persepsi mereka terhadap kredibilitas media tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengalaman responden dalam mengakses dan memahami pemberitaan secara lebih sering dapat berkaitan dengan penilaian yang lebih tinggi terhadap kredibilitas media.

Secara simultan, Clickbait Headline dan Intensitas Konsumsi Berita berpengaruh signifikan terhadap Persepsi Kredibilitas Media Tribun Jateng. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel independen tersebut secara bersama-sama dapat menjelaskan sebesar 54,5% variasi pada Persepsi Kredibilitas Media,

sedangkan sebesar 45,5% lainnya dijelaskan oleh faktor lain di luar variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Dengan demikian, persepsi Generasi Z terhadap kredibilitas media tidak hanya berkaitan dengan headline yang mereka lihat, tetapi juga dengan pengalaman mereka dalam mengonsumsi dan memahami isi berita Tribun Jateng.

5.2 Saran

Berlandaskan hasil penelitian terhadap 100 responden Generasi Z di Kota Semarang, ada sejumlah hal yang perlu diperhatikan mempunyai kaitan pada penggunaan clickbait headline, intensitas konsumsi berita, dan persepsi kredibilitas media Tribun Jateng. Maka sebabnya, saran pada penelitian ini ditujukan kepada Tribun Jateng dan Generasi Z sebagai audiens media digital.

5.2.1 Bagi Tribun Jateng

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa Clickbait Headline berpengaruh negatif terhadap Persepsi Kredibilitas Media Tribun Jateng, Tribun Jateng perlu lebih memperhatikan penggunaan headline dengan mengurangi judul yang terlalu sensasional, menggantung, ambigu, atau tidak sepenuhnya selaras dengan isi berita. Tribun Jateng tetap dapat menggunakan headline yang menarik perhatian pembaca, tetapi judul tersebut sebaiknya tetap menggambarkan isi berita secara tepat dan tidak hanya berorientasi pada peningkatan jumlah klik. Kesesuaian antara headline dan isi berita menjadi hal yang penting untuk menjaga kepercayaan pembaca terhadap media.

Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa Intensitas Konsumsi Berita berpengaruh positif terhadap Persepsi Kredibilitas Media Tribun Jateng. Oleh karena itu, Tribun Jateng perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas isi berita agar pembaca yang sering mengakses berita memperoleh pengalaman yang positif. Kualitas pemberitaan dapat dijaga melalui penyajian informasi yang akurat, objektif, lengkap, memiliki sumber yang jelas, serta disampaikan secara profesional sesuai dengan prinsip jurnalistik. Dengan demikian, strategi peningkatan jumlah pembaca sebaiknya tidak hanya berfokus pada jumlah klik, tetapi juga memperhatikan kualitas dan kredibilitas pemberitaan secara berkelanjutan.

5.2.2 Bagi Generasi Z

Generasi Z sebagai audiens media digital disarankan untuk lebih kritis dalam mengonsumsi berita dengan tidak langsung menilai kredibilitas media hanya berdasarkan headline, terutama ketika terdapat unsur clickbait seperti judul yang sensasional atau menggantung. Generasi Z sebaiknya membaca berita secara menyeluruh serta memperhatikan kesesuaian antara headline dan isi, kejelasan sumber, objektivitas, dan kelengkapan informasi. Selain itu, tingginya intensitas konsumsi berita sebaiknya diimbangi dengan perhatian dan pemahaman terhadap isi berita, sehingga penilaian terhadap kredibilitas media terbentuk berdasarkan informasi yang diterima secara utuh.