

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan data penelitian pada pengujian hipotesis yang dianalisis secara kuantitatif dan uraian pembahasan penelitian, maka kesimpulan penelitian ini sebagai berikut:

1. Sub variabel bersosialisasi (*socializing*) memberikan **pengaruh paling kuat** terhadap minat berbagi berita online di media sosial Facebook. Artinya bahwa khalayak online berminat untuk berbagi berita online di Facebook dikarenakan khalayak online ingin semakin mempererat jalinan relationship dengan komunitas motor Nmax maka informasi berita yang dinilai menarik dan bermanfaat ini dapat menjadi topik pembicaraan antar sesama rekan di komunitas, dan untuk saling berbagi pengetahuan serta pengalaman.
2. Lalu, kedua sub variabel mencari informasi (*information seeking*) yang berpengaruh kuat terhadap minat berbagi berita online di media sosial Facebook. Artinya bahwa khalayak online berminat untuk berbagi berita online di Facebook dikarenakan khalayak merasakan kepuasan pada konten berita sebab konten beritanya sangat bermanfaat/berguna, nilai beritanya penting, dan dibutuhkan orang lain pula.
3. Selanjutnya, ketiga sub variabel hiburan (*entertainment*) memberikan pengaruh kuat terhadap minat berbagi berita online di media sosial Facebook, termasuk kategori pengaruh kuat. Artinya bahwa khalayak online berminat untuk berbagi berita online di Facebook dikarenakan khalayak ingin mengisi waktu luang dan mengatasi kebosanan diri maka membaca berita online dan menginformasikannya kepada sesama komunitas Nmax.
4. Terakhir, sub variabel mencari status (*status seeking*) berpengaruh kuat terhadap minat berbagi berita online di media sosial Facebook. Artinya bahwa khalayak online berminat untuk berbagi berita online di Facebook dikarenakan khalayak online ingin mendapatkan status bahwa dirinya termasuk orang yang

aktif terhadap berita yang *uptodate* dan rekan komunitasnya menjadi mengharapkan informasi terbaru dari orang tersebut untuk berita-berita terbaru.

5. Terdapat pengaruh kepuasan pada berita online terhadap minat berbagi berita online di media sosial Facebook, termasuk kategori pengaruh sangat kuat. Artinya bahwa semakin meningkat kepuasan khalayak pada berita online maka akan semakin meningkat minat berbagi berita online di media sosial Facebook. Hal ini dikarenakan khalayak online ingin meningkatkan dalam bersosialisasi dengan teman-teman sesama komunitas motor Nmax, dengan adanya saling share berita online maka ada topik pembicaraan yang dibahas pada komunitas motor Nmax dan saling berbagi pengetahuan serta pengalamannya. Kemudian, khalayak online merasakan kepuasan pada berita online dikarenakan konten beritanya bermanfaat/berguna bagi teman-teman komunitas motor Nmax untuk menambah pengetahuan dari membaca berita online yang cepat *uptodate*.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Teoritis

1. Penelitian mengenai berita online akan semakin menarik untuk diteliti mengingat jumlah pengguna internet semakin meningkat dan masyarakat ingin mendapatkan informasi yang jauh lebih cepat. Oleh karena itu, bagi peneliti selanjutnya, dapat mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel-variabel yang dapat mempengaruhi minat khalayak online untuk berbagi berita seperti kredibilitas berita (*informative, believable, reliable, interesting, accurate, trustworthy*), konten/topik berita, dan *prior social media sharing experience* (pengalaman berbagi berita sebelumnya).
2. Peneliti selanjutnya dapat melibatkan media sosial lain untuk diteliti seperti media sosial twitter maupun Line dikarenakan kedua media sosial tersebut memiliki fitur untuk share konten berita.
3. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan jumlah sampel dalam skala besar untuk meningkatkan pembaruan dari penelitian sehingga penelitian lebih dapat digeneralisasikan lebih luas lagi.

4. Metode analisis data kuantitatif dapat menggunakan metode regresi linear berganda dikarenakan jumlah variabelnya yang sudah melebihi dari dua atau tiga variabel.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil temuan jawaban responden pada pernyataan kuesioner, ternyata masih terdapat jawaban responden yang kurang memuaskan. Maka perlu ada perbaikan pada konten berita di media sosial Facebook dan saran praktis yang dapat penulis sampaikan sebagai berikut:

1. Konten berita online di Facebook masih kurang dapat disimpan dalam waktu lama di benak pikiran khalayak online. Oleh karena itu, sebaiknya penyajian konten berita online dikemas lebih sistematis lagi sehingga pembaca mudah mencari benang merah dari konten berita *online* dan dapat menyimpan informasi berita online tersesbut tersebut dengan baik di pikiran pembaca.
2. Konten berita online di Facebook masih kurang efektif untuk saling bertukar ide/pemikiran kepada sesama rekannya dalam satu komunitas motor Nmax. Sebaiknya konten berita online dikemas lebih menarik dan informatif lagi agar pembaca dapat saling bertukar pikiran mengenai cara menghindari berita-berita hoax ini tidak langsung dipercaya oleh masyarakat luas.
3. Konten berita online di Facebook masih kurang dapat mengatasi kebosanan khalayak online. Sebaiknya topik berita online yang dimunculkan di Facebook lebih variasi lagi agar khalayak online tidak merasakan kebosanan dalam membaca.
4. Konten berita online di Facebook masih kurang dapat membantu khalayak online didalam meningkatkan status (diakui oleh rekan-rekannya) sebagai orang yang aktif dalam memberikan informasi berita terbaru. Sebaiknya topik berita online yang akan di-*share*-nya merupakan berita-berita yang lagi hangat dibicarakan dan memang berita yang sedang dicari-cari khalayak luas untuk mengetahui konten berita tersebut.