

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan Hasil Penelitian dan Pembahasan yang telah dipaparkan, yang menjadi kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terpaan berita covid-19 pada masyarakat di kecamatan Garut Kota dapat dilihat dari bagaimana sebagian besar dari masyarakat sudah menonton berita covid-19 serta slogan “Ingat Pesan Ibu” dan dapat memahaminya dengan baik.
2. Sikap masyarakat kecamatan Garut Kota mengalami perubahan sikap yaitu mulai menerapkan protokol kesehatan seperti menggunakan masker, dan sebagian besar dari masyarakat mempercayai adanya covid-19 serta berita yang disampaikan.
3. Frekuensi yang diwujudkan dalam pengulangan menonton berita covid-19 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap masyarakat dimensi kognitif yang diwujudkan dalam bentuk mengingat, memahami, menerapkan dan menganalisis. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,025 dan skor 0,825 yang menunjukkan pengaruh kuat dari frekuensi terhadap sikap masyarakat dalam dimensi kognitif.
4. Frekuensi yang diwujudkan dalam pengulangan menonton berita covid-19 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap masyarakat dimensi afektif yang diwujudkan dalam kehadiran, menjawab, menilai dan

mengorganisasikan atau mengkarakterisasikan. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,000 dan skor 0,264 yang menunjukkan pengaruh lemah dari frekuensi terhadap sikap masyarakat dalam dimensi afektif.

5. Frekuensi yang diwujudkan dalam pengulangan menonton berita covid-19 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap masyarakat dimensi konatif yang diwujudkan dalam bentuk kecenderungan, kepercayaan dan perilaku. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,000 dan skor 0,867 yang menunjukkan pengaruh kuat dari frekuensi terhadap sikap masyarakat dalam dimensi konatif.
6. Durasi yang diwujudkan dalam lama waktu menonton berita covid-19 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap masyarakat dimensi kognitif yang diwujudkan dalam bentuk mengingat, memahami, menerapkan dan menganalisis. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,000 dan skor 0,817 yang menunjukkan pengaruh kuat dari durasi terhadap sikap masyarakat dimensi kognitif.
7. Durasi yang diwujudkan dalam lama waktu menonton berita covid-19 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap masyarakat dimensi afektif yang diwujudkan dalam bentuk kehadiran, menjawab, menilai dan mengorganisasikan atau mengkarakterisasikan. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,291 dan skor 0,914 yang menunjukkan pengaruh sangat kuat dari durasi terhadap sikap masyarakat dimensi afektif.

8. Durasi yang diwujudkan dalam lama waktu menonton berita covid-19 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap masyarakat dimensi konatif yang diwujudkan dalam bentuk kecenderungan, kepercayaan dan perilaku. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,000 dan skor 0,857 yang menunjukkan pengaruh kuat dari durasi terhadap sikap masyarakat dimensi konatif.
9. Atensi yang diwujudkan dalam bentuk kesadaran, partisipasi dan perhatian dalam menonton berita covid-19 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap masyarakat dimensi kognitif yang diwujudkan dalam mengingat, memahami, menerapkan dan menganalisis. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,000 dan skor 0,965 yang menunjukkan pengaruh sangat kuat dari atensi terhadap sikap masyarakat dimensi kognitif.
10. Atensi yang diwujudkan dalam bentuk kesadaran, partisipasi dan perhatian dalam menonton berita covid-19 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap masyarakat dimensi afektif yang diwujudkan dalam kehadiran, menjawab menilai dan mengorganisasikan atau mengkarakterisasikan. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,000 dan skor 0,972 yang menunjukkan pengaruh sangat kuat dari atensi terhadap sikap masyarakat dimensi afektif.
11. Atensi yang diwujudkan dalam bentuk kesadaran, partisipasi dan perhatian dalam menonton berita covid-19 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap masyarakat dimensi konatif yang diwujudkan dalam

kecenderungan, kepercayaan dan perilaku. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,000 dan skor 0,896 yang menunjukkan pengaruh kuat dari atensi terhadap sikap masyarakat dimensi konatif.

12. Terpaan berita Covid-19 memberikan pengaruh terhadap sikap masyarakat berdasarkan dimensi kognitif afektif dan konatif. Hal tersebut dapat dilihat dari Bagaimana masyarakat mengingat anjuran 3M, melakukan kroscek atau pengecekan informasi yang didapatkan, dan memahami slogan “Ingat Pesan Ibu” (dalam dimensi kognitif). Masyarakat tidak meluangkan waktu secara khusus untuk menonton berita covid-19, tidak memberikan respon secara langsung, tidak memberikan penilaian secara kompleks, dan tidak melakukan pengelompokan secara khusus terhadap informasi atau berita Covid-19 (dalam dimensi afektif). Perubahan sikap masyarakat dapat dilihat juga dari bagaimana masyarakat mulai patuh untuk menggunakan masker, banyak fasilitas umum yang baru untuk mencuci tangan, terdapat sikap kecenderungan masyarakat untuk lebih Pro kepada salah satu pihak kelompok besar, dan Bagaimana masyarakat memiliki kepercayaan terhadap berita covid-19 yang ditontonnya (dalam dimensi konatif).
13. Nilai yang didapatkan dari terpaan berita covid-19 di televisi pada sikap masyarakat yaitu nilai kemanusiaan, nilai sosial dan nilai kebersihan.
14. Peran berita covid-19 dan slogan “Ingat Pesan Ibu” dalam pembentukan sikap masyarakat di kecamatan Garut Kota adalah peran penyampai informasi, peran untuk memberikan gambaran realitas, dan memiliki peran untuk mengingatkan masyarakat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka saran yang diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

5.2.1 Saran Teoritis

1. Teori Kultivasi bisa digunakan untuk penelitian lain yang mengkaji terpaan televisi.
2. Teori SOR dapat digunakan untuk penelitian yang akan mengkaji tentang pengaruh dari stimulus terhadap sebuah respon.
3. Penelitian mixed method dapat dilakukan bagi peneliti yang ingin mendapatkan hasil penelitian dari pengolahan data secara kuantitatif dan kualitatif.

5.2.2 Saran Praktis

5.2.2.1 Bagi Media / Televisi

1. Televisi atau media seharusnya dapat framing sebuah berita dengan semenarik mungkin sehingga mudah untuk mendapat perhatian masyarakat.
2. Televisi atau media bisa menggunakan tokoh atau influencer yang saat ini sedang menjadi perhatian masyarakat supaya informasi atau berita yang disampaikannya dapat lebih mudah untuk dipercayai oleh masyarakat.

3. Pada saat sebuah berita disampaikan, seharusnya televisi juga menyampaikan berdasarkan apa informasi tersebut diikuti dengan data dan faktanya.
4. Televisi tidak perlu untuk membombardir berita Covid-19 secara terus-menerus karena itu akan membuat masyarakat Jengah dan akhirnya menimbulkan penolakan.

5.2.2.2 Bagi Pemerintah

1. Pemerintah bisa memanfaatkan tokoh atau influencer yang saat ini sedang digemari oleh masyarakat untuk menyampaikan informasi supaya dapat lebih mudah diterima oleh masyarakat.
2. Pemerintah harus selalu berupaya untuk menghadirkan dirinya di tengah masyarakat supaya masyarakat merasa menjadi bagian dari Setiap keputusan yang akan diambil.
3. Dalam menghadapi sebuah krisis, termasuk pandemi covid -19 lebih baiknya jika Pemerintah dapat memberikan beberapa pilihan solusi dan memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk menentukan solusi seperti apa yang akan ditentukan, sehingga kebijakan yang diambil adalah kesepakatan bersama Supaya apa yang dilakukan mudah diikuti dan ditaati oleh seluruh elemen masyarakat.
4. Setiap kebijakan yang diambil oleh pemerintah harus berdasarkan kepentingan bersama.

5.2.2.3 Bagi Masyarakat

1. Masyarakat harus selalu melakukan cross check atau pengecekan kembali informasi yang didapatkannya.
2. Masyarakat tidak boleh menyimpulkan sesuatu berdasarkan satu sumber ataupun satu sudut pandang.
3. Masyarakat perlu mencari tahu dari berbagai sumber dan sudut pandang yang berbeda jika ingin menyimpulkan suatu hal.
4. Dalam menghadapi sebuah krisis, masyarakat tidak boleh terlalu emosional sehingga tidak dapat berpikir logis dan objektif, karena pemikiran seperti itu sangat diperlukan untuk mengambil sebuah keputusan dalam kondisi yang terdesak seperti pandemi saat ini.
5. Masyarakat tidak boleh menutup diri dari kenyataan yang terjadi atau informasi-informasi yang ada di sekelilingnya.

5.2.2.4 Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Peneliti selanjutnya dapat mengkaji topik penelitian ini dengan menggunakan bidang keilmuan yang berbeda seperti psikologis, media, ekonomi dll.
2. Peneliti selanjutnya dapat mengkaji topik yang sama gunakan media yang berbeda seperti media massa, media sosial dll.\
3. Peneliti selanjutnya dapat meneliti terpaan berita dengan menggunakan berita yang berbeda.
4. Peneliti selanjutnya dapat meneliti pengaruh dari terpaan berita yang berbeda seperti psikologis masyarakat atau tingkat ekonomi masyarakat.