

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil perhitungan dan pembahasan mengenai Variabel X *Clickbait* dan Variabel Y Kredibilitas pada penulisan Berita Headline Tribunnews.com dapat disimpulkan seperti berikut :

1. Berdasarkan hasil analisa deskriptif, *Incomplete Information* **mempengaruhi** kredibilitas dengan signifikansi sebesar 0.002 dan memiliki Koefisien Regresi sebesar -0.704 yang berarti *Incomplete Information* dan Kredibilitas memiliki hubungan berlawanan yang bersifat negatif. Tidak lengkap nya sebuah informasi dalam sebuah headline dan juga dalam tubuh berita akan mempengaruhi kredibilitas seorang jurnalis. Pembaca akan beranggapan bahwa jurnalis tidak menuliskan informasi yang lengkap dalam menulis beritanya.
2. Berdasarkan hasil hasil analisa deskriptif, *Repetition* **tidak mempengaruhi** Kredibilitas. Dengan signifikansi sebesar 0.490 dan memiliki koefisien regresi sebesar -0.133 yang berarti *Repetition* dan Kredibilitas memiliki hubungan berlawanan yang bersifat negatif. Pengulangan publikasi untuk menghasilkan lebih banyak interaksi, mengacu pada pemilihan berita yang menghasilkan banyak komentar dan reaksi saat pertama kali disebarluaskan. Dengan mengulangi publikasi selama beberapa hari, berita kehilangan statusnya sebagai "baru", tetapi dapat terus menguntungkan karena

menjamin lalu lintas ke web. Tetapi hal ini tidak mempengaruhi kredibilitas dengan signifikan dikarenakan isi dari berita yang diterbitkan berulang kali tersebut dilakukan untuk menambah trafik kedalam portal berita.

3. Berdasarkan hasil hasil analisa deskriptif, *Exagerration* **tidak mempengaruhi** Kredibilitas. Dengan signifikansi sebesar 0.245 dan memiliki koefisien regresi sebesar -0.311 yang berarti *Exagerration* dan Kredibilitas memiliki hubungan berlawanan yang bersifat negatif. *Exagerration* atau intensifikasi ini dilakukan untuk menarik orang-orang untuk membaca muatan berita dengan menggunakan kalimat-kalimat hiperbola, hal ini tidak terlalu mempengaruhi kredibilitas dikarenakan hanya digunakan untuk menarik perhatian membaca, tetapi bisa menimbulkan rasa hampa pembaca saat membaca keseluruhan berita yang tidak sebombastis headline berita tersebut.
4. Berdasarkan hasil analisa deskriptif, *Clickbait* **mempengaruhi** *Believability* dengan signifikansi sebesar 0.044 dan memiliki Koefisien Regresi sebesar -0.077 yang berarti *Clickbait* dan *Believability* memiliki hubungan berlawanan yang bersifat negatif. Semakin sering praktik *clickbait* digunakan, maka pembaca akan menjadi kurang percaya kepada jurnalis dan mempengaruhi kredibilitas mereka.
5. Berdasarkan hasil hasil analisa deskriptif, *Clickbait* **tidak mempengaruhi** *Accuracy*. Dengan signifikansi sebesar 0.159 dan memiliki koefisien regresi sebesar -0.025 yang berarti *Clickbait* dan *Accuracy* memiliki hubungan berlawanan yang bersifat negatif. *Clickbait* digunakan untuk menarik calon

pembaca agar membaca berita tersebut, tepat atau tidaknya sebuah berita dilihat dari isi keseluruhan isi berita. Efek negatif yang ditimbulkan juga sangat kecil, pembaca menjadi bertanya-tanya apakah berita ini akurat dengan apa yang sebenarnya terjadi, tetapi setelah membaca keseluruhan berita pembaca mendapatkan informasi yang sesuai dengan apa yang sebenarnya terjadi, dengan itu *crosscheck* dari portal berita lain atau informasi yang disampaikan sangat detail dalam berita tersebut.

6. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, *Clickbait* **tidak mempengaruhi** *Completeness*. Dengan signifikansi sebesar 0.157 dan memiliki koefisien regresi sebesar -0.62 yang berarti *Clickbait* dan *Completeness* memiliki hubungan berlawanan yang bersifat negatif. *Clickbait* sering kali meninggalkan informasi yang seharusnya ada dalam sebuah judul berita untuk menimbulkan *curiosity-gap* kepada calon pembaca nya sehingga berita itu akan lebih sering di baca, tetapi dalam tubuh berita informasi yang dicari akan didapatkan. Tetapi penggunaan praktik ini kurang sesuai dengan kaidah jurnalistik untuk menyampaikan informasi singkat dan lengkap dalam headline sebuah berita.
7. Dalam hasil analisis regresi dapat dilihat bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara *clickbait* dengan kredibilitas, tetapi ada efek negatif dari *clickbait* terhadap kredibilitas, hasil *output* perhitungan signifikan dari variabel yang di uji memiliki hasil tidak signifikan, kemudian muncul angka negatif di dalam koefisien regresi yang menunjukkan hubungan berlawanan antar kedua variabel. Hal ini dapat diartikan bahwa mahasiswa Ilmu

Komunikasi Unikom menganggap *clickbait* tidak mempengaruhi kredibilitas dengan signifikan, tetapi tetap ada pengaruh negatif yang muncul dari pembaca berita yang membuat pembaca sedikit mempertanyakan kredibilitas jurnalis dan portal berita yang dibaca. Dari hal ini dapat disimpulkan **tidak terdapat pengaruh** berita headline *clickbait* terhadap kredibilitas jurnalis di mata Mahasiswa Unikom.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian ini, peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut

1. Untuk Tribunnews.com diharapkan mengurangi penggunaan praktik *Clickbait* untuk menjaga nama baik portal berita dan Jurnalis Tribunnews.com
2. Untuk peneliti yang akan melakukan Penelitian Kuantitatif dengan tema yang sama, dapat dilakukan dengan skala sampel yang lebih besar seperti Masyarakat Umum.
3. Untuk penelitian lain sebaiknya dilakukan penelitian yang sama dengan pendekatan Kualitatif.