

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Peristiwa gagal bayar pinjaman online yang marak terjadi menimbulkan kerugian ekonomi baik bagi negara maupun individu, dengan Gen Z dan milenial menjadi penyumbang terbesar kerugian ini. Diangkatnya peristiwa ini pada pemberitaan media massa tentu akan membentuk persepsi dan opini pada public terkait dengan peristiwa ini. Objek penelitian ini adalah pemberitaan Bisnis.com mengenai dengan gagal bayar pinjaman online. Penelitian ini mengkaji bagaimana persepsi Gen Z kota Surabaya terhadap pemberitaan mengenai gagal bayar pinjaman online pada portal berita Bisnis.com. Berdasarkan teori perbedaan individu oleh Melvin D. Fleur dan Effendy (2003), media massa mempengaruhi khalayak sesuai dengan latar belakang budaya, kepentingan, kebutuhan, dan nilai-nilai yang dianutnya. Persepsi individu terhadap pesan media tidak seragam karena dipengaruhi oleh kondisi psikologis dan karakteristik personal masing-masing.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemberitaan ini diterima dengan cara yang berbeda oleh masing-masing informan, tergantung pada pengalaman, latar belakang pendidikan, dan kondisi psikologis mereka. Gen Z memiliki pemahaman dan penerimaan pesan yang beragam tergantung pada faktor internal (pengalaman masa lalu, latar belakang pendidikan, kondisi psikologis) dan faktor eksternal (kebaruan informasi, kontras dengan realitas yang dialami).

Persepsi yang terbentuk pada Gen Z terhadap pemberitaan gagal bayar pinjaman online pada portal Bisnis.com. Persepsi yang terbentuk pada Gen Z bersifat beragam dan seobjektif seperti persepsi negatif terhadap peminjam dan layanan pinjaman online, persepsi simpatik terhadap peminjam, persepsi kritis terhadap regulasi pemerintah, dan persepsi positif terhadap edukasi keuangan. Hal ini dipengaruhi oleh faktor internal (kebutuhan, pengalaman masa lalu, latar belakang budaya, kondisi emosional) dan faktor struktural (kedekatan ruang dan waktu, kelompok sosial).

Efek pemberitaan yang ditimbulkan diantaranya adalah efek kognitif yang berupa penambahan informasi terkait peristiwa gagal bayar pinjaman online, efek afektif yang berupa perasaan penyesalan, prihatin, dan was-was terhadap risiko gagal bayar, dan efek konatif yang berupa perubahan perilaku, seperti peningkatan literasi keuangan dan perubahan sikap terhadap penggunaan pinjaman online. Penelitian ini menunjukkan bahwa pemberitaan media massa mengenai gagal bayar pinjaman online memiliki dampak signifikan pada pembaca dari Gen Z, dengan efek yang beragam tergantung pada karakteristik individu dan faktor lingkungan yang mempengaruhi mereka.

## **5.2 Saran**

Saran yang dapat peneliti berikan untuk perkembangan pada penelitian berdasarkan hasil penelitian analisis persepsi Gen Z terhadap pemberitaan gagal bayar pinjaman online pada portal berita Bisnis.com :

1. Melakukan penelitian lebih lanjut untuk dapat memahami lebih dalam dengan jangka waktu dan jadwal penelitian lebih panjang dan terperinci, memperluas cakupan objek penelitian, serta fokus pembahasan yang lebih dalam.
2. Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi penelitian berikutnya sebagai referensi dan melakukan pengembangan dengan metode dan fokus pembahasan yang lebih luas.
3. Sosialisasi program literasi media dan literasi digital kepada masyarakat supaya masyarakat khususnya generasi muda dapat lebih bijak mengonsumsi berita dan informasi dari berbagai sumber.