

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data penelitian dan interpretasi data yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa motif penggunaan aplikasi tiktok pada mahasiswa prodi ilmu komunikasi angkatan 2019 adalah *because of motive* yaitu trend dan pergaulan, serta *in order to motive* yaitu hiburan, eksistensi diri dan ekonomi.

*Because of motive* yaitu motif alasan yang mendasari mahasiswa prodi ilmu komunikasi angkatan 2019 untuk menggunakan aplikasi tiktok, yaitu trend dan pergaulan. Mahasiswa menggunakan aplikasi tiktok untuk memperoleh banyak hal salah satunya dengan mengikuti trend *A day in my life*, video-video yang sedang viral di aplikasi tiktok.

*In order to motive* yaitu motif tujuan yang ingin dicapai oleh mahasiswa sebagai pengguna aplikasi tiktok. Salah satu tujuan mahasiswa menggunakan aplikasi tiktok adalah hiburan. Konten dalam platform media sosial tiktok dianggap sebagai salah satu saluran yang juga menyediakan hiburan bagi mahasiswa. Mahasiswa juga menggunakan aplikasi tiktok sebagai media eksistensi diri, karena mampu menunjukkan kreatifitas pengguna untuk mengikuti konten yang disukai dan mempostingnya di akun pribadi. Sehingga mahasiswa prodi ilmu komunikasi menjadi terinspirasi dan semakin kreatif dalam membuat konten yang disukai. Selain itu, mahasiswa prodi Ilmu Komunikasi juga menggunakan aplikasi tiktok sebagai wadah untuk mempromosi barang jualan dan dapat meningkatkan jumlah pembeli dengan

memposting barang jualan tersebut di akun milik pribadi. Hal ini merupakan bagian dari motif ekonomi yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan. Motif penggunaan aplikasi tiktok bagi mahasiswa prodi ilmu komunikasi angkatan 2019 adalah sebagai media untuk mengekspresikan diri, mengisi waktu luang dan belajar percaya diri serta membuat video yang menarik.

## **6.2 Saran**

Setelah menjalani proses penelitian terkait motif penggunaan aplikasi tiktok pada mahasiswa prodi ilmu komunikasi angkatan 2019, maka peneliti dapat memberikan saran kepada pihak-pihak yang berkaitan dalam penelitian ini :

1. Bagi mahasiswa prodi ilmu komunikasi angkatan 2019 diharapkan dapat menggunakan aplikasi tiktok dengan baik serta dapat menumbuhkan kreativitas, dan diharapkan agar mahasiswa prodi ilmu komunikasi angkatan 2019 menunjukkan kemampuan diri yang positif khususnya kepada masyarakat yang menilai bahwa mahasiswa pengguna aplikasi tiktok tidak melekat dengan hal-hal negatif. Selain itu diharapkan agar mahasiswa prodi ilmu komunikasi angkatan 2019 dapat membagi waktu antara belajar, dan teman-teman yang berada di dunia nyata.
2. Bagi Akademi Universitas Katolik Widya Mandira, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya terkait motif penggunaan media aplikasi tiktok dan aspek lainn

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Ahmadi, Abu. 2020. Sosiologi Pendidikan. Jakarta: Rineka Cipta
- Abdullah, Idi. 2019. Sosiologi Pendidikan Individu. Jakarta: Rajawali Pers
- Bugin, Burhan. 2018. Sosiologi Komunikasi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Depdiknas, 2018. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Gerungan, W. (2020). *Psikologi Umum*. Bandung: Refika Aditama
- Ibrahim, dkk. 2019. *Perencanaan Pengajaran*. Remaja Rosdakarya: Bandung
- Kuswarno, Engkus. 2019. Fenomenologi. Bandung: Widya Padjadjaran
- Kriyantono, Rahmat. 2019. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Perdana
- Moleong, Lexy J. 2018. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. 2019. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Morissan. 2018. Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi. Jakarta: Prenadamedia Group
- McQuail, Denis. (2018). *Teori Komunikasi Massa Mcquail Edisi 6Buku 1 (Terj)*. Jakarta: Salemba Humanika
- Nasrullah, Ruli. 2018. Media Sosial. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Nurudin. 2019. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Robbins, Stephen P. (2018). *Perilaku Organisasi. (Buku I, Edisi Ke-12)*. Jakarta: Salemba Empat
- Saku Bouk, Hendrikus. 2018. Komunikasi Misi Societas Vebi Divini Timor. BTN Kolhua: Gita Kasih

### **Bahan Ajar**

Saku Bouk, Hendrikus. 2018. Pengantar Ilmu Komunikasi. Diktat Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP UNWIRA. Kupang

Saku Bouk, Hendrikus. 2018. Perkembangan Teknologi Komunikasi-Informasi. Modul Program Studi ilmu Komunikasi FISIP UNWIRA. Kupang

### **Jurnal**

Atikah, Salsabilla. (2018). Hubungan Kebutuhan Relatedness Dengan Kecanduan Media Sosial Pada Remaja. *Tesis, Fakultas Psikologi*. Riau: Univeristas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim

Dwiningrum S. (2021). Pembelajaran Ethnociences di Era Revolusi Industri 4.0 Sebagai Pemacu Hinger Thinking Skills (HOTS). *Jurnal Pembangunan Pendidikan : Fondasi dan Aplikasi*. 9(1), 66-74

Batubara, M. U.(2020). Aplikasi Tiktok Seru-Seruan Atau Kebodohan. *Jurnal NetworkMedia*, 3(2) 59-65

Hamad, Ibnu. (2021). Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa, Jakarta: *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Ilmu Politik*. 3(1)

Krisnawati, E. (2019). Perilaku Konsumsi Media Oleh Kalangan Remaja Dalam Pencarian Informasi. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*. 5(1)

Nusrullah, Ruli. (2018). Riset Khalayak Digital: Perspektif Khalayak Media dan Realitas Virtual di Media Sosial. *Jurnal Sositologi*. Bandung, 17(2), 271

Sjafirah, Nuryah & Prasanti, Ditha. 2019. Penggunaan Media Komunikasi Dalam Eksistensi Budaya Lokal Bagi Komunitas Tanah Aksara. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, 6(2): 39-50

Sinung, Utami H. (2020). Fashion Hijab Dalam Kajian Budaya Populer. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*. 2(2), 126-134

Tyas, Dyah Listianing, Budiyanto, A. Djoko, & Santoso, Alb Joko. (2021). Pengaruh Kekuatan Media Sosial Dalam Pengembangan Kesenjangan Digital. *Scientific Journal Of Informatics*, 2(2), 147–154

Vincentius, G. (2022). Motif Penggunaan Media Sosial Tiktok Di Kalangan Remaja. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(3)

Yoga, Rarasto P & Andri M. (2019). Penggunaan Unsur-Unsur Seni Pertunjukan Kethoprak Dalam Iklan Tvc Djarum 76 Seri Jin Sebagai Strategi Branding Produk. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 21(2), 138-151

### **Internet**

Hayati, Nurul. (2020). Bersaing Dengan Instagram Dan Youtube, Aplikasi TikTok Asal China Tak Hanya Video Receh. Diakses 14 Maret 2023 dari <https://Aceh.Tribunnews.Com/2020/01/27/Bersaing-Dengan-InstagramDan-Youtube-Aplikasi-TikTok-Asal-China-Tak-Hanya-Video-Receh>

Rahayu, R. (2018). Aplikasi Tiktok dan Lima Bahaya yang Mengancam. Diakses 18 Maret 2023 dari <https://www.wartaekonomi.co.id/read186408/aplikasi-tik-tok-dan-5-bahaya-yang-mengancam>.

Riadi, Yuni. (2023). Jumlah Pengguna Media Sosial Tiktok di Dunia Mencapai 1,05 Miliar. Diakses pada tanggal 18 Maret 2023 dari <https://wearesocial.com/id.blog/2023/01/digital-2023/>

Sadya, S. (2023). Pengguna Tiktok Indonesia Terbesar Kedua di Dunia pada Awal 2023. Diakses 14 Maret 2023 dari <https://dataindonesia.id.digital/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia-pada-awal-2023>

Tysara, Laudia. (2021). Pengertian Media Sosial. Diakses pada tanggal 08 September 2023 dari [https://id.wikipedia.org/wiki/Media\\_sosial](https://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial)

Winarso, B. (2021). Apa Itu Tiktok dan Fitur-fiturnya. Diakses 14 Maret 2023 dari <https://trikinet.com/post/apa-itu-tik-tok-dan-fitur-fiturnya/>.