

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data penelitian dan interpretasi data yang penulis lakukan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa motif penggunaan media sosial *tik tok* di kalangan remaja adalah *because of motive* yaitu trend dan pergaulan, serta *in order to motive* yaitu hiburan dan eksistensi diri.

Because Of Motive yaitu motif yang merupakan alasan yang mendasari remaja untuk menggunakan media sosial *tik tok* yaitu *trend* dan pergaulan. Remaja menggunakan *tik tok* untuk memperoleh banyak hal salah satunya dengan mengikuti trend busana, video-video yang lagi viral yang dipengaruhi oleh *trend* seperti jumlah pengguna *tik tok* yang sangat banyak juga mempengaruhi remaja untuk mengikuti perkembangan jaman dan terlihat lebih update.

In Order To Motive yaitu motif yang merupakan tujuan yang ingin dicapai oleh remaja sebagai pengguna media sosial *tik tok* yaitu hiburan. Konten dalam platform media sosial *tik tok* dianggap sebagai salah satu saluran yang juga menyediakan hiburan bagi remaja dalam setiap kontennya seperti motivasi dan lucu (humoris).

6.2 Saran

Setelah menjalani proses penelitian terkait motif penggunaan media sosial *tik tok* di kalangan remaja, maka peneliti dapat memberikan saran kepada pihak-pihak yang berkaitan dalam penelitian ini :

- 1) Bagi remaja Kelurahan Lasiana diharapkan dapat menggunakan media sosial *tik tok* dengan baik serta dapat menumbuhkan kreativitas, dan diharapkan agar remaja menunjukkan kemampuan diri yang positif khususnya kepada masyarakat yang menilai bahwa remaja pengguna aplikasi *tik tok* tidak melekat dengan hal-hal negatif. Selain itu diharapkan agar para remaja Kelurahan Lasiana dapat membagi waktu antara orang tua, belajar dan teman-teman yang berada di dunia nyata.
- 2) Bagi Akamedisi Universitas Katolik Widya Mandira, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian berikutnya terkait media sosial *tik tok* dan aspek lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Bugin, B. 2008. Sosiologi Komunikasi. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Darma dan S.Jarot. 2009. Pintar Menguasai Internet. Jakarta : Media Kita
- Efendi, Ferry dan Makhfudli. 2009. Keperawatan dan Kesehatan Komunitas. Jakarta : Salemba medika
- Krisyantono, Rachamat. 2006. Riset Komunikasi. Jakarta : Kencana Prenada
- Kuswarno, Engkus. 2009. Fenomenologi. Bandung : Widya Padjadjaran
- Liliweri, Alo. 2015. Komunikasi Antarpersonal. Jakarta : Kencana prenatal
- Nasrullah, Rulli. 2015. Media Sosial. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Rasul, Juharis. 2008. Teknologi Informasi dan Komunikasi. Jakarta : Quandra
- Rohmadi, Arif. 2016. *Tips Produktif ber-social media*. Jakarta: Kencana
- Saku Bouk, Hendrikus. 2012. Komunikasi Misi Societas Vebi Divini Timor. BTN Kolhua : Gita Kasih
- Santoso, Slamet. 2010. Teori-Teori Psikologi Sosial. Bandung : Refika
- Sarwono dan W, Sarlito. 2009. Psikologi Sosial, Jakarta : Salemba Empat
- Silalahi, Ulber. 2012. Metode Penelitian Sosial. Bandung : Refika Aditama

Bahan Ajar

- Antonius, Darus. 2014. Metodologi Penelitian Komunikasi II. Modul Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UNWIRA. Kupang

Saku Bouk, Hendrikus. 2013. 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

Internet

<https://pyxis.nymag.com>

https://kominfo.go.id/content/detail/13331/ini-penyebab-kominfo-putuskan-blokir-tiktok/0/sorotan_media

<https://m.kumparan.com/amp/salsabila-aulia/aplikasi-titok>

<https://trikinet.com/post/apa-itu-tik-tok/>

<https://wikipedia.org/wiki/halaman.com>

Jurnal

Prihatiningsi Witanti, 01, April 2017. *Motif Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Remaja*. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. <https://journal.budiluhur.ac.id> diakses pada tanggal 01 Oktober 2021.

Liany Adha, 15, Juli 2021. *Motif Penggunaan Media Sosial Tik Tok di Kalangan Anak-Anak*. Universitas Muhammadiyah Malang. <https://eprints.umm.ac.id/id/eprint/76643> di akses pada tanggal 30 September 2021