

BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Media sosial adalah sebuah media online yang dapat mendukung hubungan antar individu dengan menggunakan teknologi berbasis web yang membuat perubahan komunikasi satuarah menjadi dialog interaktif. Tujuannya adalah untuk memudahkan penggunanya dalam berinteraksi pesan dalam bentuk jejaring sosial dan sebagainya (Dhifa Nabila, dkk, 2020: 5)

Terdapat beberapa efek komunikasi massa diantaranya: kognitif, afektif dan behavioral. Efek kognitif meliputi peningkatan kesadaran, belajar dan tambahan pengetahuan. Efek afektif berhubungan dengan emosi, perasaan dan *attitude* (sikap). Sedangkan efek konatif berhubungan dengan perilaku dan niat untuk melakukan sesuatu menurut cara tertentu

Berdasarkan data-data yang dihimpun penulis melalui wawancara dan setelah dianalisis maka penulis dapat menarik kesimpulan yaitu, pesan hoax link hadiah yang dikirim melalui media sosial menimbulkan efek bagi mahasiswa penerima pesan tersebut. Efek yang dirasakan terdiri dari 2 bagian yaitu efek positif diawal saat menerima pesan tersebut dimana mahasiswa merasa senang saat menerima pesan tersebut karena rangkaian kata yang menarik serta tampilan link yang dapat dipercaya sehingga membuat mahasiswa tertarik untuk membuka pesan dan mengikuti serta menyebarkannya. Efek lain terjadi setelah mahasiswa membaca, menelusuri dan menyebarkan link tersebut yaitu kecewa. Setelah berupaya dan berharap untuk

mendapatkan hadiah namun kenyataannya tidak kunjung dapat. Selain itu, para mahasiswa tersebut juga menjadikan hal ini sebagai pelajaran untuk semakin menambah referensi mereka terkait hoax dan media sosial.

6.2. Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan diatas, adapun saran yang dapat diberikan penulis adalah sebagai berikut :

1. Kepada para mahasiswa agar terus meningkatkan pengetahuan dan mengedukasi diri tentang hoax dan media sosial agar tidak mudah terpapar berita hoax atau informasi palsu yang semakin marak beredar di media sosial.
2. Kepada pihak Universitas Katolik Widya Mandira agar turut andil dalam mengedukasi seluruh mahasiswa baik melalui pembelajaran akademik ataupun kegiatan literasi khususnya terhadap media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Adityawarman Mac, dkk. 2019. *Hoax dan Hate Speech di Dunia Maya*. Jakarta: Tonggak Tuo.
- Alyusi Dyah Shiefti. 2016. *Media Sosial: Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*. Jakarta: Kencana.
- Arsib, Dalimunthe. 2018. *Merawat Kekayaan Bangsa dan Negara*. Jakarta: Guepedia.
- Cahyono Arie. 2019. *Unggul Berkomunikasi*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Dhifa Nabila, dkk. 2020. *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0*. Malang: Citra Intan Selaras.
- Endraswara Suwardi. 2006. *Metode, Teori, Teknik Penelitian Kebudayaan; Ideologi, Epistemologi, dan Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Wisata.
- Gafur Harun. (2015). *Mahasiswa dan Dinamika Dunia Kampus*. Bandung: CV. Rasi Terbit.
- Halim Fitria, dkk. 2020. *Marketing dan Media Sosial*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Hasnidar, dkk. (2020). *Ilmu Kesehatan Masyarakat*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Hutahayan Benny. 2019. *Peran Kepimimpinan Spiritual dan Media Sosial Pada Rohani Pemuda di Gereja Batak Karo Protestan (GBKP) Cililitan*. Yogyakarta: Deeppublish.
- Kasemin Kasiyanto. 2015. *Agresi Perkembangan Teknologi Informasi (Sebuah Bunga Rampai Hasil Pengkajian dan Pengembangan Penelitian Tentang Perkembangan Teknologi Informasi)*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kholifatul, DPND Class B. 2021. *Change We Need*. Sukabumi: CV Jejak.

- Nuryanto Hery. 2012. *Sejarah Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Jakarta: PT Balai Pustaka (Persero).
- Prabawa Ade Bagus. (2020). *Hubungan Strategi Komunikasi Penyuluh Pertanian Dengan Perilaku Petani Jahe Subak Sarwa Ada Desa Taro, Kecamatan Tegallalag, Kabupaten Gianyar*. Badung: Nilacakra.
- Prabawa Ade Bagus. 2020. *Hubungan Strategi Komunikasi Penyuluh Pertanian Dengan Perilaku Petani Jahe Subak Sarwa Ada, Desa Taro, Kecamatan Tegallalang, Kabupaten Gianyar*. Badung: Nilacakra.
- Rahmawati Ita, dkk. (2020). *Efektivitas Penggunaan Media Sosial Untuk Pengembangan UMKM Kabupaten Jombang*. Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Sasmitasen, dkk. (2020). *Pengembangan Home Industri Di Desa Nibung Paloh (Kajian Komunikasi Terhadap Air Batu Mineral Al-Barokah)*. Sukabumi: Cv Jejak.
- Simarmata Janner, dkk. 2019. *Hoax dan Media Sosial: Saring Sebelum Sharing*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Simarmata Janner, dkk. (2021). *Literasi Digital*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Siyoto, Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sujarweni Wiratna. V. (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustakabarupress.
- Widjaja A. W. (2000). *Ilmu Komunikasi: pengantar studi*: Jakarta: Rineka Cipta.
- Wibowo Sakti Hamid. (2021). *Panduan Literasi Internet*. Semarang: Siklamedia.
- Yetti Oktarina & Yudi Abdullah. (2017). *Komunikasi Dalam Perspektif Teori dan Praktik*. Sleman: CV Budi Utama.

Zuhri Syaifudin, dkk. (2020). *Teori Komunikasi Massa dan Perubahan Masyarakat*.
Malang: Intelegensia Media.

Sumber Internet:

<https://scholar.google.co.id/> (Diakses pada tanggal 21 Oktober 2021, Pukul 14.35 Wita)

<https://eprints.umm.ac.id/35119/1/jiptumpp-gdl-yeharegina-47463-1-pendahul-n-.pdf> (Diakses pada tanggal 22 Oktober 2021, Pukul 15.23 Wita)

<https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/ijse/articledownload/2816/1838/Vol-3>
(Diakses pada tanggal 22 Oktober 2021, Pukul 16.05 Wita)

proceedings.upi.edu/index.php/konvensiabkinxxi/article (Diakses pada tanggal 22 Oktober 2021, Pukul 17.20 Wita)

ejournal.uin-suka.ac.id/adab/FIHRIS/article/viewFile/1909/917 (Diakses pada tanggal 22 Oktober 2021, Pukul 19.40 Wita)