

BAB VI

PENUTUP

A Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai efek penggunaan media sosial Tik Tok terhadap perilaku komunikasi pada mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Kediri tahun angkatan 2021, seperti yang dijelaskan dan diuraikan pada bab-bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penggunaan media sosial Tik Tok pada kalangan mahasiswa khususnya pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Kediri rata-rata sudah memiliki akun Tik Tok sejak 2019. Kebanyakan mahasiswa rela meluangkan waktu untuk mengakses Tik Tok bisa sampai satu jam sampai satu jam setengah dalam sekali mengakses dengan frekuensi 5 kali dalam seharinya, apabila dikalkulasikan dalam sehari mahasiswa dapat menghabiskan waktu untuk bermain Tik Tok lima sampai tujuh jam setengah. Penggunaan media sosial Tik Tok sendiri di kalangan mahasiswa termasuk kedalam golongan yang intensitas penggunaannya sering. Motif yang mendorong mahasiswa memiliki akun Tik Tok diantaranya adalah Tik Tok merupakan media sosial yang sedang trend dan Tik Tok digunakan untuk mengisi waktu luang. Konten-konten yang diminati oleh mahasiswa diantaranya konten-konten yang menarik seperti konten dakwah, fotografi dan videografi, *public speaking*, pengembangan diri.
2. Efek penggunaan media sosial Tik Tok terhadap perilaku komunikasi pada mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Kediri tahun angkatan 2021 yang muncul berupa efek kognitif, afektif, dan behavioral dari isi

media atau konten yang diakses, terdapat juga efek positif dan negatif sebagai berikut:

- a. Pada konten dakwah terdapat efek kognitif yaitu bertambahnya pengetahuan tentang dakwah, efek afektif berupa perasaan senang karena dapat mengakses Tik Tok lalu timbulah efek behavioral dalam hal positif berupa peningkatan rasa keimanan gemar berkomunikasi merekatkan hubungan antara sesama manusia sedangkan dalam efek negatif yang timbul berupa malas dalam mengerjakan sesuatu.
- b. Konten fotografi dan videografi terdapat efek kognitif yaitu mengetahui pengetahuan dalam fotografi dan videografi, efek afektif berupa rasa senang atas berkembangnya pengetahuan yang luas, dan efek behavioral yang terjadi berupa efek positif percaya diri dan memiliki keterampilan lebih sedangkan efek negatif yaitu berupa kecanduan pada media sosial Tik Tok.
- c. Konten *Public Speaking* terdapat efek kognitif berupa bertambahnya pengetahuan di bidang *public speaking* dan munculah efek afektif yaitu perasaan senang karena mengakses Tik Tok, efek behavioral dalam efek positif berupa percaya diri karena mengekspresikan diri serta timbul efek negatif perilaku menunda-nunda pekerjaan.
- d. Konten pengembangan diri memiliki efek kognitif berupa bertambahnya pengetahuan mengenai pengembangan diri dan muncul efek afektif yang memberi efek positif perasaan senang karena dapat mengakses Tik Tok dan memiliki efek negatif dari efek afektif berupa perasaan stres akibat rasa kurang produktif, dan timbul efek behavioral yang berhubungan dengan

perilaku dalam efek positif lancar dalam berbicara dan lebih terstruktur serta timbul efek negatif yaitu *insecure* dengan pencapaian seseorang.

B Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dan diuraikan di atas, peneliti memiliki beberapa saran sebagai berikut:

1. penggunaan media sosial Tik Tok harus bisa mengatur waktu dalam menggunakan media sosial, mahasiswa harus lebih bisa mengembangkan dan mengasah bakat melalui konten-konten yang bermutu guna untuk melatih diri serta memberikan tayangan yang bermanfaat untuk pengguna lainnya.
2. peneliti selanjutnya untuk mengembangkan dan memperdalam ruang lingkup masalah penelitian mengenai efek media sosial Tik Tok, memperdalam lebih lanjut mengenai efek yang terjadi kepada pengguna media sosial Tik Tok terhadap konten yang digemari.