

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh terpaan konten fashion terhadap perilaku imitasi pada pengikut akun TikTok @Mmivia. Sesuai dengan hasil temuan dan pembahasan dari penelitian yang menguji korelasi terpaan konten fashion terhadap perilaku imitasi pengikut akun TikTok @Mmivia, dapat diketahui bahwa hasil uji korelasi menunjukkan hubungan yang positif antara variabel independen terpaan konten fashion dan variabel dependen perilaku imitasi.

Hubungan yang positif diartikan bahwa perilaku imitasi terjadi karena terpaan konten fashion yang tinggi, terutama pada pengikut akun TikTok @Mmivia.

Berikut kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini berikut:

1. Dari hasil olahan data penelitian dapat disimpulkan bahwa frekuensi paparan konten video *fashion* TikTok tidak berpengaruh terhadap perilaku imitasi, dengan tingkat korelasi sedang melalui pengujian membuktikan hipotesis ditolak. Perolehan hasil tersebut dapat diartikan bahwa secara frekuensi *followers* akun TikTok @Mmivia tidak begitu rutin melihat dan menonton konten video *fashion*. Karena itu dari segi frekuensi tingkat paparan terpaan konten video *fashion* yang dibagikan oleh konten kreator setinggi tingkatan dari segi durasi konten yang mereka terima. Dapat ditarik kesimpulan *followers* dalam keseharian tidak rutin dalam melihat dan menonton konten video *fashion* TikTok yang diikutinya, tetapi sekalinya mereka menerima konten video tersebut, dibutuhkan durasi yang lama untuk menyaksikannya.
2. Dari hasil olahan data penelitian dapat disimpulkan bahwa atensi terpaan konten video *fashion* TikTok berpengaruh terhadap perilaku imitasi,

dengan tingkat korelasi sedang, dengan jenis hubungan positif melalui pengujian membuktikan hipotesis diterima. Perolehan hasil tersebut dapat diartikan bahwa *followers* akun TikTok @Mmivia menyukai, menyimpan, memahami isi pesan dan fokus saat melihat dan menonton konten video *fashion* TikTok @Mmivia. Dapat ditarik kesimpulan para *followers* juga cenderung menghabiskan waktu yang lebih lama dan berulang kali menonton konten video *fashion* yang membuat mereka tertarik dan sukai, juga tidak menutup kemungkinan para *followers* tersebut selalu up to date terhadap konten terbaru dari konten kreator tersebut.

3. Dari hasil olahan data penelitian dapat disimpulkan bahwa durasi paparan video *fashion* TikTok berpengaruh terhadap perilaku imitasi, dengan tingkat korelasi kuat, dan jenis hubungan positif, melalui pengujian membuktikan hipotesis diterima. Perolehan hasil tersebut dapat diartikan bahwa *followers* akun TikTok @Mmivia menghabiskan banyak waktu untuk terpapar konten video *fashion* tersebut. Para *followers* tersebut cenderung melihat dan menonton konten video *fashion* TikTok @Mmivia dari awal hingga akhir. Dapat di tarik kesimpulan bahwa lama durasi juga menunjukkan tingkat atensi yang tinggi, karena mereka cenderung merasa nyaman dengan kontennya. Oleh karena itu, dengan pengaruh timbal balik yang terus menerus dari kedua aspek variabel, hal ini dapat meningkatkan motivasi para *followers* untuk mengikuti/meniru *fashion* dari konten video atau dengan kata lain melakukan perilaku imitasi.

5.2 Implikasi

Melalui kesimpulan yang disajikan di atas, kita dapat melihat bahwa pengaruh terpaan konten video *fashion* TikTok terhadap perilaku imitasi memiliki tingkat korelasi yang kuat. Oleh karena itu, hasil penelitian ini dapat diterapkan dalam dunia pendidikan khususnya ranah komunikasi, baik secara teoritis maupun praktis. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya akan menyoroiti beberapa implikasi yang diyakini relevan dengan penelitian ini, antara lain:

5.2.1 Implikasi Teoritis

1. Hasil penelitian yang diperoleh yaitu ada pengaruh yang tinggi dari terpaan konten *fashion* TikTok terhadap perilaku imitasi. Adanya faktor frekuensi, atensi dan durasi yang termasuk kedalam variabel terpaan ke konten memberi korelasi terhadap pembentukan perilaku imitasi pada pengikut akun TikTok @Mmivia, Oleh karena itu penelitian seperti ini dapat dianggap berperan penting guna menambah literatur dalam ranah kajian komunikasi massa, komunikasi media baru dan psikologi komunikasi.
2. Peneliti memperkuat konsep penelitian komunikasi massa, dalam cakupan ranah komunikasi media baru (*new media*) yang beririsan dengan ranah topik psikologi komunikasi terkait teori S-O-R atau Stimulus-Organisme-Respons yang menurut Effendy (2013) yang berasumsi bahwa organisme menghasilkan perilaku jika ada kondisi stimulus tertentu. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti di mana terpaan konten yang dianggap sebagai stimulus nyatanya dapat berpengaruh signifikan terhadap organisme dengan efek perubahan sikap yang nyata, dalam hal ini adalah menjadi lebih termotivasinya massa yang terkena terpaan konten video *fashion* TikTok untuk mengikuti/meniru *fashion* berpakaian dengan kata lain melakukan perilaku imitasi dari konten video *fashion* yang dilihat dan ditonton.

5.2.2 Implikasi Praktis

1. Adanya pengaruh antara atensi (X2) terpaan konten video *fashion* TikTok terhadap perilaku imitasi (Y). Hal ini menunjukkan dengan fokus perhatian atau tidaknya followers saat melihat dan menonton konten video *fashion* TikTok, akan menimbulkan motivasi untuk melakukan perilaku imitasi yang semakin tinggi. Dari hal tersebut juga mengandung implikasi agar kedepannya para konten kreator TikTok perlu lebih memperhatikan dan meningkatkan konten yang mereka sajikan dari segi kemenarikan, pesan, dan dikemas lebih bagus dan

mengikuti perkembangan zaman juga segmentasi *followers*. Sehingga atensi followers untuk melihat dan menonton konten yang dibagikan oleh para konten kreator menjadi semakin tinggi.

2. Adanya pengaruh antara durasi (X3) terpaan konten video *fashion* TikTok terhadap perilaku imitasi (Y). Hal ini menunjukkan dengan lamanya waktu terpaan konten video *fashion* TikTok, maka timbulnya motivasi untuk melakukan perilaku imitasi akan semakin tinggi. Dari hal tersebut juga mengandung implikasi agar kedepannya para konten kreator TikTok perlu lebih memperhatikan dan meningkatkan dari segi penayangan kontennya. Sehingga durasi *followers* untuk melihat dan menonton konten yang dibagikan oleh para konten kreator menjadi lebih lama.

5.3 Rekomendasi

Secara empiris, penelitian ini hanya sebatas untuk mengetahui pengaruh korelasi antara variabel independen khususnya terpaan konten video *fashion* TikTok terhadap variabel dependen khususnya perilaku imitasi. Masih ada beberapa hal yang dapat diekslore kembali untuk penelitian selanjutnya di masa mendatang, misalnya pada subjek penelitian (konten kreator yang dipilih) kemudian mengidentifikasi variabel lain yang juga dapat dieksplorasi dengan menggunakan variabel kontrol atau mediator. Selain itu, peneliti juga menyarankan penggunaan teori yang lebih dinamis dengan memperhatikan perkembangannya dari waktu ke waktu, sehingga hasil eksperimen dan manfaat penelitian mempunyai dampak yang lebih besar dan relevan dengan keadaan masyarakat saat ini.

Penelitian yang dilakukan dengan analisis dan uraian di atas memberikan banyak catatan bagi peneliti. Dalam hal pertanggungjawaban keilmuan, peneliti berupaya untuk memberikan rekomendasi atau masukan kepada berbagai pihak bersangkutan agar relevan untuk dijadikan bahan pertimbangan dan juga bermanfaat kedepannya bagi kemajuan. Rekomendasi yang ingin peneliti sampaikan diuraikan sebagai berikut:

1. Bagi Akademis

Penelitian mengenai pengaruh konten video *fashion* TikTok terhadap perilaku imitasi masih memiliki beberapa kekurangan. Oleh karena itu, nampaknya perlu dilakukan pengembangan dan perbaikan lebih lanjut untuk riset dan kajian di waktu mendatang. Peneliti berharap, penelitian pada topik komunikasi media baru, komunikasi massa dan psikologi komunikasi seperti penelitian ini dapat semakin banyak diteliti sehingga kedepannya tidak hanya menjadi rujukan penelitian saja namun juga dapat menjadi rujukan pengembangan atau pemanfaatan ketiga ranah tersebut baik secara teoritis maupun praktis, khususnya di era sekarang ini yang makin hari makin pesat kemajuannya dikarenakan teknologi yang terus berkembang.

2. Bagi Influencer Konten Kreator TikTok

Untuk penayangan konten video *fashion* yang diunggah oleh para konten kreator di TikTok ada baiknya memberikan beberapa tambahan atau saran yang membangun. Bukan sekedar membuat konten untuk dibagikan semata-mata untuk tujuan hiburan, tetapi juga konten yang memberikan informasi, edukasi, dan wawasan yang bermanfaat positif bagi *followers*-nya. Para konten kreator perlu untuk mengetahui bagaimana keadaan para *followers*-nya dalam hal ini adalah dari segi segmentasi seperti jenis kelamin dan usia, sehingga konten kreator dapat memberikan konten yang sesuai dengan segmentasi *followers*-nya. Besarnya potensi untuk memberikan pengaruh terhadap *followers* harus menjadi fokus perhatian konten kreator agar meminimalisir dampak negatif dari konten yang di unggah.

3. Bagi Pengguna Media Sosial TikTok Khususnya Followers yang Mengikuti Konten Kreator TikTok

Adanya suatu konten yang dipublikasikan oleh para konten kreator TikTok yang diikuti oleh ribuan bahkan ratusan ribu pengguna media sosial TikTok, membuat khalayak dalam hal ini adalah *followers* tentu

mengharapkan konten yang berkualitas yang memiliki kegunaan atau manfaat bagi mereka. Namun dalam hal ini, setiap pengguna media sosial memang perlu menetapkan batasan atau border dalam penggunaan media sosial. Ada beberapa aspek yang perlu dikembangkan, salah satunya adalah literasi media, sehingga kedepannya setiap konten yang dilihat, ditonton, atau dibaca oleh para *followers*, dapat diresapi maknanya secara bijak dan juga bermanfaat. Pengguna media sosial terkhusus TikTok pun harus lebih mawas diri dalam memilih konten untuk ditonton, karena semakin majunya teknologi seperti saat ini, semakin luas pula cakupan yang bisa kita raih dalam skala global. Maka dari itu, pengguna pun perlu memilah konten kreator yang akan diikuti juga konten yang akan ditonton guna mencegah terjerumusnya kedalam situasi yang tidak diinginkan seperti mengimitasi perilaku berpakaian yang di rasa kurang pas di situasi, waktu dan tempat tertentu. Terutama di negara Indonesia yang memiliki budaya dan norma tertentu dalam hal berpakaian.