

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa perubahan gaya komunikasi akibat paparan tren TikTok pada generasi Z nyata terjadi. 3 dari 5 informan yang mengalami perubahan gaya komunikasi akibat paparan tren TikTok adalah pengguna dengan tingkat frekuensi penggunaan cukup tinggi. Rata – rata durasi sekali akses sebesar 1 – 2 jam per hari secara kontinu. Hal ini menjadi salah satu faktor penyebab munculnya fenomena hiperrealitas pada gaya komunikasi gen Z. Mengacu pada konsep gaya komunikasi oleh Liliwari, dapat ditarik kesimpulan bahwa perubahan gaya komunikasi yang terjadi oleh generasi Z di Surabaya memang nyata terjadi dalam 2 tipe yakni sebagai berikut :

1. Bagian pencitraan diri pada media sosial yang berbeda dengan citra diri sesungguhnya di kehidupan nyata. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan, tidak semua generasi Z mengalami fenomena hiperrealitas dalam gaya komunikasinya sehari – hari. Melainkan perbedaan gaya komunikasi ini digunakan sebagai media pembentukan dan penyesuaian citra diri di TikTok. 2 dari 5 informan menggunakan gaya komunikasi yang dramatis dan berkesan dalam memproduksi konten di media sosial. Berbeda dengan gaya komunikasi yang dilakukan dalam kehidupan sehari - hari yang mana informan cenderung menggunakan gaya komunikasi yang lebih santai dan atentif.

2. Gaya komunikasi dalam fenomena hiperrealitas setelah mengenal TikTok. Sebagaimana dipaparkan sebelumnya bahwa tren istilah - istilah dalam TikTok seperti “anjay”, “rilcuy”, “bjir”, “menyala”, dan “anjir” memang terimplementasikan dalam kehidupan sehari - hari oleh beberapa kalangan generasi Z. Bahkan, penggunaannya seringkali spontan digunakan untuk berbicara kepada mereka yang lebih tua. Berdasarkan hasil observasi gaya komunikasi selama wawancara, peneliti juga menemukan bahwa perilaku informan terlihat sangat aktif menggunakan gestur ala tren TikTok. 3 dari 5 informan menyatakan kebingungan terkait bagaimana membatasi hal tersebut.

Dengan demikian, perubahan gaya komunikasi pada generasi Z di Surabaya memang benar terjadi. Namun, hal ini disertai dengan beberapa motif yang melatarbelakangi seperti motif untuk mendapatkan popularitas dan eksistensi diri dan juga motif akibat dari paparan konten dari penggunaan aplikasi di TikTok.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, saran yang dapat diberikan peneliti untuk pengembangan penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak semua generasi Z mengalami perubahan gaya komunikasi akibat adanya fenomena hiperrealitas oleh TikTok. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan mampu menjadi rujukan dan data pendukung sehingga dapat dikembangkan melalui objek penelitian lain selain pada media sosial TikTok.

2. Diharapkan dalam penelitian selanjutnya dapat mengupas lebih dalam lagi terkait kajian fenomena hiperrealitas yang terjadi di Surabaya baik dari segi gaya komunikasi, lebih spesifik lagi pada gaya bahasa, gaya hidup, dan sebagainya sehingga dapat menambah studi literatur tentang topik hiperrealitas dalam konteks Ilmu Komunikasi secara komprehensif.