

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan dari penelitian ini, peneliti bisa mengetahui bagaimana paparan konten *trend fashion* hijab dalam media sosial TikTok bisa menyebabkan terjadinya perilaku FoMO pada mahasiswa KPI UINSSC. Adapun perilaku dan faktor terjadinya FoMO pada mahasiswa KPI ialah sebagai berikut:

1. Perilaku FoMO dari pengaruh *trend fashion* hijab TikTok yang terjadi pada mahasiswa KPI ialah mengikuti gaya hijab tertentu, membeli berbagai jenis hijab dan aksesoris, menjadikan influencer sebagai *role model fashion*, mengganti koleksi hijab dan membeli brand hijab yang viral. Berdasarkan hasil penelitian terdapat 2 proses terjadinya FoMO pada mahasiswa KPI. Pertama, proses FoMO yang secara langsung terpapar oleh media sosial TikTok. Kedua, proses FoMO karena paparan media sosial TikTok serta adanya pengaruh lingkungan sekitar.
2. Faktor perilaku FoMO dari *trend fashion* hijab yang terjadi pada mahasiswa KPI ialah berasal dari faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal yang menjadikan mahasiswa berperilaku FoMO ialah: media sosial TikTok, teman dan lingkungan di sekitar, influencer yang disukai, popularitas dan *trend fashion* hijab dan kritik serta pujian yang didapatkan. Sedangkan faktor internalnya ialah: preferensi terhadap gaya hijab, preferensi terhadap merek, jenis dan aksesoris hijab, kebutuhan untuk diterima dan merasa terhubung dengan orang di sekitar, reaksi emosional yang timbul dari persepsi diri sendiri karena merasa adanya tekanan sosial dan meningkatkan kepercayaan diri.

B. Implikasi

1. Akademik
 - a. Penelitian ini bisa menjadi referensi dalam ilmu komunikasi dan psikologi komunikasi. Temuan dari penelitian ini bisa menjadi

referensi bagi keilmuan yang berkaitan dengan media sosial, psikologi komunikasi dan perilaku konsumen.

- b. Hasil dari penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan media sosial TikTok, *Fashion Hijab* dan FoMO.

2. Praktik

- a. Bagi mahasiswa KPI

Memberikan literasi agar mahasiswa mempunyai konsep diri sehingga tidak mudah terpengaruh oleh mode dalam media dan bisa mengukur diri agar terhindar dari kecenderungan hedonisme. Dalam konteks hijab, mahasiswa diharapkan mampu mengetahui faktor terjadinya FoMO dan pengaruh FoMO terhadap reaksi emosional dan tindakan yang dilakukan mahasiswa.

- b. Bagi Dosen dan Institusi

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi tambahan referensi bagi para dosen yang membahas pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif dan tekanan sosial.

- c. Bagi pelaku bisnis hijab

Penelitian ini bisa menambah wawasan para pelaku bisnis hijab untuk menyesuaikan desain hijab dengan selera pasar yang dipengaruhi oleh *trend* TikTok.

3. Sosial

- a. Penelitian ini menemukan bahwa perilaku FoMO *trend fashion* hijab terjadi karena adanya kebutuhan untuk memenuhi kebutuhan psikologis karena *trend fashion* hijab.

- b. Karena banyaknya kesamaan dalam penggunaan gaya hijab, jenis hijab dan aksesoris hijab pada lingkungan mahasiswa KPI UINSSC membuat mahasiswa menimbulkan kecemasan sosial dan tekanan untuk selalu mengikuti *trend*.

- c. Penelitian ini bisa menumbuhkan kesadaran akan pentingnya perbedaan antara kebutuhan dan keinginan yang dipengaruhi media sosial.

C. Saran

- a. Akademisi

Untuk para akademisi yang ingin mengusung tema serupa disarankan untuk menggunakan metode penelitian yang berbeda, menambahkan lebih banyak literatur, data dan dokumen lainnya agar mendapatkan hasil yang berbeda.

- b. Masyarakat

Untuk masyarakat semoga bisa menjadikan penelitian ini sebagai tambahan wawasan terkait terpaan media sosial.

