

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian mengenai “Eksistensi Diri Generasi Z di TikTok Melalui Penggunaan *Fast Fashion*”, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Generasi Z memanfaatkan *fast fashion* sebagai sarana untuk menampilkan identitas dan memperoleh validasi sosial di TikTok. *Fashion* menjadi bentuk komunikasi visual yang merepresentasikan karakter, gaya hidup, dan keaslian diri. Melalui konsistensi unggahan, interaksi positif, serta respons audiens, generasi Z memperoleh pengakuan sosial yang memperkuat eksistensi diri. Seiring meningkatnya popularitas dan interaksi di TikTok, cara menampilkan diri melalui *fashion* mengalami penyesuaian antara ekspresi personal dengan konteks sosial seperti tren, tuntunan brand, dan preferensi audiens. Proses ini menunjukkan bahwa eksistensi diri di TikTok lahir dari keseimbangan antara keaslian gaya personal dan kebutuhan untuk tetap relevan secara sosial.
2. Pola konsumsi *fast fashion* generasi Z dipengaruhi oleh algoritma TikTok, tren yang viral, serta rekomendasi pengguna lain. Aktivitas konsumsi, baik melalui *e-commerce* seperti, TikTok Shop atau Shopee maupun *thrift*, tidak hanya berfungsi memenuhi kebutuhan fungsional, tetapi juga menjadi cara untuk menegaskan identitas dan mewujudkan eksistensi diri. Rasa FOMO, keinginan tampil berbeda, dan dorongan memperoleh validasi sosial mendorong generasi Z untuk terus memperbarui gaya berpakaian. Meskipun demikian, sikap selektif tetap ditunjukkan dengan menyesuaikan tren

terhadap gaya personal agar tidak kehilangan jati diri. Dengan demikian, konsumsi *fashion* di kalangan generasi Z bukan hanya sekedar perilaku konsumsi, tetapi juga bentuk pemaknaan sosial yang menghubungkan ekspresi diri dengan pengakuan sosial di TikTok.

5.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan melihat hasil penelitian yang telah peneliti jabarkan sebelumnya, maka peneliti ingin memberikan saran dan masukan seperti:

1. Bagi generasi Z diharapkan dapat membangun kesadaran untuk mengikuti tren secara lebih bijak, dengan mempertimbangkan kebutuhan serta dampak dari setiap pilihan, sehingga tetap dapat berekspresi tanpa harus terjebak pada perilaku konsumsi yang berlebihan.
2. Bagi pelaku industri *fashion* dan platform TikTok, diharapkan dapat memperbanyak konten edukasi yang mendorong penggunaan *fashion* secara lebih bertanggung jawab, serta mengedepankan strategi yang tidak hanya berorientasi pada percepatan tren semata. Industri *fast fashion* juga diharapkan memiliki komitmen yang lebih besar terhadap tanggung jawab sosial dan keberlanjutan.
3. Bagi pembaca penelitian ini, diharapkan dapat memahami bahwa fenomena *fast fashion* di TikTok tidak hanya terkait dengan gaya berpakaian, tetapi juga erat kaitannya dengan proses pembentukan citra diri, keterhubungan dengan komunitas *online*, dan peran platform dalam mengatur arus tren. Pemahaman ini diharapkan mampu memberikan

perspektif yang lebih luas mengenai hubungan antara media sosial, identitas, dan budaya konsumsi di era digital.

4. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk meneliti lebih dalam keterkaitan antara *fast fashion*, identitas, dan eksistensi di media sosial dari sudut pandang yang berbeda. Penelitian dapat menelusuri peran audiens dalam merespons dan memaknai konten *fashion*, membandingkan dinamika di platform lain selain TikTok, atau mengkaji fenomena ini dalam kaitannya dengan isu-isu sosial dan budaya yang lebih luas.

