

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa data yang terdapat pada pembahasan Persepsi Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri Terhadap Representasi Gaya Berpakaian Pada Akun Tiktok @tenuedeattire Peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Persepsi mahasiswa tidak memandang konten gaya berpakaian di TikTok secara seragam. Ada yang melihatnya sebagai sumber inspirasi gaya berpakaian, ada pula yang menganggapnya hanya hiburan semata. Sebagian mahasiswa menilai konten tersebut mampu meningkatkan kreativitas dalam berpakaian, namun ada pula yang merasa konten itu menimbulkan tekanan sosial dan memunculkan standar baru yang tidak selalu relevan dengan diri mereka.
2. Faktor personal terlihat dari cara mahasiswa menyeleksi konten berdasarkan pengalaman, dan preferensi pribadi. Sejalan dengan Bertrand Russell, persepsi terbentuk dari interaksi, sensasi, dan pengalaman. Selanjutnya faktor sosial berperan penting melalui pengaruh lingkungan kampus dan teman sebaya, media sosial mendorong konsumen meniru gaya hidup tren yang sedang berkembang yang membuat mahasiswa menyesuaikan gaya berpakaian agar diterima. Yang terakhir faktor media yang menjadi aspek dominan. TikTok dengan algoritma personalisasi memperkuat perubahan persepsi terhadap standar yang diterapkan. Sehingga mahasiswa menggunakan konten *fashion* sebagai acuan dalam kehidupan nyata. Secara

keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan pandangan Bertrand Russell bahwa persepsi terbentuk dari sensasi, gambaran mental yang terbentuk dari pengalaman, keyakinan, dan memunculkan ekspektasi yang bisa tepat maupun keliru. Dengan media sosial berperan sebagai stimulus utama (objek eksternal) yang ditafsirkan berbeda sesuai pengalaman dan konteks sosial mahasiswa.

B. Saran

1. Bagi Mahasiswa, disarankan untuk mahasiswa lebih selektif dalam mengonsumsi konten tren gaya berpakaian di TikTok, tidak semua gaya berpakaian yang muncul sesuai dengan kebutuhan atau kenyamanan pada diri sendiri. Mahasiswa perlu mengedepankan nilai kenyamanan, sopan santun dan kepercayaan diri. Hal ini guna mahasiswa tidak terjebak dalam perilaku konsumtif atau tekanan sosial. Seperti kata Will Rogers “Terlalu banyak orang menghabiskan uang yang belum mereka hasilkan, untuk membeli barang yang tidak mereka inginkan, demi mengesankan orang yang tidak mereka suka.”
2. Bagi Kreator Konten, termasuk @tenuedeattire, disarankan untuk menonjolkan sisi edukatif dalam konten parodi yang mereka buat. Dengan demikian, konten tidak hanya menghibur, tetapi juga mampu memberikan pemahaman kritis bagi audiens mengenai standar sosial yang terbentuk di media. Hal ini bisa menjadi nilai tambah yang memperluas pengaruh positif sekaligus memperkuat citra kreator.
3. Bagi Akedemisi dan Peneliti selanjutnya, disarankan agar fenomena konten parodi di media sosial dapat dijadikan materi pembelajaran untuk

meningkatkan literasi media dan literasi digital mahasiswa, terutama dalam membedakan antara hiburan dan kritik sosial. Hal ini bisa bermanfaat sebagai bahan ajar agar mahasiswa tidak terjebak dalam standar-standar yang dikemas dalam bentuk konten di media sosial.

Sementara itu bagi peneliti selanjutnya, penelitian lanjutan sebaiknya melibatkan lebih banyak informan dari latar belakang berbeda misalnya, gender, kelas sosial, ataupun segmen masyarakat lain, atau membandingkan persepsi pada berbagai platform media sosial untuk memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh.