

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Setelah menguraikan seluruh hasil penelitian, skripsi ini dapat diambil beberapa kesimpulan jawaban atas rumusan masalah, tentang Kontruksi Media Sosial Terhadap Pemilihan Model Pakaian Pada Mahasiswi Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri. Maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Model berpakaian Mahasiswi Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri saat ini memang telah mengalami perubahan, mereka lebih mengikuti perkembangan zaman yaitu berbusana kekinian, modis dan *fashionable*. Berdasarkan hasil penelitian ada Mahasiswi yang lebih mementingkan *trend* model saja, sedangkan sebagian besar Mahasiswi memang mengikuti *trend*, akan tetapi mereka tetap pilih-pilih yaitu tetap mengutamakan model pakaian yang sesuai dengan kriteria syar'i, model pakaian yang tetap menutup seluruh tubuh, namun tetap terlihat modis dan gaul tapi tetap sopan. Didalam peraturan kampus sendiri hanya memberi gambaran secara umum tentang batasan-batasan dalam berbusana saja, sehingga para Mahasiswi lebih mengikuti perkembangan model namun masih pada batasan busana yang sopan, dan tidak ketat atau tidak melanggar aturan islam. Selain hal tersebut ada juga Mahasiswi yang tidak mengutamakan penampilan, sehingga tidak mengikuti *trend* model, karena

lebih mengutamakan busana muslimah yang fungsinya sebagai penutup aurat Mahasiswi tersebut, dan tetap mempertahankan identitasnya. Adanya model-model pakaian tersebut dapat menunjukkan jati diri seseorang yang memakainya dan menjadi ciri khas masing-masing individu namun tetap pada syariat islam. Model-model yang dimintai oleh para Mahasiswi juga beragam, kebanyakan mereka memilih model pakaian sesuai kebutuhan kemana dan dimana mereka akan pergi. Mereka menggunakan pakaian yang nyaman dan dirasa simpel. Model pakaian yang dipilih pastinya yang *fashionable*, dan kekinian, dengan mengikuti perkembangan zaman dan *trend* yang ada. Model pakaian setiap prodi memiliki ciri khas masing-masing, prodi Sosiologi agama, Psikologi Islam dan Komunikasi Penyiaran Islam yang lebih kekinian dan *fashionable* seperti tunik, dress panjang, jeans, blazer, overall, sabrina, gardigan, rok, rok plisket, kemeja, kaos, sweater. Sedangkan prodi Ilmu Hadist, Ilmu Al- Qur'an dan Tafsir, Tasawuf dan Psikoterapi, serta Studi Agama-agama lebih syar'i, sopan dan rapi, seperti kaos, rok span, rok plisket, gamis, kemeja, blus.

2. *Brand* Mahasiswi Fakultas Ushuluddin dan Dakwah memiliki selera yang bermacam-macam bahkan tidak ada patokan minoritas dan mayoritas dalam pemilihan *brand*. Beberapa *Brand* yang diminati Mahasiswi adalah kebanyakan mereka memilih brand-brand seperti Mahasiswi program studi Sosiologi Agama, Psikologi Islam dan Komunikasi Penyiaran Islam memilih *brand-brand*: 3second, Greenlight, Buti, Osing Deles, Nevada, Yongki, Nibras, Hijup. Sedangkan Mahasiswi Program Studi Ilmu Al-

Qur'an dan Tafsir, Ilmu Hadist, Tasawuf dan Psikoterapi, serta Studi Agama-agama memilih *brand-brand*: Mumtas, Eiger, Rei, Consina, Channel, Mezora, Zoya, Vivi zubedi. Dari pemilihan model pakaian dan *brand* pakaian tersebut jelaslah mereka memilih dari sisi kualitas dan kenyamanan serta pas dikantong.

3. Dari perkembangan zaman yang ada, membuat *fashion* menjadi *trend* saat ini, yaitu *trend fashion* di Media Sosial inilah yang menjadikan penampilan para Mahasiswi lebih baik dan *fashionable*, sehingga bisa membuat penampilan lebih terlihat modis dan gaul yang bisa mereka ikuti dari Media Sosial yang mereka gunakan. Media Sosial yang lebih banyak di minati beberapa Mahasiswi Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri yaitu Instagram, Facebook, dan Blog. Seperti di Instagram banyak menyuguhkan konten-konten foto dan vidio model pakaian, di Facebook ada grup *olshop* yang dapat kita lihat dan kita beli produknya, begitu juga di Blog kita dapat menemui berbagai informasi tips dan trik dalam berpakaian. Media Sosial tersebutlah yang diminati para Mahasiswi membuat mereka lebih percaya diri, kreatif dan tampil bergengsi saat diperkuliahan, dari melihat dan membeli produk yang ada di Media Sosial dapat mempengaruhi cara berpenampilan mereka. Kontruksi sosial yang dilakukan oleh Para Mahasiswi ini mengacu pada realitas sosial dimana Media sosial tersebut seperti Instagram yang lebih banyak diminati kemudian Facebook dan Blog ataupun yang lainnya, dijadikan ajang untuk mengespresikan diri para Mahasiswi dalam hal berpenampilan dan memilih model pakaian, yang

kesemuanya itu merupakan konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu-individu tersebut. Individu dalam hal ini adalah siapapun yang bebas untuk melakukan hubungan dengan siapapun, melalui Media Sosial apapun, dan dengan cara apapun. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dapat merekonstruksi sesuatu sesuai dengan kehendaknya. Pada realitanya, konstruksi terjadi ketika masyarakat yang umumnya kaum hawa menjadikan *fashion* yang diposting, sebagai produk sosial dan menjadikan hal tersebut penting dalam kehidupan sosial individu-individu yang terkait di dalamnya, maka individu tersebut selaku pengguna Instagram dan Media sosial lainnya seperti Facebook dan Blog, akan menyerap konten-konten yang menyuguhkan berbagai model dan brand pakaian yang ada di Media Sosial untuk kita contoh (proses Internalisasi). Kemudian dari proses internalisasi yang selama ini dilakukan secara terus-menerus, termasuk penyesuaian diri dengan produk-produk sosial atau objek yang telah dikenalkan kepadanya, yaitu menyesuaikan diri dengan produk sosial tersebut, membuat kita menjadi memiliki gaya tersendiri dari penyerapan konten Media Sosial yang kita lihat dan kita jadikan *Outfit of the day* kita (proses eksternalisasi). Lalu pemilihan model pakaian yang beragam, seperti model pakaian syar'i, model pakaian kekinian, model pakaian santai dan *brand-brand* pakaian, menjadi objek model-model yang diminati oleh subjek (proses objektifikasi). Penggunaan model pakaian tersebut tadinya merupakan pengetahuan individunya berubah menjadi kenyataan obyektif, karena ada teman-temannya yang memberikan

pengetahuan tentang model pakaian tertentu yang dikomunikasikan lewat obrolan hingga Media Sosial, yang menjadikan *trendsetter* dikalangan Mahasiswi lainnya.

## **B. Saran – saran**

Setelah peneliti melakukan penelitian tentang “ Konstruksi Media Sosial Terhadap Pemilihan Model Pakaian Mahasiswi IAIN Kediri”. Untuk itu peneliti ingin memberikan saran-saran kepada beberapa pihak, antara lain:

1. Kepada Mahasiswi Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri mengenai tentang Kontruksi Media Sosial terhadap pemilihan model pakaian, penulis menyarankan agar mereka tetap bijak menggunakan Media Sosial untuk tetap mempertahankan pengetahuan tentang *trend fashion* busana yang sesuai dengan ajaran-ajaran ke-Islaman sehingga Mahasiswi Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri tetap konsisten dalam menggunakan pakaian muslimahnya yang sesuai dengan syar’i sebagai identitas dirinya.
2. Kepada pihak Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri mengenai *trend fashion* saat ini, agar dapat kembali menerapkan aturan-aturan yang telah ditetapkan agar Mahasiswa tetap menggunakan busana yang sesuai dengan syar’i. Demikian dengan para Bapak, Ibu Dosen agar dalam mengajar ikut memperhatikan dan membimbing Mahasiswa agar tetap berbusana sesuai syar’i.
3. Kepada calon peneliti berikutnya, peneliti sadar bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna. Peneliti hanya berusaha menulis apa yang peneliti

dapat dilapangan. Mengenai dunia *fashion* dilingkungan kampus ini bisa diteliti dari berbagai aspek, diharapkan bagi peneliti selanjutnya, dapat melakukan penelitian lebih baik dari ini serta dapat menggali kembali hal-hal yang mungkin belum dibahas oleh peneliti.