

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

*Fashion* menjadi alat untuk mengomunikasikan artifaktual dari sang pemakai, memiliki fungsi memberitahu ataupun mempengaruhi orang lain mengenai siapa dan bagaimana kita ingin dipersepsikan melalui gaya *fashion* yang kita kenakan. Dalam hal ini, fungsi komunikatif dari sebuah *fashion* sangat berperan besar serta berpengaruh pada kehidupan sosial, mulai dari peran, relasi, ketenaran, dan interaksi sosial.

Kajian penelitian ini menggunakan 7 (tujuh) video sebagai objek yang diunggah pada rentan waktu pada bulan Januari hingga Juni 2022. Penelitian *fashion* komunikasi pada goyang TikTok ini dikaji dengan menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce yang terkenal dengan model *triangle meaning semiotics* atau teori segitiga makna, yakni *Sign* (tanda), *Object* (sesuatu yang dirujuk), dan *Interpretant* (hasil pertemuan *sign* dengan *object*)

Hasil dari analisis menunjukkan bahwa, *fashion* para perempuan mayoritas berusaha menonjolkan kemolekan tubuhnya, serta mengungkap beberapa sisi dalam dirinya, seperti identitas, ciri khas, kemudian ekspresi yang akan membentuk sebuah citra dan kepribadian sang pemakai yang tersaji dalam *sign*, *object*, dan kemudian akan diinterpretasikan menjadi sebuah kata-kata yang dapat disimpulkan. Interpretan yang muncul mayoritas menggiring para penonton untuk terus menonton video tersebut,

dikarenakan munculnya rasa candu saat melihatnya, utamanya mengarah pada hal seksualitas.

Berbeda dengan para informan laki-laki, mereka menyepakati bahwa *fashion* yang dikenakan juga mengandung beberapa makna atau pesan, diantaranya ialah mengungkapkan sisi *manly* dan menciptakan kesan *macho* (maskulin), walaupun mereka melakukan aktivitas goyang TikTok namun mereka juga tetap berusaha menunjukkan sifat laki-laki yang jantan.

Hal tersebut juga selaras dengan pengakuan informan dalam sebuah wawancara yang telah dilakukan, dimana mereka mengakui bahwa *fashion* yang mereka kenakan memang sebagai perwujudan sebuah pesan yang ingin mereka sampaikan, seperti menunjukkan kemolekan tubuh, menunjukkan sebuah identitas atau ciri khas, atau menunjukkan kelas sosial sebagai kaum elid.

Pemilihan *fashion* menduduki posisi penting dalam pembuatan video goyang TikTok oleh Nusantara House. *Fashion* yang dikenakan memberikan intrerpretasi yang dapat dilihat melalui jenis busana, aksesoris, gaya rambut, pemilihan warna, pemilihan tempat dan suasana yang mendukung. *Fashion* yang dikenakan dapat berpengaruh, mengontrol, menginterpretasikan kehidupan anggota Nusantara House.

## **A. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang disajikan oleh penliti, peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Nusantara House

*Fashion* yang tersaji dalam sebuah video goyang TikTok merupakan sebuah proses pembentukan jati diri dan kepribadian. Dalam media sosial, pasti terdapat komentar negatif dari para pengguna. *Fashion* bukan tentang mengikuti tren, namun *fashion* merupakan identitas diri, bagaimana seseorang dapat menjadi diri sendiri dengan nyaman.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dikaji dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan semiotika Charles Sanders Peirce. Untuk selanjutnya bisa menggunakan metode semiotika yang lain agar bisa mendapatkan perspektif yang berbeda serta mendapatkan informasi yang lebih tajam.

3. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan acuan atau referensi dalam memahami *fashion* yang dikenakan oleh seseorang dalam kehidupan sosial.