BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis Proses Perilaku Imitasi Fashion pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Dharma Andalas Melalui Konten Fashion di TikTok, dapat disimpulkan bahwa TikTok tidak hanya digunakan sebbagai media hiburan, tetapi juga menjadi media pembelajaran sosial yang memberikan referensi fashion bagi mahasiswa. Perilaku imitasi fashion yang terjadi tidak dilakukan dengan meniru gaya berpakaian kreator secara penuh. Mahasiswa cenderung memilih dan menyesuaikan referensi yang mereka lihat dengan kebutuhan, kondisi, serta karakter diri masing-masing.

Proses perilaku imitasi tersebut berlangsung melalui empat tahapan dalam Social Learning Theory, yaitu attention, retention, reproduction, dan motivation. Pada tahap attention, mahasiswa memberikan perhatian pada konten fashion yang muncul di FYP karna tertarik dengan tampilan visual, cara penyampaian kreator, serta kesesuaian gaya berpakaian dengan preferensi mereka. Pada tahap retention, mahasiswa mengingat atau menyimpan referensi fashion yang dianggap menarik melalui fitur simpan, screenshot, favorit, keranjang belanja, maupun dengan mengingatnya secara langsung.

Selanjutnya, pada tahap reproduction, mahasiswa mulai menerapkan referensi fashion yang diperoeh dari TikTok dalam kehidupan sehari-hari. Namun, penerapannya tidak dilakukan secara utuh karena mahasiswa tetap mempertimbangkan bentuk tubuh, karakter berpakaian, pakaian yang sudah dimiliki, kemampuan ekonomi, kebutuhhan, serta aturan berpakaian di kampus. Sementara itu, pada tahap motivation, mahasiswa terdorong untuk menggunakan dan mempertahankan gaya berpakaian tersebut karena ingin tampil lebih menarik, mendapatkan referensi berpakaian, mengikuti perkembangan tren, dan membangun peronal branding. Motivasi tersebut juga diperkuat oleh respons dari lingkungan, seperti pujian, perhatian, dan permintaan rekomendasi outfit.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis Proses Perilaku Imitasi Fashion pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Dharma Andalas Melalui Konten Fashion Di TikTok, peneliti memberikan beberpa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak-pihak terkait.

1. Bagi Mahasiswa

   Berdasarkan hasil penelitian, konten fashion di TikTok mampu menjadi sumber referensi dalam menentukan gaya berpakaian mahasiswa. Oleh karena itu, mahasiswa diharapkan dapat lebih selektif dalam mengikuti tren fashion yang berkembang di TikTok dengan tetap mempertimbangkan kebutuhan, kenyamanan, kemampuan ekonomi, serta identitas diri. Selain itu, mahasiswa juga diharapkan tidak hanya mengikuti tren yang sedang populer, tetapi mampu menyesuaikan referensi fashion tersebut dengan aturan berpakaian di lingkungan kampus maupun aktivitas sehari-hari.

2. Bagi Kreator Konten Fashion

   Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten kreator memiliki peran dalam menarik perhatian mahasiswa hingga menjadi referensi dalam berpakaian. Oleh karena itu, kreator konten fashion diharapkan dapat terus menghadirkan konten yang kreatif, informatif, dan realistis sehingga dapat memberikan inspirasi berpakaian yang mudah diterapkan oleh berbagai kalangan. Selain itu, penyajian referensi fashion yang memperhatikan keberagaman bentuk tubuh, kebutuhan, dan situasi penggunaan pakaian diharapkan dapat membantu audiens memilih outfit yang lebih sesuai dengan kondisi mereka.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini berfokus pada proses perilaku imitasi fashion mahasiswa melalui konten fashion di TikTok dengan menggunakan perspektif Social Learning Theory Albert Bandura. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan teori komunikasi atau teori perilaku lainnya sehingga dapat memberikan sudut pandang yang berbeda dalam mengkaji feomena imitasi fashion di media sosial. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat melibatkan informan dari program studi, universitas, maupun kelompok usia yang berbeda, atau mengkaji platform media sosial lain seperti Instagram maupun Pinterest sehingga diperoleh gambaran yang lebih luas mengenai proses perilaku imitasi fashion di era digital.