

BAB V

KESIMPULAN DAN PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa yang dilakukan peneliti pada akun mikro-influencer @raniaadhiani dan pengikutnya. Setelah melakukan penelitian mengenai *Fear of Missing Out* (FoMO) Tren Fashion dalam Membentuk Perilaku Konsumtif Remaja Generasi Z di Instagram. Remaja generasi Z dan merupakan pengikut dari akun mikro-influencer @raniaadhiani aktif mengikuti perkembangan tren *fashion* dengan konten-konten visual yang ditampilkan pada akun instagram influencer Rania dengan menggunakan uang saku dan gaji bulanan telah menjadi rutinitas bagi remaja ketika melakukan pembelian barang *fashion* yang sedang tren. Maka peneliti menyimpulkan bahwa:

- 1) Remaja generasi Z saat ini berbelanja barang terkait dengan *fashion* yang sedang tren karena didasari oleh adanya faktor keinginan mereka untuk tetap tampil *update, fashionable, trendy*, dan eksis di media sosial Instagram dan lingkungan pertemanannya. Keinginan untuk terus mengikuti tren yang sedang berlangsung karena ingin menampilkan citra diri dan status mereka di Instagram dengan membeli barang-barang *fashion* yang sedang tren, walaupun harus rela mengeluarkan uang. Karena sebagian besar para pengikut influencer @raniaadhiani masih berstatus mahasiswa dan belum memiliki penghasilan tetap maka mereka rela menyisihkan uang saku hingga mencari tambahan penghasilan dengan *part-time*, dan berjualan dan bagi pekerja rela menyisihkan gaji bulanan untuk membeli barang yang mereka inginkan.

2) Remaja generasi Z pada pengguna Instagram cenderung menunjukkan perilaku konsumtif dengan intensitas berbelanja yang berlebihan tiap bulannya karena adanya dorongan yang menjadikan pembelian menjadi impulsif yaitu adanya barang kolaborasi dengan influencer, promo, dan *event fashion*. Promo, barang kolaborasi dan event-event *fashion* tertentu menjadi solusi bagi remaja khususnya saat menghadapi krisis ekonomi yang mengurangi hasrat mereka untuk berbelanja. Namun mayoritas produk *fashion* yang dibeli didasari oleh keinginan untuk mengikuti tren semata.

3) Ketertarikan remaja dalam mengikuti tren yang ditampilkan oleh @raniaadhinaii sebagai akun mikro-influencer lewat konten-konten visual di Instagram yaitu karena adanya rasa *relatetable* dengan kehidupan remaja dan melihat *fashion* sebagai suatu hal yang dapat mereka capai, sehingga hal tersebut akan mampu memicu FOMO yang lebih autentik dan tidak semata berorientasi komersial, karena daya tarik visual dari konten-konten instagram yang menampilkan gaya busana dengan ciri khas influencer, dan adanya kesamaan gaya dalam berpakaian.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang ditelaah dipaparkan oleh peneliti, terdapat beberapa saran dari penulis yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan gambaran dan manfaat yang berguna sebagai sebuah rujukan dalam melakukan penelitian dengan metode atau konteks yang berbeda.
2. Bagi pembaca khususnya remaja, penelitian ini dapat digunakan sebagai gambaran supaya lebih memperhatikan kebutuhan penting terlebih dahulu baru membeli barang yang diinginkan, jangan hanya memperhatikan kepentingan soal penampilan saja. Jangan mudah tergiur dengan barang-barang yang ada di media sosial dan hanya karena tren saja, apabila kebutuhan sudah terpenuhi, lebih baik uang sisa ditabung dan digunakan untuk keperluan masa mendatang.