

BAB V

KESIMPULAN & SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti mengenai identitas diri melalui penggunaan *fashion streetwear* sebagai keunikan karakter bagi Gen Z, maka peneliti dapat membuat kesimpulan dengan menjawab identifikasi masalah pada penelitian ini, dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa *fashion streetwear* di kalangan Gen Z tidak hanya dipahami sebagai tren atau preferensi berpakaian, namun juga sebagai bentuk identitas diri yang merepresentasikan keunikan karakter bagi penggunanya.

Identitas diri Gen Z terbentuk dari interaksinya terhadap lingkungan sekitarnya. *Fashion streetwear* membuat sebagian besar individu dipengaruhi oleh apa yang mereka pakai, dan perasaan yang timbul dari pengaruh lingkungan sosial. Ketertarikan Gen Z yang mendalam mengenai dunia *fashion*, dan pilihan gaya berpakaian dengan visual bervariasi cenderung berbeda dari gaya berpakaian pada lingkup sosial. Penggunaan *fashion streetwear* dilihat sebagai bentuk ekspresi diri yang menekankan kebebasan, kenyamanan, serta keberanian individu dalam menampilkan keunikan karakter personal di ruang sosial dan mendorong batasan sosial atas stigma masyarakat. Dengan demikian, *fashion streetwear* berkontribusi dalam memperkuat identitas diri Gen Z sebagai keunikan karakter.

5.1.1 Kategorisasi Sosial

Berdasarkan hasil penelitian pada konsep kategorisasi sosial, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *fashion streetwear* di kalangan Gen Z berperan sebagai penanda visual yang memicu proses pengelompokan sosial secara tidak langsung. Gen Z cenderung mengenali kesamaan melalui karakteristik *fashion streetwear* yang berbeda dari gaya *fashion* lain. Kategorisasi ini terbentuk melalui persepsi visual, keterkaitan dengan sesama pengguna *fashion streetwear*, serta rasa aman dan kenyamanan yang dirasakan individu saat menggunakan gaya berpakaian tersebut. Dalam teori identitas sosial, kategorisasi sosial melalui *fashion streetwear* menunjukkan bahwa individu mengaitkan diri dengan kelompok tertentu sebagai

bagian dari proses pembentukan identitas diri dan identifikasi tersebut sebagai ekspresi identitas sosial.

5.1.2 Identifikasi Sosial

Berdasarkan hasil penelitian pada identifikasi sosial, dapat disimpulkan bahwa fashion streetwear dilihat oleh Gen Z sebagai bagian dari proses pembentukan identitas diri, terutama sebagai sarana ekspresi karakter, kebebasan, dan keunikan diri. Penggunaan fashion streetwear berkaitan dengan meningkatnya rasa percaya diri individu dalam ruang sosial, namun tingkat identifikasi terhadap gaya tersebut berbeda-beda pada setiap individu pengguna fashion streetwear. Sebagian Gen Z menjadikan streetwear sebagai bagian penting dari identitas dirinya, sementara sebagian lainnya melihat sebagai preferensi gaya yang fleksibel dan dapat berubah seiring perkembangan diri. Oleh karena itu, dalam teori identitas sosial, fashion streetwear berperan sebagai elemen pendukung dalam proses identifikasi diri Gen Z, tanpa menjadi penentu utama identitas individu.

5.1.3 Perbandingan Sosial

Berdasarkan hasil penelitian pada perbandingan sosial, dapat disimpulkan bahwa Gen Z melakukan perbandingan antara pengguna fashion streetwear dan non-streetwear terutama dalam aspek keunikan karakter dan ekspresi diri. Fashion streetwear dilihat sebagai gaya yang lebih menonjol dan ekspresif, namun perbedaan tersebut tidak selalu signifikan dalam interaksi sosial secara langsung. Perbandingan sosial lebih dominan terjadi di media sosial, di mana visual dan pengaruh influencer membentuk standar keunikan dan ekspresi diri. Dengan demikian, dalam teori identitas sosial, perbandingan sosial melalui fashion streetwear berkontribusi dalam memperkuat persepsi identitas dan keunikan diri, sekaligus berpotensi menciptakan tuntutan sosial baru yang bersumber dari representasi visual digital, tanpa secara mutlak menentukan posisi sosial individu.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan tentang identitas diri melalui *penggunaan fashion streetwear* sebagai keunikan karakter bagi Gen Z. Ada beberapa hal yang menjadi saran peneliti, yaitu:

1. Peneliti menyarankan agar penelitian selanjutnya dapat memperluas pendekatan teori dengan mengombinasikan Teori Identitas Sosial dengan Teori Budaya Konsumsi.
2. Peneliti menyarankan penggunaan metode penelitian yang berbeda, seperti studi kuantitatif agar dapat memberikan perspektif baru terkait dinamika identitas di ruang digital.
3. Peneliti juga menyarankan bagi industri *fashion* dan kreator konten menggunakan pendekatan pemasaran dan komunikasi sebaiknya tidak hanya menekankan aspek visual, tetapi juga memperhatikan nilai dari setiap *fashion*.

