

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Dimensi yang memiliki nilai tertinggi pada Variabel X terdapat pada Audio & Visual serta Penggunaan Bahasa, yang menunjukkan bahwa kualitas tampilan, suara, dan gaya bahasa konten TikTok @dosen\_fashyun dinilai baik dan mudah dipahami, sehingga mampu meningkatkan keterlibatan audiens. Adapun dimensi bernilai terendah terdapat pada Konsep Konten, yang mengindikasikan bahwa unsur kebaruan tema *fast fashion* belum sepenuhnya dirasakan oleh seluruh responden, meskipun konten tetap relevan.

Pada Variabel Y, dimensi dengan nilai tertinggi terdapat pada *Non-Judging of Inner Experience*, yang menunjukkan bahwa responden mampu menerima informasi mengenai *fast fashion* secara terbuka dan reflektif. Adapun dimensi terendah terdapat pada *Describing*, yang menunjukkan bahwa kemampuan responden dalam menjelaskan kembali pemahaman tentang *fast fashion* kepada orang lain masih perlu ditingkatkan.

Berdasarkan hasil pengolahan dan pengujian data, dapat disimpulkan bahwa konten akun TikTok @dosen\_fashyun berpengaruh terhadap *awareness* Generasi Z dalam ajakan untuk berhenti menggunakan *fast fashion*. Konten tersebut memberikan pengaruh sebesar 65,6% terhadap tingkat *awareness* Generasi Z, adapun sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini sejalan dengan Teori *Elaboration Likelihood Model* (ELM) yang menjelaskan bahwa pembentukan *awareness* terjadi melalui pemrosesan pesan secara sentral maupun perifer, bergantung pada tingkat keterlibatan dan relevansi individu terhadap isu *fast fashion*.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Teoritis

1. Penelitian berikutnya diharapkan dapat mengkaji variabel lain seperti sikap, minat beli, atau perubahan perilaku konsumsi guna melihat dampak lanjutan dari *awareness* terhadap *fast fashion*.
2. Peneliti berikutnya dapat menggunakan metode penelitian kualitatif atau metode campuran (*mix methods*) agar memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang proses pembentukan *awareness* melalui media sosial.

### 5.2.2 Saran Praktis

1. Bagi konten creator @dosen\_fashyun diharapkan agar dapat terus mengembangkan konten edukatif mengenai *fast fashion* dengan penyajian yang semakin kreatif dan variatif. Penyampaian pesan dapat diperkuat menggunakan visual yang lebih menarik serta menambah contoh kasus yang dekat dengan kehidupan Generasi Z.
2. Generasi Z diharapkan dapat lebih selektif dan sadar dalam mengonsumsi konten yang ada di media sosial, khususnya terkait *fast fashion*. *Awareness* yang telah terbentuk melalui konten edukatif diharapkan dapat diwujudkan dengan tindakan nyata, seperti mengurangi pembelian *fast fashion* dan memilih produk *fashion* yang lebih berkelanjutan.
3. Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penggiat *fashion* serta *local brand* guna memanfaatkan media sosial khususnya TikTok untuk sarana edukasi mengenai *fashion* yang berkelanjutan. Konten yang informatif dan juga persuasif dapat menjadi strategi komunikasi yang efektif guna meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap dampak industri *fashion*.