

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil pengumpulan dan analisis data serta pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pemaknaan khalayak Generasi Z terhadap tayangan konten video *“Fashion Waste Could Last 300 Years”* bersifat beragam yang dipengaruhi oleh perbedaan latar belakang, pengetahuan, nilai sosial serta kondisi tiap informan. Sebagian besar informan menerima informasi dalam tayangan video tersebut dan menilainya sebagai konten edukatif yang mampu memberikan pengetahuan, meningkatkan kesadaran, serta menghadirkan sudut pandang baru mengenai isu *fashion waste*. Informan memahami bahwa industri *fast fashion* berkontribusi terhadap penumpukan limbah tekstil, pencemaran lingkungan, dan berbagai persoalan sosial dalam rantai produksi *fashion*, namun tetap melakukan penyesuaian pemaknaan berdasarkan pengalaman, kebutuhan, latar belakang sosial, pekerjaan, dan kondisi ekonomi yang mereka miliki.

Berdasarkan analisis resepsi Stuart Hall, posisi resepsi kelima informan dalam penelitian ini tersebar pada ketiga kategori. Satu informan berada pada posisi *dominant-hegemonic reading*, yaitu menerima secara utuh pesan dominan dalam video. Tiga informan berada pada posisi *negotiated reading*, yaitu memahami inti pesan yang disampaikan namun menyesuaikan penerapannya dengan realitas kehidupan masing-masing. Satu informan berada pada posisi *oppositional reading*, yaitu memahami pesan media namun secara sadar menolaknya berdasarkan pengalaman pribadinya. Temuan ini menunjukkan bahwa Generasi Z merupakan khalayak aktif yang tidak hanya menerima pesan media secara pasif, tetapi juga melakukan interpretasi dan negosiasi makna sesuai dengan konteks kehidupan mereka masing-masing.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian berikutnya diharapkan dapat memperluas jumlah serta karakteristik informan dengan melibatkan perbedaan usia, pekerjaan, dan tingkat pendidikan sehingga dapat diperoleh gambaran resepsi khalayak yang lebih beragam dan komprehensif. Terakhir penelitian selanjutnya dapat

melakukan perbandingan resepsi antar kelompok generasi, seperti Generasi Z, Milenial, dan Generasi Alpha, terhadap isu keberlanjutan dalam industri *fashion* untuk memahami perbedaan perspektif dan respon yang muncul pada tiap generasi.

5.2.2 Saran Praktis

1. Bagi Konsumen

Masyarakat, khususnya Generasi Z, diharapkan dapat meningkatkan kesadaran mengenai dampak lingkungan yang ditimbulkan oleh limbah *fashion* dengan aktif mencari dan mempelajari informasi dari berbagai sumber yang kredibel. Selain itu, perlu diterapkan pola konsumsi *fashion* yang lebih bijak melalui pembelian produk berdasarkan kebutuhan serta mengurangi perilaku pembelian impulsif yang berpotensi meningkatkan produksi limbah tekstil. Upaya lain yang dapat dilakukan adalah memanfaatkan kembali pakaian yang masih layak pakai melalui kegiatan *reuse*, *repair*, *upcycle*, maupun donasi, sehingga dapat memperpanjang masa pakai produk *fashion* dan mengurangi penumpukan limbah tekstil yang berdampak pada lingkungan.

2. Bagi Pembuat Konten Digital

Kreator konten diharapkan dapat terus menyajikan konten edukatif mengenai *fashion waste* dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami, menarik, dan dekat dengan kehidupan sehari-hari audiens. Selain menyoroti berbagai dampak negatif dari praktik *fast fashion* terhadap lingkungan, kreator juga perlu memberikan solusi yang realistis, praktis, dan dapat diterapkan oleh berbagai kalangan masyarakat sesuai dengan kondisi masing-masing.