



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan kelima informan beserta dengan analisis yang dilakukan peneliti, dapat disimpulkan bahwa pengalaman kelima informan dalam memaknai aktivitas “OOTD” di Instagram berbeda-beda dalam mengungkapkan identitas dirinya. Dari kelima informan tersebut juga terlihat bahwa mereka ingin diakui keberadaannya oleh masyarakat sekitar sehingga dengan menggunakan Instagram mereka berharap dapat dikenal oleh orang sekitarnya. Pemaknaan tersebut dikonstruksikan berdasarkan hasil interaksi yang dilakukan ketika melihat beberapa blogger atau selebgram di Instagram, interaksi yang dilakukan dengan teman yang juga melakukan “OOTD” serta pengalaman dan kejadian yang dialami oleh masing-masing setiap individu.

Pemaknaan terhadap interaksi yang dilakukan masyarakat bagi kelima informan ialah dapat menerima kehadiran “OOTD” yakni dengan membatasi pakaian yang dikenakan dengan menyesuaikannya dengan kondisi tertentu.

Pemaknaan tersebut banyak dilatarbelakangi oleh kelima informan, yakni hanya melakukan “OOTD” agar mendapat kesan yang baik dari lingkungan sekitar dan memang ingin menunjukkan kepribadian dirinya melalui “OOTD”.

Menurut Hect ada empat tingkatan dalam identitas diri (Littlejohn & Foss, 2009, h.131) yang pertama ialah *Personal Layer*, “OOTD” merupakan suatu aktivitas yang menarik perhatian remaja sehingga pada kelima informan tersebut

melihat bahwa tren “OOTD” sudah dilakukan oleh seluruh dunia khususnya di Indonesia sehingga hal ini dimanfaatkan oleh informan untuk dapat dikenal oleh orang sekitarnya. Kedua ialah *Enactment Layer*, Interaksi yang dilakukan kelima informan dengan orang lain dapat membentuk identitas diri yang mereka inginkan. Sebagian dari mereka cenderung memposting gaya “OOTD” bernuansa ‘kekorea-koreaan’ sedangkan beberapa informan yang lain ingin dikenal dengan gaya ‘kebarat-baratan’ sehingga orang yang melihat postingan tersebut memahami bahwa remaja tersebut membentuk gaya yang berbeda-beda. Ketiga ialah *Relational*, lingkungan sekitar dari kelima informan tersebut cenderung terbuka dengan hal yang baru seperti halnya “OOTD” sehingga banyak dari teman mereka yang juga melakukan aktivitas “OOTD”. Bahkan, kelima informan tersebut menyatakan bahwa “OOTD” merupakan suatu hal yang penting untuk diikuti. Keempat ialah *Communal*, “OOTD” sudah viral dilakukan oleh semua orang diseluruh dunia khususnya remaja wanita sehingga kelima informan ini menganggap bahwa “OOTD” adalah suatu komunitas *fashion* yang populer dikalangan remaja. Kelima informan ini juga mengikuti aktivitas “OOTD” ini untuk mendapat pengakuan dari orang disekitarnya. Hadirnya “OOTD” juga memunculkan berbagai selebgram “OOTD” yang mereka anggap sebagai referensi untuk mereka dalam berpakaian sehingga hal tersebut mendorong diri mereka untuk membentuk identitas yang cenderung sama dengan selebgram yang mereka sukai.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

1. Hasil penelitian ini dapat dikembangkan dalam penelitian dramaturgi mengenai kesan panggung depan remaja saat melakukan aktivitas “OOTD” serta panggung belakang ketika tidak melakukan aktivitas “OOTD”.

5.2.1 Saran Praktis

1. Remaja perlu memperhatikan aspek-aspek privasi dalam melakukan aktivitas “OOTD”.
2. Perlu diperhatikan bahwa karakteristik remaja disesuaikan semestinya dalam identitas dirinya.

UMMN