

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Sebagai aktor baru dalam membagikan informasi mode di Indonesia, profesi kreator konten tidak semudah yang dilihat pada layar gawai. Melalui penelitian terhadap dinamika dan pemaknaan pekerjaan sebagai kreator konten mode, terdapat sebuah proses yang harus dilalui untuk memberikan informasi mode di media sosial. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan dalam membagikan informasi media sosial, profesi kreator konten dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti pendidikan, pekerjaan, dan latar belakang kehidupan.

Dalam penelitian ini, narasumber menceritakan dinamika pekerjaan yang dialami oleh kreator konten dalam membagikan informasi mode, mulai dari riset, pemilihan jenis konten, pemilihan topik yang dijadikan konten, proses pengambilan gambar dan penyuntingan, hingga akhirnya dapat menghasilkan sebuah konten mode berbentuk audio visual di media sosial. Selain itu, penulis juga menemukan adanya batasan yang turut membedakan profesi jurnalis mode dan kreator konten, yakni adanya endorsement yang dilakukan secara terpaksa dan mengakibatkan turunnya penonton berdasarkan konten yang telah dibuat. Meski adanya keterpaksaan dalam proses pembuatan konten mode, penulis menemukan adanya sebuah pemaknaan terkait privilege yang dimiliki oleh kreator konten mode.

Kehidupan yang sejahtera dengan ketenaran yang dimiliki di media sosial, menjadikan kreator konten mode dapat menjalin hubungan dengan pemilik jenama. Kedekatan ini yang turut yang membawa keburuntungan, narasumber kerap kali mendapatkan undangan acara mode, koleksi busana terbaru atau informasi terkait produk akan dirilis lebih awal dibandingkan yang lain.

Tidak hanya itu, profesi kreator konten mode di Indonesia dimaknai sebagai penyedia informasi yang memiliki pengaruh positif. Pengaruh tersebut dapat dilihat dari audiens yang terinspirasi dengan gaya kreator konten mode, serta meningkatkan kepercayaan diri untuk berani bereskrepsi melalui gaya berbusana tanpa perlu mendengarkan orang sekitar. Oleh karena itu, kreator konten pun

menganggap dirinya sebagai inspirator dalam bidang mode. Selain pemaknaan identitas, penulis juga meneliti sosok jurnalis mode dari sudut pandang kreator konten Indonesia. Hasil penelitian ini menunjukkan kreator mode di Indonesia tidak bersaing dengan keberadaan jurnalis mode. Hal ini dipengaruhi dengan perbedaan audiens yang mengonsumsi informasi mode, dan beberapa faktor dinamika pekerjaan meskipun terdapat kesamaan menjadikan kreator konten dan jurnalis mode berada di level yang berbeda. Bahkan, kreator konten mode di Indonesia menganggap bahwa jurnalis mode sebagai partner dalam penyebaran informasi mode dengan medium dan target audiensnya masing-masing. Meski begitu, berdasarkan pernyataan yang disampaikan oleh subjek penelitian, dapat ditarik simpulan untuk saat ini kreator konten telah mendominasi dalam penyebaran informasi mode di media sosial. Hal ini seperti yang disebutkan oleh subjek penelitian terkait penikmat konten mode di media sosial, didominasi oleh anak muda seperti Gen Z atau Milenial, dan di Indonesia dua generasi tersebut yang menjadi peringkat tertinggi pengguna media sosial (Newman, 2023). Terkait dengan keberlangsungan kreator konten mode selanjutnya, jika media sosial terus berkembang maka profesi seperti kreator konten mode akan tetap terus hadir menyediakan informasi kepada audiensnya.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Akademis**

Topik jurnalisme mode masih sedikit ditemukan di Indonesia. Karena itu, masih banyak faktor lain yang dapat dikembangkan, baik melalui pendekatan kualitatif maupun kuantitatif. Penulis selanjutnya dapat mengeksplorasi dari sudut pandang jurnalis mode atau pun cara media di Indonesia menyebarkan informasi industri mode.

Terkait penelitian ini, menulis menyarankan, adanya penelitian lanjutan terkait jurnalisme mode di Indonesia dengan pendekatan kuantitatif, untuk lebih mendalami terkait seberapa besar pengaruh informasi mode yang diterima oleh masyarakat. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian penulis yang menunjukkan bahwa kreator konten beranggapan memiliki pengaruh bagi masyarakat yang mengonsumsi informasi mode di

media digital. Agar hasil penelitian lebih empiris, penulis menyarankan menggunakan metode survei untuk melihat seberapa besar pengaruh informasi mode yang diberikan kreator konten kepada audiens.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Berdasarkan hasil penelitian ini, kreator konten masih menganggap cara media di Indonesia dalam membagikan informasi mode terbilang kurang, dan perlu mengadaptasi cara media barat memberikan informasi. Lebih lanjut, seperti halnya informasi yang dibagikan kreator konten, jurnalis mode perlu memahami kebutuhan dan ketertarikan audiens terkait jenis informasi mode yang disukai.

Selain itu, dari hasil penelitian ini penulis juga menyarankan agar jurnalis tetap mempertahankan identitasnya sebagai jurnalis mode di era digital, dengan terus berinovasi di tengah hadirnya aktor baru yang membagikan informasi mode. Hal ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang beranggapan bahwa informasi mode yang dihasilkan oleh jurnalis hanya dinikmati oleh beberapa kalangan tertentu.

