

BAB V

SIMPULAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan pengamatan dan hasil penelitian dapat dikemukakan beberapa kesimpulan, yaitu :

1. Persepsi mengenai *brand Desigual* didapatkan melalui ketiga *key informan* kaum sosialita *Lovely Mom*, yaitu timbulnya konsep diri ketiga *key informan* yang dibentuk melalui persepsi interpersonal orang lain, kemudian komunikasi artifaktual membentuk karakteristik melalui pakaian yang digunakan, serta persepsi mengenai citra merek dibentuk melalui kesan emosional. Ditemukan persepsi mengenai *brand Desigual*, yaitu corak dan warna yang unik, pembentukan konsep diri, pembentukan karakteristik dan *fashionable*.
2. Motif kaum sosialita dalam memaknai *brand Desigual* sebagai representasi *fashion* tidak terlepas dari dua motif seperti yang dikemukakan oleh Schutz, yaitu :
 - “Motif untuk” (*in-order-to motives*) berorientasi masa depan yang menggambarkan tujuan yaitu, percaya diri, menjadi pusat perhatian, tampil unik dan berbeda

- “Motif Karena” (*because motives*) yang berorientasi masa lalu merupakan alasan atau sebab, yaitu melihat orang lain menggunakan, nyaman dan eksklusif.

3. Pengalaman yang dialami kaum sosialita *Lovely Mom* dalam menggunakan *brand Desigual* umumnya berkaitan dengan profesi dan lingkungan. Hal ini dikarenakan profesi adalah rutinitas dan pekerjaan yang setiap hari *key informan* lakukan dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, lingkungan kaum sosialita dalam menggunakan *fashion* memengaruhi kaum sosialita memaknai *brand Desigual* sebagai representasi *fashion*. Pengalaman yang didapatkan oleh kaum sosialita *Lovely Mom* adalah sebagai berikut ; mengenal *brand Desigual* dari 3-7 tahun, pengaruh profesi, pengalaman unik membeli *brand Desigual*, pengalaman mengikuti perkembangan di negara lain hingga melalui media sosial *instagram*, *web* dan *catalog brand Desigual*.

5.2 Saran atau Rekomendasi

Untuk melengkapi hasil penelitian ini, peneliti mengajukan beberapa saran atau rekomendasi, yaitu :

5.2.1 Saran Teoritis

1. Penelitian mengenai Makna *brand Desigual* sebagai representasi *fashion* di kalangan kaum sosialita perlu dikembangkan karena menyadari bahwa tren *fashion* berubah-ubah. menambah informasi makna representasi *fashion* mengenai *brand*. Kajian penelitian seperti ini akan menambah wawasan mengenai *fashion*,

brand, persepsi, motif dan pengalaman seseorang dalam menggunakan *brand* tertentu.

2. Secara metodologis penelitian ini dapat ditindaklanjuti dengan berbagai pendekatan lainnya, sehingga dapat mengembangkan penemuan penelitian yang sudah ada. Penelitian mengenai makna *brand* sebagai representasi *fashion* seperti ini juga akan menarik jika dapat diteruskan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi mengenai Interaksi Simbolik atau Semiotika.
3. Subjek penelitian dapat diganti terhadap orang-orang yang berbeda profesi atau kalangan tertentu sehingga dapat dibandingkan pemaknaan *brand* sebagai representasi *fashion* menghasilkan pemaknaan yang berbeda-beda. Penelitian dapat dilakukan dengan metode kualitatif maupun metode kuantitatif sesuai dengan kebutuhan penelitian.

5.2.2 Saran Praktis

1. Kaum sosialita sebaiknya tidak hanya bersenang-senang pada setiap pertemuan tetapi juga mengadakan bakti sosial sehingga, perkumpulan yang terbentuk menjadi lebih bermanfaat.
2. Kaum sosialita *Lovely Mom* sebaiknya mempunyai perkumpulan yang terstruktur seperti adanya ketua dan anggota sehingga dalam kegiatan berkumpul menjadi lebih kompak lagi.

3. Kaum sosialita *Lovely Mom* sebaiknya tidak hanya memperlihatkan produk-produk luar negeri pada setiap *fashion* atau representasi *fashion* yang digunakan. Tetapi juga membanggakan produk dalam negeri.

