BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dapat disimpulkan bahwa *fashion* digunakan oleh generasi Z sebagai alat untuk membentuk *self branding* melalui Instagram, di mana melalui gaya berpakaian, pemilihan warna, dan cara menampilkan diri secara visual, mereka mampu mengekspresikan kepribadian dan identitas diri dengan cara yang kreatif dan terencana, memanfaatkan fitur-fitur seperti feed, story, hingga reels untuk menyusun tampilan yang menarik sekaligus mencerminkan identitas diri yang autentik, sementara tanggapan dari a*udiens* turut memperkuat identitas yang dibangun, menjadikan Instagram bukan hanya sebagai media berbagi konten, tetapi juga sebagai panggung utama dalam membentuk dan menunjukkan identitas diri melalui *fashion* secara konsisten.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan studi mengenai identitas diri dan *self branding* di media sosial, khususnya dalam konteks penggunaan *fashion* sebagai sarana ekspresi diri di kalangan Gen Z. Peneliti selanjutnya dapat memperdalam kajian ini dengan pendekatan berbeda, misalnya dengan melibatkan perspektif gender atau pengaruh budaya populer. Selain itu, perluasan informan dari berbagai latar belakang sosial dan wilayah juga dapat memberikan gambaran yang lebih beragam tentang *self branding* di ruang digital. Peneliti menyarankan agar ke depannya, penelitian seperti ini bisa dikembangkan lebih lanjut, misalnya dengan membandingkan penggunaan *platform* lain seperti TikTok atau YouTube

Self Branding.., Choirul Imam Awaludin, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

5.2.2 Saran Praktis

Untuk pengguna Instagram khususnya Gen Z, diharapkan bisa lebih bijak dan sadar dalam membentuk *self branding*. Gaya berpakaian yang ditampilkan di media sosial sebaiknya mencerminkan kepribadian asli dan kenyamanan diri, bukan semata-mata karena ikut tren. Penelitian ini bisa dijadikan dasar atau referensi untuk penelitian berikutnya, misalnya dengan objek yang lebih luas, seperti pengguna TikTok atau membahas perbedaan *self branding* antara pria dan wanita di media sosial.