

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Modernisasi telah melahirkan masyarakat konsumsi dan merubah pola berfikir dalam masyarakat. Fenomena yang dapat merepresentasikan masyarakat konsumsi yaitu penggunaan tas *branded* oleh kelompok “Geng *Sugar Mommy*”. Dari hasil penelitian terdapat latar belakang kelompok “Geng *Sugar Mommy*” dalam penggunaan tas *branded* yang ditentukan oleh beberapa alasan yang saling berkaitan yaitu, pertama, mengimitasi teman sesama anggota kelompok “Geng *Sugar Mommy*” menjadi peran penting dalam individu yang ingin menggunakan tas *branded*. Kedua, mengikuti *background* keluarga juga berkontribusi pada penggunaan tas *branded*. Anggota kelompok yang berasal dari latar belakang yang mengedepankan konsumsi tas *branded* cenderung lebih terbuka dan terbiasa untuk menggunakan tas *branded* sebagai bagian dari gaya hidup mereka. Hal ini menciptakan pola pikir yang menganggap tas *branded* sebagai simbol status dan identitas. Ketiga, tas *branded* dapat sebagai penyempurna penampilan bagi anggota kelompok. Dalam kelompok “Geng *Sugar Mommy*”, tas *branded* tidak hanya sebagai aksesoris, tetapi juga sebagai elemen penting dalam mengekspresikan gaya dan citra diri. Ketiga hal ini saling berkaitan dalam membentuk perilaku konsumsi tas *branded* pada anggota Kelompok “Geng *Sugar Mommy*”, menjadikan tas *branded* sebagai simbol status dan identitas.

Kelompok “Geng *Sugar Mommy*” menggunakan tas *branded* sebagai pembentukan identitas diri yang terbagi menjadi tiga bentuk yaitu, pada saat *hangout*, pada saat pesta dan pada saat kegiatan perkuliahan. Kesimpulan dari kelompok “Geng *Sugar Mommy*” menggunakan tas *branded* sebagai pembentukan identitas diri yaitu pada saat *hangout*, tas *branded* sebagai simbol prestise dan tanda pengenal sosial yang menegaskan eksistensi dan keunikan mereka dalam kegiatan non-formal. Saat pesta, tas *branded* menjadi simbol estetika, prestise, dan status sosial yang menonjolkan citra glamor serta kesuksesan anggota kelompok. Sedangkan di saat kegiatan perkuliahan, tas *branded* berperan sebagai simbol kebanggaan dan pembeda identitas diri, sekaligus sarana ekspresi gaya hidup dan status sosial. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan tas *branded* bukan hanya

memenuhi fungsi praktis, melainkan lebih kepada penciptaan simbol identitas dan status sosial dalam masyarakat modern, serta mencerminkan bagaimana konsumsi tas *branded* menjadi alat penting untuk diferensiasi sosial dan ekspresi diri dalam kelompok "Geng *Sugar Mommy*".

5.2 SARAN

Berdasarkan hasil dan kesimpulan yang telah dijelaskan, berikut adalah beberapa saran yang ditujukan kepada Kelompok "Geng *Sugar Mommy*", peneliti selanjutnya serta untuk umum:

5.2.1 SARAN UNTUK KELOMPOK "GENG SUGAR MOMMY"

1. Semoga dapat memberikan gambaran pada para anggota Kelompok "Geng *Sugar Mommy*" untuk membangun identitas diri tidak hanya dari penggunaan tas *branded*.
2. Mengkonsumsi barang sesuai dengan kemampuan, tidak harus yang bermerek, karena sekarang sudah banyak tas yang lebih cantik dengan kualitas yang bagus tapi brand lokal dengan harga yang lebih murah.
3. Jadilah konsumen yang cerdas dan bijak. Pahami motivasi di balik setiap keputusan dalam membeli, dan pertimbangkan dampak jangka panjangnya terhadap keuangan pribadi serta lingkungan sosial.

5.2.2 SARAN UNTUK PENELITI SELANJUTNYA

1. Peneliti selanjutnya dapat meneliti dengan variabel lain yang berpengaruh terhadap penggunaan tas *branded* sebagai pembentukan identitas diri.
2. Metode penelitian yang berbeda, peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode penelitian yang berbeda, seperti wawancara mendalam atau observasi online, untuk mendapatkan data yang lebih akurat dan komprehensif.
3. Objek yang berbeda, peneliti selanjutnya dapat menginvestigasi penggunaan tas *branded* pada populasi yang berbeda, seperti

kelompok mahasiswa dari universitas yang berbeda atau kelompok dalam masyarakat umum.

5.2.3 SARAN UMUM

1. Semoga Penelitian ini dapat menjadi inspirasi untuk mengeksplorasi lebih lanjut berbagai aspek konsumsi dan identitas di era modern.
2. Semoga dapat menjadi pertimbangan untuk menganalisis kelompok sosial lain dengan jenis barang mewah yang berbeda.
3. Semoga dapat menjadi dasar untuk mengembangkan pemahaman kritis terhadap budaya konsumsi di sekitar kita, serta bagaimana nilai-nilai dan identitas dibentuk dalam masyarakat yang semakin materialistis