

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Komunikasi Persuasif *Influencer Fashion Hijab Modern* dalam Memengaruhi Gaya Hidup di Media Sosial (TikTok), dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Komunikasi persuasif yang dilakukan oleh *Influencer fashion hijab modern*, yaitu Natasha Rizky, Sashfir, dan Oklin Fia, terbukti mampu memengaruhi gaya hidup pengguna melalui penggunaan unsur *ethos*, *pathos*, dan *logos* dalam konten TikTok. Pada Natasha Rizky, *ethos* dibangun melalui citra Muslimah yang sederhana dan religius, *pathos* tampak dari suasana konten yang hangat dan menenangkan, sedangkan *logos* terlihat dari penjelasan rinci mengenai kenyamanan dan fungsi busana syar'i yang dikenakannya. Pada Sashfir, *ethos* terbentuk melalui kompetensi dan konsistensi gaya *fashion hijab* yang elegan, *pathos* muncul lewat kesan estetik yang menumbuhkan rasa kagum dan keinginan meniru, sementara *logos* ditunjukkan melalui penjelasan bahan dan kegunaan produk secara rasional. Pada Oklin Fia, *ethos* dibangun melalui citra diri yang percaya diri dan aktif, *pathos* tampak dari energi dan keberanian tampil yang membangkitkan motivasi pengikut, sedangkan *logos* terlihat dari alasan praktis mengenai kenyamanan busana untuk aktivitas olahraga. Melalui kombinasi ketiga unsur tersebut pada

masing-masing *Influencer*, mereka berhasil menjadi rujukan dalam pemilihan busana, gaya hijab, serta cara menampilkan diri di media sosial.

2. Respons dan interpretasi pengguna TikTok terhadap representasi hijab modern yang dibangun oleh *Influencer* bersifat beragam. Sebagian informan memandang konten *Influencer* sebagai sumber inspirasi yang meningkatkan rasa percaya diri, memberikan referensi berpakaian, dan membantu menemukan gaya hijab yang sesuai dengan identitas diri. Namun, sebagian informan juga menunjukkan sikap kritis dengan tetap mempertimbangkan nilai-nilai kesopanan dan ajaran Islam dalam menyikapi tren hijab modern. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna tidak hanya menerima pesan secara pasif, tetapi juga melakukan proses seleksi dan interpretasi sesuai pengalaman, kebutuhan, serta pemahaman keagamaan masing-masing.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya. Penelitian ini masih memiliki keterbatasan pada jumlah informan dan fokus kajian yang hanya meneliti tiga *Influencer fashion* hijab modern di platform TikTok. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek penelitian dengan melibatkan lebih banyak *Influencer*, pengguna yang lebih beragam, maupun platform media sosial lain seperti Instagram dan Youtube. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat mengkaji pengaruh *Influencer* terhadap aspek lain, seperti identitas

keagamaan, perilaku konsumtif, atau proses hijrah di kalangan generasi muda.

2. Bagi Praktisi dan pengguna media sosial

- a. Bagi *Influencer* hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan evaluasi agar tidak hanya menampilkan aspek estetika dan tren *fashion*, tetapi juga memperhatikan nilai-nilai kesopanan dan prinsip-prinsip Islam dalam setiap konten yang diproduksi.
- b. Bagi pengguna media sosial, diharapkan lebih bijak dalam menerima dan menafsirkan konten yang beredar di TikTok. Pengguna perlu menjadikan media sosial sebagai sumber inspirasi yang positif tanpa mengabaikan nilai agama, norma sosial, serta kebutuhan pribadi.
- c. Bagi lembaga pendidikan dan lembaga dakwah, penelitian ini dapat menjadi referensi dalam menyusun program literasi digital dan dakwah kreatif yang sesuai dengan karakteristik generasi muda di era media sosial.

Dengan adanya saran-saran tersebut, diharapkan penelitian mengenai komunikasi persuasif *Influencer fashion* hijab modern dalam mempengaruhi gaya hidup di Media Sosial dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi yang lebih luas bagi kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam, khususnya dalam memahami fenomena media sosial dan gaya hidup di era digital.