

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai Pembentukan Identitas komunitas Preman Super, maka terdapat hasil temuan sebagai berikut.

1. Preman Super termasuk ke dalam kelompok sosial yang menunjukkan komunikasi kelompok yang terorganisir karena masing-masing anggota kelompok mempunyai fungsi tertentu dalam mencapai tujuan kelompok.
2. Proses pembentukan identifikasi kelompok komunitas Preman Super yaitu dengan melakukan berbagai kegiatan seperti pelatihan dan pendampingan kepada para anggota hingga masyarakat sekitar dalam bidang kerajinan tangan, melaksanakan bakti sosial, mengikuti pameran-pameran ataupun *workshop*. Dalam pembentukan identitas komunitas Preman Super memiliki norma, nilai sosial, dan rasa peduli terhadap sesama yang harus di patuhi bagi setiap anggotanya. Selain hal tersebut untuk memperkuat identitasnya komunitas Preman Super memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan informasi agar tidak ada kesalahpahaman makna mengenai nama komunitas Preman Super (Perempuan Mandiri Sumber Perubahan) yang terkesan negatif.
3. Pada tahap kategori sosial, komunitas Preman Super mengasaskan pengkategorian berlandaskan jenis pekerjaan yang mereka jalani yaitu pengrajin atau pelaku usaha dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggota, berpartisipasi aktif dalam menggali dan memberdayakan potensi sumber daya ekonomi yang kreatif dan profesional.

4. Komunitas Preman Super memiliki perbandingan sosial, yakni memiliki aksesoris yang menjadi pembanding dengan komunitas lain, memberikan pembelajaran atau pelatihan kepada anggota juga kepada masyarakat sekitar, berkerjasama dengan lembaga pemerintah, dan banyak prestasi yang sudah diperoleh komunitas Preman Super.

5.2 Saran

Setelah peneliti melakukan penelitian terhadap Pembentukan Identitas komunitas Preman Super, maka terdapat beberapa saran yang mungkin berguna, antara lain:

1. Komunitas Preman Super bisa lebih mengoptimalkan penggunaan media sosial agar masyarakat lebih tertarik mengenai kegiatan yang dilakukan komunitas.
2. Dapat lebih memperluas dalam memasarkan produk anggota komunitas melalui berbagai *e-commerce* atau aplikasi berbelanja online.