

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Perkembangan teknologi media komunikasi dan informasi telah melahirkan sebuah media komunikasi dan informasi yang sangat diminati masyarakat, yaitu media sosial. Pesatnya perkembangan media sosial dikarenakan semua orang dapat memiliki media sosial secara pribadi. Media sosial memberikan wawasan baru yang lebih luas dan mudah untuk diakses dengan memerlukan *smartphone* dan jaringan internet.

Salah satu media sosial yang banyak diminati sekarang ini yaitu media sosial *youtube*. yang memiliki beragam jenis konten yaitu mengenai kehidupan sehari-hari para selebritis, konten tentang makanan, konten mengenai ilmu pengetahuan konten tentang cerita perjalanan dan konten tentang kecantikan. Saat ini konten *beauty vlogger* merupakan salah satu konten kecantikan yang banyak digemari oleh perempuan khususnya kalangan mahasiswi pendidikan Antropologi universitas negeri medan. Relatif banyak mahasiswi yang mengikuti Konten *beauty vlogger* dikarenakan tertarik oleh cara seorang *beauty vlogger* mempromosikan produk-produk kecantikan yang digunakannya. Dalam mengikuti dan menonton konten *beauty vlogger* tentunya mahasiswi akan memiliki berbagai reaksi dalam menanggapi konten tersebut baik dalam melakukan peniruan terhadap konten maupun melakukan pembelian produk kecantikan yang terinspirasi oleh produk-produk kecantikan. Konten *beauty vlogger* juga mampu mempengaruhi mahasiswi dalam penggunaan produk-produk

kecantikan secara berlebihan yang mengakibatkan berubahnya perilaku mahasiswi menjadi konsumtif. Berdasarkan hasil penelitian maka penulis merumuskan beberapa hal utama yang menjadi kesimpulan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Mahasiswi memiliki berbagai reaksi dalam menonton konten *beauty vlogger*. Reaksi mahasiswi dalam menonton konten *beauty vlogger* dipengaruhi oleh adanya rasa ingin tahu mahasiswi terhadap konten *beauty vlogger* serta kurangnya kepercayaan diri terhadap kecantikan. Selain itu konstruksi lingkungan dan media sosial juga merupakan salah satu faktor mahasiswi dalam menonton konten *beauty vlogger*. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa berbagai reaksi mahasiswi dalam menonton konten *beauty vlogger* antara lain menganggap konten *beauty vlogger* merupakan konten yang menghibur, selanjutnya reaksi mahasiswi dalam menonton konten *beauty vlogger* yaitu melakukan peniruan terhadap tutorial kecantikan dan sampai kepada membeli produk kecantikan yang disarankan oleh *beauty vlogger*.
2. Reaksi mahasiswi dalam menonton konten kecantikan memberikan dampak terhadap berubahnya perilaku mahasiswi. Hal tersebut terjadi dikarenakan adanya keahlian *beauty vlogger* dalam mereview produk kecantikan yang mempengaruhi mahasiswi untuk tampil sesuai dengan konten. Hal tersebut tentu mengakibatkan terjadinya perubahan perilaku terhadap mahasiswi yang menjadi konsumtif sebelum dan sesudah mengenal konten *beauty vlogger*. Mahasiswi mengekspresikan dirinya dengan membeli dan menggunakan berbagai produk kecantikan. Mahasiswi cenderung membeli produk kecantikan bukan didasari atas kebutuhan tetapi oleh adanya kepuasan atau kesenangan

tersendiri yang ingin dipenuhi. Perilaku konsumtif mahasiswi tersebut dipengaruhi reaksi yang ditimbulkan oleh mahasiswi setelah menonton konten *beauty vlogger* sehingga mendorong mahasiswi menggunakan dan melakukan pembelian produk kecantikan secara tidak rasional dan sampai kepada pemborosan.

## 5.2 Saran

Sebagai tindak lanjut dari penelitian ini, berikut adalah saran dari penulis terhadap mahasiswi mengenai konten kecantikan yang dibuat oleh *beauty vlogger* antara lain :

1. Menggunakan media sosial yang salah satunya konten *youtube* merupakan bagian dari era milenial namun sebaiknya mahasiswi tetap menjaga nilai-nilai karakter dan memperhatikan situasi dan kondisi pada saat menggunakan *smartphone* dalam mengakses *youtube* yaitu konten *beauty vlogger*.
2. Mahasiswi sebaiknya lebih mempertimbangkan pembelian berdasarkan kebutuhan bukan atas keinginan dengan meminimalisir pengeluaran terhadap pembelian produk kecantikan yang sesuai dengan kebutuhan dan nilai guna produk tersebut agar tidak menyebabkan mahasiswi menjadi konsumtif terhadap produk kecantikan.
3. Mahasiswi disarankan untuk menyeleksi produk yang di *review* oleh *beauty vlogger* sebelum membeli dan menggunakan produk yang telah lulus uji BPOM serta lebih hati-hati dan mempertimbangkan efek samping dalam menggunakan produk kecantikan yang dibeli melalui media sosial.