BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian skripsi ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Kecantikan merupkan hal yang relatif. Persepsi mahasiswi tentang kecantikan tentu saja berbeda. Karena setiap orang mempunyai selera sendiri untuk menentukan batas kecantikan menurut standar mereka. Namun, ketika media sosial mulai banyak mempresentasikan bentuk-bentuk kecantikan melalui produk tayangan media sosial seperti di *instagram*. Maka makna kecantikan pun berubah, kecantikan adalah seperti apa yang ditunjukkan oleh *instagram*. Karena efek *instagram* yang begitu besar terutama terhadap pola pikir pada akhirnya persepsi kecantikan pada setiap orang menjadi sama. Kecantikan merupakan stereotipe yang dibangun berdasarkan tampilan fisik. jika perempuan cantik, maka laki-laki akan memperebutkannya, dan perempuan tersebut akan dimudahkan dalam segala hal. Stereotipe tentang kecantikan tersebut sering dipraktekan melalui media. Dalam konten di *instagram* memberikan sebuah anggapan bahwa cantik itu harus putih. Hal tersebut terlihat dari model-model yang memperomosikan produk kecantkan pada suatu akun produk kecantikan tersebut.

2. Produk kecantikan juga semakin berkembang seiring dengan kemajuan industri dan teknologi. Produk-produk kecantikan yang dihasilkan oleh

industri produk kecantikan berperan penting dalam perkembangan ekonomi. Alasan yang paling utama dari tingginya tingkat pemakaian produk kecantikan bagi perempuan terutama dikalangan mahasisiwi adalah agar memperoleh predikat cantik. Dalam penyebaran informasi terkait dengan produk kecantikan di *instagram* mahasisiwi menggunakan dua cara yaitu dengan cara *endorse* diakun *instagram* dan dengan cara menyampaikan secara langsung atau dari mulut ke mulut.

Melalui promosi yang ditampilkan, produsen mempengaruhi penonton dengan produknya, sehingga terbentuk sebuah point-point yang menjadi standar. Dalam beberapa promosi diatas kecantikan yang terlihat dari penampilannya mengalami perubahan. Setiap postingan foto pada setiap akun tersebut menarasikan sesuatu baik dengan tulis maupun wacana dalam bentuk visual atau foto. Narasi tersebut yang mengandung pesan-pesan yang bisa menjadi mitos tentang tampilan cantik seorang perempuan. Selain itu narasi tersebut dpat dikonsumsi oleh khalayak karena dengan jumlah *followers* yang sangat banyak, maka apa yang mereka tampilkan akan muncul pada *interface followers*nya. Apa yang mereka presentasikan dan tampilkan adalah upaya untuk mengajak perempuan lainnya untuk terhubung dalam bisnis yang mereka jalani. Dengan adanya promosi yang disampaikan oleh akun penjual produk kecantikan di *instagram* banyak penonton yang merespon untuk membeli produk kecantikan tersebut, hal itu menunjukkan bahwa promosi yang mereka lakukan mampu mempengaruhi penonton terutama kaum perempuan.

3. Mahasiswi terjebak dengan suatu kriteria kecantikan yang hanya dilihat dari kecantikan tubuh saja, dan kecantikan itu didukung oleh perekonomian. Cantik secara ekonomi adalah seorang yang memilki kemampuan dari segi materi yang lebih di bandingkan orang lain, hal tersebut bisa di lihat dari gaya hidupnya seperti menggunakan produk-produk kosmetik yang berkelas dengan harga yang relatif mahal. Industri kecantikan tumbuh subur dengan memanfaatkan kebutuhan orang untuk tampil cantik. Hal ini mempunyai artian bahwa dalam masyarakat konsumsi tubuh memegang peranan penting, hal ini dikarenakan melalui tubuh lah manusia dapat mengkonstruksi identitas berdasarkan pola konsumsinya. Mahasisiwi mengkonsumsi bukan dari kegunaan suatu produk melainkan citra pesan yang disampaikan dari suatu produk. Konsumsi bukan lagi sekedar pemenuhan tetapi sebenarnya diprogram secara tesrstruktur oleh sistem industri kapitalis. Berbagai macam cara dilakukan oleh mahasisiwi untuk pemenuhan keinginannya. Salah satunya adalah kepemilikan barang-barang bermerek, mewah atau mahal. Penggunaan barang-baran mewah atau mahal bertujuan untuk mendongkrak rasa percaya diri dan juga untuk mengekspresikan diri dan memberi sinyal terhadap status sosial tertentu.

5.2 Saran

Saran yang diberikan adalah sebaiknya mahasisiwi lebih bijak memilih produk kecantikan yang di jual secara *online* sebab terdapat oknum yang menjual hanya mengutamakan keuntungan daripada kegunaan. Bagi Mahasisiwi yang melakukan kegiatan *endorse* berusahalah untuk jujur, guna kenyamanan dan kesehatan pembeli dan alangkah baiknya bila peneliti selanjutnya dapat mengkaji lebih dalam lagi tentang konstruksi mitos kecantikan pada media sosial *instagram*.