

BAB IV

PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelusuran di lapangan, peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Praktik perilaku konsumtif penggunaan make up dan skincare dikalangan mahasiswa ini ada tiga bentuk praktik, yaitu membeli produk make up dan skincare dengan jenis dan fungsi yang sama, suka mengganti jenis merek produk make up dan skincare yang digunakannya, pengeluaran biaya untuk membeli make up dan skincare, seperti ada yang menggunakan *Shopeepay Later* (berhutang).
2. Praktik perilaku konsumtif penggunaan make up dan skincare memiliki tiga struktur pendukung (*enabling*), yaitu membeli produk make up dan skincare karena mengikuti trend saat itu, pengaruh dari teman, dan pengaruh dari Beauty Vlogger. Keseluruhan struktur *enabling* praktik perilaku konsumtif penggunaan make up dan skincare ini paling besar dipengaruhi oleh teman dan Beauty Vlogger .
3. Keagenan dalam praktik perilaku konsumtif penggunaan make up dan skincare ini terdiri atas tiga model, yaitu pemaknaan penggunaan make up dan skincare sebagai bentuk untuk meningkatkan rasa percaya diri, pemaknaan produk yang mahal memiliki kualitas yang tinggi, pemaknaan bahwa produk yang sedang trend itu memiliki kualitas yang bagus.

4.2. Saran

Hasil penelitian ini, peneliti memberikan saran kepada pembaca dan berbagai pihak dalam permasalahan praktik mahasiswa dalam penggunaan make up dan skincare sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswi yang berperilaku konsumtif terhadap produk make up dan skincare agar membahas pemaknaan tentang cara-cara media bekerja (literasi media sosial).

2. Dukungan struktur diperlukan untuk mencegah perilaku konsumtif lebih berkembang seperti perlunya komunitas-komunitas yang aktif dalam gerakan literasi media, terlebih khusus dikalangan mahasiswi.

