

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang sudah dianalisis, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Konsumsi produk *fashion* dan kosmetik pada remaja
 - a. Dilihat dari aktivitas konsumsinya, terdapat beberapa hal yang dilakukan remaja sebelum membeli produk *fashion* dan kosmetik, diantaranya yaitu : mencari tahu informasi terkait produk yang diinginkannya atau review penilaian dari orang-orang baik melalui orang-orang disekitarnya ataupun melalui internet seperti Youtube, Instagram (Media Sosial). Setelah itu adanya pembelian yang impulsif, dimana adanya pembelian yang tidak terencanakan. Dan terakhir yaitu adanya sifat ingin ikut-ikutan individu menirukan hal yang sama dari teman (*peer group*) dalam mengonsumsi produk *fashion* dan kosmetik.
 - b. Terdapat beberapa karakteristik remaja dalam mengonsumsi produk *fashion* dan kosmetik, diantaranya yaitu : pendapatan, harga, iklan, ketersediaan barang dan jasa, selera, mode, dan jumlah keluarga.
 - c. Dalam mengonsumsi, terdapat pengeluaran yang harus dikeluarkan oleh remaja untuk mengonsumsi produk terutama pada produk *fashion* dan kosmetik
2. Makna penggunaan *fashion* dan kosmetik bagi remaja generasi Z

Penggunaan *fashion* dan kosmetik bagi remaja bukan hanya sekedar untuk dipakai saja, tetapi dibalik itu terdapat makna atas pemakaiannya. Adapun makna *fashion* dan kosmetik tersebut yaitu :

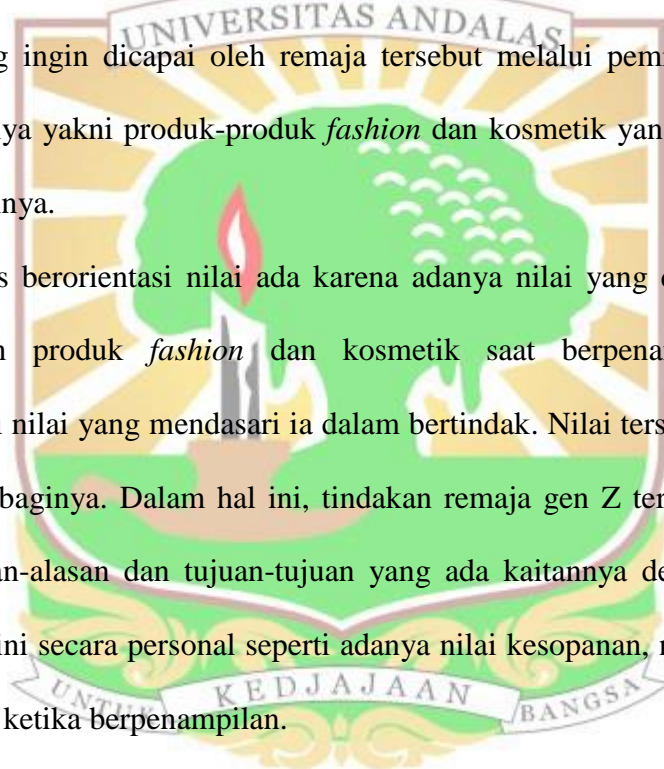
- a. Percaya diri, bila kepercayaan diri yang dipunya tinggi, maka akan memberikan hasil yang baik juga pada setiap tindakan yang dilakukan, sebaliknya jika kepercayaan diri tidak ada atau kurang maka tidak berani berbuat dan melakukan sesuatu dengan nyaman. Dengan mempunyai penampilan yang bagus dan menarik, membuat individu remaja merasa percaya diri dengan keadaan dirinya sudah tampil baik.
- b. Prestise atau gengsi, hal ini ada karena tidak ingin kekurangan yang dimiliki terlihat dan adanya keinginan untuk setara dengan kelompok sosialnya. Kaitan dengan *fashion* dan kosmetik ialah, dengan berpenampilan yan baik, bagus dan menarik dapat menutupi kekurangan yang dimiliki dan dapat setara dengan kelompok sosialnya.
- c. Eksistensi diri, adanya keinginan pengakuan dari orang lain berupa pujian baik atas tindakannya dalam berpenampilan. Melalui penampilannya menggunakan produk *fashion* dan kosmetik diharapkan adanya pengakuan dari orang lain atas tindakannya dalam berpenampilan dan keberadaanya diakui.

3. Tindakan sosial remaja dalam konsumsi produk *fashion* dan kosmetik

Tindakan sosial merupakan tindakan individu yang memiliki makna atau arti yang subyektif yang diarahkan pada tindakan orang lain. Terdapat 3 tipe tindakan sosial dalam menganalisis tindakan konsumtif remaja generasi Z ini,

yaitu Rasional Instrumental, Rasionalitas berorientasi Nilai, dan Tindakan Afektif. Adapun penjelasannya sebagai berikut :

- a. Tindakan rasional instrumental dapat dilihat sebagai tindakan karena adanya pertimbangan sadar yang memiliki tujuan untuk dicapai. Adanya pertimbangan yang sadar yang dilakukan remaja atas pemilihan produk-produk penunjang penampilan seperti produk *fashion* dan kosmetik yang termasuk didalamnya sebelum menentukan penampilan. Adanya tindakan ini dikarenakan terdapat tujuan yang ingin dicapai oleh remaja tersebut melalui pemilihan alat yang digunakannya yakni produk-produk *fashion* dan kosmetik yang dipakai dalam penampilannya.
- b. Rasionalitas berorientasi nilai ada karena adanya nilai yang diyakini. Dalam penggunaan produk *fashion* dan kosmetik saat berpenampilan, remaja mempunyai nilai yang mendasari ia dalam bertindak. Nilai tersebut merupakan nilai akhir baginya. Dalam hal ini, tindakan remaja gen Z tersebut dilakukan untuk alasan-alasan dan tujuan-tujuan yang ada kaitannya dengan nilai-nilai yang diyakini secara personal seperti adanya nilai kesopanan, nilai agama, dan nilai cantik ketika berpenampilan.
- c. Tindakan afektif, tindakan ini didasari karena perasaan emosional. Situasi dan kondisi perasaan berpengaruh terhadap penampilan, hal ini dikarenakan adanya keadaan emosional dari remaja tersebut seperti senang, terpaksa, lelah dan takut yang melatar belakanginya ketika berpenampilan termasuk dalam penggunaan produk *fashion* dan kosmetik.



4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan, maka saran yang diberikan adalah :

1. Kepada Remaja

- a. Bagi remaja wanita yang gemar belanja produk *fashion* dan kosmetik secara berlebihan yang hanya untuk memuaskan keinginan sesaat, sebaiknya tidak melakukan pembelanjaan yang sifatnya hanya karena keinginan saja. Sebaiknya mungkin berusaha mengontrol diri agar tidak mudah tergiur dengan segala pengaruh atau bujukan dari siapapun baik itu melalui orang terdekat, iklan yang ada dan lainnya, juga mengontrol diri dari sifat atau kebiasaan diri sendiri yang senang dan suka berbelanja.
- b. Tidak melakukan pemborosan yang dikarenakan adanya keinginan untuk berbelanja terus-terusan. Sebaiknya menyimpan uang tersebut untuk keperluan yang lebih berguna.
- c. Berbelanjalah sesuai dengan apa yang dibutuhkan atau sewajarnya saja.
- d. Pergunakanlah produk yang masih ada dan masih layak untuk dipakai, jangan hanya karena bosan lalu ingin mengganti dan membeli yang baru.

2. Kepada Orang Tua

Sebaiknya selalu mengingatkan dan mengontrol anak agar tidak bertindak terlalu bebas dari segala pengaruh yang ada, karena anak yang berada diusia remaja mudah terpengaruh dengan keadaan sekitarnya dan senang mencoba hal baru yang dianggapnya menarik untuk ia lakukan. Maka dari itu, peran orang tua sangat membantu anak dalam bertindak.