

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil wawancara mendalam yang dilakukan peneliti untuk melihat bagaimana penerimaan generasi *Millennials* yang meliputi persepsi, opini dan interpretasi mereka terhadap makna cantik dalam tayangan *beauty vlog* di YouTube *channel*, maka peneliti menyimpulkan hal-hal berikut.

Interpretasi atau pemahaman yang dibangun informan tentang apa itu cantik adalah kecantikan seseorang itu harus didasarkan pada dua hal yaitu cantik secara jasmani dan cantik rohani. Nilai kecantikan luar dan dalam tersebut dinilai harus berimbang. Cantik rohani lebih ditunjukkan pada sikap, tutur kata yang sopan. Kecerdasan adalah faktor yang ikut mendukung kecantikan itu. Informan juga sepakat mengatakan bahwa seorang perempuan muslim yang memilih untuk menjalankan salah satu kewajibannya yaitu mengenakan hijab atau kerudung untuk menutupi rambut tidak menghalangi perempuan tersebut untuk disebut cantik. Pemahaman yang mereka tentang arti cantik kebanyakan dipengaruhi oleh orang terdekat di sekitar mereka. Hal tersebut sesuai dengan karakter generasi *Millennials* dimana generasi *Millennials* sering kali lebih adaptif dan melek teknologi. Oleh karena itu mereka juga sangat adaptif terhadap berbagai tren maupun keberagaman yang ada di lingkungan sekitar, sekaligus memicu tren itu sendiri. Tren muncul dari kebiasaan yang berubah. Lalu, tren bisa menentukan masa depan dari suatu industri.

Para informan mengaku motif utama menonton tayangan *beauty vlog* adalah untuk sarana hiburan dalam mengisi waktu luang mereka. Meskipun hanya untuk mengisi waktu luang, informan merasa terbantu dengan tayangan *beauty vlog* yang semakin banyak saat ini. *Beauty vlog* menambah pengetahuan mereka mengenai tutorial *make up* untuk referensi menghadiri berbagai acara, *skincare* yang cocok untuk digunakan sesuai dengan kebutuhannya, serta produk-produk kecantikan yang sedang *happening*. Namun informan mengaku tidak ingin menjadi *beauty vlogger* karena merasa tidak percaya diri untuk berbicara di depan kamera dan ditonton oleh khalayak. Informan merasa tidak semahir *beauty vlogger* yang ada di YouTube channel dalam menjelaskan sesuatu.

Generasi *Millennials* merasa puas dengan diri sendiri terutama penampilan fisik. Tiga dari lima informan merasa diri mereka cantik dua lainnya merasa biasa saja. Yang dimaksud cantik disini adalah baik saat mereka menggunakan *make up* atau tidak. Mereka mengaku tidak sempurna namun menghargai diri sendiri dan berusaha untuk selalu tampil percaya diri dengan apa yang dimiliki. Dengan adanya tayangan *beauty vlog*, secara tidak langsung membantu mereka yang sebelumnya masih merasa minder karena penilaian orang lain menjadi lebih percaya diri. Setelah menonton *beauty vlog*, informan beberapa kali mampu menyelesaikan problematika yang ada dalam dirinya. Beberapa diantaranya adalah kepercayaan diri dengan *skintone* yang berbeda dengan kebanyakan orang, bagaimana caranya memilih dan mengetahui warna atau kualitas *make up* yang cocok dengan diri masing-masing, dan lain-lain.

Tayangan *beauty vlog* mampu memicu timbulnya sikap konsumtif. Informan merasa sering penasaran dan akhirnya membeli produk kecantikan yang ditampilkan dan direkomendasikan oleh *beauty vlogger*. Beberapa kali mereka mengalami “salah” membeli produk, namun tidak menyebabkan mereka merasa jera. Justru dengan adanya tayangan *beauty vlog* di YouTube mereka semakin ingin mencoba berbagai produk-produk kecantikan yang lain untuk “memperbaiki” kesalahan sebelumnya. Bahkan ada informan yang jelas mengaku ia rela untuk mengeluarkan *budget* lebih untuk membeli produk kecantikan tepatnya *skincare* agar hasil yang ia rasakan lebih maksimal dan kualitas produk terjamin.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang diungkapkan tentunya ada beberapa kelebihan dan kekurangan yang terjadi, yang meskipun sudah diusahakan namun tetap ada. Ada beberapa hal yang ingin diungkapkan peneliti, dimana nantinya mungkin bisa bermnafaat bagi perkembangan penelitian sejenis, antara lain:

Metode pengumpulan data *Focus Group Discussion* (FGD) memiliki kelebihan salah satunya adalah informan bisa saling bertukar pengalaman satu sama lain. Dan lebih banyak informasi yang keluar atau mengalir sendirinya tanpa harus peneliti ulangi pertanyaan-pertanyaannya. Namun adakalanya ditemui juga informan yang agak canggung karena merasa kurang akrab dengan informan yang lain. Sehingga peneliti harus pandai membangun suasana agar tidak ada informan yang merasa canggung dan sebagainya. Menambah jumlah dan memperhatikan

keberagaman usia, serta kepercayaan yang dianut informan juga disarankan agar dapat lebih menggali jawaban dengan latar belakang informan yang beragam.

Kemudian dalam penelitian ini, peneliti hanya melihat penerimaan khalayak terhadap suatu nilai kecantikan dari sudut perempuan sendiri. Namun kedepannya tidak menutup kemungkinan dilakukan penelitian yang sama dengan tidak hanya melibatkan partisipan perempuan namun juga laki-laki. Mungkin saja nilai kecantikan atau makna cantik dalam tayangan *beauty vlog* berbeda.