

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Melalui analisis interaksi simbolis, dapat dilihat bahwa kampanye *slow beauty* tidak hanya mencakup praktik-praktik keberlanjutan, tetapi juga melibatkan proses pembentukan makna yang kompleks dan dinamis. Interaksi antara pengunggah dan responden menunjukkan bagaimana simbol-simbol “keberlanjutan” (*sustainability*) dapat dipahami dan diperkuat melalui dialog. Kampanye *slow beauty* menurut para anggota *skincare* FD Talk “Eco Friendly Product” ialah menggabungkan kepedulian terhadap lingkungan dengan kebutuhan individu, menciptakan gerakan kecantikan yang holistik dan berdampak positif bagi komunitas dan lingkungan secara berkelanjutan.

Setiap topik unggahan mengenai produk ramah lingkungan melalui ruang diskusi FD Talk “Eco Friendly Product” sebagian besar juga dapat dimaknai sebagai simbol dan bagian dari identitas anggota sebagai pengikut kecantikan lambat (*slow beauty*). Menurut ide dan gagasan utama tentang *slow beauty* yang diperkenalkan oleh Shel Pink, terdapat lima aspek gagasan kampanye *slow beauty* yang telah direpresentasikan dalam komunitas daring FD Talk “Eco Friendly Product”. Adapun gerakan kampanye *slow beauty* yang direpresentasikan ialah, seperti tindakan meminimalisir konsumsi produk, menggunakan produk perawatan sampai habis sebelum menggantinya, memilih produk dari merek kecantikan yang mendukung keberlanjutan, menghindari rasa takut ketinggalan dalam konsumsi

produk, menggunakan produk yang ramah lingkungan dan memiliki banyak fungsi, serta memperhatikan efikasi produksi produk kecantikan lokal yang inklusif.

Dari kesimpulan ini, dapat pula diimplikasikan bahwa pentingnya perusahaan-perusahaan dalam industri kecantikan memperhatikan konsep ini dan menyediakan produk-produk yang sesuai dengan nilai-nilai *slow beauty*, seperti produk yang ramah lingkungan, berkualitas tinggi, dan mendukung keberlanjutan. Selain itu, perusahaan kecantikan juga perlu meningkatkan transparansi dalam proses produksi dan sumber daya bahan baku mereka, untuk memenuhi tuntutan konsumen yang semakin peduli terhadap etika produksi dan lingkungan.

5.2. Saran

Peneliti menyadari bahwa penelitian tentang *slow beauty* secara literal belum pernah ada sebelumnya walaupun tema tersebut masih memiliki kesamaan nilai dengan beberapa contoh penelitian lain yang bertemakan “*sustainability*” dalam industri kecantikan, namun penelitian sejenis ini penting untuk dikaji ulang dan dikembangkan lagi ke depannya mengingat fenomena tren akibat perkembangan teknologi dan informasi dan maraknya produk-produk kecantikan yang saat ini masih berdampak pada lingkungan.