

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana wacana modifikasi tubuh perempuan pada akun TikTok Dosen Kecantikan dengan menggunakan pendekatan analisis wacana digital milik Rodney H. Jones yang mencakup empat elemen yakni, teks, konteks, aksi dan interaksi, serta ideologi dan kekuasaan. Ditemukan konten berisi berbagai jenis modifikasi tubuh yang konsisten diunggah Dosen Kecantikan berikut slogan “gak cantik dari sananya, bisa cantik dari dananya” tidak hanya bertujuan untuk mendorong kalangan perempuan untuk menormalisasi tindakan modifikasi tubuh untuk memperbaiki penampilan dan mempercantik diri, tetapi juga merujuk pada komodifikasi kecantikan yang ditandai dengan adanya teks promosional terkait dokter dan klinik kecantikan yang direkomendasikan oleh Dosen Kecantikan untuk menjalani prosedur modifikasi tubuh.

Melalui analisis pada elemen teks, peneliti menemukan bahwa Dosen Kecantikan mengonstruksi wacana *self empowerment* bagi perempuan dan wacana komodifikasi tubuh perempuan melalui slogan “gak cantik dari sananya, bisa cantik dari dananya” yang ditampilkan dalam video tersebut tertera pada *caption* salah satu dari keempat video yang dianalisis yakni video *botox* dan *HIFU*, serta pada *script* video yang sama. Ditemukan juga adanya *endorsement*, promosi produk atau jasa medis tertentu hampir di setiap kontennya, yang merujuk pada wacana komodifikasi kecantikan.

Pada elemen konteks, ditemukan bahwa latar belakang unggahan konten akun TikTok Dosen Kecantikan yang sebenarnya dibuat secara iseng di TikTok dan Instagram, dengan tujuan membagikan pengalaman pribadinya mengenai perawatan kecantikan. Tujuan ini lambat laun berkembang seiring dengan angka *engagement* yang tinggi di platform TikTok sehingga Dosen Kecantikan mulai menyelipkan pesan persuasi dalam *script* pada konten-kontennya supaya audiens terdorong untuk memodifikasi tubuh, khususnya di klinik kecantikan yang dipromosikan dan direkomendasikannya. Dengan latar belakangnya yang hanyalah wanita biasa yang menikmati kegiatan mempercantik diri dan sama sekali bukan berasal dari dunia medis atau figur lain yang memiliki keahlian di bidang kecantikan, Dosen Kecantikan mengemas kontennya menjadi ruang diskusi antara dosen dengan mahasiswa, namun dengan gaya pendekatan yang akrab dan blak-blakan, ala pertemanan jaman sekarang.

Dosen Kecantikan menyusun *script voice over* di video-videonya dan menanggapi komentar dan pertanyaan audiens sedemikian rupa sehingga menggambarkan hubungan antara Dosen Kecantikan dengan khalayak yang dibangun seolah teman dekat yang saling berbagi tips kecantikan. Dengan penggunaan slogan dan *script voice over* yang disusun oleh Dosen Kecantikan dapat dilihat bahwa Ia mengategorikan prosedur kecantikan yang dikonstruksi; antara sebagai bentuk perawatan diri (*self-care*) dan transformasi diri (*self-improvement*) dari penampilannya yang tidak memenuhi standar kecantikan perempuan Indonesia. Dosen Kecantikan membangun kontra-narasi terhadap dominasi nilai agama-budaya yang menolak modifikasi tubuh, dengan

menunjukkan bahwa kecantikan bisa diperoleh melalui dana dan teknologi medis. Dosen Kecantikan membingkai prosedur estetika yang Ia lakukan sebagai bentuk normalisasi atau justifikasi terhadap tindakan terkait, dan memanfaatkan hubungan akrab yang sudah dibangunnya dengan audiensnya untuk mengonstruksi wacana normalisasi modifikasi tubuh dan resistensi terhadap standar kecantikan natural.

Dari analisis elemen aksi dan interaksi, penulis menemukan adanya wacana polarisasi publik. Konten TikTok yang dianalisis menunjukkan reaksi yang beragam, namun didominasi oleh reaksi positif dan mendukung modifikasi tubuh Dosen Kecantikan. Audiens secara aktif memberikan tanggapannya terkait keputusan dan hasil modifikasi tubuh Dosen Kecantikan melalui beragam komentar, *likes*; baik *likes* pada konten video Dosen Kecantikan maupun *likes* pada komentar audiens lain yang dirasa sependapat. Sejumlah audiens yang mendukung agenda modifikasi tubuh Dosen Kecantikan juga menanggapi komentar negatif dan ambigu pada konten Dosen Kecantikan dengan narasi defensif dan membela Dosen Kecantikan. Beberapa audiens juga saling bertukar informasi di kolom komentar terkait pengalaman pribadi maupun informasi tentang modifikasi tubuh, sehingga tidak hanya Dosen Kecantikan sebagai kreator yang dapat membagikan informasi terkait modifikasi tubuh.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian dan menyimpulkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang bisa dipertimbangkan bagi pembaca penelitian, yaitu:

1. Saran bagi Dosen Kecantikan dan *content creator* sekaligus *beauty influencer* lain di luar sana untuk dapat memberikan *disclaimer* dan

edukasi yang cukup pada konten-kontennya sehingga audiensnya dapat mengolah informasi dengan baik dan tidak gegabah dalam mengambil keputusan dan mengatur skala prioritas sebagai dampak dari pesan persuasi oleh *content creator*.

2. Saran bagi audiens TikTok untuk dapat mengambil keputusan dan mengatur skala prioritas dengan bijak dan tidak mudah *FOMO*, terpengaruh tren atau termakan iklan di media sosial, yang dalam hal ini adalah keputusan untuk tindakan modifikasi tubuh, mengingat modifikasi tubuh disertai dengan risiko keselamatan dan membutuhkan sejumlah besar biaya.
3. Penelitian selanjutnya dapat meneliti lebih dalam bagaimana keadaan sosial masyarakat di Indonesia saat ini terkait dengan nilai-nilai kecantikan dan agenda modifikasi tubuh, serta bagaimana tindakan modifikasi tubuh dipandang di media sosial.