

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

1. Berdasarkan penjelasan dari hasil penelitian yang telah ditemukan dan diperoleh di lapangan. Dengan masih melekatnya pandangan mengenai wanita cantik adalah wanita yang berkulit putih, banyak remaja Kota Gorontalo yang berbondong-bondong untuk tampil memukau dikalangan mereka. Keperluan untuk mengubah atau tampil lebih memukau inilah yang menjadi beban bagi para remaja. Sehingga timbullah rasa untuk menggunakan produk pemutih wajah dengan cara yang instan. Adapun dalam proses ketergantungan remaja terhadap kosmetik ilegal itu dipengaruhi dari lingkungan remaja itu sendiri. Lingkungan remaja yang membuat stigma untuk tampil lebih menarik ini yang mempengaruhi kemauan beberapa remaja menggunakan produk-produk demi tercapainya keinginan dari remaja itu.
2. Adanya teknologi juga pada zaman industri modern sekarang ini, remaja berkembang menjadi manusia yang berdimensi satu. Sehingga adanya penguasaan di bawah prinsip teknologi. Hal ini dilakukan kaum kapitalis yakni para penjual kosmetik ilegal karena dalam sistem ekonomi itu memerlukan konsumen. Konsumen yang dimaksud adalah para remaja, maka dari pemakaian kosmetik ilegal ini, teknologi melalui media dapat menyebarluaskan kebutuhan-

kebutuhan remaja melalui pemasaran lewat sosial media sehingga membuat remaja tertarik dengan begitu terciptanya pemakaian secara terus menerus karena efek dan hasil yang di timbulkan dari kosmetik illegal ini.

3. Setiap remaja dari hasil penelitian dalam masyarakat industri ini dari pemakaian kosmetik illegal ini terciptanya kenyamanan yang mengakibatkan para remaja dengan mudah terpengaruh sehingga pemakain produk kosmetik illegal sampai dengan saat ini masih saja berjalan. Kenyamanan inilah menjadi patokan beberapa remaja pengguna kosmetik illegal untuk tetap bertahan menggunakan produk tersebut.

## **5.2. Saran**

Saran yang dapat diberikan oleh peneliti berdasarkan hasil penelitian ini adalah agar remaja lebih bijaksana dalam memilih produk kosmetik. Dengan begitu remaja dapat membedakan mana kebutuhan yang seharusnya mereka lakukan terlebih dahulu ketimbang keinginan semata. Remaja pula juga harus lebih selektif dalam pemilihan produk apa saja yang akan mereka gunakan untuk wajah mereka nanti. Karena bagi peneliti cantik itu tidak harus putih. Setiap wanita memiliki kelebihan dan kekurangan masing. Hanya bagaimana kita bisa melihat kekurangan maupun kelebihan yang ada dalam diri kita dan juga bisa mensyukurinya. Remaja juga harus lebih bijak dalam memilih dan memilah konten apa yang ingin mereka lihat dalam media sosial, agar tidak berdampak buruk pada pembentukan citra tubuh akibat perasaan insecure atau khawatir tidak

dapat memenuhi standar kecantikan yang ditampilkan oleh media atau kalanganya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdassah, Marline. 2018. *Artikel Ulasan: Tinjauan Bahan Berbahaya Dalam Krim Pencerah Kuli*. Jurnal Farmaka Vol. 16 No. 2.
- Aprilia, Dini. 2016. *Representasi Kecantikan Perempuan dalam Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Akun @mostbeautyindo, @Bidadarisurga, dan @papuan\_girl)*. Jurnal Ilmu Sosial dan Hukum. Vol. 4 no.3.
- Berliana, Nadya. 2018. *Pemakaian Kosmetik Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Putri (Studi Deskriptif Analitis Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Jurusan Bimbingan Dan Konseling Islam Uin Ar-Ranirry)*. Diakses 13 Januari 2018.
- Creswell, John. W. 2009, *Research Design, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mixed*, Terjemahan: Achmad Fawaid, Edisi Ketiga, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010/2012.
- Darmaji, Agus. 201. Herbert Marcuse tentang Masyarakat Satu Dimensi. Jurnal Ilmu Ushuluddin, Vol. N. 6.
- Diananda, Amita. 2018. *Psikologi Remaja dan Permasalahannya*. Homepage: <http://e-journal.stit-islamic-village.ac.id/index.php/istighna>. Vol. 1 No 1. Diakses Februari 2021
- Fitryarini, Inda. 2009. *Iklan dan Budaya Populer: Pembentukan Identitas Ideologis Kecantikan Perempuan oleh Iklan di Televisi*. Vol. 6, No. 2, pp. 119-136. Jurnal Komunikasi.
- Gultom, Andri Fransiskus. 2018. *Konsumtivisme Masyarakat Satu Dimensi Dalam Optik Herbert Marcuse*, Vol. 2. No. 4.
- Hadi, Antonius Satria. 2020. *Analisis Faktor Kenyamanan dan Ketergantungan Mahasiswa Pada Smartphone yang Mengakibatkan Stres*. Jurnal Bisnis Darmajaya, Vol.06. No.02.
- Permata Sari Intan. 2019. *Rekonstruksi Dan Manipulasi Simbol Kecantikan*. Jurnal Hawa, Vol. 01 No.01.
- Misnawati, Erma. 2013. *Analisis Perilaku Menghadapi Masa Pubertas Pada Siswi Di Pondok Pesantren Thoriqul Huda Kebonsari Madiun*. Ponorogo. Diakses 23 Januari 2021.
- Marcuse, Herbert. 2016. *Manusia Satu Dimensi*. Yogyakarta: Narasi, Tahun

- Mora, An Nisa. 2017. *Studi Identifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Penggunaan Kosmetik Pada Siswi Sman 10 Medan*. Diunduh 12 february 2021
- Pratiwi, Dinda Surya. 2011. *Hubungan Konsep Diri Remaja Putri Dengan Perilaku Membeli Produk Kosmetik Pemutih Wajah*. Semarang. Diakses 27 Januari 2021.
- Pinasti, Indah Sri. 2018. *The Sense of Putting on Makeup As A Personal Identity (A Study Of Yogyakarta State University Students)*. Jurnal Pendidikan Sosiologi. Vol 1. No.2.
- Rasha, dkk. 2018. *Pengaruh Fungsi Peer Group Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian (Pencarian Informasi) Produk Kosmetik Pada Remaja Putri*. Jakarta. Vol. 2. No.1.
- Sari, Intan Permata. 2019. *Rekonstruksi dan Manipulasi Simbol Kecantikan*. Jurnal Hawa Vol. 1 No. 1.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&B*, Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyarti, Gita. 2017. *Analisis Kepuasan Konsumen Dalam Memilih Produk Kosmetik Sariayu Martha Tilaar di Kota Semarang*. Jurnal Ilmiah UNTAG. Vol. 6 No. 1, 2017
- Syata, Novitalista. 2012. *Makna Cantik di Kalangan Mahasiswa Dalam Perspektif Fenomenologi*. Skripsi
- Zukhrufani, Alfitri. 2019. *The Effect of Beauty Influencer, Lifestyle, Brand Image And Halal Labelization Towards Halal Cosmetical Purchasing Decisions*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. Vol. 5, No.2.