

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Fenomena perawatan di klinik kecantikan yang dilakukan oleh mahasiswa FIS UNY tanpa disadari telah menimbulkan perilaku konsumtif bagi diri mereka. Kuatnya pengaruh dari adanya kriteria kecantikan yang ada dalam masyarakat tentunya akan semakin mempengaruhi pola pikir anggota masyarakatnya tentang bagaimana kriteria kecantikan itu, dan bagaimana pula cara agar memiliki kriteria kecantikan sesuai dengan yang ada di dalam masyarakat tidak terkecuali juga para mahasiswa. Banyaknya bermunculan klinik-klinik kecantikan telah turut mendorong semua orang untuk semakin memperhatikan penampilan mereka agar sesuai dengan kriteria kecantikan yang ada. Keinginan yang sangat kuat untuk tampil cantik dipahami oleh sebagian besar orang sebagai sebuah kebutuhan, sehingga mereka tidak segan untuk mengeluarkan biaya dalam jumlah yang besar untuk melakukan perawatan wajah di klinik kecantikan.

Kuatnya keinginan untuk tampil cantik, tampil lebih percaya diri dengan memiliki kriteria kecantikan yang ada telah menyebabkan para mahasiswa menganggap bahwa melakukan perawatan wajah di klinik kecantikan merupakan suatu pemenuhan kebutuhan. Namun tanpa mereka sadari disinilah letak perilaku konsumtif tersebut muncul. Yakni ketika mereka tidak dapat lagi membedakan antara sebuah keinginan dan pemenuhan kebutuhan. Hal tersebut sesuai dengan pengertian perilaku

konsumtif itu sendiri yakni adanya ketegangan antara kebutuhan dan keinginan manusia (Hempel dalam Tiurma Yustisi Sari 2009: 21). Serta menurut Yayasan Konsumen Indonesia (dalam Tiurma Yustisi Sari 2009: 22) menyatakan perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk menggunakan konsumsi tanpa batas dan manusia lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan..

Besarnya pengeluaran para informan yang dihabiskan untuk membeli produk kecantikan dan juga melakukan perawatan wajah di klinik kecantikan mampu menjelaskan besarnya pengorbanan yang dihabiskan untuk mendapatkan angan semu tentang standar kecantikan. Para informan merasa bahwa melakukan perawatan wajah serta mengkonsumsi produk-produk kecantikan dari klinik kecantikan bukanlah merupakan perilaku konsumtif namun merupakan suatu pemenuhan kebutuhan belaka. Kebutuhan yang dimaksud di sini adalah pergeseran pemahaman yang awalnya merupakan suatu keinginan lama-kelamaan dipahami sebagai sebuah kebutuhan palsu yang harus dipenuhi agar mereka tetap memiliki kulit wajah yang sesuai dengan kriteria kecantikan yang ada. Kebutuhan palsu dalam penelitian ini adalah kebutuhan untuk melakukan perawatan wajah dan mengkonsumsi produk-produk kecantikan dari klinik kecantikan

Indikator-indikator perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa FIS UNY pada klinik kecantikan antara lain membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk hanya sekedar menjaga

simbol status, memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, serta yang terakhir adalah mencoba lebih dari dua produk sejenis (merk berbeda).

Faktor-faktor yang mendorong pembentukan perilaku konsumtif mahasiswa FIS UNY pada klinik kecantikan yang berhasil peneliti temukan di lapangan dibedakan menjadi dua yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal antara lain faktor situasi lingkungan sosial, waktu dan suasana hati seseorang sangat mempengaruhi informan dalam melakukan perawatan. Kedua, pengalaman belajar tentang perawatan klinik kecantikan yang didapat dari pengalaman pribadi, teman maupun keluarga. Ketiga, gaya hidup, ketertarikan dan pendapat mahasiswa tentang kriteria kulit wajah cantik dan berbagai perawatan serta produk kecantikan dari klinik kecantikan dapat menggambarkan alasan terbentuknya perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa itu sendiri. Sedangkan yang keempat adalah motivasi mahasiswa untuk melakukan perawatan wajah di klinik kecantikan.

Faktor eksternal antara lain yaitu kebudayaan tentang adanya kriteria kecantikan. Kedua, adanya kelas sosial yang didapat karena melakukan perawatan wajah dan mengkonsumsi produk-produk kecantikan dari klinik kecantikan serta nampak lebih menonjol dibandingkan dengan teman-temannya yang lain. Ketiga, kelompok referensi yang mendorong mahasiswa melakukan perawatan wajah dan

mengonsumsi produk-produk kecantikan dari klinik kecantikan antara lain ada teman sebaya, keluarga, *public figure* seperti dokter ternama, media massa dan lain sebagainya. Keempat, adanya dorongan dari keluarga baik material maupun immaterial untuk melakukan perawatan di klinik kecantikan.

Dampak perilaku konsumtif mahasiswa FIS UNY pada klinik kecantikan yang berhasil peneliti temukan di lapangan dibedakan menjadi dua yaitu : dampak positif dan dampak negatif. Dampak positif antara lain menambah rasa percaya diri, terlihat lebih cantik, menjaga kualitas kulit wajah pada masa tua, menunjang untuk mencari pekerjaan, serta mengobati penyakit dan merawat kesehatan wajah. Sedangkan dampak negatifnya yaitu ketergantungan, tambah boros, lebih mudah terbujuk rayuan iklan dan tidak pernah merasa puas dengan hasil yang dicapai.

## **Saran**

1. Mahasiswa harus dapat memilah-milah mana yang merupakan suatu kebutuhan yang memang harus dipenuhi dengan suatu kebutuhan yang sebenarnya hanya merupakan keinginan semu belaka.
2. Mahasiswa harus mampu lebih bijak ketika menjadi pelanggan klinik kecantikan. Alangkah lebih baiknya jika mereka lebih mampu meminimalisir pengeluaran mereka di klinik kecantikan agar tidak menjadi beban orang tua mereka.

3. Tidak hanya serta merta mengikuti trend yang ada di kalangan mahasiswa ketika memilih klinik kecantikan namun disesuaikan dengan pertimbangan biaya, kebutuhan, kualitas, serta kemampuan pribadi masing-masing.