

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Tinjauan ini menggambarkan betapa kuatnya pengaruh TikTok dalam membangun dan memengaruhi standar kecantikan serta perilaku konsumen. TikTok menjadi tempat di mana norma kecantikan dibangun, diperjuangkan, dan dinormalisasikan. *Content creator* bersama dengan *influencer* di platform ini memiliki peran penting dalam membangun wacana kecantikan yang baru dan menjadi ahli dalam mendefinisikan penampilan yang dianggap ideal.

Konten yang ada di TikTok merupakan wacana yang beredar dengan luas di kalangan pengguna TikTok. Wacana ini disebarkan oleh *influencer* dan *content creator* kepada audiensnya. Secara lebih lanjut, wacana yang berisi pengetahuan mengenai norma-norma kecantikan ini membangun persepsi dan menciptakan perilaku konsumsi produk kosmetik secara berkelanjutan.

Pengetahuan tentang kecantikan yang dikonstruksi dalam wacana TikTok sangat beragam dan terdesentralisasi. Berbeda dengan sumber pengetahuan tradisional, TikTok adalah wadah yang memfasilitasi berbagai pandangan tentang kecantikan, dan pengguna aktif berkontribusi dalam membangun pengetahuan ini melalui partisipasi mereka. Ini menciptakan kesempatan bagi beragam norma kecantikan untuk berkembang dan dipelihara oleh komunitas pengguna.

Pengguna TikTok menjadi subjek dalam wacana kecantikan ini karena mereka aktif berpartisipasi dalam mendefinisikan, memahami, dan mereproduksi norma kecantikan yang ada di platform tersebut. Mereka mengejar tampilan yang dianggap ideal dan mengadopsi rutinitas serta perilaku yang disarankan oleh *influencer*. Dengan demikian, TikTok menjadi tempat di mana kuasa dan pendisiplinan diri sangat terlihat dalam membentuk norma kecantikan dan perilaku konsumen.

Peran *influencer* juga sangat signifikan dalam konteks ini. Mereka bukan hanya agen penyebar wacana kecantikan tetapi juga agen pendisiplinan yang membantu

mengatur perilaku dan kebiasaan pengguna TikTok sesuai dengan norma kecantikan yang ditetapkan. Pengguna berdisiplin diri untuk mencapai standar yang diiklankan oleh *influencer*, terutama dalam hal perawatan kulit dan penggunaan produk kosmetik. Dinamika ini sangat mencerminkan pemahaman Michel Foucault tentang kuasa dan pendisiplinan dalam masyarakat kontemporer, di mana norma dan perilaku diatur oleh para ahli dan agen wacana.

5.2 Saran

Berikut peneliti merumuskan beberapa saran yang bersifat teoritis dan praktis terkait hasil penelitian mengenai standarisasi kecantikan dan konsumsi produk kosmetik yang terus berkembang karena adanya konten kecantikan di media sosial TikTok:

5.1.1 Saran Teoritis

Penulis mencatat terdapat beberapa saran teoritis yang ditujukan kepada akademisi yang mungkin memberikan kontribusi yang berharga. Pertama, penelitian selanjutnya dapat menggali lebih dalam konsep kecantikan dalam konteks sejarah dan budaya yang berbeda. Membandingkan konsep kecantikan dari berbagai masyarakat, penelitian ini dapat mengungkap perbedaan dan kesamaan dalam preferensi dan praktik konsumsi produk kosmetik.

Selanjutnya, fokus penelitian dapat diperluas ke aspek psikologis dan psikososial dari konsep kecantikan. Penggunaan kerangka psikologi sosial, penelitian ini dapat menjelaskan persepsi kecantikan dan ekspektasi yang dihasilkannya memengaruhi citra diri dan kepercayaan diri individu. Hal ini akan membantu memahami dampak yang lebih dalam dari standarisasi kecantikan.

Terakhir, penelitian selanjutnya dapat menjelajahi peran perundangan dan regulasi dalam industri produk kosmetik dalam konteks kegiatan konsumsinya. Ini mencakup pemeriksaan peraturan yang mengatur periklanan produk kosmetik, labelisasi produk, dan klaim klinis yang digunakan oleh brand. Pemahaman yang lebih baik tentang aspek hukum, penelitian ini dapat memberikan perspektif yang lebih

komprehensif tentang standarisasi kecantikan di ranah hukum dan terbangunnya ekosistem bermedia sosial agar timbulnya kontrol atas wacana yang beredar di kalangan masyarakat

5.1.2 Saran Praktis

Bagi TikTok, penting untuk terus memantau dan mengontrol konten kecantikan yang dibagikan di platformnya. Ini melibatkan implementasi aturan yang ketat terkait dengan klaim produk kosmetik dan efek sampingnya untuk melindungi pengguna dari informasi yang mungkin tidak benar. Selain itu, TikTok dapat meningkatkan transparansi dalam algoritma yang menentukan eksposur konten kecantikan, sehingga pengguna dapat lebih memahami konten-konten tersebut tampil di FYP mereka.

Bagi *influencer*, perlu ditekankan bahwa mereka memiliki tanggung jawab sosial dalam menyebarkan informasi kecantikan. *Influencer* dapat memastikan bahwa klaim produk yang mereka bagikan telah diverifikasi dan sesuai dengan regulasi yang berlaku. Mereka juga dapat mendukung pesan positif tentang kecantikan yang inklusif dan beragam, untuk mengurangi tekanan pada audiens untuk mencapai standar kecantikan yang sempit.

Sedangkan bagi pengguna TikTok, penting untuk memiliki sikap kritis terhadap konten kecantikan yang mereka konsumsi. Mereka dapat melakukan riset independen tentang produk kosmetik sebelum membelinya dan tidak terjebak dalam tekanan untuk mengikuti tren kecantikan yang mungkin tidak sesuai dengan kebutuhan atau nilai-nilai pribadi mereka. Kesadaran akan pengaruh media sosial dan kemampuan untuk memfilter konten yang mereka konsumsi dapat membantu mereka menjaga kesehatan mental dan fisik. Apabila saran-saran ini diterapkan oleh TikTok, *influencer*, dan audiens dapat berkontribusi dalam menciptakan lingkungan yang lebih sehat dan positif dalam hal standarisasi kecantikan dan konsumsi produk kosmetik.