

BAB V

PENUTUP

Berdasarkan temuan serta analisis yang sudah diuraikan sebelumnya, bab kelima pada penelitian ini bermaksud untuk menjelaskan kesimpulan, implikasi teoritis, praktis, dan sosial, serta saran yang dilandasi oleh hasil penelitian. Kesimpulan yang ada dalam penelitian ini akan menjawab tujuan dan rumusan masalah penelitian, yang juga memuat hasil dari keseluruhan penelitian dan pembahasan yang didapatkan dari tema final dan tema unik yang telah disajikan pada bab sebelumnya. Di mana tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami pengalaman perempuan dalam penggunaan *AR Beauty Filter* pada media sosial Instagram, serta bagaimana perempuan memaknai kecantikan dari pengalaman tersebut. Melalui kesimpulan penelitian akan muncul implikasi praktis, implikasi sosial, dan implikasi teoritis yang isinya merupakan manfaat dari hasil penelitian. Selanjutnya, terdapat saran yang merupakan rekomendasi dari peneliti untuk penelitian serupa yang akan datang.

5.1 Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini dilakukan untuk memahami pengalaman perempuan dalam menggunakan *AR Beauty Filter*. Pencapaian dari tujuan penelitian tersebut dapat dilihat dalam beberapa poin sebagai berikut :

1. Penggunaan *AR Beauty Filter* dalam ekspresi diri perempuan pada media sosial merupakan hal yang esensial, dan menjadi realitas kolektif yang disadari oleh setiap perempuan modern. Pada masa sekarang ini, salah satu kultur masyarakat modern yang paling menonjol adalah membagikan konten

foto dan video sebagai bagian ekspresi diri melalui platform-platform media sosial *HVSM (Higly Visual Sosial Media)* yang semakin berjaya. Hal tersebut menuntut perempuan untuk menampilkan dirinya yang terbaik, agar dapat memiliki citra diri yang baik dalam pandangan sesamanya. Maka dari itu, intensitas penggunaan *AR Beauty Filter* menjadi semakin tinggi, dan telah menjadi normalitas baru dalam membagikan konten foto atau video pada media sosial Instagram.

2. Hasil penelitian menemukan bahwa penggunaan *AR Beauty Filter* merupakan bagian dari ekspresi diri perempuan yang disesuaikan dengan citra diri yang mereka bangun pada akun media sosial Instagram mereka sebagai bentuk *self-branding*. Akan tetapi, pemilihan *AR Beauty Filter* yang digunakan oleh perempuan terlihat menyandikan ciri-ciri kecantikan konvensional. Ditemukan bahwa, dengan menggunakan *AR Beauty Filter* perempuan merasa lebih cantik dan lebih percaya diri, daripada tidak menggunakannya. Gambaran diri dengan *AR Beauty Filter* inilah yang menjadi preferensi perempuan untuk dapat memaknai diri sebagai cantik. Padahal, variasi dari *AR Beauty Filter* dapat membantu Perempuan dalam menampilkan kecantikan mana saja yang mereka inginkan, tetapi penggunaan *AR Beauty Filter* ternyata tidak cukup menjadi *empowerment* bagi Perempuan dalam mengekspresikan diri, dan justru menjadi alternatif untuk memenuhi standar kecantikan konvensional. Temuan tersebut membenarkan asumsi penelitian, bahwa penggunaan *AR beauty filter* oleh Perempuan masih membawa pesan-pesan kecantikan *eurosentris* yang membatasi ekspresi kecantikan diri perempuan hanya pada standar tertentu.

3. Realitas kecantikan Perempuan pada masa modern ini menjadi semakin meluas dengan adanya perkembangan teknologi, dimana penggunaan *AR Beauty Filter* memiliki andil yang besar dalam cara Perempuan melihat kecantikan yang ideal pada media massa. Penggunaan *AR Beauty Filter* kemudian melahirkan 2 gambaran diri bagi perempuan, yaitu gambaran diri pada dunia nyata (*actual self*) dan juga gambaran diri dengan *AR Beauty Filter* pada dunia digital (*augmented/ ideal self*). Karena sering melihat dua gambaran diri tersebut secara bergantian dan terus-menerus, membuat beberapa perempuan menjadi tidak dapat membedakan mana yang nyata dan mana yang tidak nyata (*virtual*), sesuai dengan konsep *hyperreality* dari Jean Baudrillard. Realitas kecantikan yang kemudian dimaknai oleh Perempuan sebagai kecantikan ideal yang membuat mereka menjadi lebih percaya diri adalah realitas dimana gambaran diri Perempuan telah menggunakan *AR Beauty Filter*. Ekspresi kecantikan melalui gambaran diri tersebut, kemudian tervalidasi dengan respon-respon positif yang diberikan oleh audiens yang ditemui Perempuan dalam akun media sosial mereka, yang kebanyakan berupa gestur *like* dan juga komentar pujian. Hal tersebut secara tidak langsung mengkonfirmasi realitas kecantikan yang mereka tampilkan adalah kecantikan ideal yang didukung, yang membuat Perempuan dalam penelitian ini merasa gambaran diri tersebut adalah yang nyaman untuk mereka dan membuat merasa lebih cantik dan lebih percaya diri.

5.2 Implikasi Penelitian

5.2.1 Implikasi Teoretis

Secara teoretis, penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan penjelasan mengenai studi fenomenologi tentang *AR Beauty Filter* dan pemaknaan kecantikan yang muncul dari penggunaannya. Penelitian ini menemukan bahwa standar kecantikan yang berciri eurosentris masih menjadi hal yang dimaknai perempuan, khususnya dalam pemilihan *AR Beauty Filter* yang digunakan oleh perempuan untuk ekspresi dirinya pada media sosial Instagram. Hasil dari penelitian ini memperlihatkan ekspresi diri perempuan dengan penggunaan *AR Beauty Filter* ternyata masih ditujukan untuk memenuhi standar kecantikan yang ada. Hal tersebut menandakan ekspresi kecantikan perempuan yang masih terjebak pada standar kecantikan dalam budaya patriarki.

Penelitian ini juga menambahkan penjelasan mengenai konsep *hyperreality* yang dikemukakan oleh Jean Baudrillard, yang dapat dilihat dari pengalaman perempuan menggunakan *AR Beauty Filter*. Dimana penggunaan *AR Beauty Filter* merubah konstruksi realitas kecantikan perempuan, dimana definisi kecantikan yang dimaknai perempuan sebagai cantik, kini didasari dengan kecantikan yang mereka lihat pada gambaran diri yang menggunakan *AR Beauty Filter*. Hal tersebut kemudian mengaburkan pandangan beberapa informan mengenai konsep nyata (*real*) dan tidak nyata (*virtual*).

5.2.2 Implikasi Praktis

Dari segi praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi refleksi bagi para kreator filter pada media sosial Instagram, untuk menyadari dampak dari kreasi mereka terhadap pemaknaan kecantikan perempuan yang didapati dari pesan-

pesan kecantikan di media sosial. Diharapkan para kreator filter untuk dapat mendesain filter-filter yang lebih terbuka pada kecantikan inklusif.

Hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi refleksi bagi para Perempuan pengguna *AR Beauty Filter*, untuk dapat lebih memperhatikan penggunaan dan pemilihan filter yang akan berperan dalam mengkonstruksi realitas kecantikan yang dipahami, agar tidak sampai kehilangan pemahaman mengenai realitas kecantikan diri yang ada pada dunia nyata. Diharapkan melalui penelitian ini, perempuan dapat menumbuhkan *empowerment* untuk mengekspresikan diri dengan lebih bebas, dan mengeksplorasi kecantikan diri yang sudah dimiliki sejak lahir.

5.2.3 Implikasi Sosial

Penelitian ini secara sosial diharapkan dapat memberikan pemahaman sosial kepada masyarakat mengenai fitur *AR Beauty Filter* pada media sosial Instagram, dan bagaimana penggunaannya dapat membawa pesan-pesan kecantikan pada perempuan dalam memaknai kecantikan yang ideal. Penelitian ini juga diharapkan dapat memicu kesadaran masyarakat untuk dapat melihat penggunaan *AR Beauty Filter* dengan lebih terbuka pada kecantikan-kecantikan alternatif lain, dan tidak hanya terpaku pada filter yang menyandikan ciri kecantikan eurosentris.

5.3 Saran

Melalui penelitian ini, diharapkan bahwa masyarakat dan juga peneliti-peneliti selanjutnya dapat memberikan perhatian lebih mendalam mengenai fenomena penggunaan *AR Beauty Filter* pada perempuan dan pemaknaan kecantikan yang

muncul dari pengalaman tersebut. Mengingat topik mengenai *Augmented Reality Filter* dan juga *hyperreality* masih belum banyak dibahas, terutama di Indonesia. Diharapkan dapat terlahir penemuan-penemuan baru, dengan teori serta sudut pandang baru mengenai topik tersebut.

Peneliti juga menyarankan agar perempuan dapat menggunakan *AR Beauty Filter* dengan pemikiran lebih terbuka, agar dapat mencoba mengeksplorasi alternatif-alternatif kecantikan inklusif lainnya, yang dapat ditemukan pada variasi *AR Beauty Filter* yang beragam.