



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, setelah melakukan analisis isi kualitatif pada artikel rubrik *beauty* Popbela.com. Dari konsep komodifikasi isi Vincent Mosco yang digunakan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan bahwa terdapat komodifikasi isi media pada media gaya hidup Popbela.com, khususnya pada rubrik *beauty* atau kecantikan.

Dalam konsep komodifikasi isi Mosco, dikatakan bahwa pelaku media mengubah pesan melalui teknologi yang ada menuju sistem interpretasi yang penuh makna sehingga menjadi pesan yang *marketable*. Singkatnya, komodifikasi ini mengubah pesan dari sekumpulan data atau informasi menjadi nilai guna yang dapat dipasarkan. Beberapa artikel yang terdapat di rubrik *beauty* atau kecantikan Popbela.com memberikan informasi berisi sesuatu yang diproduksi atau ditawarkan untuk dijual kepada pembaca. Hal ini juga dapat dikatakan bahwa peran media dapat memengaruhi pemikiran, pola pikir, dan perilaku masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Sesuatu yang masyarakat konsumsi, baik itu membaca, menonton, atau mendengarkan berita secara tidak langsung dapat memengaruhi mereka.

Berkaitan dengan isi atau konten media, dari hasil penelitian ini terdapat tiga pembagian kelompok berdasarkan jenis kontennya, yaitu artikel yang

membahas rekomendasi produk, artikel *review* produk, dan artikel yang memperkenalkan produk terbaru. Tiga hal tersebut pun melandasi adanya komodifikasi isi yang terjadi pada media Popbela.com. Dari tiga kelompok tersebut, khalayak secara tidak langsung dijadikan sebagai konsumen media.

Konsep kecantikan pun seiring berkembangnya zaman semakin berubah, Yang mulanya konsep kecantikan memiliki arti masing-masing pada setiap orang, kini konsep kecantikan pada media adalah seseorang yang tampil cantik, mulus, memesona, memiliki kulit sehat, dan rambut indah adalah mereka yang menggunakan produk-produk kecantikan dan perawatan tubuh yang ditawarkan di media.

Hasil penelitian ini juga menyimpulkan bahwa dunia kecantikan pada sekarang ini sudah sangat berkembang dibandingkan tujuh atau delapan tahun silam. Dapat dilihat dari produk-produk kecantikan yang banyak bermunculan baik di media dan pasaran, serta banyak media yang fokus pada dunia perempuan, khususnya dalam dunia kecantikan dan dunia mode atau *fashion*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memiliki beberapa saran dalam bidang akademis dan praktis. Saran ini diharapkan dapat berguna untuk penelitian sejenis berikutnya juga untuk masyarakat.

5.2.1 Saran Akademis

Studi terkait media kecantikan atau sejenisnya seperti *fashion* dan lain-lain masing jarang dilakukan di Indonesia. Oleh karena itu, peneliti menyarankan adanya penelitian lanjutan terkait jurnalisme atau media kecantikan. Peneliti pun menyarankan adanya penelitian lanjutan serupa yang fokus nya pada jurnalis dalam media gaya hidup seperti jurnalis *beauty* atau jurnalis *fashion*.

5.5.2 Saran Praktis

Bagi rubrik *beauty* atau kecantikan pada Popbela.com, peneliti menyarankan agar tetap berpegang pada tujuan utama Popbela bahwa khalayak atau pembaca merupakan tujuan utama mereka dalam memberikan informasi dan tetap mempertahankan posisi pertama dalam portal media khusus perempuan. Membahas dunia kecantikan atau rubrik *beauty* mungkin bisa dibahas lebih banyak mengenai informasi kecantikan yang lebih alami dan natural.