

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Fast Beauty merupakan fenomena yang tidak bisa dihindarkan dan akan hidup beriringan dengan masyarakat, terutama Gen Z. Usaha untuk terus memenuhi kebutuhan konsumen dan peluncuran produk kecantikan akan terus berjalan dengan tingginya minat masyarakat. Konsumen memiliki peran penting dalam mengenali kebutuhannya masing-masing dan bijak dalam membeli produk baru. Oleh karena itu, penulis merancang sebuah media informasi berbasis digital yang bertujuan membantu masyarakat dalam mengenali pengertian dan bahaya dari *fast beauty*. Video TikTok digunakan sebagai pengenalan akan ciri-ciri *fast beauty* yang selama ini mungkin tidak disadari oleh masyarakat. Tidak hanya itu, penulis juga menggunakan YouTube ads yang bertujuan untuk menarik perhatian audiens. Selain itu, penulis juga membuat serangkaian media lainnya seperti Instagram *feeds* dan *ads* yang dapat memberikan informasi lebih lanjut mengenai pengertian dan bahaya dari *fast beauty*. Perancangan ini juga didukung oleh media lainnya seperti *website banner* dan *merchandise*.

Perancangan ini memanfaatkan media informasi digital cocok bagi para Gen Z yang erat dengan teknologi. Hal itu bertujuan untuk meningkatkan *awareness* dan pengetahuan masyarakat mengenai pengertian, bahaya, serta alternatif dari penggunaan *fast beauty*. Sehingga, media informasi digital dikemas menggunakan visual yang menarik dan informatif. Melalui hasil *market validation*, semua narasumber menjelaskan bahwa informasi mengenai pengertian dan bahaya dari *fast beauty* sudah tersampaikan dengan baik. Beberapa elemen pendukung seperti ilustrasi, teks, efek, hingga pemilahan shot juga sudah sangat mendukung.

5.2 Saran

Selesainya proses perancangan ini tentu tidak luput dari ketidaksempurnaan dan kekurangan. Sehingga, saran dan masukan sangat

dibutuhkan agar hasil perancangan mengenai topik *fast beauty* dapat terus berkembang. Berikut saran yang dapat penulis jabarkan:

1. Dosen/ Peneliti

Terdapat kurangnya narasumber pada perancangan yang terbatas pada *beauty influencer*. Sehingga, kebaruan berupa penambahan narasumber dengan aktivis, *non-govermental organization* (NGO), dan orang yang ahli dibidang lingkungan dapat dilakukan. Sehingga, harapannya perancangan mengenai bahaya dari *fast beauty* dapat menginspirasi para dosen atau peneliti lainnya untuk mengkaji dan memberikan kebaruan pada topik serupa. Dengan keterbatasan yang terletak hanya di satu kota, kebaruan berupa memperluas target audiens dapat dilakukan, mengingat fenomena *fast beauty* dapat terjadi dimana saja, kapan saja. Untuk mencapai hal tersebut, melakukan pre-kuesioner juga disarankan untuk memvalidasi masalah dalam kota yang dituju.

2. Universitas

Perancangan mengenai bahaya dari *fast beauty* dapat dimanfaatkan sebagai referensi maupun inspirasi bagi mahasiswa yang sedang maupun akan membuat perancangan dengan topik yang serupa. Harapannya, Universitas Multimedia Nusantara dapat memberikan dukungan kepada perancangan dengan topik serupa.