

BAB 5

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian mengenai pengaruh *selebgram endorsement* terhadap gaya hidup konsumtif dalam membeli produk *fashion* yang menfokuskan pada siswa SMA Negeri di kota Bandung dengan menggunakan 3 sampel sekolah yakni SMA Negeri 5 Bandung, SMA Negeri 10 Bandung, dan SMA Negeri 27 Bandung, menggunakan metode kuantitatif, maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

Pertama, persepsi siswa SMA terhadap *selebgram endorsement* memiliki kategori yang tinggi. Sebanyak 57,73% responden memiliki persepsi atau tanggapan yang positif terhadap karakteristik VISCAP (*visibility, credibility, attractiveness, dan power*) yang dimiliki oleh *selebgram endorser*. Hal tersebut dikarenakan pengaruh konstruksi simbol yang diciptakan oleh *selebgram* itu sendiri.

Kedua, tingkat gaya hidup konsumtif dalam membeli produk *fashion* pada siswa SMA Negeri di kota Bandung secara umum terdapat pada kategori sedang. Namun walaupun begitu pada beberapa aspek seperti aspek pembelian impulsif (*impulse buying*), pembelian tidak rasional (*non rasional buying*), dan pembelian boros (*wasteful buying*) yang berada pada kategori yang tinggi.

Ketiga, pengaruh *selebgram endorsement* terhadap gaya hidup konsumtif dalam membeli produk *fashion* siswa SMA Negeri di kota Bandung memiliki hubungan atau pengaruh positif sebesar 55,65% sementara 44,42% lainnya dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Implikasi

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, maka dari itu terdapat implikasi sebagai berikut;

1. Bagi kalangan siswa SMA, penelitian ini dapat memberikan implikasi berupa pemahaman mengenai pengaruh konstruksi iklan media sosial terutama *selebgram endorsement* terhadap dampak yang ditimbulkan.
2. Bagi orangtua siswa, penelitian ini berimplikasi dalam memberikan informasi dan pengetahuan baru bagi para orangtua mengenai pengaruh *selebgram endorsement* yang bias berdampak negatif pada gaya hidup anak-anaknya.
3. Bagi Program Studi Pendidikan Sosiologi, penelitian ini berimplikasi dalam menambah wawasan keilmuan dan pengetahuan dalam bidang kajian sosiologi kontemporer atau sosiologi modern, kajian ini juga bisa diterapkan dalam proses pembelajaran dalam program studi pendidikan sosiologi.
4. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini berimplikasi dalam gambaran dan referensi dalam penelitian selanjutnya terutama dalam bidang kajian konstruksi sosial dan sosiologi kontemporer atau sosiologi modern.

5.3 Rekomendasi

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat rekomendasi dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi kalangan siswa SMA, diharapkan dapat bersikap dewasa dan rasional dalam bertindak, diharapkan dapat mengatur keuangan dengan baik, dan dapat memberikan batasan pada diri sendiri mengenai mana kebutuhan utama yang memang penting untuk dibeli terlebih dahulu.
2. Bagi orangtua siswa, memberikan pengawasan kepada anak-anaknya lagi, terutama orangtua harus bisa mengontrol keuangan, memenuhi kebutuhan secukupnya kepada anak agar tidak tumbuh gaya hidup konsumtif. Selain itu orangtua juga harus memberikan batasan-batasan penggunaan gadget dan media sosial pada anak, agar setiap aktivitas yang dilakukan anak di media sosial dapat terkontrol dan terawasi dengan sewajarnya.
3. Bagi Program Studi Pendidikan Sosiologi, lebih memperbanyak jurnal/sumber dan mengadakan kajian yang berhubungan dengan teori

masyarakat konsumtif dan teori sosiologi kontemporer/modern agar mahasiswa dapat mengkaji topik lebih dalam lagi.

4. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat meneliti lebih jauh dan mendalam mengenai *selebgram endorsement*, misalnya dengan menghubungkan dengan variabel lain atau dampak lain seperti pengaruhnya pada aspek perilaku menyimpang atau hal lainnya. Selain itu diharapkan subjek penelitian ini dapat diklasifikasikan lebih mendetail, misalnya disajikan data seperti golongan kelas sosial, jenis kelamin, keadaan orangtua sehingga dalam temuan dan pembahasan dapat memperkaya informasi dengan adanya data bahwa gaya hidup konsumtif ini cenderung terjadi pada siswa perempuan atau siswa laki-laki.