BAB 6

KESIMPULAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan pada film *Confessions of a Shopaholic* mengenai perilaku konsumtif dengan menggunakan metode hermeneutika, maka penulis memiliki kesimpulan sebagai berikut :

1. Perilaku konsumtif yang ada film *Confessions of a Shopaholic*, di mulai dari iklan dan konformitas, kedua hal ini mampu mempengaruhi orang untuk konsumtif. Iklan dan konformitas menjadi tahap awal seseorang menjadi konsumtif, iklan mempunyai andil besar dalam mempengaruhi seseorang untuk berperilaku konsumtif karena kemampuannya mempersuasi, mensugesti orang dan keinginan dalam diri seseorang untuk sama dengan orang lain maka terciptalah konformitas.

2. Perilaku konsumtif disebabkan oleh berbelanja tanpa direncanakan, memaksakan diri untuk berbelanja padahal hutang menumpuk dan banyak barang yang hanya dipakai sekali atau tidak pernah sama sekali. Hal ini mengakibatkan ketidakmampuan dalam mengambil keputusan yang tepat saat berbelanja.

3. Dalam perilaku konsumtif terjadi karena adanya pergeseran kebutuhan, umumnya kebutuhan itu dimulai dari kebutuhan dasar menuju kebutuhan tingkat atas tetapi yang malah terjadi kebutuhan itu memutar. Diawali kebutuhan harga diri yang berada tingkat atas yang bertujuan menunjang kebutuhan dasar lalu setelah itu naik kebutuhan selanjutnya.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dianalisis, maka saran yang dapat peneliti berikan terkait perilaku konsumtif pada film *Confessions of a Shopaholic* antara lain sebagai berikut :

1. Bagi masyarakat agar lebih bijak dalam menggunakan kartu kredit. Tidak ada salah dalam menggunakan kartu kredit tetapi dapat menjadi salah saat seseorang tidak dapat bijak dalam menggunakannya. Apalagi Indonesia sebagai pangsa pasar bebas dunia. Perlunya bersikap bijak dalam menggunakan kartu kredit dan berbelanja.

2. Bagi sineas perfilman Indonesia sebaiknya mulai membuat film yang bertemakan berperilaku konsumtif, bukan bertujuan mengajak masyarakat menjadi konsumtif tetapi mengajarkan pada masyarkat untuk lebih mencintai produk dalam negeri dan bijak dalam mengonsumsi sesuatu.