

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas maka penulis dapat memberi kesimpulan sebagai berikut:

1. Peneliti menyimpulkan bahwa gaya hidup konsumtif generasi milenial dalam persepsi anggota komunitas punk “Taring Babi” adalah gaya hidup yang cenderung instan, pragmatis, dan tidak menghargai nilai-nilai proses, di mana dalam aktivitasnya milenial mengonsumsi suatu barang atau jasa bukan berdasarkan kebutuhan melainkan hanya untuk sekadar bergaya, meningkatkan status sosial, dan mengikuti tren. Kondisi itu tak lepas dari kepentingan bisnis yang dibuat pengusaha agar produknya laku di pasaran. Skema tersebut dilakukan melalui penyebaran iklan di media televisi atau media sosial yang keduanya erat dengan kehidupan para milenial. Pendek kata, milenial pada akhirnya tercipta menjadi objek pasar yang potensial bagi keuntungan pebisnis. Apapun dilakukan untuk memuaskan hasrat konsumtifnya. Dampaknya dari gaya hidup konsumtif tersebut membuat nilai-nilai tradisi bangsa bisa tergerus karena kehadiran budaya konsumtif.
2. Faktor yang melandasi persepsi anggota komunitas punk “Taring Babi” beragam tetapi dominan, nilai-nilai yang dianut dan pengalaman masa lalu menjadi faktor yang melatarbelakangi munculnya persepsi tersebut.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Akademis**

Penelitian ini masih banyak kekurangan terkait dengan penyajian data yang valid dan akurat. Bila ada peneliti yang ingin melakukan riset dengan subjek dan objek yang sama, maka diharapkan mampu memberikan penjelasan data yang lebih valid dan akurat. Sebagai saran, kalau bisa narasumber yang diwawancarai ada baiknya lebih banyak lagi serta lebih mendalam tentang fenomena tersebut.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka ditemukan bahwa anggota komunitas punk menilai gaya hidup konsumtif generasi milenial sebagai gaya hidup yang bersifat pragmatis, serba instan, dan tidak menghargai proses. Konsumsi barang hanya untuk mengikuti tren semata tanpa tahu barang itu dibutuhkan atau tidak. Terlebih lagi bahwa gaya hidup konsumtif yang menjerat generasi milenial adalah bentuk dari skema pebisnis untuk menjebak para milenial agar terus mengonsumsi produk-produk yang dihasilkan yang kerap diiming-imingkan sebagai gaya.

Dari hal di atas, maka saran bagi masyarakat pada umumnya dan para milenial pada khususnya perlu menimbang lagi ketika mengonsumsi barang atau jasa yang sesungguhnya tidak dibutuhkan. Lebih baik agar menyusun skala prioritas barang apa saja yang memang perlu dibeli atau dikonsumsi. Sepatutnya, para milenial menabung untuk keperluan mendatang adalah jalan yang paling baik untuk mengantisipasi terjadinya kebutuhan penting ataupun mendesak.