

BAB V

PENUTUP

Perkembangan industri musik Korea Selatan yang sangat pesat membuat jumlah penggemar K-Pop terus bertambah dengan cepat, khususnya dengan media sosial Twitter yang digunakan sebagai media atau platform utama untuk mencari informasi dan melakukan kegiatan sebagai penggemar K-Pop dalam mendukung idola dan grup yang disukainya. Kelompok penggemar K-Pop generasi ke-4 khususnya yang tergabung dalam *fandom* STAY, ATINY, dan MOA terus menunjukkan kekompokan *fandom* yang besar dan kuat dengan aktivitas-aktivitasnya dalam mendukung idola mereka. Kekuatan kelompok penggemar K-Pop generasi ke-4 juga ditunjukkan dengan seringnya *fanwar* antar *fandom* atau kelompok penggemar terjadi di media sosial Twitter dengan mengangkat masalah atau isu-isu seputar idola atau grup yang disukainya. Namun, ternyata *fandom* STAY, ATINY, dan MOA menunjukkan dinamika komunikasi yang berbeda-beda di dalam kelompok penggemar *fandom* masing-masing ketika mereka dihadapkan dengan *fanwar* yang sudah atau sedang berlangsung.

Hal tersebut menjadi sebuah keunikan yang ingin diteliti oleh penulis, di mana kelompok penggemar (*fandom*) K-Pop generasi ke-4, khususnya *fandom* STAY, ATINY, dan MOA, memiliki dinamika komunikasi yang beragam baik di dalam *fandom* sendiri maupun dengan *fandom* lain dalam menanggapi dan memicu *fanwar* di media sosial Twitter. Dari penelitian yang sudah dilaksanakan, terdapat beberapa kesimpulan dan rekomendasi yang ditemukan dan dirangkum oleh penulis selama melakukan penelitian.

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dijabarkan pada bab-bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa dinamika komunikasi kelompok penggemar K-pop generasi ke-4 (Stray Kids, ATEEZ, dan TXT) khususnya

yang tergabung dalam *fandom* STAY, ATINY, dan MOA dalam menanggapi dan memicu *fanwar* di media sosial Twitter, antara lain:

1. Dalam masing-masing *fandom* yaitu, STAY, ATINY, dan MOA, memiliki karakteristik interaksi yang sama dalam menanggapi *fanwar* di Twitter, di mana penggemar akan terbagi menjadi tiga jenis penggemar, antara lain: (1) penggemar aktif yaitu penggemar yang memilih untuk terlibat dalam *fanwar* secara aktif menanggapi dan membalas *tweet* yang berisi ujaran kebencian atau *tweet* provokatif, (2) penggemar pasif, yaitu penggemar yang memilih untuk mengamati dan sekedar mencari informasi mengenai *fanwar* serta memberikan kontribusi berupa *like* dan *retweet*, dan (3) penggemar netral, yaitu penggemar yang memilih untuk tidak terlibat dalam *fanwar* dan menjauh dari *fanwar*, serta menetralkan, menghentikan, atau mencarikan suasana pada *timeline* Twitter.
2. Komunikasi di dalam *fandom* STAY, ATINY, dan MOA berjalan secara satu arah maupun dua arah, di mana komunikasi antar akun pribadi penggemar (*fan account*) dengan *fan account* lain berjalan dengan dua arah dengan adanya timbal balik satu sama lain, sedangkan komunikasi antar *fanbase* dengan akun-akun penggemar berjalan secara satu arah saja.
3. Jaringan komunikasi dalam masing-masing *fandom* STAY, ATINY, dan MOA memiliki pola yang sama, yaitu Pola Rantai dan Pola Bintang. Pola Rantai ditemukan ketika *fanwar* terjadi atau sedang ada kegiatan penting berlangsung, di mana isu dan informasi bersifat penting dan tidak boleh diketahui oleh penggemar dari *fandom* lain. Sedangkan untuk Pola Bintang ditemukan dalam komunikasi penggemar setiap hari dalam berinteraksi satu sama lain dan memberikan informasi atau *update* mengenai idolanya.
4. Ketika terjadi *fanwar*, *fanbase* dan *fan account* khususnya dengan jumlah *followers* yang banyak menjadi kunci atau sosok penting ketika terjadi *fanwar* di mana keduanya akan mengingatkan penggemar lain untuk tidak terlibat terlalu jauh dengan *fanwar*.
5. Alasan dan tujuan adanya *fanwar* antar kelompok penggemar K-Pop generasi ke-4, antara lain: (1) adanya keinginan penggemar agar idolanya

diakui oleh penggemar dari *fandom* lain, dan (2) memiliki ego yang besar di mana grup idolanya harus selalu menjadi yang pertama dalam segala hal dan mengalahkan grup lainnya, serta rasa iri dan tidak terima ketika ada grup lain yang mengalahkan idolanya.

6. *Fanwar* memiliki dampak yang cukup besar bagi beberapa pihak, yaitu : (1) dampak terhadap citra atau *image fandom* menjadi buruk karena di label sebagai *fandom* atau kelompok penggemar yang sering memicu atau terlibat dalam *fanwar*, (2) citra grup idola *fandom* turut menjadi buruk karena dianggap tidak dapat mengajarkan dan menegur penggemarnya, dan (3) hubungan antar penggemar, khususnya antar kelompok penggemar atau *fandom* akan menjadi keruh jika terus menerus terlibat dalam *fanwar*.
7. Penggemar K-Pop generasi ke-4 mengetahui adanya *fanwar* menggunakan fitur-fitur yang terdapat di Twitter, seperti *timeline*, *trending topic*, *reply*, serta fitur *direct message* (DM) yang digunakan bersama teman di Twitter.
8. Penggemar K-Pop generasi ke-4, khususnya *fandom* STAY, ATINY, dan MOA, aktif mengamati, mencari tahu dan informasi, serta membicarakan *fanwar* yang terjadi di Twitter bersama dengan penggemar lain, di mana mereka juga turut berperan dalam menyebarkan informasi dan *tweet* positif dengan memberikan *like* dan/atau *retweet* serta menyuarakan pendapatnya ketika *fanwar* dirasa sudah parah.
9. Motivasi penggemar K-Pop generasi ke-4 dalam mencari informasi seputar *fanwar* karena adanya rasa keingintahuan yang besar mengenai awal mula dan alasan *fanwar* terjadi dan bagaimana *fanwar* akan selesai atau reda.
10. Secara umum, penggemar K-Pop generasi ke-4, khususnya yang tergabung dalam *fandom* STAY, ATINY, dan MOA mengetahui gambaran umum mengenai *fanwar* dan isu-isu yang diangkat dalam *fanwar* walaupun mereka tidak terlibat dalam *fanwar* tersebut ataupun *fandom* yang sedang terlibat dalam *fanwar* itu sendiri.
11. *Fanwar* merupakan hal yang umum atau lumrah di kalangan kelompok penggemar K-Pop, khususnya penggemar K-Pop generasi ke-4 dengan

isu-isu atau permasalahan yang diangkat seperti kepantasan grup idola mereka dalam menerima penghargaan, grup idola siapa yang lebih baik, dan isu lainnya yang bersangkutan dengan idola mereka yang seringkali melebar sampai membahas mengenai kondisi kesehatan mental, keluarga, dan sifat dari grup idola itu sendiri.

12. Penggemar K-pop generasi ke-4 mengetahui adanya *fanwar* dan mencari informasi mengenai *fanwar* melalui media sosial Twitter dikarenakan Twitter merupakan platform yang paling sering digunakan oleh penggemar K-Pop dalam beraktivitas. Adapula Instagram dan TikTok yang menjadi platform lain sebagai media untuk mengetahui adanya *fanwar*.

5.2. Implikasi Penelitian

5.2.1. Implikasi Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi dalam ranah penelitian ilmu komunikasi dengan mengaplikasikan konsep-konsep yang ada pada teori dinamika komunikasi kelompok dan *participatory culture* melalui kelompok penggemar atau *fandom* K-Pop dan industri musik Korea Selatan, di mana penelitian ini menunjukkan bahwa teori-teori yang digunakan dapat membantu penulis untuk mendapatkan informasi dan data yang dibutuhkan. Arah komunikasi dan jaringan komunikasi serta peran serta pada *participatory culture* menunjukkan adanya keunikan dalam kelompok penggemar K-Pop generasi ke-4 yang tergabung dalam *fandom* STAY, ATINY, dan MOA yang diteliti oleh penulis, antara lain aksi menteralkan, menghentikan, dan preventif dalam memicu dan menanggapi *fanwar*, penggemar pasif yang sekedar memberikan *like* dan *retweet* justru berperan lebih besar dalam menyebarkan/mempublikasikan *fanwar* di Twitter dibanding penggemar aktif sehingga memperkaya perkembangan *participatory culture theory*.

5.2.2. Implikasi Praktis

Secara praktis, penelitian ini menunjukkan bahwa perkembangan industri musik K-Pop berjalan dengan sangat cepat dan solidaritas atau kekuatan kelompok serta tanggapan penggemar K-Pop yang beragam dalam menyikapi dan memicu *fanwar* di Twitter menjadi faktor yang penting dalam dinamika komunikasi kelompok penggemar K-Pop, sehingga dapat meningkatkan dan mengembangkan budaya kelompok penggemar yang aktif berinteraksi satu sama lain dalam membahas isu-isu sosial dan kemanusiaan.

5.2.3. Implikasi Sosial

Secara sosial, penelitian ini dapat memberikan edukasi dan inspirasi kepada kelompok-kelompok penggemar atau *fandom* K-Pop lainnya mengenai solidaritas dan kesetaraan penggemar antar satu *fandom* dengan *fandom* lain, serta *awareness* akan pentingnya bersikap dan menanggapi *fanwar* di media sosial Twitter.

5.3. Rekomendasi

Penulis memberikan beberapa rekomendasi dalam bentuk saran-saran sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai landasan dan pandangan baru untuk penelitian berikutnya yang membahas mengenai dinamika komunikasi kelompok penggemar K-Pop dari *fandom* lain serta tanggapan penggemar K-Pop terhadap *fanwar*, agar pembaca mendapatkan informasi dan data tambahan yang beragam mengenai *fandom* K-Pop di Indonesia, serta *participatory culture theory* di dalam suatu kelompok penggemar dan keterlibatan penggemar dalam suatu aktivitas atau kegiatan.
2. Penggunaan teori dalam penelitian masih perlu dikaji lebih dalam oleh penelitian-penelitian selanjutnya sehingga hasil yang didapatkan lebih bervariasi dan mendukung penelitian-penelitian sebelumnya mengenai komunikasi kelompok dan *participatory culture*.