

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Setelah dilakukan pembahasan dan penjelasan pada bab sebelumnya, adapun kesimpulan yang dapat diperoleh untuk menjawab tujuan penelitian dalam penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana penularan yang terjadi dalam jaringan komunikasi pada fandom Treasure Maker khususnya ketika terjadi *fanwar* di Twitter. Peneliti menggunakan metode *Social Network Analysis* dengan *tools* Netlytic untuk menganalisis terlebih dahulu jaringan komunikasi ketika *fanwar* khususnya yang dikumpulkan dari tanggal 28 Juni 2022 hingga 6 Juli 2022, menemukan bahwa interaksi yang ada pada jaringan komunikasi tersebut memiliki jarak yang relatif pendek sehingga mudah untuk berkomunikasi di antara satu aktor dengan aktor lainnya, namun dalam jaringan tersebut tidak ditemukan kepadatan interaksi yang artinya sedikit saja anggota fandom yang berinteraksi saat *fanwar* tersebut. Bahkan terlihat dari data hasil analisis tersebut bahwa komunikasi berjalan secara satu arah, namun dalam jaringan tersebut kelompok inti membahas masalah yang serupa dan pesan juga berjalan secara bebas dalam jaringan komunikasi pada fandom Treasure Maker.

Berbeda dengan hasil dari wawancara mendalam yang didapatkan oleh peneliti di mana setiap partisipan mengaku bahwa memang adanya pengaruh dari anggota fandom lain ketika adanya *fanwar* sehingga mereka ikut terlibat, meskipun hal tersebut juga didasari oleh rasa cinta mereka terhadap Treasure yang merupakan idola mereka serta hal yang mereka anggap sebagai motivasi dan salah satu sumber kebahagiaan mereka. Mereka juga mengaku sering melakukan interaksi dengan penggemar lain

untuk menanyakan berbagai macam hal baik tentang K-Pop maupun di luar K-Pop. Oleh karena itu, dengan dalam jaringan komunikasi tersebut sering kali membuat mereka terpancing jika melihat ada yang melakukan *fanwar* yang akhirnya membuat diri mereka terlibat dalam *fanwar* meskipun pada saat itu awalnya mereka tidak berniat untuk terlibat. Hal ini dapat terjadi meskipun mereka sesama anggota fandom Treasure Maker belum pernah bertemu secara tatap muka dan hanya interaksi melalui media sosial Twitter saja, alasan lain yang diungkapkan oleh setiap narasumber adalah dengan akun *fan-girling* mereka bisa lebih berani dan bebas mengutarakan pendapat mereka dan hal tersebut berbeda ketika mereka di kehidupan nyata mereka.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan studi kasus untuk meneliti penggemar K-Pop yang terlibat *fanwar* karena terpengaruh dari penggemar lain khususnya di media sosial. Tujuannya adalah agar dapat dianalisis dan digambarkan secara mendalam terkait penggemar yang terlibat dalam *fanwar* akibat gerakan dari penggemar lain di dalam fandom khususnya pada suatu kasus besar. *Fanwar* ini sendiri memang sudah menjadi fenomena yang kerap terjadi di antara penggemar, tidak hanya di antara penggemar K-Pop tetapi di setiap individu atau kelompok yang menggemari suatu objek secara berlebihan. Penelitian selanjutnya juga dapat melakukan pengembangan tema-tema dengan sudut pandang yang berbeda agar dapat memberikan gambaran yang beragam mengenai fenomena terkait dan tentunya dengan teori-teori yang relevan atau meneliti lebih dalam lagi mengenai jaringan komunikasi pada fandom ketika terjadi *fanwar* dengan kejadian yang masih hangat agar bisa mendapatkan data sebanyak-banyaknya dan secara aktual.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat dilihat bahwa ketika terlibat dalam suatu kelompok penggemar ditambah dengan rasa cinta dan loyalitas terhadap

objek yang digemari membuat diri secara tidak menjadi penggemar yang fanatik, mudah bergerak secara tidak rasional dan bahkan bertindak tidak sesuai keinginan awal mereka namun karena terbawa pengaruh dan suasana akhirnya mereka melakukan hal-hal seperti *fanwar*. Maka dari itu, peneliti menyarankan kepada para penggemar dari segala macam penggemar untuk lebih bisa menyaring kembali hal-hal yang perlu dan tidak perlu dicontoh, perlu kesadaran diri atas hal-hal apa yang bisa membawa kebaikan atau keburuk bagi diri mereka dan tidak dibutakan oleh fanatisme diri terhadap objek, serta menghindari terlalu menenggelamkan diri ke dalam objek tersebut dan perlu memilih lingkup pertemanan yang bisa membawa hal positif bagi diri di media sosial agar tidak mudah terbawa suasana atau terpengaruh untuk melakukan hal-hal yang tidak diinginkan. Selain itu, peneliti juga menyarankan kepada agensi perusahaan dari idol K-Pop untuk lebih memperhatikan artis-artisnya karena mereka juga manusia bukan sebagai alat untuk dijadikan pendapatan untuk mereka saja. Perlu diperhatikan juga keamanan dan kesejahteraan dari setiap idolanya seperti bertindak dengan cepat untuk menindak *hate comment* atau *false rumour*, serta berlaku adil kepada seluruh artis di dalam agensi. Hal tersebut perlu dilakukan untuk semakin meminimalisir terjadinya *fanwar* di antara penggemar.

