

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Partisipasi *online* dan *offline* saling terkait dalam konteks *fandom* dengan idolanya. Pada penelitian ini peneliti membandingkan antara dua kategori *fandom*, *multi fandom* dan *single fandom*. Bentuk partisipasi *online* dan *offline* dibagi menjadi empat kegiatan, komunikasi, kreativitas, pengetahuan dan kekuatan sipil. Pada bentuk partisipasi komunikasi dimana di dalamnya terdapat bagaimana bentuk interaksi sesama *fandom*, atribut yang digunakan baik itu secara *online* dan *offline*, kedua kategori *fandom* menunjukkan tingkat yang relatif sama.

Bentuk partisipasi mendasar lainnya terkait pengetahuan, informasi dasar *Blackpink* juga dilakukan oleh kedua kategori *fandom*. *Fandom* akan dengan aktif mencari konten terkait *Blackpink* dari setiap *platform* media sosial baik dari akun resmi *Blackpink* maupun akun *fandom* lainnya. Pada bentuk kreativitas, fans tidak hanya berperan sebagai konsumen. Peran produsen juga ditemukan pada penelitian ini akan tetapi perilaku itu tidak aktif, dibutuhkan momen tertentu yang dilakukan oleh *Blackpink* (contohnya konser atau *comeback* album/lagu baru).

Sedangkan bentuk partisipatif *offline* yang berkaitan dengan tindakan langsung dimana pengaruh budaya musik K-Pop dan Korea secara umum lebih terlihat pada kategori *multi fandom*. *Fandom* ini sudah terbiasa dengan budaya yang dibawa oleh *fandom* Korea. Sehingga perilaku mereka secara tidak sadar akan mencontoh perilaku *fandom* Korea.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Peneliti mengharapkan adanya keberlanjutan dari penelitian dengan topik *fandom* dan budaya populer secara umum. Akan sangat menarik jika topik terkait *fandom* diperluas baik itu dari sisi topik kontennya seperti novel, film, komik dan lain sebagainya. Tentunya penggunaan metode lain seperti kuantitatif bisa memperluas dan mendapatkan hasil yang lebih general terkait *fandom Blackpink*. Penelitian ini juga mengalami keterbatasan terkait kategori informan. Penelitian lanjutan terkait *fandom* bisa mengambil informan yang mempunyai peran dalam memproduksi konten di media sosial sehingga bisa mendapatkan bentuk partisipasi *fandom* yang lebih luas.

5.2.2 Saran Praktis

Perkembangan terkait *fandom* grup musik K-Pop merupakan isu topik yang menarik dan juga topik Korea pada umumnya. Keberhasilan budaya Korea dalam menginvasi dari berbagai sektor tidak dipungkiri dari masifnya konten terkait Korea di media sosial, *platform* OTT dan juga sektor bisnis. Hal ini bisa menjadi refleksi dan pembelajaran bagi pemerintah dan juga sektor industri terkait penerapan strategi pemasaran yang dilakukan bisa diaplikasikan dan direplika. Dengan mengedepankan budaya partisipasi akan membuat target konsumen terikat dan loyal terhadap produk atau jasa yang akan ditawarkan.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A