

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, penggemar Coach Justin menggunakan empat media sosial untuk berinteraksi dan berekspresi, yakni YouTube, grup Telegram, Twitter, dan TikTok. Keempat media sosial ini memudahkan penggemar Coach Justin dalam membangun komunitas dan memfasilitasi pembuatan konten serta interaksi di antara mereka. Merujuk pada kategorisasi *influencer* menurut Vodak (2019), Coach Justin merupakan *macro-influencer*. Sedangkan menurut klasifikasi *influencer* dari Hennessy (2018), Coach Justin adalah *content creator* jenis *expert*.

Dari segi pembentukannya, komunitas virtual penggemar Coach Justin didirikan oleh inisiasi anggota, Coach Justin, dan sponsor, dengan menggunakan empat media sosial yang telah disebutkan sebelumnya. Berdasarkan atribut komunitas virtual dari Porter (2004), komunitas ini bertujuan untuk berdiskusi tentang sepak bola dan mengekspresikan kecintaan kepada Coach Justin. Mereka berinteraksi murni secara virtual dengan pola interaksi antar anggota yang beragam. Terdapat anggota yang memiliki hubungan personal dan hanya untuk berdiskusi sepak bola saja. Komunitas ini juga membawa nilai ekonomis untuk Coach Justin.

Penggemar Coach Justin juga memiliki budaya partisipatif, yang meliputi afiliasi, ekspresi, pemecahan masalah kolaboratif, dan sirkulasi. Afiliasi dalam penggemar Coach Justin terdiri dari kombinasi keanggotaan formal dan informal. Keanggotaan formal terdapat pada *membership* YouTube dan grup Telegram, sedangkan keanggotaan informal terdapat pada Twitter dan TikTok. Selain itu, proses afiliasi penggemar Coach Justin juga meluas ke dunia nyata, seperti mempengaruhi orang lain untuk menonton Coach Justin atau membeli *merchandise* resmi.

Terdapat berbagai macam bentuk ekspresi yang dilakukan oleh penggemar Coach Justin. Mereka membuat karya kreatif seperti *fan video* atau *mash-up* yang

diunggah ke YouTube dan TikTok, men-*tweet* untuk menunjukkan kecintaan mereka terhadap Coach Justin, dan berdiskusi atau memberikan komentar. Selain itu, ekspresi juga terjadi di dunia nyata, seperti membuat karya tulis dan merayakan ulang tahun dengan tema Coach Justin. Dalam hal pemecahan masalah kolaboratif, Coach Justin dan penggemarnya bekerja sama untuk mengelola kanal YouTube dan grup Telegram, termasuk menjaga ketertiban dan memastikan anggota mematuhi peraturan. Mereka juga aktif menjawab pertanyaan dari penggemar lainnya dan memberi saran untuk judul video yang akan diunggah oleh Coach Justin.

Dalam melakukan sirkulasi media, penggemar Coach Justin menggunakan tagar di berbagai media media sosial. Hal ini memudahkan mereka untuk mendistribusikan dan mencari konten tentang Coach Justin. Penggemar juga secara langsung mendistribusikan konten Coach Justin. Ini dikarenakan mereka memakai penggalan video Coach Justin dari YouTube yang mereka sunting lalu dibagikan media sosial.

Peneliti melihat potensi budaya partisipatif dari penggemar Coach Justin menjadi sebuah gerakan sosial untuk kemajuan sepak bola Indonesia. Ini terlihat dari adanya diskusi dan karya kreatif berupa video yang membahas keadaan sepak bola Indonesia, menunjukkan bibit gerakan sosial. Selain itu, budaya partisipatif tidak selalu berkaitan dengan hal positif. Hal-hal seperti hinaan, olokan, dan mengandalkan uang orang tua untuk membeli *merchandise* bagi anak di bawah umur perlu disoroti. Oleh karena itu, perlu etika dalam berkomunikasi dan berpartisipasi agar budaya partisipatif berdampak positif.

Dari segi *computer mediated communication* (CMC), penggemar Coach Justin menunjukkan kompetensi dalam melakukannya. Ini dapat dilihat dari lima komponen menurut Spitzberg (2006), yaitu motivasi, pengetahuan, keterampilan, konteks, dan hasil, yang ditunjukkan dengan melakukan interaksi di berbagai media sosial mereka.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Akademis**

Penelitian ini telah menjelaskan bagaimana budaya partisipatif dan interaksi penggemar *influencer* di empat media sosial, yaitu YouTube, grup Telegram, Twitter, dan TikTok. Peneliti menyarankan agar ruang lingkup penelitian selanjutnya diperluas ke media sosial lain, seperti Instagram atau Facebook. Dengan melakukan ini, diharapkan dapat lebih memahami bagaimana budaya partisipatif dan pola interaksi di berbagai macam media sosial, yang bentuknya mungkin berbeda. Selain itu, peneliti juga menyarankan agar penelitian ini sebagai pembuka untuk studi bagaimana budaya partisipatif dan interaksi di antara anggota komunitas virtual dapat mempengaruhi persepsi dan perilaku seseorang. Diharapkan penelitian ini sebagai dasar yang fundamental untuk studi selanjutnya, agar dapat memberikan pemahaman yang baru dan mendalam berkaitan tentang dinamika komunikasi di era digital sekarang.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti memiliki saran praktis yang dapat diterapkan. Coach Justin dapat mempererat hubungan dengan komunitas penggemarnya dengan cara yang interaktif. Contohnya, dia dapat mengadakan acara “temu dan sapa” yang merupakan interaksi secara langsung dan personal dengan penggemarnya. Selain itu, Coach Justin juga dapat menyelenggarakan kontes yang didasarkan dari budaya partisipatif dan memberi secara gratis produk resmi merek KOCI sebagai bentuk apresiasi dia kepada penggemarnya. Peneliti juga menyarankan agar Coach Justin memanfaatkan karya dan interaksi penggemar untuk mempopulerkan konten video YouTube. Dengan demikian, Coach Justin dapat mempertahankan loyalitas penggemarnya dan memperluas jangkauan penyebaran kontennya kepada khalayak luas. Terakhir, Coach Justin dapat membangun gerakan sosial untuk kemajuan sepak bola Indonesia bersama penggemarnya dengan menggunakan budaya partisipatif yang dihasilkan mereka.