

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Peneliti telah mengumpulkan penemuan hasil observasi dan wawancara terhadap *fandom* ARMY dalam *fanbase* @bitiesfess. Hasil penelitian dianalisis menggunakan pendekatan etnografi virtual oleh Christine Hine (2000). Peneliti telah mengamati postingan, interaksi, dan respon *fandom* ARMY dalam *fanbase* @bitiesfess selama periode hiatus grup tahun 2023-2024. Peneliti telah mengelompokkan bentuk interaksi penggemar sesuai prinsip empat aktivitas penggemar oleh Lucy Bennett (2014).

Pertama, bidang komunikasi terdiri dari beberapa kategori, meliputi: 1) *real-time update* aktivitas BTS, 2) *fanjokes* seputar BTS, 3) *nostalgia* momen kebersamaan BTS, dan 4) *exposure* tindakan ancaman bagi BTS. Keempat kategori tersebut memiliki ciri kesamaan berupa tanggapan penggemar yang cenderung lebih sensitif dan sentimental. Penggemar menanggapi unggahan *fanbase* dengan maksud merindukan BTS dan mengharapkan kabar terbaru dari sang idola. Begitu pula, apabila terdapat pihak yang terbukti menyerang BTS selama hiatus. ARMY akan dengan cepat bereaksi untuk melindungi BTS.

Kedua, bidang kreativitas terdiri dari dua kategori, yakni *fan edit* kompilasi konten BTS dan *meme* tentang member BTS. Keduanya merupakan produk penggemar yang terinspirasi dari konten resmi milik BTS. Penggemar melakukan hal ini dengan sukarela dan membagikannya sebagai bahan candaan antar anggota komunitas.

Ketiga, bidang pengetahuan terdiri dari 1) jadwal kegiatan BTS, 2) *update* member pada media sosial Weverse, 3) edukasi seputar aktivitas penggemar, 4) imbauan untuk ARMY, dan 5) fakta unik member BTS. Pengetahuan dalam *fanbase* berupa informasi yang dinilai bermanfaat untuk penggemar. Selama masa hiatus *fanbase* kerap membagikan informasi terbaru seputar pembaruan aktivitas BTS di kamp militer dan peringatan bagi penggemar agar tetap berhati-hati mengambil sikap. *Fanbase* melakukan tugasnya sebagai bentuk tanggung jawab terhadap komunitas.

Keempat, bidang organisasi dan kekuatan sipil meliputi: 1) *voting* pada ajang musik, 2) *streaming* lagu dan *music video* (MV), 3) *philanthropy* dengan menggalang dana sosial, 4) *reporting and blocking* akun *haters* BTS, dan 5) *advocacy campaign* sebagai bentuk reaksi ARMY terhadap isu. *Fanbase* berusaha menyampaikan ajakan agar penggemar ikut berpartisipasi dalam *fan project*. Salah satu *fan project* yang kerap dilakukan saat masa hiatus grup adalah melayangkan aksi protes terhadap sikap label yang menaungi BTS, HYBE. *Fanbase* juga mengajak ARMY berpartisipasi dalam gerakan donasi untuk rakyat Palestina yang diinisiasi oleh komunitas ARMY Indonesia.

## 5.2. Saran

Penelitian ini menganalisis berbagai bentuk interaksi penggemar di dalam media sosial, spesifiknya Twitter. Peneliti mengharapkan studi ini dapat bermanfaat bagi penelitian bertemakan budaya pop dan *fandom*. Peneliti menyadari bahwa karya tulis ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti berharap terdapat penelitian lanjutan yang mendalami interaksi penggemar menggunakan pendekatan yang berbeda.