

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari analisis yang sudah dipaparkan di bab sebelumnya, terlihat jelas bagaimana tagar #Ngortis berperan membentuk identitas sosial komunitas penggemar CORTIS di TikTok. Prosesnya bukan sesuatu yang terjadi begitu saja lewat satu jalur tunggal, tapi lahir dari rangkaian sebab-akibat yang saling memengaruhi. Keempat komponen wacana digital ini, bersama Social Identity Theory (SIT) dan Participatory Culture, sama-sama berperan membentuk jati diri kelompok pada masa sebelum nama *fandom* resmi mereka diumumkan (fase pra-institusional).

Praktik diskursif ini pada dasarnya menegaskan sebuah wacana keperintisan digital yang berkarakter ekspresif sekaligus eksklusif. Komunitas #Ngortis bergerak secara otonom sebagai kelompok *early adopter*, yakni barisan perintis subkultur digital yang berhasil menciptakan standar keautentikan serta keunggulan komunal secara mandiri di saat terjadi kekosongan otoritas formal agensi. Dinamika konstruksi identitas tersebut terbagi ke dalam dua tahapan berikut:

1. Tahap Awal Identitas (*Kategorisasi Sosial*) melalui Komponen Teks dan Konteks AWD

Wacana digital tagar #Ngortis mengonstruksi tahap awal identitas sosial sebagai respons *grassroots* (inisiatif dari penggemar, bukan arahan dari agensi)

terhadap kondisi kekosongan acuan identitas formal/ resmi selama tiga bulan awal debut grup idola. Kelompok usia remaja dan dewasa muda (13-24 tahun) yang berada dalam fase pencarian jati diri dan kebanggaan berkelompok (*collective self-esteem*) terdorong mengaktifkan kategorisasi sosial secara mandiri dari bawah (*bottom-up*) akibat absennya struktur penanda resmi dari agensi. Batas ini dibangun lewat infrastruktur semiotik berupa hibriditas bahasa bertagar #Ngortis sebagai *searchable talk*, sekaligus dikonfigurasi secara multimodal melalui standarisasi estetika *streetwear* Y2K (penanda "*remaja LA mentok*") yang lambat laun dinaturalisasi menjadi acuan kepantasan komunal. Seluruh struktur semiotik ini disebarluaskan secara masif melalui algoritma FYP TikTok yang bertindak sebagai agen aktif nonmanusia dalam membentuk karakter awal identitas kelompok digital.

2. Tahap Pendalaman Identitas (Identifikasi dan Perbandingan Sosial) melalui Komponen Aksi-Interaksi dan Ideologi-Kekuasaan AWD:

Batasan kognitif tersebut diperkokoh menjadi identitas yang melekat dalam konsep diri lewat pemanfaatan *affordances platform* sebagai *speech acts digital*, tempat berlangsungnya identifikasi sosial. Rendahnya hambatan masuk (*low barriers*) dalam ekosistem partisipatif ini memungkinkan investasi emosional kolektif (*ambient affiliation*) dan kerja emosional (*affective labor*) terwujud melalui praktik *mentorship* informal di kolom komentar. Karakter cair dari *participation framework* ini bahkan mendorong konversi teks digital menjadi interaksi fisik di dunia luring, seperti aktivitas noraebang, sebagai bentuk legitimasi eksistensi komunitas.

Dalam mempertahankan nilai positif kelompok (*positive distinctiveness*) di tengah kepungan *out-group*, komunitas menempuh strategi kreativitas sosial (*social creativity*) dengan menolak metrik industri mainstream dan menegaskan status keperintisan (*early adopter*) yang mengonversi pengalaman pra-institusional menjadi modal simbolik tertinggi. Konstruksi ini berpuncak pada narasi peleburan adaptif saat nama *fandom* resmi COER diumumkan, di mana identitas resmi baru tersebut diserap ke dalam kerangka identitas organik yang sudah lebih dulu terbentuk, sehingga rekam jejak #Ngortis menjadi penanda kedalaman afeksi yang memperkaya makna keanggotaan COER.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

1. Bagi peneliti selanjutnya di bidang kajian media dan komunikasi digital, disarankan untuk melakukan studi komparatif secara longitudinal guna melacak dinamika stabilitas identitas *early adopter* yang organik ini. Studi lanjutan ini khususnya perlu menguji apakah modal simbolik kepangkatan kultural yang dibangun perintis pada masa organik akan tetap bertahan atau perlahan tergerus oleh standardisasi identitas resmi agensi (*fandom* COER) dalam jangka panjang.
2. Peneliti selanjutnya juga disarankan untuk memperluas cakupan metodologis dengan mengombinasikan Analisis Wacana Digital (AWD) bersama pendekatan netnografi atau wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan para partisipan aktif. Pendekatan tambahan ini penting

guna mengeksplorasi motif subjektif dan kedalaman psikososial internal individu secara lebih personal di luar batas artefak digital yang terekam di layar platform.

5.2.2 Saran Praktis

1. Bagi *content creator* dan pengelola komunitas digital di platform media sosial kontemporer, penelitian ini menyarankan bahwa pembangunan tingkat keterikatan (*engagement*) komunitas yang autentik dan mandiri tidak dicapai melalui regulasi instruksional yang kaku. Sebaliknya, keterikatan itu lebih efektif dibangun melalui penyediaan ekosistem digital yang adaptif serta memiliki hambatan masuk yang rendah (*low barriers*) bagi partisipan untuk saling bertukar pengetahuan secara horizontal.
2. Bagi pelaku industri hiburan modern dan manajemen agensi artis, temuan ini dapat dijadikan pertimbangan strategis untuk tidak lagi memperlakukan khalayak penggemar sebagai objek konsumen pasif industrial, melainkan sebagai *early adopter* yang memiliki agensi budaya (*cultural agency*) tersendiri. Industri disarankan mulai mengadopsi pendekatan tata kelola komunikasi komunal yang lebih empatik dan akomodatif yang menghargai sistem makna yang dibangun oleh basis massa dari bawah secara mandiri.