

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan dengan judul perilaku komunikasi *fans identity* dalam membentuk *brand community* pada Komunitas Pena Real Madrid Kota Padang, peneliti mendapatkan kesimpulan sebagai berikut.

1. Perilaku komunikasi *fans identity* pada komunitas sepakbola Pena Real Madrid Indonesia (PRMI) Padang terlihat dari komunikasi verbal, non verbal, tradisi dan ritual serta kolektivitas dari anggota komunitas PRMI Padang. Perilaku komunikasi yang diperlihatkan dari setiap anggota dari PRMI Padang melibatkan identitas, atribut, dan tradisi komunitas. Tidak terdapat perbedaan ketika berinteraksi di dalam komunitas, Namun walaupun tidak ada perbedaan, anggota, pengurus dan juga ketua dari PRMI tetap saling menghormati serta adanya tindakan positif yang menjadikan suatu bentuk keharmonisan pada karakter identitas *fans* komunitas PRMI Padang. Fenomena ini menjadi tambahan kekuatan bagi Real Madrid sebagai organisasi sepakbola dengan mempunyai pendukung yang fanatik dan loyal.

2. *Brand community* yang terbangun dapat terlihat dari tiga komponen yaitu cara bersikap, menjunjung tinggi tradisi dan juga nilai kolektivitas dari komunitas. Pembentukan *brand Community* juga sama halnya dengan membentuk *fans identity*. *Brand community* yang terbentuk dari komunitas ini adalah komunitas yang solid dan juga ramah. Peran Brand Community

mempengaruhi para *fans* dengan menciptakan rasa kepemilikan *fans club* dengan identitas yang sudah melekat pada komunitas. Hal ini terlihat dari setiap agenda dan interaksi dari anggota bersama dengan pihak luar komunitas.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dari kesimpulan yang telah diuraikan diatas maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Penelitian ini juga dapat diteliti selanjutnya dengan mengobservasi ke komunitas kompetitor untuk menjadi perbandingan karena *fans club* sepakbola Eropa ini khususnya di Padang mempunyai variasi dalam menilai perilaku komunikasi pada *fans club* yang ada di kota Padang.
2. Penelitian tentang identitas suatu *fans* memungkinkan untuk melihat dari segi interaksi pada dunia maya atau media sosial. Kelompok *fans* sepakbola Eropa dengan zaman sekarang sudah punya web dan jejaring media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter dan sejenisnya. Hal ini menarik melihat bentuk identitas *fans* sepakbola di platform media.
3. Peneliti mendapatkan banyak pengetahuan baru akan tetapi selanjutnya peneliti hendak melakukan penelitian serupa dengan aspek *fans* lainnya dalam segi merchandise dalam komunikasi pemasaran dan makna identitas yang mendalam sehingga mendapatkan akulturasi yang lebih kaya terhadap suatu identitas yang juga bisa ditunjukkan dalam PRMI Padang.