

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan secara deskriptif terkait karakteristik dan perilaku penggemar K-Pop pada komunitas ARMY, BLINK dan NCTZEN Kota Padang di bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yaitu :

a. Terdapat 15 Karakteristik yang identik atau melekat pada penggemar K-Pop pada komunitas ARMY, BLINK dan NCTZEN Kota Padang, yaitu : Jenis kelamin perempuan, berusia 20-23 tahun, berpendidikan S1, beragama Islam, status pekerjaan sebagai mahasiswa dan pelajar, berdomisili di wilayah pinggiran kota, tempat tinggal menyatu dengan orangtua, pekerjaan ayah sebagai wirausaha/pedagang, pekerjaan ibu sebagai IRT, total pendapatan orangtua rentang Rp 5.100.000-10.000.000, domisili orangtua di area kota Padang, sudah menggemari K-Pop dalam waktu >5,5 tahun, awal mengenal K-Pop dari media sosial, alasan menggemari K-Pop karena suka dengan idol K-Pop, dan sudah mengikuti komunitas K-Pop ini dalam kurun waktu 1-3 tahun.

b. Terdapat 13 perilaku penggemar K-Pop yang memberikan gambaran akan kecenderungan pemujaan atau fetisisme yang sangat tinggi terhadap Idol K-Pop. Perilaku penggemar yang sudah dibuktikan oleh rasa suka, cinta dan sayang nya terhadap idol K-Pop mengarahkan mereka akan tindakan, perbuatan dan sikap memuja, sehingga segala sesuatu yang mereka lakukan, yang mereka konsumsi,

tidak akan terlepas dari idol K-Pop itu sendiri. Kesalahan penempatan pemujaan inilah yang menurut Adorno sebagai fetisime komoditas. Adapun contoh beberapa perilaku penggemar K-Pop pada komunitas ARMY, BLINK dan NCTZEN Kota Padang yang menunjukkan sikap, perbuatan atau tindakan pemujaan yang sangat tinggi tersebut diantaranya :

1. Ikut *streaming* setiap upload MV terbaru idol K-Pop di Youtube
2. Mengikuti semua akun sosial media pribadi idol K-Pop
3. Mengkoleksi album K-Pop sebagai bentuk kecintaan mereka terhadap idol K-Pop
4. Mau menyisihkan uang untuk membeli produk idol K-Pop yang cukup mahal
5. Suka dengan K-Pop karena visual idol K-Pop nya
6. Memiliki panggilan “khusus” untuk idol K-Pop
7. Memasang walpaper HP dengan foto-foto idol K-Pop
8. Bangga saat idol K-Pop yang disukai memenangkan banyak penghargaan
9. Sedih saat idol K-Pop nya dihujat di media sosial
10. Sedih saat tau idol K-Pop nya mendapat perlakuan buruk dari agensi yang menaungi idol K-Pop
11. Mendahulukan atau mementingkan urusan idol K-Pop
12. Hanya berinteraksi dan berteman antar sesama penggemar K-Pop satu komunitas
13. Bangga menjadi bagian dari komunitas K-Pop (ARMY/BLINK/NCTZEN) Kota Padang

4.2 Saran

Berdasarkan hasil temuan dan analisis data penelitian terkait perilaku penggemar K-Pop pada komunitas K-Pop ARMY, BLINK dan NCTZEN Kota Padang yang sudah dijelaskan, maka saran-saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pembaca dan berbagai pihak terkait permasalahan ini yaitu :

1. Untuk Penggemar K-Pop yang merupakan ARMY, BLINK dan NCTZEN Kota Padang, diharapkan dapat memberikan batasan tertentu dalam menyalurkan kegemaran pada K-Pop, sehingga setiap tindakan, pengetahuan dan sikap yang muncul sebagai penggemar K-Pop akan selaras dari fungsi K-Pop itu sendiri yaitu sebagai sarana hiburan melalui musik nya, bukan idol K-Pop nya.
2. Untuk komunitas ARMY, BLINK dan NCTZEN Kota Padang, diharapkan dapat menjadi wadah penyalur bakat dan minat dari penggemar K-Pop melalui kegiatan-kegiatan yang positif, dan tentunya tanpa mengesampingkan budaya asli Minangkabau dan budaya yang sudah melekat di Kota Padang itu sendiri.