

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini secara singkat telah menggambarkan bagaimana konsumsi dan produksi army yang tergabung dalam komunitas army BTS Jogja. Data ini peneliti temukan dalam 7 narasumber, yang tergabung dalam komunitas Army BTS Jogja. Setelah melakukan penelitian, peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut :

1. Konsumsi dan Produksi Army komunitas BTS Jogja

Dalam hal ini peneliti mendapati ketika seorang penggemar telah tergabung dalam sebuah komunitas atau fandom, maka dia akan merasa menjadi salah satu bagian dari komunitas tersebut. Perasaan ini yang kemudian, membuat mereka merasa perlu berkontribusi dengan wujud berupa membeli produk yang telah amy BTS jogja produksi. Walaupun diluar komunitas, Army sendiri juga telah mengkonsumsi merchandise atau apapun yang berhubungan dengan BTS. Setelah adanya komunitas army BTS Jogja, army pun mengkonsumsi teks-teks budaya secara bersama-sama dengan anggota army BTS Jogja lainnya. Konsumsi teks budaya yang dimaksud seperti melihat pameran BTS bersama, menonton film dokumenter bersama, dan merayakan ulang tahun member Idol BTS bersama. Kegiatan ini merupakan produksi dari army sendiri yang pada akhirnya di konsumsi secara bersamaan dengan army BTS Jogja lagi. Produksi ini terjadi karena adanya aktivitas konsumsi yang terus menerus sehingga membuat army BTS Jogja memproduksi sesuai diskursif mereka.

Saat menikmati hasil produksi, mereka lebih memilih melakukannya secara bersama-sama karena euphoria yang didapat akan berkali lipat dibanding dengan mengkonsumsi sendiri. Konsumsi teks para army BTS Jogja tidak hanya sebatas itu, melainkan juga dengan cara membeli merchandise BTS, menonton video-video, mencari informasi mengenai BTS melalui media online dan lain sebagainya.

Sementara, untuk produksi dalam sebuah komunitas atau fandom, mereka menciptakan sebuah diskursif dari hasil pemaknaan budaya tersebut. Sehingga, dalam sebuah ruangan, mereka menghidupi dengan berbagai simbolik. Dimana, pada nantinya hasil dari produksi ini diperuntukkan untuk anggota army BTS Jogja yang sudah tergabung dalam komunitas tersebut. Produksi yang dimaksud seperti, mengadakan

pameran yang berisikan foto-foto BTS, mengadakan acara menonton film dokumenter secara bersamaan, merayakan ulang tahun member Idol BTS, dan membuat beberapa merchandise. Perlu digaris bawahi, budaya produksi pop memang hanya bisa ditemukan dalam audience pop karena kesukaan atau kecintaan penggemar terhadap budaya pop, dalam hal ini budaya pop Korea, salah satunya adalah BTS.

Disamping itu, perlu diketahui lagi bahwa hal ini terjadi karena adanya aktivitas konsumsi dan produksi yang berulang-ulang oleh penggemar. Misalnya, pada awalnya seorang penggemar mencari informasi mengenai BTS hingga pada saat dimana dia menjadi hyperkonsumsi atau hyperkonsumeris. Pada akhirnya, para fans army memproduksi kembali dengan diskursif mereka sendiri. Karena, pada dasarnya seorang penggemar itu adalah orang yang terobsesi dengan idolnya. Maka dari itu hasil dari produksi mereka disebarkan lagi kepada sesama penggemar dan lagi-lagi dikonsumsi kembali oleh sesama penggemar.

B. Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan peneliti selama melakukan penelitian ini, peneliti hanya melakukan wawancara secara individu terhadap narasumber yang tergabung dalam komunitas BTS Jogja. Akan lebih baik jika peneliti juga mewawancarai narasumber dengan cara FGD (*Focus Group Discussion*). Selanjutnya, peneliti juga memiliki keterbatasan dalam berbahasa Inggris, sehingga dalam menganalisis peneliti perlu beberapa waktu untuk menganalisisnya. Tentunya, penelitian ini akan lebih baik dan cepat ketika peneliti tidak memiliki masalah dalam berbahasa Inggris.

C. Saran

Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap dapat membantu dan menjadi referensi bagi peneliti yang ingin meneliti dengan tema yang sama. Terutama untuk peneliti yang ingin mengangkat tentang budaya pop “budaya orang kebanyakan”. Perlu diketahui budaya pop ini tidak hanya di Korea saja, namun di Indonesia juga memiliki budaya pop. Selanjutnya, peneliti akan memberikan beberapa saran mengenai penelitian dengan tema ini. Karena masih ada ruang kosong yang harus diteliti seperti kecantikan perempuan yang digambarkan budaya korea dan di *compare* dengan budaya lain, begitu pula dengan ketampanan laki-laki yang digambarkan budaya Korea jika di *compare* dengan budaya lainnya. Adapun pop culture di negara kita sendiri, seperti misal dunia permusikan khususnya dangdut yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia. Peneliti sangat berharap kedepannya akan ada perbedaan dalam penelitian ini terutama pada metodenya khususnya metode etnografi. Seperti yang kita ketahui metode etnografi merupakan metode yang mendeskripsikan sesuatu dengan sedetail-detailnya.

