

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan data-data yang telah didapatkan melalui observasi di media sosial *Twitter fandom JKT48 Inshanity* dan hasil wawancara dengan informan, maka dapat menunjukkan bahwa :

1. Konten/*post* pada *fandom JKT48 Inshanity* yang tersaji di media sosial *Twitter* menggunakan jenis format *text* dan gambar atau biasa disebut sebagai pesan verbal dan non-verbal. Pesan verbal dalam postingan di media sosial *Twitter* digunakan untuk berinteraksi dengan para penggemar dan memberikan sebuah informasi berupa jadwal pembelian tiket video *call*, hiburan, hingga *project* yang akan di laksanakan. Sedangkan untuk pesan non-verbal digunakan untuk berinteraksi dan untuk memberikan visualisasi berupa gambar, jadwal video *call*, video singkat, video *show recap*, *fan art* dan karya-karya yang diberikan untuk member JKT48. Pesan non-verbal ini disisipkan dalam postingan yang bersifat informasi dan karya-karya yang telah *fandom JKT48 Inshanity* untuk diberikan kepada member kesukaanya.
2. Bentuk *fan culture*/budaya penggemar pada *fandom JKT48* ini terbentuk karena adanya budaya populer yang tren dan mudah diadaptasi. Pembentukan budaya penggemar di media sosial *Twitter* yang dilakukan oleh admin *fandom JKT48 Inshanity* ini ditujukan kepada para penggemar dan untuk member JKT48. Bentuk dari budaya penggemar oleh admin *fandom JKT48 Inshanity* di media sosial *Twitter* dilakukan lewat postingan berisikan *show recap*, jadwal video *call*, produk *merchandise*, *hashtag*, *fan art* dan *project-project* yang dilakukan baik di media sosial *Twitter* maupun di Theater JKT48.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka peneliti ingin memberikan saran agar penelitian ini dapat membawa manfaat menuju perubahan yang lebih baik :

1. Peneliti berharap kepada *fandom* JKT48 agar bisa lebih kreatif lagi dalam membuat konten dan membuat *project* di media sosial *Twitter*. Peneliti juga berharap kepada admin *fandom* JKT48 untuk membuat *timeline* jadwal video *call* sendiri dengan Shani JKT48, sehingga tidak mengambil *timeline* jadwal video *call* dari manajemen JKT48 yang di dalamnya terdapat beberapa member lain.
2. Kepada peneliti selanjutnya, penulis menyarankan adanya penelitian serupa yang membahas tentang *fan culture* namun dengan pendekatan yang berbeda seperti etnografi *virtual* atau fenomenologi, dan menggunakan metode kuantitatif untuk melihat dampak dari *fan culture* terhadap gaya hidup penggemar. Peneliti menyarankan ini karena penelitian mengenai *fan culture* masih jarang ditemukan.