

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN LIMITASI

5.1 Kesimpulan

Konser K-pop telah menjadi fenomena global yang menarik perhatian jutaan penggemar. Fenomena ini tidak hanya terbatas pada musik, tetapi juga menyangkut motivasi dan pengalaman, interaksi sosial, dan industri jasa. Dengan semakin berkembangnya industri pariwisata khususnya bidang event dan banyaknya peminat K-pop di Indonesia, pemahaman mengenai faktor-faktor yang menggerakkan penggemar untuk menghadiri konser menjadi semakin penting. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam motivasi yang mendasari penggemar dalam menghadiri konser serta pengalaman yang mereka alami selama acara berlangsung hingga selesai, dengan memanfaatkan pendekatan kualitatif.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui Wawancara mendalam dengan 20 partisipan serta observasi lapangan di berbagai konser K-pop di Indonesia mengungkap bahwa motivasi penggemar melampaui sekadar hiburan. Motivasi tersebut mencerminkan kebutuhan yang kompleks, aspirasi pribadi, serta bentuk penghargaan terhadap diri sendiri. Motivasi bersifat individual sekaligus kolektif, dipengaruhi oleh komunitas penggemar (*fandom*), tren sosial digital, dan faktor emosional seperti *Fear of Missing Out* (FoMO), sehingga kehadiran dalam konser diposisikan sebagai pengalaman yang sangat bernilai dan esensial. Pengalaman penonton mencakup lebih dari sekadar pertunjukan, melainkan juga respons emosional, interaksi sosial, dan keterlibatan indrawi. Elemen-elemen ini berkontribusi terhadap pengalaman yang berkesan dan transformatif, khususnya bagi mereka yang pertama kali menghadiri konser. Proses ini dimulai sejak tahap pembelian tiket, yang kerap ditandai dengan kecemasan dan persaingan, diikuti dengan munculnya sektor layanan baru (misalnya agen pembelian tiket, penyelenggara perjalanan), terbentuknya pertemanan di dalam komunitas penggemar, serta respons emosional selama dan setelah acara, seperti depresi pasca konser.

Studi ini memberikan kontribusi teoritis yang signifikan terhadap literatur di bidang event dengan menawarkan perspektif baru yang mengangkat dimensi-dimensi yang masih jarang dibahas, khususnya dalam konteks konser musik K-pop. Penelitian ini menunjukkan bahwa konser tidak hanya dapat dipahami sebagai bentuk hiburan semata, tetapi sebagai sebuah peristiwa kompleks yang mencakup berbagai aspek, seperti motivasi personal, dinamika komunitas, serta rangkaian pengalaman yang terjadi sebelum, selama, dan setelah konser. Aktivitas-aktivitas yang dilakukan penggemar terbukti berkontribusi terhadap kebahagiaan mereka (berfungsi sebagai mediating artifact) sekaligus memperkuat hasrat terhadap K-pop itu sendiri (Choi, 2024).

Lebih lanjut, temuan dalam studi ini memperjelas bagaimana interaksi antara promotor, penggemar, dan elemen-elemen pendukung seperti sistem tiket, infrastruktur venue, serta aktivitas dalam fandom memainkan peran penting dalam membentuk persepsi nilai dan loyalitas audiens. Dalam konteks K-pop, loyalitas penggemar yang tinggi tercermin dari kesediaan mereka untuk membeli berbagai produk yang berhubungan dengan artis favoritnya, meskipun biaya konser tergolong tinggi (Choi, 2024). Dengan memberikan gambaran yang menyeluruh mengenai pengalaman konser, studi ini memperluas pemahaman mengenai event sebagai sebuah fenomena yang tidak hanya bersifat teknis, melainkan memiliki dampak emosional dan sosial yang berkelanjutan bagi para penggemar.

5.2 Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa implikasi praktis yang dapat disampaikan. Hasil penelitian ini memberikan gambaran bahwa konser K-pop tidak hanya menjadi acara hiburan semata, tetapi juga memunculkan pengalaman yang sangat berkesan dan membentuk loyalitas penggemar yang tinggi. Temuan ini memiliki implikasi penting bagi promotor konser, manajemen event, dan pelaku industri pariwisata. Promotor konser diharapkan dapat memahami motivasi yang mendorong penggemar datang ke konser, sehingga dapat merancang pengalaman yang lebih personal, nyaman, dan berkesan. Mulai dari sistem pembelian tiket yang adil, sistem antrean, hingga fasilitas dan aksesibilitas di venue konser. Bagi pelaku pariwisata, seperti penyedia jasa akomodasi, transportasi, dan jasa titip (jastip), momentum konser K-pop bisa dimanfaatkan untuk menciptakan paket wisata

berbasis event yang sesuai dengan preferensi penggemar. Selain itu, pemerintah dan instansi terkait dapat mendukung kegiatan konser semacam ini sebagai bagian dari strategi *event-based tourism*, dengan memberikan regulasi, promosi, dan infrastruktur yang mendukung, karena terbukti konser K-pop mampu menarik kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara serta menggerakkan ekonomi kreatif secara lebih luas. Konser tidak hanya berdampak pada industri hiburan saja, tetapi juga bisa membantu perkembangan sektor pariwisata, karena banyak orang yang rela bepergian ke luar kota atau bahkan ke luar negeri hanya untuk menonton konser idolanya (Cai, 2024).

Penyelenggara konser K-pop diharapkan dapat meningkatkan profesionalisme dalam setiap tahapan pelaksanaan acara, mulai dari perencanaan teknis hingga manajemen acara. Hal ini dapat diwujudkan melalui pelatihan sumber daya manusia (*staff* dan *volunteer*), kerja sama dengan vendor yang kompeten, dan penerapan standar operasional prosedur (SOP) yang ketat. Tindakan preventif juga perlu dilakukan, seperti memastikan kelayakan fasilitas, pengaturan sistem antrian yang tertib, kesiapan keamanan dan tenaga medis, serta kejelasan informasi mengenai tiket dan akses venue. Selain itu, penyelenggara perlu menyediakan fasilitas untuk komunikasi resmi yang responsif terhadap pertanyaan atau keluhan dari penonton sebagai bentuk tanggung jawab profesional.

Penyelenggara juga dapat merancang strategi untuk memperpanjang pengalaman konser (*prolonged concert experience*). Hal ini dapat dilakukan melalui penyediaan merchandise eksklusif yang memiliki nilai kenangan tinggi, perilis video dokumentasi resmi konser, hingga sesi interaktif pasca konser. Pendekatan ini tidak hanya memperkuat kesan emosional yang positif, tetapi juga menjadi potensi nilai ekonomi tambahan di luar penjualan tiket, serta mendorong loyalitas penggemar dalam jangka panjang.

5.3 Limitasi Penelitian dan Arahan Penelitian Selanjutnya

Dalam penelitian ini terdapat keterbatasan yang berkaitan dengan informasi dan keberagaman rentang usia dan *gender*, yang diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan cakupan yang lebih luas dan mendalam, serta melibatkan jenjang usia yang lebih variatif, hingga latar belakang *gender* yang lebih

seimbang perempuan maupun laki-laki. Penelitian yang akan datang bisa menggali lebih dalam pada aspek manajemen *event* promotor, hingga peran pemerintah terhadap pemasaran event yang lebih terintegrasi. Akan menarik pula jika penelitian selanjutnya dapat meneliti perbedaan pengalaman antara penggemar konser K-pop dengan konser musik lainnya, sehingga dapat memperkaya tentang perilaku audiens dalam event pariwisata yang berperan sebagai sarana hiburan.