

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

5.1 SIMPULAN

Pada bab terakhir, kita membahas hasil pengolahan data mengenai hubungan hiperrealitas penggemar K-Pop Idol dengan perilaku konsumtif mahasiswa penggemar Idol Grup NCT 127 di Kota Bandung, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Pertama, gambaran mengenai hiperrealitas mahasiswa penggemar NCT 127 menunjukkan bahwa citra dan tanda yang berasal dari grup idola mereka mendorong hasrat para penggemarnya untuk menjadi sama seperti idolanya. Bukan hanya menjadi sama seperti idolanya, hiperrealitas juga membentuk sebuah realitas yang asli menyatu dengan realitas palsu sehingga hal tersebut menjadi sulit dibedakan, penggemar terbiasa dengan penampilan visual sempurna idola dan bentuk realitas semu tersebut pada akhirnya dapat memunculkan perilaku konsumsi yang tidak wajar. Artinya, konsumsi yang dilakukan oleh penggemar dalam membeli barang-barang K-Pop dan barang-barang yang sama dengan idolanya hanya berdasarkan pada pemenuhan kepuasan untuk diri sendiri dan tidak disertai manfaat yang jelas. Mereka hanya menginginkan kepuasan.

Kedua, dalam melihat bagaimana hubungan antara hiperrealitas penggemar K-Pop dengan keputusan pembelian dapat ditarik kesimpulan konsumsi yang dilakukan oleh masyarakat post-modern sekarang ini merupakan konsumsi tanda dan citra, Artinya, penggemar NCT 127 membeli sebuah tanda atau simbol dari sebuah produk budaya yakni idola mereka, entah merchandise K-Pop atau barang-barang yang sama dengan idola mereka tanpa memfungsikan barang tersebut sesuai dengan nilai guna materialnya dan juga harga. Ketika kebutuhan dan nilai guna suatu produk hilang dan hancur disaat semua orang mendefinisikan konsumsi hanya menuruti hasrat dan juga fantasi yang mereka ciptakan.

Ketiga, hubungan hiperrealitas penggemar K-Pop dengan perilaku konsumtif mahasiswa penggemar Idol Grup NCT 127 di Kota Bandung memiliki hubungan yang kuat, hal ini dibuktikan dengan hasil uji korelasi yang peneliti lakukan melalui

uji korelasi pearson dan mendapatkan hasil signifikansi sebesar 0,000 yang artinya nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan antara variabel X hiperrealitas penggemar K-Pop dengan variabel Y perilaku konsumtif. Memiliki nilai korelasi sebesar 0,716 yang berarti berada pada kisaran 0,60- 0,799 yang menunjukkan adanya hubungan yang kuat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hiperrealitas penggemar K-Pop Idol dengan perilaku konsumtif mahasiswa penggemar Idol Grup NCT 127 di Kota Bandung memiliki hubungan yang kuat dan memiliki keterikatan hubungan yang positif yang artinya semakin tinggi hiperrealitas penggemar K-Pop maka akan semakin meningkat pula perilaku konsumtif mahasiswa penggemar Idol Grup NCT 127 di Kota Bandung.

5.2 IMPLIKASI

Penelitian ini merupakan penelitian hubungan dimana hasil yang diperoleh diharapkan dapat menjadi suatu pertimbangan atau pengambilan keputusan yang tepat dari aktivitas *fangirling* yang dilakukan penggemar K-Pop agar tidak termakan hiperrealitas dari sosok idola mereka yang dapat mendorong perilaku konsumsi yang berlebihan.. Selain itu, dengan adanya penelitian ini, diharapkan pihak-pihak yang terlibat dapat melihat lebih luas tentang permasalahan yang terjadi di dunia K-Pop terutama pada perilaku penggemar yang semakin hari semakin memiliki perilaku yang tidak wajar dan berpengalaman tentang cara meminimalkan masalah ini.

Tidak ada keraguan tentang validitas penelitian ini berimplikasi memberikan pemahaman bagi penggemar K-Pop dan pihak terkait. Berdasarkan dari berbagai permasalahan yang terjadi dalam ruang lingkup penelitian ini telah terungkap bahwa gambaran hiperrealitas penggemar sejalan dengan teori dan fakta empirik dari hasil penelitian. Sebagian besar penggemar merasa bahwa citra, tanda dan penampilan visual yang ada pada diri idola mereka atau hiperrealitas mendorong hasrat para penggemarnya untuk memiliki barang dan ingin menjadi sama seperti idolanya. Artinya, masih perlu kesadaran dari para penggemar K-Pop untuk selalu mempertimbangkan apa yang akan mereka lakukan agar dapat memilih aktivitas *fangirling* yang lebih berguna.

Hal lain yang diperoleh dari penelitian ini adalah mengenai dampak media sosial yang penggemar gunakan sebagai media *fangirling* sekaligus sebagai ruang simulasi yang berhasil menghubungkan antara hiperrealitas penggemar NCT 127 dengan keputusan pembelian penggemar atas dasar sebuah tanda dan simbol. Konsumsi tanda dan simbol yang dilakukan oleh mahasiswa penggemar NCT 127 diharapkan lebih mengedepankan rasionalitas mereka dalam menentukan keputusan pembelian agar tidak berdampak negatif untuk diri sendiri maupun orang lain.

Oleh karena itu, diperlukan analisis dan kajian mendalam lagi bagi keilmuan sosiologi khususnya dalam kajian hiperrealitas dan teori pilihan rasional, sehingga dapat diimplikasi ke dalam mata kuliah prodi pendidikan sosiologi guna menambah wawasan mengenai pentingnya menentukan tindakan sesuai dengan rasionalitasnya dan dapat membedakan realitas yang asli dengan realitas palsu di era sekarang agar tidak termakan hiperrealitas yang dapat menimbulkan konsumsi yang berlebihan.

Terungkapnya hubungan yang kuat dan positif antara hiperrealitas mahasiswa penggemar K-Pop dengan perilaku konsumtif menguatkan suatu pernyataan bahwa memang semakin tinggi hiperrealitas maka semakin kuat tingkat perilaku konsumtif yang dilakukan penggemar K-Pop.

5.3 REKOMENDASI

Setelah melakukan penelitian mengenai hubungan hiperrealitas penggemar K-Pop Idol dengan perilaku konsumtif mahasiswa penggemar Idol Grup NCT 127 di Kota Bandung, peneliti menawarkan saran kepada siapa saja yang mungkin tertarik:

1. Bagi Penggemar K-Pop Secara Umum

Sebagai bahan masukan untuk penggemar K-Pop yang terjebak hiperrealitas dan konsumsi dalam dunia K-Pop agar dapat memilih aktivitas – aktivitas penggemar yang lebih berguna dan tidak mamaksakan kehendak untuk menjadi sama dengan idola dan mendapatkan semua barang yang berkaitan dengan idola yang dapat mendorong perilaku konsumtif.

2. Bagi Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia dan UIN Sunan Gunung Djati Bandung

Mahasiswa agar dapat menggunakan media sosial sebagai sarana belajar dan hiburan yang bermanfaat bagi kehidupan sehari-hari dengan bijak, tidak menyalahgunakan kegiatan *fangirling* di media sosial menjadi sesuatu yang menimbulkan sikap obsesif dan diharapkan mahasiswa dapat menentukan skala prioritas antara kebutuhan dan keinginan dalam membeli barang terutama barang-barang K-Pop.

3. Bagi Program Studi Pendidikan Sosiologi

Sebagai bahan masukan bagi program studi pendidikan sosiologi, untuk mendalami kajian mengenai hiperrealitas dan juga konsumsi yang terjadi pada masyarakat post-modern seperti sekarang ini kepada mahasiswa pendidikan sosiologi. Sehingga diharapkan mahasiswa pendidikan sosiologi mampu memahami antara realitas asli dan buatan serta memahami perilaku konsumsi masyarakat di era post-modern sekarang ini.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Rekomendasi yang dapat peneliti sampaikan kepada bagi peneliti selanjutnya yang berminat untuk mengangkat tema yang sama atau memperdalam tema yang sama hendaknya lebih menfokuskan pada indikator-indikator hiperrealitas unsur-unsur lain yang belum dieksplorasi dalam penelitian ini, seperti efek atau keterkaitan, juga dapat dipertimbangkan seperti meneliti hiperrealitas penggemar K-Pop dengan penikmat karya fiksi K-Pop, hubungan atau pengaruh hiperrealitas dengan pembentukan identitas diri penggemar.