

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan mengenai *fan value perspective* terhadap loyalitas penggemar BTS melalui *sense of virtual community* (SOVC) yang terjadi pada platform Weverse, dapat disimpulkan bahwa :

1. Pengaruh SOVC terhadap Loyalitas Penggemar (H1), positif dan signifikan. Ketika penggemar merasa terhubung, memiliki rasa kebersamaan, serta ikatan emosional yang kuat dalam komunitas, loyalitas mereka terhadap BTS menjadi semakin tinggi. Hal ini mencakup loyalitas dalam bentuk dukungan terhadap artis, konsumsi konten, hingga partisipasi aktif dalam komunitas.
2. Pengaruh *Functional Value* terhadap SOVC (H2), positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa fitur-fitur yang mempermudah penggemar untuk mengakses informasi, berinteraksi dengan idola maupun sesama penggemar, dan mengakses konten ekslusif dalam Weverse meningkatkan rasa keterikatan dan kebersamaan dalam komunitas. Berdasarkan analisis yang dilakukan, *functional value* merupakan faktor paling besar dalam membentuk SOVC.
3. Pengaruh *Emotional Value* terhadap SOVC (H3), memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. Pengalaman emosional yang positif seperti rasa bangga, bahagia, dan keterhubungan emosional dengan idola maupun sesama penggemar, mendorong penggemar merasa lebih terikat dalam komunitas. Meskipun kontribusinya lebih kecil dibandingkan *functional value*, *emotional value* memberikan peran yang tidak kalah penting dalam membangun komunitas virtual.
4. Pengaruh *Social Value* terhadap SOVC (H4) juga positif dan signifikan, sebab rasa kebersamaan dan solidaritas yang dirasakan penggemar dalam komunitas Weverse memperkuat keterikatan sosial mereka. *Social value* memungkinkan penggemar untuk saling berbagi pengalaman, mendukung

- idola mereka secara bersama, serta membangun hubungan yang kuat dengan sesama penggemar yang tergabung dalam komunitas,
5. Pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) variabel dependen (*functional value, emotional value, emotional value*) terhadap loyalitas penggemar melalui SOVC. Berdasarkan ketiga variabel tersebut, *functional value* memiliki pengaruh tidak langsung terbesar terhadap loyalitas penggemar, diikuti oleh *social value* dan *emotional value*. Menunjukkan bahwa SOVC berperan sebagai mediasi yang efektif dalam membangun loyalitas penggemar dalam Weverse BTS terhadap idola mereka.
 6. *Functional value* memiliki pengaruh terbesar terhadap loyalitas penggemar, baik secara langsung maupun tidak langsung. Hal ini mungkin terjadi karena Weverse menawarkan kemudahan bagi pengguna/penggemar untuk mengakses pemberitahuan resmi, konten eksklusif hingga unggahan pribadi anggota grup. Kemudahan untuk mengakses langsung ini memberikan *value* yang sangat tinggi bagi penggemar yang ingin terus mengikuti aktivitas idola mereka tanpa kendala geografis dan lainnya. Selain itu, Weverse tidak hanya memberikan kemudahan berinteraksi secara langsung dengan sesama penggemar dari seluruh dunia melalui unggahan atau komentar, tetapi juga dengan BTS, yang dapat ditanggapi oleh anggota grup. Kemudahan ini tidak hanya memperkuat koneksi penggemar dengan idola mereka, tetapi juga memberikan manfaat fungsional yang nyata dengan memungkinkan komunikasi dua arah yang eksklusif. Melalui ruang berdiskusi yang disediakan oleh Weverse penggemar juga dapat saling berbagi informasi, pengalaman, dan mendiskusikan berbagai topik yang dapat mendukung aktivitas idola mereka.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dalam penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan bagi manajemen Weverse, pengelola komunitas virtual dalam bidang *entertainment*, dan peneliti selanjutnya.

5.2.1 Manajemen Weverse

1. Mengingat pentingnya *sense of virtual community* (SOVC) dalam memperkuat dan meningkatkan loyalitas penggemar, Weverse dapat memperkenalkan fitur-fitur yang lebih interaktif, seperti AI (*artificial intelligence*), *bot*, atau ruang *chat* yang lebih personal (*direct message*) antar sesama anggota untuk memperdalam koneksi antar penggemar yang tergabung dalam komunitas.
2. Karena Weverse telah menciptakan program berlangganan eksklusif (*membership*) yang menawarkan lebih banyak manfaat untuk meningkatkan keterlibatan pengguna, Weverse dapat mempertahankannya dan mungkin dapat memperkenalkan fitur-fitur tambahan seperti *audio messages*, atau *streaming party*.

5.2.2 Pengelola Komunitas Virtual

1. Pengelola komunitas virtual lainnya dalam industri *entertainment* perlu mencontoh Weverse yang mampu menciptakan ruang yang memungkinkan penggemar merasa bagian dari suatu kelompok atau komunitas yang besar. Melibatkan penggemar dan idola secara langsung juga akan sangat membantu dalam membangun kebersamaan serta identitas bersama.
2. Mengingat pentingnya rasa kebersamaan yang dirasakan oleh anggota komunitas, pengelola komunitas dalam industri *entertainment* harus mampu membangun program-program yang mengutamakan kebersamaan, seperti kampanye untuk mendukung artis, yang dapat memperkuat rasa keterikatan dalam komunitas.

5.2.3 Peneliti Selanjutnya

Mengingat adanya keterbatasan dalam penelitian ini, peneliti selanjutnya mungkin dapat fokus pada negara atau aplikasi lain selain

Weverse, seperti X, Instagram, atau TikTok, untuk dapat membandingkan dinamika loyalitas dan rasa komunitas pada platform yang berbeda, dan melihat kecenderungan perilaku konsumen dari berbagai negara yang belum tercakup dalam penelitian ini. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat mengeksplorasi faktor eksternal yang mungkin mempengaruhi loyalitas penggemar, seperti tren global dalam K-Pop, hingga pengaruh media sosial yang dapat mempengaruhi interaksi dan loyalitas penggemar dalam komunitas virtual.

