

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Setelah melakukan analisis kualitatif dengan pendekatan kajian budaya data yang diperoleh dari penelitian di Yogyakarta tentang fenomena *multifandom* pada penggemar lagu Red Velvet berjudul *Psycho* dapat disimpulkan sebagai berikut :

Melalui wawancara dan observasi data *multifandom* merupakan kelompok audiens yang menyukai lebih dari satu *fandom*. Munculnya fenomena *multifandom* lagu Red Velvet berjudul *Psycho* dalam penelitian ini dapat menjadi bukti jika *fandom* yang selama ini dikenal dengan sikap tertutup dengan karya idola lain seolah terbuka dengan karya baru karena pesan yang disampaikan Red Velvet melalui lagunya berhasil sampai kepada audiensnya.

Fenomena *multifandom* pada penelitian ini juga banyak yang berakar dari genetika idola mereka, seperti *fandom* ELF yang merupakan *fans* Super Junior yang akhirnya juga menjadi EXO L fan dari EXO. Adanya hubungan senior-junior antara Super Junior dan EXO lah yang banyak membuat informan dan data observasi mendukung hasil penelitian ini. Sama dengan halnya Super Junior dan EXO, Red Velvet juga merupakan adik dari Super Junior dan EXO. Oleh sebab itu banyak dari *fandom* ELF, EXO L dan banyak lainnya yang juga menjadi ReVeluv atau *fans* Red Velvet.

Selain itu dalam penelitian ini fenomena *multifandom* juga muncul karena adanya fanatisme dari audiens lagu Red Velvet berjudul *Psycho* yang diberi ruang oleh agensi KPop (SM Ent) untuk meluapkan emosi audiensnya. Peneliti melihat adanya fanatisme

yang tidak alamiah atau sengaja dibuat dengan menggunakan objek produk-produk KPop menjadi ideologi budaya massa.

Kesengajaan yang dilakukan seolah menjadi ruang fantasi audiens dan menyebabkan adanya fenomena *multifandom* pada lagu *Psycho* milik Red Velvet ini secara tidak langsung. Tidak hanya mengenal lagunya tetapi juga karena citra Red Velvet sebagai ikon perempuan aktif membuat adanya praktik budaya ekonomi yang menjadi imbas pada fenomena *multifandom* pada fans atau audiens. Munculnya *trend* sampai dengan keuntungan menjadi cara kerja budaya massa dalam fenomena *multifandom*.

## **5.2. Saran**

Saran dalam penelitian ini yakni teori budaya populer merupakan teori yang masih bisa dikembangkan lebih luas lagi dengan tema-tema yang tentunya bisa dikembangkan sedemikian rupa, seperti industri pasar budaya. Tema seperti ini akan baik jika bisa dikembangkan dengan melihat fenomena budaya populer KPop yang sedang naik daun seperti saat ini. Perlu adanya kolaborasi lebih dalam basis ekonomi politik budaya populer yang nantinya penting untuk diteliti.

Dalam penelitian ini juga bisa dilihat jika bentuk praktik budaya populer adalah gaya hidup konsumtif dan fanatik seperti fenomena *multifandom*. Maka menjadi penting jika kajian ini bisa menjadi kritik ideologi terhadap populasi kebudayaan populer dalam budaya massa yang menggunakan idola (*boygroup dan girlgroup*) sebagai objek.