BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, komunikasi virtual antara penggemar Boynextdoor di media sosial X terwujud dalam berbagai bentuk interaksi, seperti *thread*, *tweet*, *reply*, *direct message* (*DM*), dan *grup chat.* Seluruh fitur ini dimanfaatkan oleh para anggota komunitas untuk saling berbagi informasi, berdiskusi, maupun bertukar pengalaman seputar pembelian album, *photocard*, *merchandise*, serta dukungan untuk kegiatan fans. Para pengirim pesan biasanya adalah anggota *fandom* yang aktif membagikan update, menawarkan ajakan *preorder*, mempromosikan produk, hingga menampilkan *unboxing* dan *review* koleksi. Semua pesan yang disampaikan memiliki keragaman isi, mulai dari informasi harga, kualitas, ketersediaan barang, pengalaman transaksi, hingga testimoni kepuasan dan dokumentasi koleksi pribadi.

Media sosial X dipilih sebagai sarana utama karena mampu menjangkau banyak anggota dengan cepat dan memudahkan penyebaran pesan secara luas, baik melalui komunikasi dua arah dalam *DM* maupun diskusi banyak arah dalam grup dan *thread* publik. Setiap pesan yang diterima oleh anggota lain dapat memberikan dorongan, dukungan maupun respon berupa komentar, *like*, *retweet*, atau berbagi ulang konten. Proses komunikasi virtual ini membentuk lingkungan komunitas yang dinamis, menumbuhkan rasa kebersamaan, serta memperkuat hubungan antar anggota. Pola komunikasi yang terbentuk melalui pengirim pesan, isi pesan, media yang digunakan, penerima, hingga respons dan interaksi lanjutan menjadi bagian penting dari aktivitas *fandom* Boynextdoor di media sosial X, sekaligus memperlihatkan bagaimana setiap unsur komunikasi berjalan saling terkait dalam keseharian komunitas.

.

Komunikasi Virtual.., Najla Saffa Kamila, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

5.2 Saran

5.2.1 Saran Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pengembangan kajian komunikasi virtual, khususnya terkait motivasi pembelian *merchandise* dalam komunitas *fandom* di media sosial. Peneliti berikutnya dapat memperluas objek penelitian pada *fandom* lain atau platform media sosial yang berbeda, agar diperoleh gambaran yang lebih luas.

5.2.2 Saran Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan refleksi agar lebih bijak dalam memanfaatkan media sosial dan tidak mudah terpengaruh oleh tren konsumsi di komunitas *online*. Penting untuk mempertimbangkan kebutuhan dan kemampuan finansial sebelum memutuskan membeli produk *fandom*.

b. Bagi Penulis

Disarankan untuk memperhatikan perkembangan komunikasi virtual yang terus berubah, serta melakukan pengamatan lebih mendalam terkait dampak psikologis dan sosial dari keterlibatan dalam komunitas *fandom*. Selain itu, penggunaan metode penelitian yang beragam dapat memperkaya data dan analisis yang dihasilkan.