

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan penyajian data dan analisis data yang telah dilakukan peneliti sesuai dengan langkah-langkah yang dituntut dan dilaksanakan dalam mengetahui bagaimana proses komunikasi kelompok penggemar Korean Pop di Surabaya dan Malang khususnya komunitas Korea Lovers Surabaya (KLOSS) dan K-Pop Fandom Malang (KFM) dapat ditarik kesimpulan bahwasanya :

1. Proses komunikasi internal kelompok penggemar K-Pop di Surabaya dan Malang adalah kedua komunitas tersebut memiliki sifat dan sistem yang hampir sama dalam melakukan proses komunikasi karena pada dasarnya kedua komunitas tersebut merupakan kelompok besar yang menggunakan jenis komunikasi kelompok besar. Sehingga segala hal yang menyangkut keanggotaan dan kepengurusan bersifat longgar. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam komunitas Korea Lovers Surabaya (KLOSS) dan K-Pop Fandom Malang (KFM) lebih menggunakan jaringan non-formal (*emergent network*), dalam proses interaksinya karena mereka lebih intens berhubungan dengan saling bertegur sapa, berkomunikasi lewat telepon, pesan singkat ataupun dengan jejaring sosial, baik dalam

proses interaksi internal kelompok maupun eksternal atau antar kelompok. Karena hal ini dianggap praktis dan sesuai dengan keadaan internal kelompok.

Segala informasi dan hal-hal yang menyangkut stabilitas organisasi berpusat pada pimpinan kelompok atau komunitas, kemudian disampaikan kepada anggota melalui media komunikasi dalam hal ini adalah pesan singkat dan facebook, kemudian bagi anggota kelompok yang berminat maka akan hadir dalam aktifitas tersebut dan dari aktifitas bersama itulah anggota kelompok memungkinkan untuk saling mengenal satu sama lain.

2. Proses komunikasi eksternal atau antar kelompok dilakukan dengan alur yaitu melalui ketua komunitas KLOSS kemudian diinformasikan melalui media komunikasi dalam hal ini facebook ataupun pesan singkat (SMS) kepada seluruh anggota sehingga anggota yang berminat melangsungkan kegiatan dapat berpartisipasi dari mulai rapat panitia, atau kumpul-kumpul sampai mengadakan sebuah acara bersama seperti *flash mob*, *gathering*, lomba-lomba dan sebagainya selain disebar kepada anggota komunitas internal KLOSS ketua KLOSS juga menyebarkan informasi kepada ketua komunitas KFM melalui media komunikasi yang sama yakni facebook dan pesan singkat (SMS), sehingga ketua KFM mengabarkan kepada anggota komunitasnya melalui media komunikasi

pula yakni pesan singkat dan *facebook*. Sehingga anggota kelompok dapat memutuskan untuk mengikuti kegiatan atau tidak. Alur ini juga berlaku pada komunitas KFM.

Proses komunikasi kelompok yang dilakukan oleh komunitas Korea Lovers Surabaya (KLOSS) maupun K-Pop Fandom Malang (KFM) akhirnya dapat berfungsi untuk mengotrol aliran informasi, menyatukan orang-orang dalam kepentingan yang sama, membangun interpretasi yang sama, mendorong pengaruh sosial dan memungkinkan terjadinya tukar menukar sumberdaya.

B. Rekomendasi

1. Saran bagi Komunitas Korea Lovers Surabaya (KLOSS) dan K-Pop Fandom Malang (KFM), untuk lebih menstrukturkan kembali kepengurusan dalam komunitas sehingga tidak terjadi ketumpang-tindihan jabatan dan hanya mengandalkan beberapa orang dalam kepengurusan inti saja.
2. Saran bagi K-Pop Fandom Malang, untuk memperketat status keanggotaan bukan hanya menerima anggota sebagaimana ia masuk dalam grup facebook saja, sehingga anggota dapat lebih terdata dan anggota lebih bertanggung jawab.



3. Saran bagi peneliti selanjutnya agar meneliti tentang strategi kelompok penggemar K-Pop dalam mempromosikan komunitas atau mengenai budaya kelompok penggemar K-Pop.