

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana penggemar K-Pop memaknai pengalaman berfoto bersama idola favorit menggunakan *frame* di Photoism dalam perspektif interaksi parasosial. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijabarkan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa pemaknaan penggemar terhadap pengalaman tersebut merupakan kelanjutan dari pengalaman parasosial yang telah terbentuk jauh sebelum mereka mencoba layanan tersebut. Pengalaman sebagai penggemar K-Pop yang sudah mengakar melalui konsumsi konten, partisipasi dalam aktivitas *fandom*, serta interaksi yang dimediasi platform digital membentuk *stock of knowledge* yang menjadi dasar pemaknaan mereka terhadap pengalaman menggunakan *frame idol* K-Pop di Photoism.

Pemaknaan tersebut terbentuk melalui interaksi tiga faktor yang saling memengaruhi, yaitu peran audiens, *persona*, dan media. Penggemar K-Pop sebagai audiens menunjukkan peran aktif dalam menciptakan ilusi kedekatan melalui respons (*answering role*). Sementara itu, *idol* K-Pop sebagai *persona* turut berkontribusi melalui atribut *addressing performance* dan *physical appearance* yang membentuk interaksi parasosial. Serta, teknologi Photoism sebagai media memperkuat persepsi kedekatan melalui aspek teknis seperti sistem pencahayaan (*lighting*) dan proporsi tubuh di layar.

Adapun dampak interaksi parasosial di Photoism bersifat beragam. Kepuasan terhadap hasil foto muncul ketika foto mampu menghadirkan kesan yang realistis. Hasil foto yang bagus pun mendorong keinginan untuk menjalin kedekatan lain yang lebih nyata melalui aktivitas *fandom*. Hal ini menunjukkan bahwa Photoism tidak hanya memenuhi kebutuhan parasosial, tetapi juga memperkuat pengalaman parasosial yang telah terbangun. Dalam perspektif fenomenologi Alfred Schutz, pengalaman berfoto ini telah menjadi

bagian dari *life-world* penggemar K-Pop di Indonesia yang terbentuk dari intersubjektivitas.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian mengenai interaksi parasosial penggemar K-Pop melalui layanan Photoism, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh pihak-pihak terkait, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi pengelola layanan Photoism dan *photobooth*, disarankan untuk mengembangkan *frame* dengan pose yang interaktif supaya dapat meningkatkan pengalaman kedekatan yang diinginkan pengguna. Serta, mengoptimalkan teknis yang digunakan, seperti sistem pencahayaan (*lighting*) dan proporsi tubuh dalam *frame*.
2. Bagi agensi K-Pop, disarankan untuk memanfaatkan kolaborasi resmi dengan layanan *photobooth* sebagai strategi *fan engagement*.
3. Bagi penggemar K-Pop, disarankan untuk memahami bahwa kedekatan yang dirasakan dengan *idol* merupakan bentuk parasosial, sehingga tetap mampu menjaga batasan yang sehat.

5.2.2 Saran Teoritis

Penelitian ini berfokus pada pengalaman interaksi parasosial penggemar K-Pop dalam penggunaan layanan Photoism dengan pendekatan fenomenologi IPA. Oleh karena itu, diharapkan bagi peneliti selanjutnya dengan topik serupa mempertimbangkan beberapa hal berikut:

1. Menggunakan pendekatan kuantitatif atau metode campuran guna mengukur intensitas interaksi yang terbentuk melalui Photoism.

2. Melibatkan subjek penelitian dengan karakteristik yang lebih beragam, baik dari segi gender, usia, wilayah domisili, maupun tingkat keterlibatan *fandom*, sehingga dapat menghasilkan temuan yang lebih komprehensif.
3. Membandingkan pengalaman parasosial yang dimediasi oleh teknologi lain yang serupa, seperti *AI-generated photo* bersama *idol* ataupun *augmented reality fan experience*.