

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan interpersonal antara Jessi JKT48 dan penggemarnya memiliki peran yang sangat signifikan dalam membangun serta memperkuat popularitasnya di TikTok selama periode Senbatsu Sousenkyo 2025. Berdasarkan hasil temuan penelitian, dapat ditegaskan bahwa komunikasi interpersonal yang dilakukan Jessi melalui platform TikTok bukan sekadar aktivitas promosi, melainkan strategi komunikasi yang secara konsisten membangun kedekatan emosional dengan fans. Kedekatan inilah yang kemudian berimplikasi langsung pada meningkatnya tingkat popularitas serta dukungan nyata dalam bentuk partisipasi voting pada program Senbatsu Sousenkyo.

TikTok dalam penelitian ini terbukti berfungsi sebagai ruang komunikasi yang personal, empatik, dan interaktif. Melalui konten yang menampilkan sisi autentik dan keseharian dirinya, Jessi menghadirkan citra sebagai individu yang dapat diakses secara emosional, bukan hanya sebagai idol yang tampil di atas panggung. Pola komunikasi yang santai, responsif, dan terbuka tersebut membuat fans merasa diperhatikan, dihargai, serta dilibatkan dalam perjalanan kariernya. Dengan demikian, komunikasi yang terbangun tidak bersifat formal atau satu arah, tetapi membentuk hubungan yang lebih intim dan bermakna.

Jika dianalisis menggunakan Teori Pertukaran Sosial, hubungan antara Jessi dan fans memperlihatkan pola timbal balik yang jelas antara *reward* dan *cost*. Jessi memberikan *reward* berupa perhatian, kedekatan emosional, interaksi langsung, serta konsistensi konten yang membangun rasa keterhubungan. Sebagai respons, fans memberikan *cost* dalam bentuk loyalitas, partisipasi aktif di media sosial, promosi digital, serta dukungan finansial melalui voting Senbatsu Sousenkyo.

Hubungan ini dapat bertahan dan berkembang karena kedua belah pihak merasakan adanya keseimbangan manfaat (*outcome*) yang diperoleh dari relasi tersebut. Fans tidak merasa dirugikan oleh *cost* yang dikeluarkan, melainkan memaknainya sebagai investasi emosional terhadap idol yang mereka dukung.

Temuan wawancara semakin memperkuat kesimpulan tersebut. Fans memandang voting bukan semata sebagai kewajiban atau tuntutan sistem, tetapi sebagai bentuk ekspresi kepercayaan, kedekatan, dan keterikatan emosional yang telah dibangun melalui interaksi di TikTok. Dukungan yang diberikan tidak lagi hanya didasarkan pada status Jessi sebagai member JKT48, tetapi pada pengalaman komunikasi personal yang dirasakan secara langsung. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal menjadi mekanisme utama yang menggerakkan proses pertukaran sosial tersebut.

Lebih lanjut, popularitas Jessi dalam penelitian ini tidak dipahami sebagai hasil dari algoritma semata atau tingginya visibilitas media. Popularitas dipahami sebagai konstruksi sosial yang lahir dari relasi interpersonal yang kuat dan berkelanjutan. Semakin intens, konsisten, dan bermakna komunikasi yang dibangun, semakin tinggi pula tingkat keterlibatan dan loyalitas fans. Dengan demikian, popularitas bukan hanya persoalan angka pengikut atau tayangan, tetapi refleksi dari kualitas hubungan sosial yang terbentuk.

Program Senbatsu Sousenkyo dalam konteks ini menjadi ruang materialisasi dari seluruh proses komunikasi interpersonal dan pertukaran sosial yang telah berlangsung. Voting menjadi wujud konkret dari *reward* dan *cost* yang dipertukarkan antara Jessi dan fans. Oleh karena itu, Senbatsu Sousenkyo tidak hanya berfungsi sebagai ajang kompetisi antar member, tetapi sebagai arena legitimasi hubungan sosial antara idol dan penggemarnya. Peringkat ke-3 yang diraih Jessi merupakan akumulasi dari proses komunikasi yang konsisten, kedekatan emosional yang terbangun, serta mekanisme pertukaran sosial yang berjalan secara seimbang dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa komunikasi interpersonal digital memiliki peran strategis dalam membangun popularitas idol di era media sosial. Popularitas tidak lagi semata-mata dibentuk oleh eksposur media, tetapi oleh kualitas hubungan interpersonal yang mampu menciptakan keterikatan emosional dan mendorong partisipasi nyata dari audiens. Temuan ini memperkuat relevansi Teori Pertukaran Sosial dalam menjelaskan dinamika hubungan idol dan fans dalam konteks komunikasi digital kontemporer.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk berbagai pihak, baik untuk Jessi JKT48 sendiri, Manajemen dan Fans Jessi lainnya, serta penelitian lanjutan yang berkaitan dengan komunikasi interpersonal.

1. Saran untuk Jessi JKT48

Saran bagi Jessi adalah untuk terus mempertahankan pola komunikasi interpersonal yang autentik, terbuka, dan konsisten di TikTok. Jessi perlu menyeimbangkan antara menampilkan profesionalisme sebagai idol di panggung dan kehangatan sebagai individu yang relatable di media sosial. Konten yang bersifat personal, reflektif, dan empatik sebaiknya tetap diproduksi secara berkelanjutan agar fans merasa dihargai dan dilibatkan dalam perjalanan kariernya.

Selain itu, Jessi juga disarankan untuk lebih terstruktur dalam memanfaatkan momen-momen penting seperti masa kampanye Senbatsu Sousenkyo dengan strategi komunikasi yang terencana, tanpa menghilangkan unsur keaslian diri. Dengan demikian, interaksi yang terbangun tetap terasa alami namun tetap memiliki arah dan tujuan yang jelas.

2. Saran untuk Fans (*Jessinasion*)

Fans diharapkan dapat terus menjadi pendukung yang aktif, kritis, dan positif dalam berinteraksi dengan Jessi di media sosial. Dukungan yang diberikan sebaiknya tidak hanya dalam bentuk *voting* atau konsumsi konten, tetapi juga melalui komunikasi yang sehat, menghargai batasan privasi idol, serta tidak menuntut secara berlebihan.

Fans juga disarankan untuk menyadari bahwa hubungan idol dan fans meskipun terasa dekat secara emosional, tetap berada dalam konteks profesional. Oleh karena itu, sikap saling menghormati menjadi kunci agar relasi yang terbangun tetap sehat dan berkelanjutan.

3. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan memperluas objek kajian, baik dari segi jumlah informan maupun variasi idol atau grup idol lain. Penelitian lanjutan juga dapat menggunakan pendekatan kuantitatif atau mixed methods untuk mengukur secara lebih sistematis pengaruh komunikasi interpersonal terhadap loyalitas dan perilaku fans.

Selain itu, penelitian selanjutnya dapat mengkaji platform media sosial lain seperti Instagram, X, Thread atau YouTube untuk melihat perbedaan pola komunikasi dan dinamika relasi idol dan fans di berbagai ruang digital. Dengan demikian, pemahaman tentang komunikasi interpersonal dalam industri hiburan dapat semakin komprehensif.

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan wawasan akademik serta rekomendasi praktis bagi individu maupun pihak-pihak yang tertarik dengan komunikasi interpersonal sehingga mempengaruhi popularitas seorang idol, khususnya di platform TikTok

