

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan judul Analisis Ekologi Media pada Akun Twitter “NCT Base” Yang Mengalami *Panic buying* Produk *Bundling* “Somethinc X NCT Dream” melalui observasi partisipan dan wawancara mendalam maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

Perilaku *panic buying* pada Kpopers dalam pembelian *merchandise* kpop dapat menjadi topik pembahasan yang menarik. *Panic buying* adalah fenomena ketika rasa takut atau kecemasan bahwa mereka akan melewatkan pengalaman, barang, atau kesempatan yang populer atau terbatas. Perilaku *panic buying* kpopers dalam pembelian produk *bundling* somethinc adanya budaya *fanbase* dan juga kompetisi di antara penggemar.

Faktor-faktor penyebab kpopers menjadi *panic buying* diantaranya adalah sifat fanatisme mereka yang berkeinginan untuk mendukung idola mereka dan diakui sebagai penggemar yang setia selalu mendukung idola mereka, namun tidak di pungkiri bahwa peran media sosial yang memicu interaksi mereka menjadi faktor mereka *panic buying*. Inilah beberapa faktor penyebab *panic buying* para kpopers adanya kelangkaan, stok terbatas serta menipisnya ketersediaan dan rasa takut kehabisan dari para penggemar

B. Saran

Setelah melakukan penelitian sebagai peneliti berpendapat beberapa hal yang menjadi saran terkait judul Analisis Ekologi Media pada Akun Twitter “NCT Base” yang Mengalami *Panic Buying* Produk *Bundling* “Somethinc X NCT Dream”. Saran tersebut antara lain:

1. Dalam pembahasan selanjutnya diharapkan dalam penelitian selanjutnya dapat lebih mendalami dan mengkaji dari segi teori psikologi komunikasi khususnya dalam kasus perilaku *panic buying* yang terjadi pada kpopers di media social.
2. Pada penelitian selanjutnya dapat mengkaji lebih dalam tentang ekologi media dan dapat membuktikan teori ini bahwa media memengaruhi perilaku masyarakat dengan bahan dan data lebih kompleks.
3. Perilaku *panic buying* didorong oleh rasa cinta, keterikatan, dan keinginan untuk memiliki atau terhubung dengan produk *merch* yang diinginkan. Namun, penting bagi penggemar untuk tetap bijak dalam mempertimbangkan anggaran pribadi dan menilai kebutuhan sebenarnya sebelum terlibat dalam perilaku pembelian impulsif atau berlebihan.
4. Penting untuk diingat bahwa media sosial bukanlah satu-satunya faktor yang memengaruhi perilaku *panic buying* Kpopers, tetapi dia memainkan peran penting dalam menyebarkan informasi, memperkuat *trend*, dan memfasilitasi interaksi antara penggemar dan idola mereka. Kesadaran akan pengaruh media sosial ini.