

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan

Budaya setir pada akun X @kampungphilos muncul sebagai respons atas situasi pengambilan keputusan yang dianggap berisiko oleh anggota komunitas. Seringkali, anggota komunitas dihadapkan pada keterbatasan sumber daya, tema pembaharuan yang sulit diprediksi, serta beragam pakaian dan kartu karakter menarik. Anggota komunitas yang mengalami dilema tersebut kemudian menyerahkan keputusan pada anggota komunitas lainnya. Hal ini dikarenakan keputusan kolektif dipandang lebih akurat dan disampaikan oleh anggota-anggota komunitas yang berpengalaman.

Proses setir berlangsung ketika anggota komunitas mengunggah kebingungannya secara anonim pada akun @kampungphilos. Unggahan ini kemudian memicu respons anggota lain untuk memberikan pendapat, yang didasari oleh preferensi dan pengalaman mandiri. Sebelumnya, anggota melakukan riset terlebih dahulu yang menyesuaikan pendapatnya dengan kebutuhan pengirim pesan. Dalam mendukung argumennya, anggota dapat mencantumkan gambar, yang juga disertai dengan deskripsi berupa kelebihan dan kekurangan.

Tingkat keterlibatan anggota komunitas dalam berinteraksi dengan postingan setir beragam. Secara garis besar, anggota komunitas berinteraksi secara sukarela dalam memilih postingan setir yang ingin diikuti. Respons anggota juga dipengaruhi oleh konteks yang diberikan anggota komunitas sebagai pengirim

pesan. Postingan setir yang diberikan konteks seperti keadaan pemain, akan direspons secara lebih detail. Konteks berperan penting sebagai sumber informasi yang akan digunakan sebagai penalaran anggota komunitas. Ketika pemain hanya meminta anggota untuk sekadar memilih opsi yang disajikan, maka anggota akan memberikan jawaban yang sederhana pula.

Interaksi dalam budaya setir menunjukkan bahwa tidak ada otoritas tunggal yang mengarahkan keputusan. Setiap anggota bebas menyampaikan pendapatnya. Meski demikian, seiring bertambahnya komentar, mulai terlihat kecenderungan pilihan tertentu yang mendapat dukungan lebih banyak melalui jumlah likes atau komentar balasan. Hal ini memberikan kesan bahwa pendapat mayoritas menjadi lebih tepat karena divalidasi oleh banyak orang dengan latar pengalaman yang beragam. Dalam konteks ini, budaya setir kemudian berpengaruh dalam menentukan keputusan akhir yang diambil pengirim pesan.

V.2. Saran

V.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini adalah terkait studi netnografi dengan menggunakan data yang cukup detail. Namun, terdapat keterbatasan dalam penelitian, yaitu jangkauan data dan kedalaman wawancara. Diharapkan, peneliti selanjutnya dapat memahami penelitian ini dan melakukan studi lebih lanjut mengenai praktik *crowdsourcing*, budaya setir pada akun X @kampungphilos, dan *the wisdom of crowds*.

V.2.2. Saran Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam memahami praktik *crowdsourcing* dan *the wisdom of crowds*. Setelahnya, diharapkan pemain dapat memanfaatkan komunitas game dengan baik sebagai tempat berbagi informasi.

V.2.3. Saran Sosial

Setelah melakukan penelitian ini, peneliti memiliki beberapa saran terkait budaya setir pada akun X @kampungphilos. Diharapkan anggota komunitas dapat mempertahankan sikap saling membantu dalam menyelesaikan permasalahan yang ada. Diperlukan juga pemantauan dari admin komunitas untuk mencegah potensi terjadinya hal yang tidak diinginkan.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Campbell, R., Martin, christopher r, & Fabos, B. (2016). *See what ' s new in the 2016 update . Media & Culture will enhance your understanding of where the digital turn has taken us — and where media is headed in the future . developments in mass media hacktivism and harassment , Taylor presidential race , net.*
- Chatterjee, S., Singh, T. P., Lim, S., & Mukhopadhyay, A. (2023). Social Media and Crowdsourcing Application and Analytics. In *Social Media and Crowdsourcing Application and Analytics*.
<https://doi.org/10.1201/9781003346326>
- Kozinets, R. V. (2010). *Netnography Doing Ethnographic Research Online* (1 ed.).
- Loukopoulou, E. C. (2025). *Prospect Theory and Loss Aversion : A Cognitive Perspective on Economic Behavior*.
- Priyowidodo, G. (2020). *Monograf Netnografi Komunikasi: Aplikasi pada Tiga Riset Lapangan* (1 ed.; P. Vita, ed.). Depok: Rajawali Pers.
- Raihan. (2017). Metodologi penelitian. *Universitas Islam Jakarta*, 1–186. Diambil dari https://www.academia.edu/42283076/Metodologi_Penelitian
- Sorensen, L. (2020). *Mob Rule or the Wisdom of the Crowd?*
- Sternberg, R. J., & Glück, J. (2019). The cambridge handbook of wisdom. In *The Cambridge Handbook of Wisdom*. <https://doi.org/10.1017/9781108568272>
- Surowiecki, J. (2005). *THE WISDOM OF CROWDS*.

- Swalwell, M., Stuckey, H., & Ndalianis, A. (2017). Fans and Videogames. In *Fans and Videogames*. <https://doi.org/10.4324/9781315563480>
- ThomasT.Hills. (2025). *Behavioral Network Science: Language, Mind, and Society*.
- Trier-Bieniek, A. (2015). *Fan Girls and the Media*.
- Wu, J., & Wang, E. (2023). *Mobile Crowdsourcing From Theory to Practice*.

JURNAL

- Astiyani Lestari, B. S. (2021). *PENGARUH KREDIBILITAS DAN TERPAAN IKLAN GOJEK VERSI “ BTX - IT ’ S OKAY TO BE LEBAY ” DI YOUTUBE TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA GOJEK PADA ERA NEW NORMAL THE INFLUENCE OF CREDIBILITY AND EXPOSURE TO GOJEK ’ S ADS VERSION " BTX - IT ’ S OKAY TO BE LEB*. 02(01), 37–47.
- Caroline, R., & Triana, L. (2025). Social Support and Help-Seeking For Suicidal Ideation in Educational Institution-Based Menfess in Application X. *Eduvest - Journal of Universal Studies*, 5(3), 3671–3700. <https://doi.org/10.59188/eduvest.v5i3.51061>
- Cesar, H. P., & Monika Pretty Aprilia. (2023). Komunikasi Anonim Dalam Pemanfaatan Autobase Sebagai Media Informasi (Studi Netnografi pada Pengguna Akun @jogjamnfs di Twitter). *Inter Komunika: Jurnal Komunikasi*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.33376/ik.v7i1.1731>
- Fitriyah, P., & Nurhaeni, I. D. A. (2021). Netnography and social network analysis: Centrality actors reopening Indonesia’s tourism industry in a

- transitional era. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 37(3), 257–273. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2021-3703-15>
- Gabriella, T., Purnama, F. Y., Revia, B., & Fista, S. (2025). *Digital Witch Hunt dan Polarisasi Gender dalam Isu Childfree : Studi Netnografi Interaktivitas di X*. 8(X), 254–273.
- Gandasari, D., Dwidienawati, D., Tjahjana, D., Sugiarto, M., & Sarwoprasodjo, S. (2023). Social Network Analysis of Basic Necessity Scarcity on Twitter: Evidence from Indonesia. *Journal of Intercultural Communication*, 23(2), 1–12. <https://doi.org/10.36923/jicc.v23i2.57>
- Hannah Metzler, D. G. (2024). *Social Drivers and Algorithmic Mechanisms on Digital Media*. 19. <https://doi.org/10.1177/17456916231185057>
- Ismail Zaky Al Fatih, Rachmatsah Adi Putera, Z. H. U. (2024). *Peran Algoritma Media Sosial dalam P an Algoritma Media Sosial dalam Penyebaran Propaganda opaganda Politik Digital Menjelang Pemilu*. 7(1). <https://doi.org/10.7454/jkskn.v7i1.10090>
- James G. Hillman, Devin I. Fowlie, and T. K. M. (2023). *Social Verification Theory: A New Way to Conceptualize Validation, Dissonance, and Belonging*. 27. <https://doi.org/10.1177/10888683221138384>
- Jiménez-Crespo, M. A., Liang, L., & Xu, M. (2017). Crowdsourcing and Online Collaborative. *International Journal of Communication*, 11, 3593–3596. Diambil dari <http://ijoc.org>.
- Khadadeh, M. (2023). *Shippers and Kinnies : Re-conceptualizing Parasocial Relationships with Fictional Characters in Contemporary Fandom*.

<https://doi.org/10.1145/3582437.3582476>

Lucinda Saldanha, Sofia Marquesda Silva, P. D. F. (2023). “ *Community* ” in *Video Game Communities*. 18. <https://doi.org/10.1177/15554120221150058>

Mariola Paruzel-Czachura, Dominika Wojciechowska, D. B. (2023). *Online Moral Conformity : how powerful is a Group of Strangers when influencing an Individual ' s Moral Judgments during a video meeting ?* 43. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s12144-023-04765-0>

Melinda Nuttall, MCouns, Tanya Machin, Raquel Peel, Susan Abel, and S. B. (2025). *Online Prosocial Behaviors : A Scoping Review of Definitions , Actions , and Motivators.* 28(6), 6–9. <https://doi.org/10.1089/cyber.2024.0481>

Muftitama, A. (2023). PERILAKUKOMUNIKASI PADA MASYARAKAT CYBERSPACE(Netnografi meme rage comic di Situs 1cak.com). *Jurnal PIKMA: Publikasi Media Dan Cinema*, 5(2).

Nurhaliza, W. O. S. (2024). Studi Netnografi Penggunaan Media Sosial Untuk Bisnis Pada Akun Instagram @Jilbrave.Official. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial dan Informasi*, 9(2), 350–363. Diambil dari <http://jurnalilmukomunikasi.uho.ac.id/index.php/journal/indexDOI:http://dx.doi.org/10.52423/jikuho.v9i2.200>

Özbaş Anbarlı, Z. (2021). Living in digital space: everyday life on twitter. *Communication and Society*, 34(2), 31–47. <https://doi.org/10.15581/003.34.2.31-47>

- Özer Alper, D. (2024). Public Relations Discourse on X (Twitter) and Analysis of Public Relations. *Journal of Communication & Public Relations*, 3(1), 14–26. <https://doi.org/10.37535/105003120242>
- Rahmania Mustaqillillah, Okky Widyaningtyas, & Tri Wantoro. (2023). Efektivitas Penggunaan Twitter Sebagai Sarana Peningkatan Berpikir Kritis Mahasiswa Ilmu Komunikasi. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 18–28. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v2i1.1346>
- Reer, F., Hera, T. de la, & Gómez-Garcia, S. (2025). Games and Game Studies Are Meaningful — Are They ? Games and Game Studies Are Meaningful — Are They ? *Cogitatio: Journal of Media and Communication*, 13. <https://doi.org/10.17645/mac.9857>
- Rienadhy, A. C. D. (2022). Impression Management Komunitas Role player K-POP dalam Media Sosial Twitter. *TUTURLOGI: Journal of Southeast Asian Communication*, 3(2). <https://doi.org/10.21776/ub.tuturlogi.2022.003.02.3>
- Sandi, N. A., & Febriana, P. (2023). Sadfishing: Studi Netnografi pada Konten dengan Tagar #rumahkokkayu Di Tiktok. *Jurnal Komunikasi Global*, 12(1), 30–52. <https://doi.org/10.24815/jkg.v12i1.30216>
- Sonia Indah Pramesti, F. A. D. (2025). *Gita Savitri dan Childfree Movement pada Media Sosial : Studi Netnografi pada Akun Instagram @ Gitasav*. 6(2024), 268–279.
- Sulistyowati, R. A. (2024). *Studi Netnografi Respon Warganet mengenai Toxic Relationship pada Video Youtube Penyintas # BukanSayangNamanya*. 8(2), 355–373.

- Sumarno, Utari, P., & Rahmanto, A. (2021). Studi Netnografi Post-Truth Dalam Percakapan Politik Pemilihan Presiden 2019 Di Facebook. *Scholar.Archive.Org*, 22(2), 161–176. Diambil dari http://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jpkp/article/view/2977%0Ahttps://scholar.archive.org/work/cpijvmegbvhbdbsnv5fy4jgnom/access/wayback/https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jpkp/article/download/2977/pdf_1
- Zimmermann, D., Wehler, A., & Kaspar, K. (2023). Self - representation through avatars in digital environments. *Current Psychology*, 42(25), 21775–21789. <https://doi.org/10.1007/s12144-022-03232-6>