



**AKTIVITAS KOMUNIKASI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

**DALAM MENJAGA LOYALITAS FANS**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana**

**Strata 1 ( S-1) Komunikasi Bidang Studi Broadcasting**

**Disusun Oleh :**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
DESI RATNASARI  
44112010230

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2016**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **AKTIVITAS KOMUNIKASI MELALUI  
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM  
MENJAGA LOYALITAS FANS**

Nama : Desi Ratnasari

NIM : 44112010230

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Broadcasting*

UNIVERSITAS

Jakarta, 23 Maret 2016

MERCU BUANA

Pembimbing



( Irmulan Sati T, SH,M.Si )

## LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **AKTIVITAS KOMUNIKASI MELALUI  
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
DALAM MENJAGA LOYALITAS FANS**

Nama : Desi Ratnasari

NIM : 44112010230

Fakultas : Ilmu Komunikasi

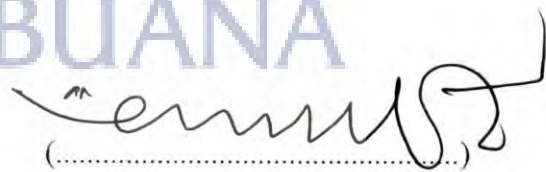
Bidang Studi : *Broadcasting*

UNIVERSITAS Jakarta, 29 Maret 2016

MERCU BUANA

**Ketua Sidang**

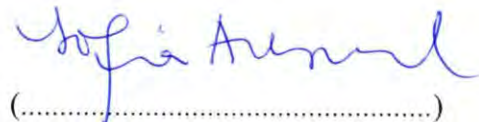
( Rahmadya Putra Nugraha, M.Si )



(.....)

**Penguji Ahli**

( Sofia Aunul, M.Si )



(.....)

**Pembimbing 1**

( Irmulan Sati T, SH,M.Si )



(.....)

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Judul : **AKTIVITAS KOMUNIKASI MELALUI  
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
DALAM MENJAGA LOYALITAS FANS**

Nama : Desi Ratnasari

NIM : 44112010230

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Broadcasting*

Jakarta, 29 Maret 2016

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing,

Ketua Bidang Studi *Broadcasting*



( Irmulan Sati T, SH,M.Si )



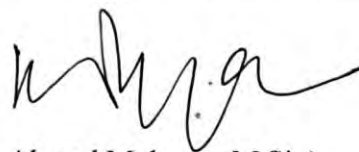
( Feni Fasta, M.Si )

Dekan fakultas Ilmu Komunikasi,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi,



( Dr. Agustina Zubair, M.Si. )



( Dr. Ahmad Mulyana, M.Si. )

## PERNYATAAN ORISINALITAS / KEASLIAN

Saya Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Desi Ratnasari

NIM : 44112010230

Konsentrasi : Broadcasting

Menyatakan dengan sesungguhnya skripsi dengan judul :

### **AKTIVITAS KOMUNIKASI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENJAGA LOYALITAS FANS**

Adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tyidak, kecuali beberapa bagian kutipan yang sumber infomasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 29 Maret 2016



Desi Ratnasari

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW sebagai panutan dan kekasihnya, yang telah memberi rahmat dan karunia yang melimpah, serta memberikan banyak kesempatan sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ AKTIVITAS KOMUNIKASI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENJAGA LOYALITAS FANS “ dengan baik dan tepat waktu. Skripsi disusun untuk mendapatkan gelar Strata 1 (S1).

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, semangat serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada Allah SWT yang telah banyak memberikan rahmat dan karunia-Nya hingga skripsi ini terselesaikan, Orang tua yang selalu mendukung dan mendoakan dalam penyelesaian skripsi ini terima kasih atas segala perhatian yang tak kan terganti dan Kakak dan Nenek tercinta yang selalu mendukung dan mendoakan dalam penyelesaian skripsi ini terima kasih atas segala perhatian yang tak kan terganti. Serta tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Irmulan Sati T, SH, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang tiada hentinya selalu memberikan saran terhadap penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Arisetyanto Nugroho selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Agustina, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
4. Ibu Feni Fasta SE, M.Si, selaku Kaprodi Broadcasting Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Rahmadya Putra M.Si, selaku Sekretaris Program Bidang Studi Broadcasting.
6. Mas Yoki Windriawan & Mas Andi Andryan selaku Manager Kahitna yang sudah memberikan izin kepada penulis untuk mewawancarai Band Kahitna sekaligus menjadi informan dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Mas Yovie Widiyanto, Mas Carlo Saba, Kang Hedi Yunus, Ka Mario Ginanjar yang sudah membantu penulis menjadi informan dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Mas Hanief Yuhadian selaku Manager Kang Hedi Yunus yang sudah memberikan izin dan kesempatan kepada penulis untuk mewawancarai Kang Hedi Yunus dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Mas Ario Tejo Wibowo selaku Admin Media Sosial Kahitna yang sudah penulis reportkan hampir setiap hari di ganggu untuk memberikan informasi dan membantu penulis menyelesaikan skripsi ini, Makasih banyak Mas Ario.
10. Siti Fatonah dan Maria Flanny Astrini selaku Soulmate Kahitna yang sudah membantu penulis menjadi informan dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Seluruh Keluarga Besar Manajemen Band Kahitna yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas support dan bantuannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Kaka-kaka di Story 9 ( Ka Juli, Ka Metta, Ka Afong, Ka Siska, Ka Shin, Momy Siti, Ka Ayu, Ka Shanty ) terima kasih atas support luar biasa dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, makasih kaka-kakaku, aku bahagia punya kaka- kaka seperti kalian.
13. Tante, Om ( Bule Eni, Bule Yayu, Bule Surat, Ua Nana, Om Ridwan, Teh Rina) dan Sepupu-Sepupu tercinta ( Tiwi, Ka Lina, Sigit, Okky, Hery, Tiara, Rajes, Mba Puput, Teh Cicie) terima kasih atas support luar biasa.
14. Keluarga Kecil di Kost'an Rumah Kita Oppi, Kebbi, Teddy, yang selalu memberikan support luar biasa, selalu sharing tentang keluh-kesah selama proses menyusun skripsi ini terima kasih sudah selalu jadi teman begadang yang setia.
15. Sahabat-sahabat tercinta sekaligus teman seperjuangan Adung, Ari, Maryati, Lisa, Reza, Hera, Hanna, Maria Flanny (Achy) , Tiara, Renalda, Corrie, Anindya, Amiza, Silvy, Vero, Nuning, yang selalu mensupport dan memberikan semangat yang tak terhingga.

16. Sahabat-sahabat sedekat nadi Shinta, Citra, Disa, Galih, Egi Her, Gilang, Yoga, Kang Aang, Witjak, Egi Friyayi yang selalu mensupport, memberikan semangat yang tak terhingga selalu mengerti jarang kumpul di Bandung.
17. Keluarga Orange Media yang selalu memberikan Semangat Pagi dalam melakukan hal apapun.
18. Teman-teman jurusan Broadcasting yang seangkatan maupun tidak yang selalu *sharing* tentang keluh-kesah dalam proses penyusunan skripsi.
19. Seluruh Dosen Broadcasting Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana terima kasih atas semua ilmu, saran dan kritiknya dalam proses penyusunan skripsi ini.
20. Semua pihak yang tidak disebutkan satu persatu yang pastinya banyak memberikan dukungan dan pengaruh positif untuk Penulis.

Penulisan skripsi ini disusun dengan sebaik-baiknya, tetapi Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan. Semoga skripsi ini berguna dan bermanfaat bagi pembaca dan dapat menambah ilmu pengetahuan bagi kita semua.

Akhir kata penulis ingin mengucapkan terima kasih atas semua bimbingan, dan dukungan serta kesempatan yang besar ini, semoga kita semua selalu dalam lindungan Allah SWT.

Jakarta, April 2016

Desi Ratnasari



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	6
1.3 Identifikasi Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Akademis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Komunikasi .....	8

2.1.1	Pengertian Komunikasi .....	8
2.1.2	Model Komunikasi .....	10
2.1.3	Fungsi Dan Model Komunikasi.....	14
2.1.4	Komponen Dasar Komunikasi.....	14
2.1.5	Prinsip Komunikasi.....	16
2.1.6	Proses Komunikasi.....	17
2.1.7	Sifat Komunikasi.....	18
2.1.8	Fungsi Komunikasi.....	19
2.1.9	Tujuan Komunikasi.....	20
2.2	Media Baru.....	20
2.2.1.	Pengertian Media Baru.....	20
2.2.2.	Karakteristik Media Baru.....	21
2.2.3.	Media Sosial Dalam Kerangka New Media .....	22
2.2.4.	Pengertian Media Sosial .....	23
2.2.5.	Karakteristik Media Sosial .....	24
2.2.6.	Pembagian Media Sosial.....	26
2.2.7.	Social Networking.....	26
2.2.8.	Jurnal Online (Blog) .....	27
2.2.9.	Jurnal Online (Microblogging).....	28
2.2.10.	Media Berbagi (Media Sharing).....	28
2.2.11.	Media Konten Bersama atau Wiki.....	28
2.3	Loyalitas.....	30
2.4	Fandom.....	31

2.5 Musisi.....	32
-----------------	----

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Paradigma.....	33
3.2 Tipe Penelitian.....	34
3.3 Subjek Penelitian .....	35
3.4 Metode Penelitian.....	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.5.1. Data Primer .....	37
3.5.2. Data Sekunder .....	39
3.6 Teknik Analisis Data.....	39
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	41

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	46
4.1.1. Profil Band Kahitna.....	46
4.1.2. Profil Personil Band Kahitna.....	49
4.1.3. Definisi Logo Band Kahitna.....	52
4.1.4. Visi Dan Misi Band Kahitna.....	53
4.1.5. Prestasi Band Kahitna.....	53
4.2 Hasil Penelitian.....	53
4.2.1. Aktivitas Komunikasi Melalui Media Sosial Dalam Menjaga Loyalitas Fans.....	54

4.3 Pembahasan.....	72
---------------------	----

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan.....	78
---------------------	----

5.2 Saran – Saran.....	80
------------------------	----

5.2.1 Saran Akademis.....	80
---------------------------	----

5.2.2 Saran Praktis.....	81
--------------------------	----

## **DAFTAR PUSTAKA**

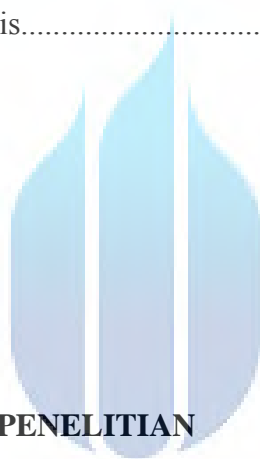
## **LAMPIRAN**

## **SURAT PERIZINAN**

## **DOKUMENTASI FOTO PENELITIAN**

## **TRANSKRIP HASIL WAWANCARA**

## **CURICULUM VITAE**



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Komunikasi Laswell.....	10
Gambar 2.2 Model Komunikasi Shannon Wever.....	11
Gambar 2.3 Model Komunikasi Scaum 1 Arah.....	12
Gambar 2.4 Model Komunikasi Scaum 2 Arah.....	12
Gambar 2.5 Model Komunikasi Berlo.....	13
Gambar 2.6 Model Komunikasi Seiler.....	13
Gambar 4.1 Band Kahitna.....	40
Gambar 4.2 Hedi Yunus.....	49
Gambar 4.3 Carlo Saba.....	50
Gambar 4.4 Mario Ginanjar.....	51
Gambar 4.5 Yovie Widianto.....	51
Gambar 4.6 Logo Band Kahitna.....	52
Gambar 4.7 Unggahan Kalimat Puitis Di Akun @Kahitna.....	57
Gambar 4.8 Unggahan Kalimat Puitis Di Instagram Kahitna.....	57
Gambar 4.9 Video Aktivitas Band Kahitna.....	58
Gambar 4.10 Video Aktivitas Band Kahitna.....	59

Gambar 4.11 Unggahan Interaksi Penggemar Di Instagram.....	61
Gambar 4.12 Unggahan Video Di Instagram Kahitna.....	62
Gambar 4.13 Interaksi Admin Dengan Fans.....	66
Gambar 4.14 Interaksi Mario Ginanjar Dengan Fans.....	67
Gambar 4.15 Aplikasi Model Komunikasi Schraum.....	74
Gambar 4.16 Interaksi Hedi Yunus Terhadap Fansnya.....	76
Gambar 4.17 Interaksi Carlo Saba Terhadap Fansnya.....	77



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Tabel Aktivitas Komunikasi.....	61
-------------------------------------------	----



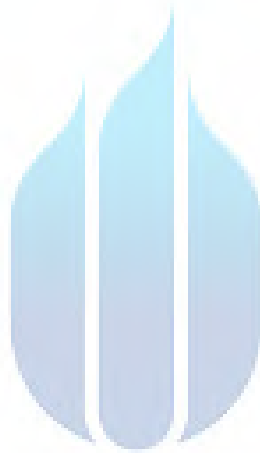
## LAMPIRAN

Surat Perizinan Penelitian

Transkrip Wawancara

Foto Kegiatan Wawancara

Daftar Riwayat Hidup



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA