



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Broadcasting*  
Desi Ratnasari  
44112010230

Aktivitas Komunikasi Melalui Media Sosial Dalam Menjaga Loyalitas Fans

Jumlah halaman : x + 81 halaman + 5 lampiran

Bibliografi : 19 Buku (Tahun 2000-2015), 5 Artikel Internet

## **ABSTRAK**

Aktivitas komunikasi adalah kegiatan yang kita lakukan dengan sesama makhluk sosial. Kehadiran media sosial telah memudahkan makhluk sosial untuk berkomunikasi melalui berbagai jenis aplikasi media sosial. Band Kahitna memanfaatkan media sosial sebagai saluran komunikasi baru untuk berinteraksi dengan fansnya sekaligus menjaga loyalitas fansnya melalui media sosial.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh band Kahitna dalam menjaga loyalitas fans melalui media sosial dan dikaitkan dengan model komunikasi

Schramn 2 arah. Penelitian ini menggunakan pendekatan dengan metode kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah wawancara mendalam kepada narasumber dan observasi partisipasi di komunikasi melalui media sosial band Kahitna.

Hasil penelitian ini membahas mengenai aktivitas komunikasi yang dilakukan band Kahitna dalam menjaga loyalitas fans melalui media sosial, Kahitna sebagai komunikator menyampaikan pesan melalui saluran media sosial instagram pesan yang disampaikan melalui media sosial membuat hubungan antara band Kahitna dengan fans tidak memiliki jarak.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Aktivitas yang dilakukan oleh band Kahitna dalam menjaga loyalitas fansnya adalah dengan cara berinteraksi melalui media sosial instagram dan membalas interaksi dari Soulmate Kahitna, sehingga fans tidak ada jarak dalam berkomunikasi dengan idolanya yaitu band Kahitna.