



TEMA-TEMA FANTASI KOMUNITAS KLAMBY *LOYAL CUSTOMER*
(Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Tema-Tema Fantasi Pada Komunitas
Instagram @Klamby *loyal customer*)

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi *Public Relations*

Disusun oleh :

MELISSA SUSANTI

44213110067

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2021**



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercubuana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Melissa Susanti

NIM 44213110067

Bidang Studi : *Public Relations*

Bila terbukti saya melakukan tindak plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi dan melakukan proses penyusunan skripsi dari awal.

Menyatakan dengan ini dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul: TEMA-TEMA FANTASI KOMUNITAS KLAMBY LOYAL CUSTOMER (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Tema-Tema Fantasi Pada Komunitas Instagram @klamby loyal customer) adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasi maupun tidak, kecuali beberapa kutipan yang sumbernya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Tangerang, 11 Februari 2021

Yang membuat pernyataan



(Melissa Sussanti)
Mengetahui

Pembimbing I

(Dr. Nurhayani Saragih M. Si)

Ketua Bidang Studi Public Relations

(Dr. Elly Yuliawati M. Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **TEMA-TEMA FANTASI KOMUNITAS KLAMBY LOYAL CUSTOMER** (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Tema-Tema Fantasi Pada Komunitas Instagram @klamby loyal customer)

Nama : Melissa Susanti

NIM 44213110067

Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, 11 Februari 2021

Mengetahui

Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Dr. Nurhayani Saragih M. Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercubuana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **TEMA-TEMA FANTASI KOMUNITAS KLAMBY LOYAL CUSTOMER** (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Tema-Tema Fantasi Pada Komunitas Instagram @klamby loyal customer)
Nama : Melissa Susanti
NIM 44213110067
Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, 11 Februari 2021

Mengetahui

Ketua Sidang (.....)

(Dr. Elly Yuliawati M. Si)

Penguji Ahli (.....)

(Rika Jessica, M.Ikom)

Pembimbing I (.....)

(Dr. Nurhayani Saragih M. Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercubuana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **TEMA-TEMA FANTASI KOMUNITAS KLAMBY LOYAL CUSTOMER** (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Tema-Tema Fantasi Pada Komunitas Instagram @klamby loyal customer)
Nama : Melissa Susanti
NIM 44213110067
Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, 11 Februari 2021

Mengetahui

Pembimbing  Ketua Bidang Public relations

(Dr Nurhayani Saragih, M.Si)

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Ponco Budi Sulistyono, M.Com.Ph.D)

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Dalam penelitian yang berjudul TEMA-TEMA FANTASI KOMUNITAS KLAMBY *LOYAL CUSTOMER*(Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Tema-Tema Fantasi Pada Komunitas @Klambyloyalcustomer), peneliti mendeskripsikan apa saja tema-tema fantasi didalam Komunitas @Klambyloyalcustomer.

Hasil penelitian ini tidak lepas dari bimbingan Bapak/Ibu Dosen Universitas Mercu Buana Jakarta, Keluarga tercinta, serta sahabat dan teman seperjuangan peneliti. Peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nurhayani Saragih, M.Si selaku Dosen Pembimbing Peneliti, yang sudah dengan sangat sabar membimbing saya dalam penulisan skripsi ini.
2. Ibu Rika Jessica, M.Ikom selaku dosen penguji, yang sudah memberikan masukan-masukan dalam melengkapi skripsi saya.
3. Bapak. Ponco Budi Sulisty, M.Comm, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Elly Yuliatwati, M.Si selaku ketua bidang studi *Public Relations* di Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
6. Ibu Suryaning Hayati, SE, MM selaku sekretaris bidang studi *Public Relations* di Universitas Mercu Buana.
7. Ibu Anindita, S.Pd, M.Ikom selaku sekretaris bidang studi *Public Relations* di Universitas Mercu Buana.
8. Key Informan dan Informan yang telah meluangkan waktu dan memberikan informasi untuk peneliti.

9. Kedua orang tua yang saya hormati dan sayangi, Bapak (Alm) Mansyuri dan Ibu Nurbani, yang telah membesarkan dan mendukung saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah membagikan ilmunya selama saya kuliah.
11. Teman seperjuangan yang selalu memberi semangat agar peneliti menyelesaikan tugas akhir.
12. Seluruh pihak yang telah banyak membantu peneliti dalam penyusunan Skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu.

Semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi dunia pendidikan khususnya dalam bidang ilmu komunikasi. Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi tempat peneliti melakukan penelitian dan juga bermanfaat bagi peneliti lain.

Jakarta, Januari 2021

Peneliti

Melissa Sussanti



UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Universitas Mercubuana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Melissa Susanti
44213110067

Tema-Tema Fantasi Komunitas Klamby *Loyal Customer* (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Tema-Tema Fantasi Pada Komunitas Instagram @Klamby *loyal customer*)

Bibliografi: 5 Bab, 82 hal + Lampiran + 13 Acuan

ABSTRAK

Wearing Klamby merupakan *brand* lokal yang sukses membangun komunikasi dengan pelanggannya melalui Instagram. Kesuksesan Wearing Klamby dapat dilihat dari instagram komunitas Klamby *loyal customer* (KLC) sebanyak 17 ribu *followers*. Komunitas KLC merupakan wadah bagi pelanggan setia untuk mendapatkan informasi tentang Wearing Klamby. Melihat *loyalitas* yang tinggi dari komunitas KLC membuat peneliti tertarik untuk meneliti komunitas ini dengan judul penelitian “Tema-Tema Fantasi Komunitas Klamby *Loyal Customer* (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Tema-Tema Fantasi Pada Komunitas Instagram @Klamby *loyal customer*)”.

Ernest Bormann menyebut teorinya dengan istilah *Fantasy Theme Analysis* (FTA), Dalam teori ini, sebuah fantasi tidak merujuk pada cerita-cerita fiktif atau keinginan erotis. Fantasi dalam teori ini adalah cerita atau lelucon yang mengandung atau mengungkapkan emosi. Fantasi meliputi peristiwa dari seorang anggota kelompok di masa lalu, atau peristiwa yang mungkin terjadi di masa depan. Empat istilah kunci dalam teori ini adalah : *Fantasy Theme* (Tema Fantasi), *Fantasy Chain* (rantai fantasi), *Fantasy Fantasy* (Tipe Fantasi) dan *Rhetorical Visions* (Visi retorik).

Penelitian ini bertujuan untuk melihat dan menganalisis tema-tema fantasi yang ada didalam komunitas KLC dengan menggunakan tipe penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan analisis data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa tema fantasi yang membangun kohevititas didalam komunitas Klamby *loyal customer* yaitu tema fantasi “umrah bersama Klamby”, “nonton bareng *digital show*” dan “*charity*”. Tema-tema fantasi tersebut dapat membangun realitas sosial dalam komunitas dan membentuk pola komunikasi.

Kata Kunci: Komunikasi, Tema Fantasi, Komunitas, Klamby *loyal customer*



Mercubuana University

Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Melissa Susanti
44213110067

Klamby Loyal Customer Community Fantasy Themes (A Qualitative Descriptive Study About Fantasy Themes In The Instagram Community @Klamby loyal customer)

Bibliography: 5 Chapters, 82 pages + Appendix + 13 References

ABSTRACT

Wearing Klamby is a local brand that has successfully built communication with its customers through Instagram. The success of Wearing Klamby can be seen from the Instagram of the Klamby loyal customer (KLC) community of 17 thousand followers. The KLC community is a place for loyal customers to get information about Wearing Klamby. Seeing the high loyalty of the KLC community made researchers interested in researching this community with the research title "Fantasy Themes of the Klamby Loyal Customer Community (A Qualitative Descriptive Study of Fantasy Themes in the Instagram Community @lamby loyal customer)".

Ernest Bormann calls his theory Fantasy Theme Analysis (FTA). In this theory, a fantasy does not refer to fictional stories or erotic desires. Fantasy in this theory is a story or joke that contains or expresses emotion. Fantasy includes events of a group member in the past, or events that may occur in the future. The four key terms in this theory are: Fantasy Theme, Fantasy Chain, Fantasy Fantasy and Rhetorical Visions.

This study aims to see and analyze fantasy themes that exist in the KLC community by using a qualitative descriptive fantasy of research. Data collection techniques were carried out by interview and data analysis. The results of this study indicate that there are several fantasy themes that build cohesiveness in the Klamby loyal customer community, namely the fantasy theme "Umrah with Klamby", "movie together the digital show" and "charity". These fantasy themes can build social reality in the community and form communication patterns.

Kata Kunci: *Communication, Public Relations, fantasy theme analysis*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL DAN GRAFIK.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Identifikasi Masalah.....	6
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	7
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.6.2 Manfaat Praktis.....	7
1.6.3 Manfaat sosial.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Komunikasi	15
2.3 Komunikasi Kelompok	16
2.3.1 Komunikasi Verbal (Bahasa).....	17
2.3.2 Kode Nonverbal.....	18
2.4 Ruang Lingkup <i>Public Relations</i>	19
2.5 Teori Konvergensi Sebagai Akar Tema Fantasi.....	20
2.5.1 Tema Fantasi	21
2.6 <i>Computer Mediated Communication (CMC)</i>	24
2.7 Kerangka Pemikiran	25

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 Paradigma Penelitian	26
3.2 Metode Penelitian	26
3.3 Subjek Penelitian	27
3.3.1 Pendekatan Subyek Penelitian.....	29
3.4 Teknik Pengumpulan Data	29
3.4.1 Data Primer.....	30
3.4.2 Data Sekunder.....	31
3.5 Tehnik Analisis Data	33
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	37
4.1.1 Sejarah Komunitas @Klambyloyalcustomerofficial	38
4.1.2 Struktur Organisasi Komunitas @Klambyloyalcustomerofficial.....	38
4.1.3 Logo dan Visi Misi Komunitas @Klambyloyalcustomerofficial.....	39
4.1.4 Ragam Istilah Komunitas @Klambyloyalcustomerofficial	39
4.2 Hasil Penelitian.....	40
4.2.1 Tema Fantasi Klamby <i>Loyal Customer</i>	41
4.2.2 Rantai Fantasi Klamby <i>Loyal Customer</i>	46
4.2.3 Tipe Fantasi Klamby <i>Loyal Customer</i>	48
4.2.4 Visi Retoris Klamby <i>Loyal Customer</i>	50
4.3 Pembahasan.....	55
4.3.1 Peran <i>Public Relations</i>	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA.....	64
LAMPIRAN	65
TRANSKRIP WAWANCARA.....	65
LAMPIRAN	67
TRANSKRIP WAWANCARA.....	67
LAMPIRAN	69
CATATAN OBSERVASI.....	69

DAFTAR TABEL DAN GRAFIK

Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu	12
Tabel 4.3.1: Tema Fantasi di Komunitas Klamby <i>Loyal Customer</i>	49



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profil Instagram Komunitas @Klambyloyalcustomer	1
Gambar 4.1 Logo Wearing Klamby	37
Gambar 4.1.3 Logo Komunitas Klamby <i>Loyal Customer</i>	38
Gambar 4.2.1 Umrah bersama Klamby	42
Gambar 4.2.2 Fantasi umrah bersama klamby di IG @Chaky_	43
Gambar 4.2.3 Fantasi umrah bersama klamby di komentar IG @Chaky_	43
Gambar 4.2.4 Acara nonton bareng virtual KLC	44
Gambar 4.2.5 Tema Fantasi Nonton Bareng di story ig @saptiyati	45
Gambar 4.2.6 Tema Fantasi Nonton Bareng di story ig @Enokawai	43
Gambar 4.2.7 Charity with Klamby	44
Gambar 4.3.1 Rantai Fantasi melalui <i>instastory</i> Instagram	46
Gambar 4.4.1 Ragam bahasa Squad	48
Gambar 4.4.2 Ragam Simbol	49
Gambar 4.3 Struktur Pembentukan Tema Fantasi Komunitas KLC	52
Gambar 4.4.4 Skema Proses Konvergensi Simbolik Komunitas KLC	53

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara

Lampiran 2 Transkrip Wawancara

Lampiran 3 Catatan Observasi

Lampiran 4 Surat Penelitian

Lampiran 5 Surat Keterangan Penelitian

Lampiran 6 Curriculum Vitae Peneliti

