



**AKTIVITAS KOMUNIKASI PADA KOMUNITAS DENIM ENTHUSIAST DALAM  
MENDORONG PENGGUNAAN PRODUK DENIM JEANS LOKAL**

**PERIODE 2019 - 2020**

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 ( S-1) Komunikasi  
Bidang Studi Digital Advertising & Marcomm

Disusun oleh :

**SEDNY MUR PRASETYO**

**44316010011**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCUBUANA**

**JAKARTA**

**2020**



MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Digital Advertising & Marketing Communication

Sedny Mur Prasetyo

44316010011

Aktivitas Komunikasi Pada Komunitas Denim Enthusiast Dalam Mendorong Penggunaan Produk Denim Jeans Lokal (Studi Kasus Pada Periode 2019 – 2020).

Bibliografi : 5 Bab 73 Hal + 17 Lampiran + 18 Buku + 2 Internet + 14 Jurnal

### ABSTRAK

Banyak nya komunitas memberikan berbagai macam manfaat salah satunya bagi para pemilik *brand*. Adanya aktivitas komunikasi didalamnya dan proses mempersuasi penggunaan produk khususnya pada sesama member dan juga orang lain. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui aktivitas komunikasi pada komunitas Denim Enthusiast. Konsep teori yang digunakan menggunakan teori komunikasi kelompok Joseph A Devito dan komunikasi tentang brand.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigm *Interpretatif sosial science*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara mendalam dan kepustakaan serta observasi non partisipan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunitas ini memiliki persamaan dan ketertarikan mengenai produk denim terutama dibidang *fashion*, tujuan bersama untuk lebih mengenalkan industri denim indonesia dan para pelaku yang terlibat di dalam nya. informasi yang di dapatkan mengenai denim. karakteristik penggunaan denim pada komunitas Denim Enthusiast yang beragam hal ini dikarenakan perbedaan usia, tingkat sosial dan juga ekonomi. Aktivitas komunikasi yang dilakukan adalah forum group diskusi di Line Square, aktif di sosial media Instagram, gathering dan kerjasama dengan mengundang beberapa *brand* denim jeans.

Kata Kunci : *Aktivitas Komunikasi, Komunitas, Denim*



MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Digital Advertising & Marketing Communication

Sedny Mur Prasetyo

44316010011

*Communication Activities in the Denim Enthusiast Community in Encouraging the Use of Local Denim Jeans Products (Case Studies in the 2019 - 2020 Period)*

*Bibliography : 5 Chapter 73 Pages + 17 Appendix + 18 Books + 2 Internet + 14 Journals*

## ABSTRACT

*The many communities provide various benefits, one of which is for brand owners. The existence of communication activities in it and the process of persuading the use of the product, especially among fellow members and also other people. The purpose of this study was to determine communication activities in the Denim Enthusiast community. The theoretical concept used is Joseph A. Devito's group communication theory and brand communication.*

*This study uses a qualitative approach with a social science interpretive paradigm. The method used in this research is descriptive qualitative with in-depth interviews and literature data collection techniques and non-participant observation.*

*The results of this study indicate that this community has similarities and interests regarding denim products, especially in the field of fashion, the common goal of introducing the Indonesian denim industry and the actors involved in it. The information you get about denim. The characteristics of the use of denim in the various Denim Enthusiast communities are due to differences in age, social and economic levels. Communication activities carried out include discussion group forums at Line Square, being active on social media Instagram, gathering and collaborating with several denim jeans brands.*

*Keywords: Communication Activities, Community, Denim*



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sedny Mur Prasetyo  
Nim : 44316010011  
Jurusan : Digital Advertising & Marketing Communication  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : **AKTIVITAS KOMUNIKASI PADA KOMUNITAS DENIM ENTHUSIAST DALAM MENDORONG PENGGUNAAN PRODUK DENIM JEANS DALAM MENDORONG PENGGUNAAN PRODUK DENIM JEANS LOKAL PERIODE 2019 – 2020**

Dengan ini menyatakan hasil dari penulisan Skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri yang benar keasliannya dan merupakan hasil dari studi pustaka yang didampingi oleh Dosen pembimbing yang telah ditetapkan keputusannya dari pihak Universitas Mercu Buana. Skripsi ini bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau peneliti yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 1 Juli 2020



Sedny Mur Prasetyo

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul : **AKTIVITAS KOMUNIKASI PADA KOMUNITAS DENIM ENTHUSIAST DALAM MENDORONG PENGGUNAAN PRODUK DENIM JEANS LOKAL PERIODE 2019 - 2020**

Nama : Sedny Mur Prasetyo

NIM : 44316010011

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 22 Juli 2020

Mengetahui,

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Dosen Pembimbing



**( Dewi Sad Tanti, M.Ikom )**

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI**

Judul : **AKTIVITAS KOMUNIKASI PADA KOMUNITAS DENIM ENTHUSIAST DALAM MENDORONG PENGGUNAAN PRODUK DENIM JEANS LOKAL PERIODE 2019 - 2020**

Nama : Sedny Mur Prasetyo

NIM : 44316010011

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 30 Juli 2020

Ketua Sidang

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Riswandi, M.Si

(  )

Penguji Ahli

Wiyanto H, M.Ikom

(  )

Pembimbing

Dewi Sad Tanti, M.Ikom

(  )



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Judul : **AKTIVITAS KOMUNIKASI PADA KOMUNITAS DENIM ENTHUSIAST DALAM MENDORONG PENGGUNAAN PRODUK DENIM JEANS DALAM MENDORONG PENGGUNAAN PRODUK DENIM JEANS LOKAL PERIODE 2019 – 2020**

Nama : Sedny Mur Prasetyo  
NIM : 44316010011  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Digital Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 30 Juli 2020

Pembimbing

(Dewi Sad Tanti, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi

Digital Advertising & Marketing Communication

(Yuni Tresnawati, M.Ikom)

Dekan Fakultas  
Ilmu Komunikasi

(Ponco Budi Sulisty, Ph.D)

Ketua Program Studi  
Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur yang sebesar-besarnya penulis ucapkan kepada Allah SWT, penguasa segala alam semesta, atas segala nikmat hidup, kesehatan, rejeki, serta wawasan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir sebagai mahasiswa.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu dengan segala kerendahan hati, peneliti terbuka menerima kritik membangun serta saran yang berguna. Skripsi ini ditujukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Digital Advertising and Marketing Communication. Kemudian pada kesempatan kali ini, izinkan peneliti untuk berterima kasih kepada seluruh pihak yang sangat berjasa, memberikan dukungan serta bekerja sama sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik. Shubungandengan selesainya penulisan skripsi ini maka penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dosen pembimbing Ibu Dewi Sad Tanti. S.Sos, M.Ikom atas segala bimbingan, ilmu, pikiran, waktu, saran dan tenaga beliau dalam membimbing peneliti sampai menyelesaikan skripsi ini
2. Ibu Yuni Tresnawati, M.I.Kom. selaku Ketua Program Studi Advertising & Marketing Communication Universitas Mercu Buana yang telah memberikan izin kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.



3. Terima kasih kepada Komunitas Denim Enthusiast dan beberapa narasumber yang sudah menjadi informan untuk melancarkan skripsi ini.
4. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Prodi Digital Advertising & Marketing Communication yang telah memberikan dukungan, tenaga, waktu, pikiran, serta pengajaran yang baik selama peneliti melaksanakan perkuliahan.
5. Kedua orang tua, ibu dan ayah, Suntika Mariana dan Ponijan, atas segala doa, dukungan, motivasi, pemberi beasiswa terbaik, kasih sayang, dan segala kesabarannya membimbing penulis,
6. Amelia Ramadhanti, yang telah memberi dukungan dan selalu membantu penulis.
7. Orang-orang terdekat saya yang saya tidak bisa sebutkan satu persatu dan teman-teman saya yang sudah mendoakan saya dalam mengerjakan Skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 1 Juli 2020

Sedny Mur Prasetyo

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI</b> .....	<b>v</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>6</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Kajian Teoretis .....	13
2.2.1. Pengertian Komunikasi.....	13
2.2.2.Fungsi Komunikasi.....	13
2.2.3.Proses Komunikasi .....	14
2.2.4.Komunikasi kelompok.....	17
2.2.5.Pola Komunikasi .....	17
2.3. <i>Brand Community</i> .....	21
2.4. Karakteristik Terbentuknya <i>Brand Community</i> .....	29
2.5. <i>Online Brand Community</i> .....	30

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1. Paradigma Penelitian .....	32
3.2. Metode Penelitian.....	33
3.3. Subyek Penelitian .....	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.5. Teknik Analisis Data .....	38
3.6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	41
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	43
4.1.1 . Latar Belakang Terbentuknya Komuntas Denim Enthusiast.....	43
4.1.2. Sejarah Komuntas Denim Enthusiast .....	44
4.1.3. Visi Dan Misi Komunitas Denim Enthusiast .....	45
4.1.4. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	45
4.2. Hasil Penelitian .....	46
4.2.1. Aktivitas Komunikasi .....	47
4.2.2. Karakteristik Anggota Komunitas .....	51
4.2.3. Komunikasi Tentang Brand Dalam Komunitas.....	55
4.3. Pembahasan .....	58
4.3.1. Pembagian Peran Dalam Komunitas Denim Enthusiast.....	59
4.3.2. Aktifitas Komunikasi Brand Denim .....	62
4.3.3. Pola Konsumsi Produk Denim Dalam Komunitas .....	64
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>67</b>
5.1. Kesimpulan.....	67
5.2. Saran.....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>70</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>73</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Brand Community Triad vs. Traditional Dynamic Relation.....	27
Gambar 3. 1 Social Media Denim Enthusiast .....	37
Gambar 3. 2 Komponen Analisis Data: Model Interaktif Miles dan Huberman .....	41
Gambar 4. 1 Instagram Denim Enthusiast .....	48
Gambar 4. 2 Forum Line Square.....	48
Gambar 4.3 Suasana <i>gathering</i> yang dilakukan oleh komunitas Denim Enthusiast. 50	
Gambar 4.4 Contoh saran <i>brand</i> yang diberikan oleh para member dalam forum Line Square .....	56
Gambar 4.5 Contoh komunikasi mengenai brand yang dilakukan pada Instagram komunitas .....	56
Gambar 4.6 <i>Gathering</i> komunitas Denim Enthusiast yang mengundang <i>owner brand</i> Aye denim. ....	57
Gambar 4.7 Promo khusus member Denim Enthusiast .....	62
Gambar 4.8 Promo khusus member Denim Enthusiast .....	63
Gambar 4.9 Grand opening kompetisi <i>brand</i> Sage denim yang mengundang Denim Enthusiast. ....	63
Gambar 4.10 Undangan acara 501 day Levi's untuk komunitas Denim Enthusiast... 63	

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara .....	73
Lampiran 2 Transkrip Wawancara Informan 1 .....	77
Lampiran 3 Transkrip Wawancara Informan 2 .....	80
Lampiran 4 Transkrip Wawancara Informan 3 .....	82
Lampiran 5 Transkrip Wawancara Informan 4 .....	84
Lampiran 6 Transkrip Wawancara Informan 5 .....	85
Lampiran 7 Transkrip Wawancara Informan 6 .....	86
Lampiran 8 Dokumentasi wawancara dengan informan.....	87
Lampiran 9 Curriculum Vitae .....	89

