

## ABSTRAK

Nama : Vrianka Aureli Pradathalia  
NIM : 44217120046  
Program Studi : Public Relations  
Jurnal Laporan Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Instagram @wandaireksyenindo Sebagai Media Komunikasi Fandom One Direction di Indonesia  
Pembimbing : Rizky Oktarina Costa, SP, M.Ikom

Sebuah akun fandom, diperlukan orang - orang yang memiliki rasa fanatisme yang tinggi terhadap idola yang mereka sukai agar akun fandom tetap berjalan dengan lancar dan konsisten dalam memposting video apapun yang berkaitan dengan idolanya tersebut. Ditengah maraknya akun - akun fandom Kpop, Masih banyak akun fandom non-kpop salah satunya yaitu fandom One Direction yaitu Directioners para penggemar boyband One Direction yang berasal dari ajang pencarian bakat di London. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pemanfaatan media sosial instagram @wandaireksyenindo sebagai media komunikasi fandom one direction di Indonesia. Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivisme dengan metode penelitian pendekatan deskriptif kualitatif dan teori *Komponen 4C Chris Heuer*. Hasil penelitian ini, pemanfaatan media sosial Instagram @wandaireksyenindo sebagai media komunikasi dapat dibedakan menjadi empat komponen yaitu, **Context** tersebut tentang penggunaan Instagram sebagai media informasi untuk para *directioners* merupakan cara yang efektif dan efisien. **Communication** dari informan admin dan *followers* tersebut yang berkaitan dengan akun Instagram @wandaireksyenindo yang menjadi kepuasan para pengguna atau pemilik akun dan sebagai pemilik akun juga memiliki kendala dalam mengelola akun tersebut. **Collaboration** terjalinnya hubungan yang efektif dalam akun @wandaireksyenindo antara pemilik akun dengan pihak kedua dalam membuat kerjasama yang efektif untuk meningkatkan akun @wandaireksyenindo sebagai media komunikasi pada Instagram. **Connection** menjalin hubungan dengan para *followers* sebagai admin dengan memberikan postingan giveaway agar menarik perhatian *followers* untuk selalu antusias dengan akun @wandaireksyenindo.

**Kata kunci : Media Komunikasi, Instagram, Fandom**

## ABSTRACT

Name : Vrianka Aureli Pradathalia  
NIM : 44217120046  
Study Program : Public Relations  
The Intership Report : *Utilization of Social Media Instagram  
@wandaireksyenindo as One Direction Fandom  
Communication Media in Indonesia*  
Counsellor : Rizky Oktarina Costa, SP, M.Ikom

*A fandom account requires people who have a high sense of fanaticism towards the idol they like so that the fandom account continues to run smoothly and consistently in posting any videos related to their idol. In the midst of the proliferation of Kpop fandom accounts, there are still many non-Kpop fandom accounts, one of which is the One Direction fandom, namely Directioners, fans of the boy band One Direction who came from a talent search event in London. The aim of this research is to determine the use of social media Instagram @wandaireksyenindo as a communication medium for One Direction fandom in Indonesia. This research uses a post-positivism paradigm with a qualitative descriptive research method and Chris Heuer's 4C Component theory. The results of this research, the use of social media Instagram @wandaireksyenindo as a communication medium can be divided into four components, namely, the context is about using Instagram as an information medium for directioners which is an effective and efficient way. Communication from admin informants and followers related to the Instagram account @wandaireksyenindo is the satisfaction of the users or account owners and as account owners also have problems in managing the account. Collaboration is the establishment of an effective relationship within the @wandaireksyenindo account between the account owner and the second party in creating effective collaboration to improve the @wandaireksyenindo account as a communication medium on Instagram. Connection establishes a relationship with followers as admin by providing giveaway posts to attract followers' attention to always be enthusiastic about the @wandaireksyenindo account.*

**Keywords: Communication Media, Instagram, Fandom**