

**STRATEGI KOMUNIKASI *COSPLAYER* MEMBANGUN *FANS* PADA
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

SKRIPSI



Dibuat Oleh:

Sava Wirandhika Radhata
NRP.1423020006

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2023

SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI *COSPLAYER* MEMBANGUN *FANS* PADA
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**



Dibuat Oleh:

Sava Wirandhika Radhata
NRP.1423020006

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2023

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Sava Wirandhika Radhata

NRP : 1423020006

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam Penulisan Skripsi Komunikasi berjudul:

Strategi Komunikasi *Cosplayer* Membangun *Fans* pada Media Sosial Instagram adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 05 Januari 2024

Penulis



Sava Wirandhika Radhata

NRP.1423020006.

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI *COSPLAYER* MEMBANGUN *FANS*
PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

Dibuat Oleh:

Sava Wirandhika Radhata

NRP.1423020006

Penulisan Skripsi Komunikasi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan Penulisan Proposal Komunikasi untuk diajukan ke tim penguji Penulisan Skripsi Komunikasi.

Pembimbing 1: Maria Yulastuti S.Sos., M.Med.Kom

NIDN. 0707078607



Pembimbing 2: Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom. (.....)

NIDN. 0725058704



Surabaya, 05 Januari 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi

Pada: 05 Januari 2024

Mengasahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi



Brigitta Revia, S., S.I.Kom., M.Med.Kom

NIDN. 0715108903

Dewan Penguji :

1. Ketua : Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom. (...)

NIDN. 0719078401

2. Sekretaris : Maria Yuliasuti S.Sos., M.Med.Kom

NIDN. 0707078607

3. Anggota : Akhsaniyah., S.Sos., M.Med.Kom

NIDN. 0702087602

4. Anggota : Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom

NIDN. 0725058704

A large, stylized handwritten signature in blue ink, likely belonging to the Dean, Brigitta Revia, S., S.I.Kom., M.Med.Kom.

LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Nama : Sava Wirandhika Radhata
NRP : 1423020006
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
Tahun Lulus : 2024

Dengan ini SETUJU / TIDAK SETUJU Skripsi / Karya Ilmiah saya, dengan judul

“Strategi Komunikasi *Cosplayer* Membangun *Fans* pada Media Instagram”
Untuk dipublikasikan/ditampilkan di Internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan undang-undang Hak Cipta yang berlaku, Demikian surat pernyataan SETUJU/TIDAK SETUJU publikasi Karya Ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 05 Januari 2024

Yang membuat pernyataan,



7042ALX046607158
Sava Wirandhika Radhata
NRP: 1423020006

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bersamaan dengan selesainya skripsi, penulis mengucapkan syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa karena bimbingan, penyertaan dan rahmatNya, penulis berhasil menyelesaikan penulisan skripsi dari awal hingga akhir. Meskipun banyak sekali hambatan-hambatan yang muncul dalam penyusunan skripsi berkat rahmat karunia-Nya penulis tetap mampu bertahan untuk menyelesaikan penulisan ini dan menemukan berbagai pengalaman baru yang membangun karakter diri penulis dan memberikan hasil yang baik. Dengan seluruh dukungan dosen pendamping, penguji, seluruh staff dosen fakultas dan pihak universitas, keluarga, teman terdekat, dan seluruh orang yang terlibat penulis berharap seluruh proses penyusunan dan hasil temuan skripsi ini mampu memberi pelajaran dan informasi yang berguna bagi para pembaca.

Surabaya, 22 Maret 2023

Sava Wirandhika Radhata

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yesus yang telah memberikan rahmat sehingga penulis dapat menyusun proposal dengan judul "Strategi Komunikasi *Cosplayer* Membangun *Fans* pada Media Sosial Instagram".

Skripsi ini disusun sebagai upaya untuk mengajukan ide proyek yang akan dilaksanakan pada Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Widy Mandala. Penyusunan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi tugas mata kuliah atau sebagai persyaratan untuk mengikuti persaingan atau pengajuan pembiayaan.

Dalam menyusun proposal ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kelemahan yang perlu diperbaiki. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis sempurnakan demi kesempurnaan proposal ini.

Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung. Semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta kepentingan masyarakat luas.

DAFTAR ISI

COVER SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I.....	1
I.1. Latar Belakang Masalah	1
I.2. Rumusan Masalah.....	10
I.3. Tujuan Penelitian.....	10
I.4. Batasan Masalah	10
I.5. Manfaat Penelitian	11
I.5.1. Manfaat Akademik.....	11
I.5.2. Manfaat Praktis	11
I.5.3. Manfaat Sosial.....	11
BAB II.....	12
II.1. Penelitian Terdahulu	12
II.2. Kerangka Teori	17
II.2.1. Komunikasi	17
II.2.2. Strategi Komunikasi Yang Digunakan Oleh <i>Cosplayer</i>	18
II.2.3. Pengalaman Komunikasi Yang Dialami Oleh <i>Cosplayer</i>	20
II.2.4. Personal Branding Yang Dibangun <i>Cosplayer</i>	21
II.2.5. <i>Instagram</i> Sebagai Media Sosial	24
II.2.6. <i>Cosplay</i> Dan <i>Cosplayer</i> Sebagai Subjek Penelitian.....	26
II.2.7. <i>Cosplayer</i> Membangun <i>Fans</i> Pada Media Digital.....	27
II.2.8. Studi Kasus	29
II.3. Nisbah Antar Konsep	30
II.4. Bagan Kerangka Konseptual	32
BAB III	32
III.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	32
III.2. Metode Penelitian	32
III.3. Subjek dan Objek Penelitian	34
III.4. Unit Analisis	34
III.5. Triangulasi Sumber	36
III.6. Teknik Pengumpulan Data.....	36
III.7. Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV	40
IV.1. Gambaran Subjek Penelitian.....	41
IV.1.1. Profil Informan.....	41

IV.1.2. Setting Penelitian	47
IV.2. Hasil Temuan Data Dan Pembahasan.....	48
IV.2.1. Pengalaman Awal <i>Cosplayer</i>	49
IV.2.2. <i>Personal Branding</i> Yang Dibangun Oleh <i>Cosplayer</i>	69
IV.2.3. Pandangan Dan Manfaat Hubungan <i>Cosplayer</i> Dengan Para <i>Fans</i> Di Media Sosial Instagram.....	96
IV.3 Strategi Komunikasi <i>Cosplayer</i> Dalam Membangun <i>Fans</i> di Media Sosial Instagram	107
BAB V	121
V.1. Kesimpulan	121
V.2. Saran	122
V.2.1. Saran Akademis.....	122
V.2.2. Saran Praktis	122
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN.....	126

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 <i>Contoh cosplay seperti di Latarbelakang</i>	1
Gambar I. 2 <i>Media Terfavorit pada Bulan Januari 2023</i>	6
Gambar IV. 1 Foto Informan 1	41
Gambar IV. 2 Foto Informan 2	43
Gambar IV. 3 Foto Informan 3	45
Gambar IV. 4 Foto Informan 4	46
Gambar IV. 5 <i>Cosplay yang sering dibawakan oleh erria Erri</i>	110
Gambar IV. 6 <i>Jumlah Post Yang Diupload Oleh Erria Erri</i>	112
Gambar IV. 7 <i>Jumlah Story Yang Diupload Oleh Erria Erri</i>	113
Gambar IV. 8 <i>Erria Erri Membalas Direct Massage Instagram</i>	115
Gambar IV. 9 <i>Erria Erri Membalas Direct Massage Instagram</i>	116
Gambar IV. 10 <i>Erria Erri Membagikan Kesehariannya di Medsosnya</i>	117
Gambar IV. 11 <i>Bentuk Donasi Erria Erri</i>	119

DAFTAR TABEL

Tabel II. 1 Jurnal Terdahulu.....	12
Tabel III. 1 Informasi Informan	35

ABSTRAK

Sebagai *cosplayer* banyak sekali rintangan yang dihadapi terutama dalam mengembangkan sosial media yang mereka punya. *cosplayer* baru belum memiliki pengalaman yang cukup dan belum bisa menentukan *personal branding* yang *cosplayer* miliki masing-masing. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi *cosplayer* membangun *fans* pada media sosial Instagram. Metode yang digunakan untuk penelitian ini adalah studi kasus dengan Teknik penelitian wawancara dan dokumentasi. Strategi yang ditemukan cukup unik dimana seorang *cosplayer* harus memiliki *personal branding* terlebih dahulu. Ditambah dengan adanya pengalaman untuk menambah ilmu. Setelah memiliki *personal branding* dan pengalaman, strategi komunikasi bisa dilaksanakan sebagai contohnya melakukan interaksi dengan para fans lewat *feed*, *direct message*, *story*, dll. Selain itu, strategi komunikasi yang dilakukan oleh *cosplayer* dalam membangun adalah melakukan interaksi langsung dengan para fans yang mereka miliki di media sosial.

Kata Kunci: strategi komunikasi, pengalaman komunikasi, *personal branding*, *fans*, strategi komunikasi *cosplayer* membangun fan pada media sosial instagram, sosial media, instagram.

ABSTRACT

As a cosplayer, there are many obstacles faced, especially in developing their social media. New cosplayers do not have enough experience and have not been able to determine the personal branding that each cosplayer has. This research aims to find out the communication strategy of cosplayers to build fans on Instagram social media. The method used for this research is a case study with interview and documentation research techniques. The strategy found is quite unique where a cosplayer must have personal branding first. Coupled with experience to increase knowledge. After having personal branding and experience, communication strategies can be implemented, for example, interacting with fans through feeds, direct message, stories, etc. In addition, the communication strategy carried out by cosplayers in building is to interact directly with the fans they have on social media.

Keywords: communication strategy, communication experience, personal branding, fans, cosplayer communication strategy to build fans on social media, instagram, social media, instagram.