

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan

Strategi komunikasi *cosplayer* membangun *fans* di media sosial instagram menunjukkan kesimpulan bahwa *personal branding* seorang *cosplayer* membantu *cosplayer* dalam melakukan kegiatan strategi komunikasi di media sosial instagram. *Personal branding* yang harus tercipta terlebih dahulu sebelum dilakukannya kegiatan strategi komunikasi.

Strategi komunikasi yang dimiliki *cosplayer* dari keempat informan memiliki kemiripan atau kesamaan sehingga mempermudah *cosplayer* dalam membangun strategi komunikasi. Meliputi contoh pada sub bab sebelumnya seperti membagikan feed, story, dll. Kegiatan seperti itu dirasa cukup signifikan untuk membantu *cosplayer* dalam membangun fans di media sosial.

Strategi komunikasi diatas harus didukung dengan kegiatan interaksi secara langsung di media sosial dengan para *fans*. Sebagai contohnya seperti pada sub bab sebelumnya yaitu melakukan balas membalas pesan melalui direct message, komentar feed ig, dll. *Cosplayer* akan merasa lebih dekat dengan para fans secara tidak langsung kegiatan tersebut dapat membangun fans di media social Instagram.

V.2. Saran

V.2.1. Saran Akademis

Selain menggunakan metode studi kasus penelitian *cosplayer* adalah topik yang menarik dan bisa diteliti dari aspek lain, Dimana peneliti bisa menggunakan metode fenomenologi dengan melakukan wawancara yang lebih mendalam. Fenomena yang diambil merupakan fenomena yang muncul akhir-akhir ini dikarenakan munculnya dunia *cosplayer* yang cukup besar diindonesia dan banyak orang yang bingung dalam melakukan strategi komunikasi untuk membangun *fans* di media sosial instagram.

V.2.2. Saran Praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan *cosplayer* yang sulit dalam melakukan strategi komunikasi dapat melakukan contoh cara yang telah diberitahukan diatas. Diharapkan *cosplayer* yang baru harus memahami *personal branding*, *fans*, dan media sosial terlebih dahulu sebelum ingin terjun menjadi *cosplayer* yang cukup terkenal. Strategi dapat diterapkan kepada *cosplayer* baru dimana dapat dibuktikan dengan jumlah *followers* yang cukup besar dari para informan miliki.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Abdussamad, Z. (2021). *Buku Metode Penelitian Kualitatif*.
- Atikah, I. (2018). *PERAN MEDIA SOSIAL DALAM PENINGKATAN PARTISIPASI PEMILIH PEMULA DIKALANGAN PELAJAR DI KABUPATEN BOGOR*.
- Blakeman, R. (2018). *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION CREATIVE STRATEGY FROM IDEA TO IMPLEMENTATION*.
www.rowman.com
- Cangara Hafied. (2018). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Rajagrafindo Persada.
- Doembana, I., Rahmat, A., & Farhan, M. (2017). *BUKU AJAR MANAJEMEN DAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN*.
- Duffet, Mark. (2013). *Understanding Fandom (An Introduction to the Study of Media Fan Culture)*. 76–78.
- Freberg, Karen. (2007). *Social Media for Strategic Communication 2*.
- Hadi, A., & Rusman, A. (2021). *PENELITIAN KUALITATIF STUDI FENOMENOLOGI, CASE STUDY, GROUNDED THEORY, ETNOGRAFI, BIOGRAFI*.
- Iskandar, I., Hidayat, D. R., Centurion, D., Priyatna, C., Raya, J., Sukarno, I., 21, K., & Barat, J. (2021). Strategi Komunikasi Krisis DPR RI Menggunakan Instagram Menghadapi Penolakan RUU Cipta Kerja. *Universitas Padjadjaran Jalan Raya Ir. Sukarno Km, 12(2)*, 45363.
<https://doi.org/10.46807/aspirasi.v12i2.2413>
- Kasus, S., Fungsi, T., Organisasi, K., & Kinerja Pegawai, T. (2018). *Fungsi Komunikasi Organisasi*.
- Mulyana Deddy. (2016). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah. Rulli. (2017). *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi)*. 20.
- Papakonstantinidis, S. (2019). *Tell Me About Yourself Personal Branding and Social Media Recruiting in the Brave New Online World*.
www.businessexpertpress.com/librarians
- Prayoga, D. (2014). *Cara Mudah Membangun Personal branding di Facebook*.
- Rahman, I. A., & Panuju, R. (n.d.). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK FAIR N PINK MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM: Vol. Direview*.
- Redhead, S. (1997). *Post-Fandom and the Millennial Blues: The Transformation of Soccer Culture*.
- Rofahan, Akhmad. (2014). *Media Sosial Masa Depan Media Komunitas?* 20–25.
- Rusmini. (2017). *Metode Penelitian(Teori dan Aplikasi Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development)*. 63–65.
- Setiadi, A. (2016). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK EFEKTIFITAS KOMUNIKASI*.
- Sri Moerdijati. (2016). *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Revka Petra Media.

Storey, J. (2012). *Cultural theory and popular culture : an introduction*. Pearson.
 Wahyuningsih. Sri. (2013). *Metode Penelitian Studi Kasus (Konsep, Teori Pendekatan Psikologi Komunikasi, dan Contoh Penelitiannya)*. 1–15.

JURNAL:

- Fariastuti, I., & Azis, M. A. (2019). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN OneFourThree.Co DI INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS* (Vol. 2, Issue 1).
- Janah, M. (2014). *GAMBARAN IDENTITAS DIRI REMAJA AKHIR WANITA YANG MEMILIKI FANATISME K-POP DI SAMARINDA*.
- Puri, M., Program, R., Penyiaran, S., Komunikasi, A., Jakarta, B., & Sitasi, C. (2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran Ayam Geprek Mbu Cici Melalui Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi*. 18(2), 199–204.
<https://doi.org/10.31294/jc.v18i2>
- Rahman, I. A., & Panuju, R. (n.d.). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK FAIR N PINK MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM: Vol. Direview*.
- Setiadi, A. (2016). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK EFEKTIFITAS KOMUNIKASI*.
- Situmorang, O. N. (2020). *TINGKAT FANATISME PENGGEMAR MUSIK POP KOREA (K-POPER) TERHADAP BUDAYA K-POP PADA KOMUNITAS EXO-L PEKANBARU* (Vol. 7).
- Venus, A., & Helmi, L. (2010). *Budaya Populer Jepang di Indonesia : Catatan Studi Fenomenologis Tentang Konsep Diri Anggota Cosplay Party Bandung*.
www.matabaca.com,
- Kusniadji, S. (n.d.). *Suherman Kusniadji: Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang) Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang)*.
- Laili Hilmiyati, F., & Nurfebriyaning, S. (n.d.). Strategi Komunikasi Pemasaran Oleh Bukit Air Wedding Dalam Menarik Minat Konsumen Selama Pandemi Covid-19 Melalui Media Sosial Instagram. In *Jurnal Pemasaran Kompetitif* (Vol. 05, Issue 1). <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK>
- Listianingrum, R., Fitriana Poerana, A., & Arindawati, W. A. (2021). *STRATEGI KOMUNIKASI MELALUI MEDIA INSTAGRAM DALAM MEMBERIKAN INFORMASI KEPADA MAHASISWA*. 4(1), 11.
- Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE MELALUI SOSIAL MEDIA INSTARGRAM (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran produk polycrol forte melalui akun instagram @ahlinyaobatmaag)*. In *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial* (Vol. 4, Issue 1).
- Atikah, I. (2018). *PERAN MEDIA SOSIAL DALAM PENINGKATAN PARTISIPASI PEMILIH PEMULA DIKALANGAN PELAJAR DI KABUPATEN BOGOR*. <http://nasional>.

- Dinita A. Putri, L. K. N. Y. C. K. A. S. (2014). *Dari Konstituen ke Konsumen: Strategi Komunikasi Partai Politik di layar kaca*. 27–28.
- Prabowo. Masami, R. J. A. (2017). *THE INFLUENCE OF COSPLAYING IN INCREASING JAPANESE LANGUAGE AND CULTURE LEARNING AT BINUS UNIVERSITY*.
- Pramucitra, S., Dwi Setya Watie, E., Fanani, F., Semarang, U., Soekarno Hatta, J., Kulon, T., Pedurungan, K., & Semarang, K. (n.d.). *Evaluasi Strategi Komunikasi Humas Kota Semarang dalam Program Semarang Wegah Nyampah Evaluation of Semarang City Public Relations Communication Strategy in the Semarang Wegah Nyampah Program*.
- Ri'aeni, I. (n.d.). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL PADA PRODUK KULINER TRADISIONAL*. <http://digitalmarketinginaction.asia/>
- Utamidewi, W., Mulyana, D., & Rizal, D. E. (2017). *PENGALAMAN KOMUNIKASI KELUARGA PADA MANTAN BURUH MIGRAN PEREMPUAN*.
- Fitriani, W. (2013). *6 FFE 2 (1) (2013) Fashion And Fashion Education EFEKTIVITAS PEMBELAJARAN MATA PELAJARAN MUATAN LOKAL BORDIR PADA SISWA TATA BUSANA KELAS XI DI SMK NEGERI 1 KENDAL*.

INTERNET:

- Della Cahaya P. (2021). *Mengenal Cosplay: Pengertian, Jenis dan Beberapa Cosplayer Terkenal di Indonesia*. Retrieved March 26, 2023, from <https://www.koranmemo.com/gaya-hidup/pr-1921535813/mengenal-cosplay-pengertian-jenis-dan-beberapa-cosplayer-terkenal-di-indonesia>