

## ABSTRAK

Nathania Jovita:

Skripsi

Analisis isi tweet ENHYPEN (@enhypen) dalam melakukan *social media branding* untuk berkomunikasi dengan *fans*

Penelitian ini dilakukan untuk melihat gambaran *social media branding* yang dilakukan oleh ENHYPEN di Twitter. Twitter dipakai oleh ENHYPEN sebagai media komunikasi dengan penggemar. Unggahan yang digunakan dalam penelitian adalah kicauan yang dibagikan pada 1 Januari 2022 - 31 Januari 2022. Metode yang digunakan adalah analisis isi kualitatif deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk melihat *social media branding* yang ditampilkan oleh ENHYPHEN pada media sosial Twitter. Pada penelitian yang sudah dilakukan, ENHYPEN menampilkan penggunaan media sosial ditemukan 4 dimensi dari *social media branding*. Peneliti menemukan temuan baru pada *tweet* ENHYPEN dominan menggunakan konsep tagar sebagai simbol untuk melakukan *branding* pada *tweet*.

Kata kunci:

*pesan, social media branding, twitter, social media communication, branding communication*

## ABSTRACT

Nathania Jovita:

Undergraduate Thesis

Analysis of the contents of ENHYPEN's tweet (@enhypen) in doing social media branding to communicate with fans

This research was conducted to see the description of social media branding conducted by ENHYPEN on Twitter. Twitter is used by ENHYPEN as a medium of communication with fans. The uploads used in the study were tweets that were distributed on January 1, 2022 - January 31, 2022. The method used was descriptive qualitative content analysis. This study aims to see the social media branding displayed by ENHYPEN on Twitter social media. In the research that has been done, ENHYPEN shows that the use of social media found 4 dimensions of social media branding. Researchers found new findings in ENHYPEN's dominant tweet using the hashtag concept as a symbol to branding the tweet.

Keywords:

*message, social media branding, twitter, social media communication, branding communication*

## DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR GAMBAR	iii
DAFTAR TABEL	iv
LAMPIRAN	ix
1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.4.1 Manfaat Akademis	14
1.4.2 Manfaat Praktis	15
1.5 Batasan Penelitian	15
1.6 Sistematika Penulisan	15
2. TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Komunikasi	17
2.2 Komunikasi Pemasaran	18
2.2.1 Elemen Komunikasi Pemasaran	19
2.3 Pesan	20
2.4 <i>Fans</i> (penggemar)	20
2.4.1 Pemberdayaan <i>Fans</i>	21
2.5 Budaya Pop	22
2.6 Media Baru	22
2.7 Media Sosial	24
2.7.1 Klasifikasi Media Sosial	24
2.8 Twitter	25
2.9 <i>Celebrity Practice in Social Media</i>	29
2.10 Social Media Branding	27
2.11 Analisis Isi	28
2.11.1 Analisis Isi Kualitatif	29
2.12 Nisbah Antar Konsep	31

2.13	Kerangka Pemikiran	3
3.	METODE PENELITIAN	35
3.1	Definisi Konseptual	35
	3.1.1 <i>Social Media Branding</i>	35
	3.1.2 <i>Fans</i> (Penggemar)	35
3.2	Jenis Penelitian	35
3.3	Metode Penelitian	36
3.4	Sasaran Penelitian	36
	3.4.1 Kriteria Tweet ENHYPEN	36
3.5	Unit Analisis	37
3.6	Jenis Sumber Data	37
3.7	Teknik Pengumpulan Data	38
	3.7.1 Dokumentasi	38
3.8	Teknik Analisis Data	38
3.9	Triangulasi Data	39
4.	ANALISIS DATA	44
4.1	Gambaran umum Subjek Penelitian	44
	4.1.1 Profil ENHYPEN	44
	4.1.2 Profil Twitter ENHYPEN	46
4.2	Temuan Data & Analisis Data	47
4.3	Interpretasi Data	102
5.	KESIMPULAN DAN SARAN	106
5.1	Kesimpulan	106
5.2	Saran	106
	DAFTAR REFERENSI	107

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Artikel Fans K-pop Mempersenjatai Internet Untuk Black Lives Matter	2
Gambar 1.2 Konser Offline BTS di Wembley Stadium, Inggris	3
Gambar 1.3 Konser <i>Online</i> SuperM	9
Gambar 1.4 Mnet Asian <i>music award</i> tahun 2021	5
Gambar 1.5 <i>Fansign</i> melalui <i>video call</i> dengan Heeseung ENHYPEN	5
Gambar 1.6 Artikel ENHYPEN yang berhasil mendapatkan 1 juta <i>Followers</i> di Twitter	8
Gambar 1.7 ENHYPEN <i>social media growth</i>	10
Gambar 1.8 <i>Tweet</i> tentang postingan Naver	11
Gambar 1.9 ENHYPEN di belakang panggung Music Bank	12
Gambar 4.1 Foto anggota ENHYPEN	44
Gambar 4.2 Logo ENHYPEN	46
Gambar 4.3 Akun Twitter ENHYPEN OFFICIAL	46
Gambar 4.4 ENHYPEN di panggung M Countdown	47
Gambar 4.5 ENHYPEN di belakang panggung Music Bank	49
Gambar 4.6 Nominasi TOP 5 Music Bank, 19 Januari 2022	50
Gambar 4.7 ENHYPEN berfoto dengan piala yang didapatkan	50
Gambar 4.8 Twitter ENHYPEN memposting pesta mendengarkan lagu ENHYPEN	52
Gambar 4.9 Kompilasi kata Letchugo Jungwon	53
Gambar 4.10 ENHYPEN memposting <i>tweet</i> akan tampil di Inkigayo	55
Gambar 4.11 ENHYPEN memposting <i>tweet</i> link video penampilannya di Inkigayo	56
Gambar 4.12 ENHYPEN memposting video 'ENHYPEN MEMORIES: STEP 1'	57
Gambar 4.13 ENHYPEN memposting video 'ENHYPEN MEMORIES: STEP 1'	58
Gambar 4.14 ENHYPEN memposting video Memories: STEP 1 DIGITAL CODE	59
Gambar 4.15 ENHYPEN PIECES Of MEMORIES Swafoto	59
Gambar 4.16 ENHYPEN memposting kegiatan di <i>music show</i>	61
Gambar 4.17 ENHYPEN memposting kegiatan promosi dan kemenangan di acara musik	61
Gambar 4.18 Artikel ENHYPEN diumumkan menjadi <i>Global Ambassadors</i> AMI Paris	67
Gambar 4.19 ENHYPEN memposting <i>Tweet</i> ENHY-FASHION	68
Gambar 4.20 ENHYPEN memposting informasi dari Weverse ke Twitter	75
Gambar 4.21 Profil Twitter ENHYPEN	76

Gambar 4.22 Website BELIFT LAB	77
Gambar 4.23 Hari pertama ENHYPEN promosi di acara musik	81
Gambar 4.24 Hari terakhir ENHYPEN berpromosi di acara musik	82
Gambar 4.25 ENHYPEN memposting <i>tweet</i> teaser latihan <i>koreografi</i>	83
Gambar 4.26 Kicauan kegiatan Sunghoon sebagai MC	84
Gambar 4.27 ENHYPEN di belakang panggung Inkigayo	86
Gambar 4.29 Informasi dari Weverse yang diposting di Twitter tentang ENHY_FASHION	88
Gambar 4.30 Artikel tentang ENHYPEN di Naver	89
Gambar 4.31 Profil Twitter ENHYPEN	90
Gambar 4.32 Logo ENHYPEN pada foto profil Twitter	90
Gambar 4.33 Informasi kegiatan pesta mendengarkan album DIMENSION: ANSWER	92
Gambar 4.34 Contoh <i>Tweet</i> ENHYPEN yang memiliki <i>link</i> dan tagar	93
Gambar 4.35 Informasi kegiatan pesta mendengarkan album DIMENSION: ANSWER`	94
Gambar 4.36 Informasi foto dengan bahasa Korea	95
Gambar 4.37 Informasi foto dengan bahasa Inggris	95
Gambar 4.38 ENHYPEN berfoto di belakang panggung	97
Gambar 4.39 Para K-pop Idol berfoto di tangga Music Bank	97
Gambar 4.40 ENHYPEN berfoto di belakang panggung	98
Gambar 4.41 Postingan Sunghoon sebagai MC	99
Gambar 4.42 Foto ENHYPEN di Jay Park Show	100
Gambar 4.43 Foto ENHYPEN di ruang latihan	101

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kurun Waktu Mendapatkan 1 Juta Pengikut/Subscriber (terhitung dari tanggal pembuatan akun media sosial)	7
Tabel 1.2 Jumlah Pengikut/Subscriber terhitung hingga tanggal 8 Februari 2022	8

## LAMPIRAN

1. Matriks

114