

**LAPORAN SKRIPSI**

**STRATEGI KOMUNIKASI *CROWDFUNDING FANDOM ARMY*  
(*ARMYTHEGRACE*) MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM MENDORONG  
PARTISIPASI DONATUR**



Disusun Oleh :

Yusvina Yuwono

18.M1.0120

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

**SEMARANG**

**2022**

**HALAMAN PERSETUJUAN**  
**STRATEGI KOMUNIKASI CROWDFUNDING FANDOM ARMY**  
**(ARMYTHEGRACE) MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM MENDORONG**  
**PARTISIPASI DONATUR**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Strata 1 pada  
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Hukum dan Komunikasi Universitas

Katolik Soegijapranata

Disusun oleh:

Yusvina Yuwono

18.M1.0120

Semarang, 9 Juni 2022

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing Pertama

Dosen Pembimbing Kedua



Abraham Wahyu Nugroho S.I.Kom., M.A

NPP. 05812016305



Lenny Setyowati, S.S, M.I.Kom.

NPP. 058.1.2021.392

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi:

**STRATEGI KOMUNIKASI CROWDFUNDING FANDOM ARMY  
(ARMYTHEGRACE) MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM MENDORONG  
PARTISIPASI DONATUR**

Disusun oleh :

Nama : Yusvina Yuwono

NIM : 18.M1.0120

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal : 5 Juli 2022

Dosen Penguji :

1. Abraham Wahyu Nugroho S.I.Kom., M.A.
2. Bernadeta Lenny Setyowati, S.S., M.I.Kom.
3. Vincentia Ananda A.P., S.I.Kom., M.I.Kom

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I Ilmu Komunikasi

Pada tanggal :



(Dr. Marcella Elwina Simandjuntak, SH. CN. M.Hum)

Dekan Fakultas Hukum dan Komunikasi

Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang

## HALAMAN PENGESAHAN



Judul Tugas Akhir: : Strategi Komunikasi Crowdfunding Fandom ARMY (@ArmyTheGrace)  
melalui Media Sosial dalam mendorong Partisipasi Donatur

Diajukan oleh : Yusvina Yuwono

NIM : 18.M1.0120

Tanggal disetujui : 05 Juli 2022

Telah setuju oleh

Pembimbing 1 : Abraham Wahyu Nugroho S.I.Kom., M.A.

Pembimbing 2 : Lenny Setyowati S.S., M.I.Kom.

Penguji 1 : Abraham Wahyu Nugroho S.I.Kom., M.A.

Penguji 2 : Lenny Setyowati S.S., M.I.Kom.

Penguji 3 : Vincentia Ananda Arum Permatasari S.I.Kom., M.I.Kom.

Ketua Program Studi : Abraham Wahyu Nugroho S.I.Kom., M.A.

Dekan : Dr. Marcella Elwina Simandjuntak S.H., CN., M.Hum.

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.

[sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=18.M1.0120](http://sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=18.M1.0120)

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yusvina Yuwono

NIM : 18.M1.0120

Progdi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Hukum dan Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir dengan judul “Strategi Komunikasi *Crowdfunding* Fandom ARMY (@ArmyTheGrace) melalui Media Sosial dalam mendorong Partisipasi Donatur” tersebut bebas plagiasi. Akan tetapi bila terbukti melakukan plagiasi maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 19 Juli 2022

Yang menyatakan,



[Yusvina Yuwono]

**HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yusvina Yuwono  
NIM : 18.M1.0120  
Prodi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Hukum dan Komunikasi  
Jenis Karya : Skripsi (Karya Ilmiah)

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Non Eksklusif atas karya ilmiah yang berjudul “Strategi Komunikasi Crowdfunding Fandom ARMY (@ArmyTheGrace) melalui Media Sosial dalam mendorong Partisipasi Donatur” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 19 Juli 2022

Yang menyatakan



[Yusvina Yuwono]

## **ABSTRACT**

*Communication strategies and crowdfunding are things that will be related with the process of building trust, loyalty and the level of participation of the general public. In this study, the authors focused on communication strategies in crowdfunding projects carried out by army fandoms. This research will use descriptive qualitative research methods. The author will present the results of research related to the theory presented by Pace & Faules and Fred R. David. This qualitative research applies semi-structured observations and interviews to obtain the validity of the data.*

*The result of this paper about research on crowdfunding communication strategies that have been implemented by Army The Grace well is the process of planning and implementing strategies. Meanwhile, the implementation of strategy evaluation activities has not been carried out. The crowdfunding activity carried out by ArmyTheGrace is a type of voluntary donation that uses the concept of a permanent donor. Interested donors can register to become permanent donors who are required to carry out donation activities with the same nominal every month.*

*ArmyTheGrace itself has been able to collect 110 permanent donors, all of which are in accordance with the segmentation set by ArmyTheGrace which means that the 110 permanent donors are ARMY. The results of the donation activities themselves are always in the range of four million to six million rupiah every month. The monthly donation activity carried out by ArmyTheGrace will be distributed to three foundations in need. In addition, there is also the application of the principle of transparency that is applied to also be able to encourage audiences, especially ARMY, to donate. Research shows that all forms of trust, loyalty and communication that are carried out regularly produce good feedback from ARMY donors.*

*Keywords: Communication strategies, Communication progress, Fandom ARMY, Crowdfunding*

## KATA PENGANTAR

Atas berkat dan rahmat yang berlimpah dalam penelitian ini, penulis bersyukur atas kesempatan yang baik dapat menyelesaikan skripsi ini guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata-1 Ilmu Komunikasi. Dalam hal ini, penulis mengucapkan banyak ucapan syukur dan terimakasih kepada beberapa nama yang akan disebutkan sebagai berikut:

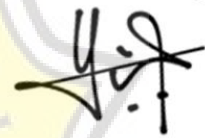
1. Abraham Wahyu N., S.I.Kom., M.A. selaku dosen pembimbing 1 yang senantiasa membantu dan membimbing penulis dalam pengerjaannya sejak awal bimbingan hingga saat ini.
2. Lenny Setyowati Bernandeta, S.S., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing 2 yang selalu mendukung dan memberi saran terbaik agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Liem Silvia Swandayani selaku orang tua penulis yang selalu mendukung di setiap saat hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan pendidikan mencapai gelar strata-1 Ilmu Komunikasi ini dengan baik dan lancar.
4. Pengurus Akun Army The Grace yang membantu dalam proses penelitian ini.
5. Teman-Teman SMA saya membantu mendengarkan keluh kesah skripsi Chelsea, Khelsea, Vira, dan Rebecca. Puji dan syukur atas kesempatan dan kehadiran dikala suka maupun duka.
6. Teman-teman kuliah yang membantu memberikan dukungan dan support Kevin Oscar, Celia, dan Joshua TW. Puji dan syukur atas kesempatan dan kehadiran dikala suka maupun duka.
7. Kepada teman-teman dan pihak-pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis hingga sampai di titik sekarang.



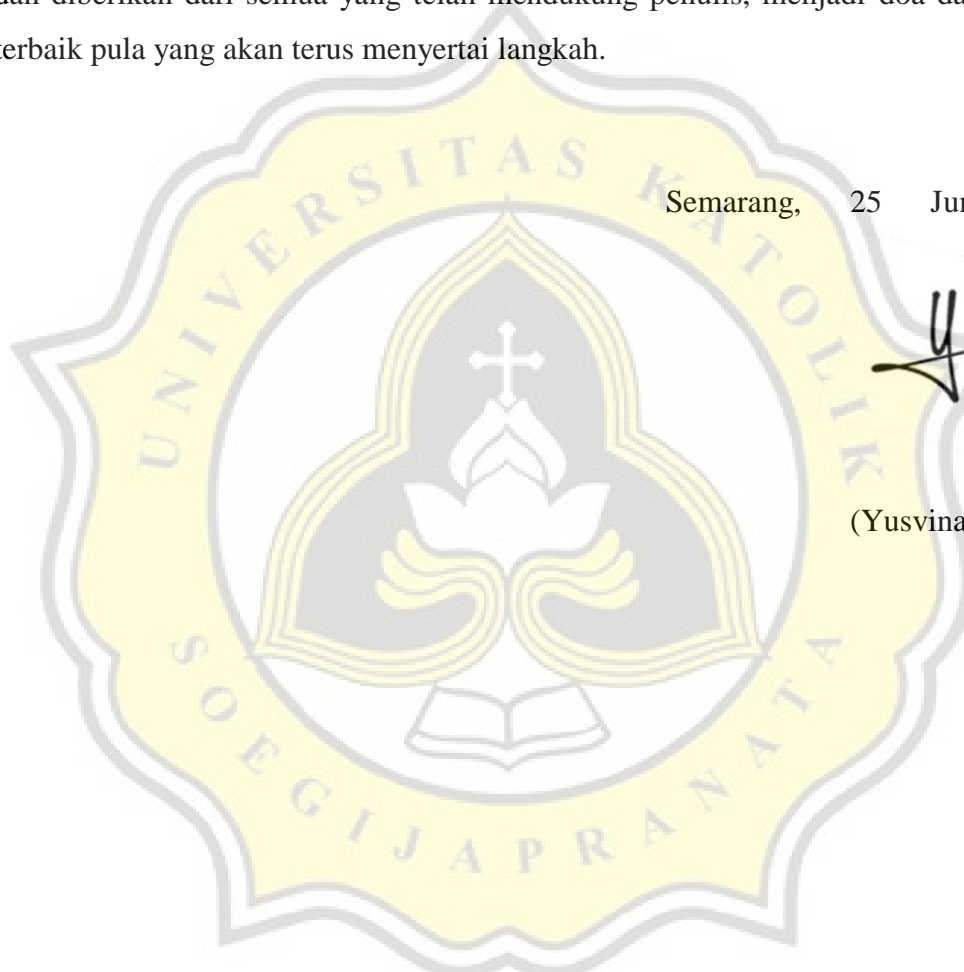
8. Diri sendiri, atas segala upaya dan kerja keras hingga akhirnya dapat menyelesaikan pendidikan strata-1 Ilmu Komunikasi dengan penuh perjuangan yang baik.

Kesempatan ini membuat penulis menyadari tidak ada yang sempurna tanpa ucapan syukur dan terimakasih yang tiada henti, Semoga segala hal yang baik yang ada dan diberikan dari semua yang telah mendukung penulis, menjadi doa dan harapan terbaik pula yang akan terus menyertai langkah.

Semarang, 25 Juni 2022



(Yusvina Yuwono)

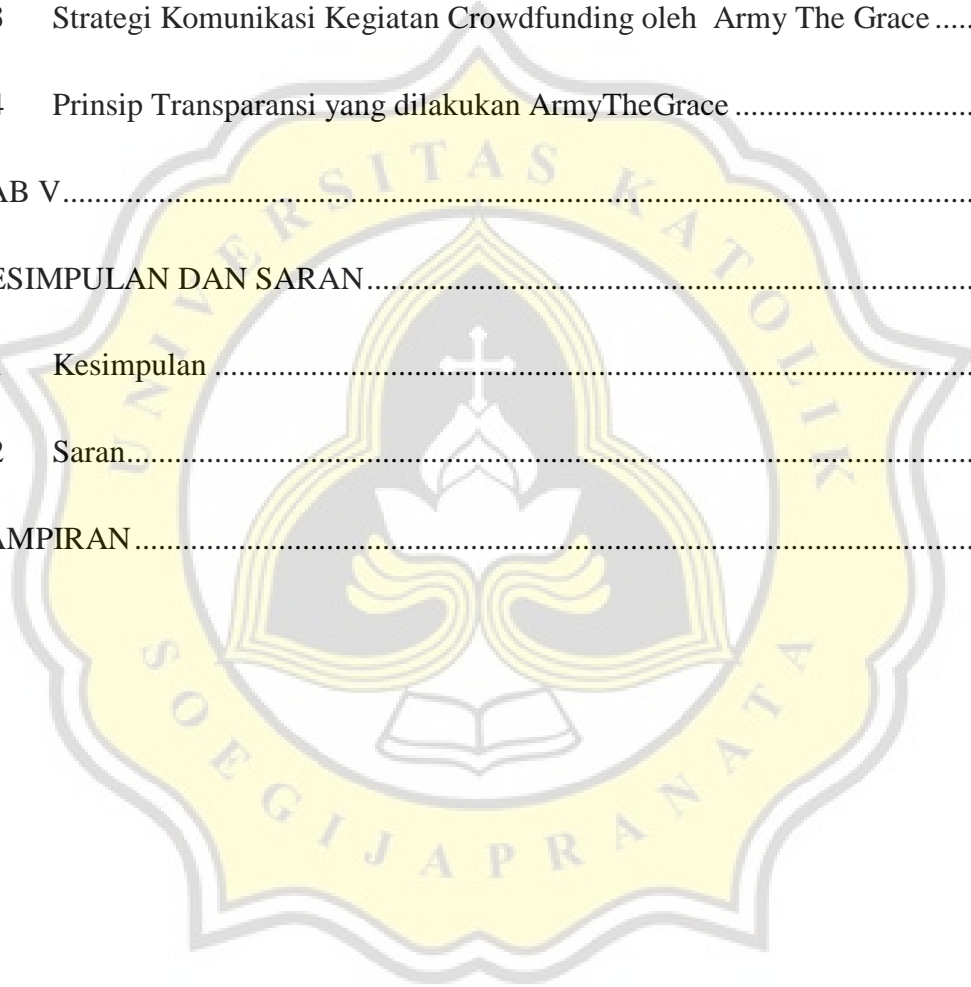


## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN DIGITAL.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang :.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	11

1.3.1 Manfaat Teoritis .....	11
1.3.2 Manfaat Praktis .....	11
1.4 Lokasi Dan Tatakala Penelitian .....	12
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu .....	13
2.2 Landasan Teori.....	16
2.2.1 Komunikasi.....	16
2.2.2 Strategi Komunikasi.....	17
2.2.3 <i>Crowdfunding</i> .....	20
2.2.4 Media Sosial.....	22
BAB III.....	24
METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Metode Riset .....	24
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	25
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.4 Teknik Analisis Data.....	28
BAB IV .....	31

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	31
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	31
4.2 Crowdfunding yang dilakukan Army The Grace.....	32
4.3 Strategi Komunikasi Kegiatan Crowdfunding oleh Army The Grace .....	34
4.4 Prinsip Transparansi yang dilakukan ArmyTheGrace .....	57
BAB V.....	60
KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
5.1 Kesimpulan .....	60
5.2 Saran.....	61
LAMPIRAN.....	66



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Salah satu bentuk <i>crowdfunding</i> yang dilakukan oleh @ArmyTheGrace	6
Gambar 1.2 Bentuk <i>monthly donation</i> yang dilakukan oleh @ArmyTheGrace	7
Gambar 1.3 Data Peningkatan Topik Kpop pengguna Twitter	8
Gambar 1.4 Laporan total dana <i>crowdfunding</i> yang terkumpul bulan November 2021 sampai Januari 2022	10
Gambar 4.1 : Logo fandom ArmyTheGrace	31
Gambar 4.2 Konten Monthly Donation ArmyTheGrace	32
Gambar 4.3 Penyusunan Pesan Twitter ArmyTheGrace	37
Gambar 4.4 <i>Quote Tweet</i> Penyusunan Pesan Twitter ArmyTheGrace	38
Gambar 4.5 Hasil Observasi WhatsApp bulan November 2021	38
Gambar 4.6 Media Sosial yang digunakan ArmyTheGrace	41
Gambar 4.7 Bukti Penyaluran Hasil Donasi <i>Monthly Donation</i> ArmyTheGrace	58
Gambar 4.8 Bukti Penyaluran Hasil Donasi <i>Monthly Donation</i> ArmyTheGrace	59

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Perbandingan Akun Twitter Fandom ARMY.....	5
Tabel 1.2 : Tabel Tatakala Penelitian.....	12
Tabel 3.1 : Informan Penelitian.....	25
Tabel 4.1 : Deskripsi Singkat Jobdesk Admin Army The Grace.....	33
Tabel 4.2 : Tabel Implementasi Strategi Komunikasi melalui Twitter Army The Grace .....	42
Tabel 4.3 : Tabel Implementasi Strategi Komunikasi melalui WhatsApp Army The Grace.....	50

## LAMPIRAN

Lampiran 1 : Bukti Pelaksanaan Wawancara.....	66
Lampiran 2 : Transkrip Wawancara.....	69
Lampiran 3 : Hasil Scan Plagiasi .....	106

