

ABSTRAK

Muhammad Ridho Anugrah

F1C017084

Universitas Jenderal Soedirman

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Ilmu Komunikasi

Strategi Komunikasi Band Kelompok Penerbang Roket dalam Mempertahankan Loyalitas Fans

Kelompok Penerbang Roket merupakan sebuah band yang terletak di Kota Jakarta, dibentuk pada tahun 2011 dan beranggotakan John Paul Patton (Bass/Lead Vocal), Rey Marshall (Guitar/Back Vocal) dan Igusti Vikranta (Drum/Backing Vocal). Kelompok Penerbang Roket memiliki banyak penggemar, juga bisa dilihat pada media sosial *Instagram* Kelompok Penerbang Roket ini, bahwa mereka memiliki sebanyak 128 ribu pengikut, 10.500 pengikut pada *Twitter*, dan 67.867 pendengar bulanan pada *streamer online Spotify*. Kelompok Penerbang Roket memanfaatkan media sosial *Instagram* dan *Youtube* sebagai *platform* untuk menampilkan atau mempromosikan hasil produksi kepada khalayak. Penelitian ini berusaha untuk mencari tahu tentang strategi komunikasi apa yang digunakan Kelompok Penerbang Roket dalam menjaga kelayaitasan fans.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Media Sosial, Produksi

ABSTRACT

Muhammad Ridho Anugrah

F1C017084

Jenderal Soedirman University

Faculty of Social and Political Sciences

Major of Communication Science

Communication Strategy of Kelompok Penerbang Raket as a Music Band in Maintaining Fan Loyalty

Kelompok Penerbang Raket is a band located in Jakarta, formed in 2011 and consists of John Paul Patton (Bass/Lead Vocal), Rey Marshall (Guitar/Back Vocal) and Igusti Vikranta (Drum/Backing Vocal). Kelompok Penerbang Raket has a lot of fans, it can also be seen on the Rocket Group's Instagram social media, that they have as many as 128 thousand followers, 10,500 followers on Twitter, and 67,867 monthly listeners on online streamer Spotify. Kelompok Penerbang Raket utilizes social media Instagram and Youtube as a platform to display or promote their production to the public. This study seeks to find out what communication strategies are used by the Rocket Flying Group in maintaining fan loyalty.

Keywords: Communication Strategy, Social Media, Production