

DAFTAR ISI

<u>HALAMAN PENGESAHAN</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>HALAMAN PERSETUJUAN</u>	ii
<u>SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>KATA PENGANTAR</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>DAFTAR TABEL</u>	iii
<u>DAFTAR GAMBAR</u>	iv
<u>BAB I PENDAHULUAN</u>	Error! Bookmark not defined.
1.1 <u>Latar Belakang</u>	Error! Bookmark not defined.
1.2 <u>Rumusan Masalah</u>	7
1.3 <u>Tujuan Penelitian</u>	8
1.4 <u>Manfaat Penelitian</u>	Error! Bookmark not defined.
1.4.1 <u>Bagi Penulis</u>	Error! Bookmark not defined.
1.4.2 <u>Bagi Universitas dan Dosen</u>	Error! Bookmark not defined.
1.4.3 <u>Bagi Peneliti Lanjutan</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</u>	Error! Bookmark not defined.
2.1 <u>Penelitian Terdahulu</u>	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 <u>Hasil Perbandingan Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu</u>	Error! Bookmark not defined.
2.2 <u>Kajian Teoritis</u>	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 <u>Landasan Teori</u>	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 <u>Kerangka Pemikiran</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</u>	Error! Bookmark not defined.
3.1 <u>Paradigma Penelitian</u>	Error! Bookmark not defined.
3.2 <u>Metode Penelitian</u>	Error! Bookmark not defined.
3.3 <u>Jenis Penelitian dan Data</u>	Error! Bookmark not defined.
3.3.1 <u>Jenis Penelitian</u>	Error! Bookmark not defined.
3.3.2 <u>Jenis Data</u>	Error! Bookmark not defined.
3.4 <u>Bahan Penelitian</u>	Error! Bookmark not defined.
3.5 <u>Sumber Data</u>	Error! Bookmark not defined.

3.5.1 Key Informan**Error! Bookmark not defined.**
3.5.2 Studi Dokumentasi**Error! Bookmark not defined.**
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian**Error! Bookmark not defined.**
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....**Error! Bookmark not defined.**
3.8 Teknik Analisis Data.....**Error! Bookmark not defined.**
3.9 Uji Keabsahan Data.....**Error! Bookmark not defined.**
BAB IV HASIL PENELITIAN.....**Error! Bookmark not defined.**
4.1 Subjek Penelitian.....**Error! Bookmark not defined.**
4.1.1 Tentang Key Informan**Error! Bookmark not defined.**
4.1.2 Visi dan Misi**Error! Bookmark not defined.**
4.1.3 Hasil Karya Key Informan**Error! Bookmark not defined.**
4.2 Hasil Penelitian**Error! Bookmark not defined.**
4.2.1 Identitas Responden**Error! Bookmark not defined.**
4.2.2 Informan/Informan/Bukti Dokumen Sebagai Jawaban Atas Setiap Permasalahan.....**Error! Bookmark not defined.**
BAB V PEMBAHASAN PENELITIAN**Error! Bookmark not defined.**
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian**Error! Bookmark not defined.**
5.1.1 Pemaknaan atas hasil penelitian berisikan ulasan peneliti yang dibangun berdasarkan teori/penelitian terdahulu/rasional atau logika peneliti **Error! Bookmark not defined.**
5.2 Uji Keabsahan Data.....**Error! Bookmark not defined.**
BAB VI PENUTUP**Error! Bookmark not defined.**
6.1 Kesimpulan**Error! Bookmark not defined.**
6.2 Saran.....**Error! Bookmark not defined.**
DAFTAR PUSTAKA**Error! Bookmark not defined.**
Lampiran 1. Transkrip Wawancara.....**Error! Bookmark not defined.**
Lampiran 2. Dokumentasi wawancara bersama narasumber xi
Lampiran 3. Dokumentasi hasil screenshot reaksi pembaca terhadap cerita *Love Me at My Worst*..... xii

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu..... **Error!**
Bookmark not defined.



DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Twitter di Dunia.....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1.2 Profil Akun Twitter Han Jung.....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1.3 Hasil tangkapan layar akun auto-base menfess di Twitter .**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2.1 Perbandingan Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 5.1 Hasil tangkapan layar dari bukti perencanaan strategi komunikasi **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 5.2 Hasil tangkapan layar bagian cerita yang diunggah di Privatter **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 5.3 Hasil umpan balik dari bagian Privatter**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 5.4 *Few tweets* sebagai cara promosi dalam bentuk iklan. **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 5.5 *Direct Marketing* yang dilakukan *key informan* **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 5.6 *Interactive Marketing* yang dilakukan *key informan* .. **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 5.7 Hasil tangkapan layar dari kegiatan *event Space* di *Twitter*..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 5.8 *Personal selling* yang dilakukan *key informan*..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 5.9 Hasil implementasi strategi yang dilakukan *key informan*..**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 5.10 Hasil analytic keseluruhan cerita '*Love Me at My Worst***Error! Bookmark not defined.**

Lampiran 1. Transkrip Wawancara

Waktu Wawancara : 9 November 2023

Media Wawancara : *Google meeting via online*

Profil Key Informan

Nama : Ika, nama pena : Han Jung

Umur : 25 tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Penulis fiksi di *platform* Twitter

Pedoman Wawancara

A (Peneliti) : Selamat siang, Ika. Terima kasih ya sebelumnya, karena Ika telah bersedia meluangkan waktu untuk menjawab beberapa pertanyaan yang akan saya tanyakan hari ini.

B (Narasumber) : Selamat siang, Alya. Silakan ajukan pertanyaan yang dirasa penting untuk mendapat data penelitian kamu. Saya akan berusaha menjawab dengan lengkap dan jelas.

A (Peneliti) : Baik. Sebelumnya, saya sudah membuat transkrip wawancara. Pertanyaan-pertanyaan tersebut yang ingin saya tanyakan hari ini kepada Ika.

B (Narasumber) : Oke. Silahkan dimulai dari pertanyaan nomor satu, ya.

A (Peneliti) : Untuk pertanyaan pertama, saya ingin tahu awal mula kamu menulis cerita fiksi itu kapan, di platform mana dan bagaimana? Boleh diceritakan secara singkat?

B (Narasumber) : Awal saya menulis cerita, saya menulis di buku. Saya tidak publish cerita saya, karena menganggap kalau menulis itu adalah hobi aja dan untuk mengisi waktu luang. Lalu semakin saya menulis beberapa cerita, saya mulai *publish* di *blog*. Nah pada tahun 2019, saya mulai menulis di Wattpad, karena pada saat itu platform menulis dan membaca tersebut sedang marak-maraknya, terutama di kalangan remaja. Terus pas masuk jaman Covid di 2020, saya tertarik menulis juga di *platform Twitter*. Saya menulis cerita fiksi ber-*genre fanfiction* dan cabang *genrenya* adalah *Alternate Universe*. Karena memang saat itu AU sendiri sedang viral sampai promosinya ke aplikasi Tiktok juga.

A (Peneliti) : Apa visi dan misi kamu sebagai penulis fiksi saat ini?

B (Narasumber) : Kalau visinya saya ingin membuat cerita sampai selesai. Karena jujur aja hal itu nggak mudah, dan bagi banyak penulis juga demikian. Banyak mutual penulis saya yang berhenti di tengah jalan karena banyak faktor. Makanya menyelesaikan cerita jadi misi saya. Kalau untuk misi, saya ingin menyiapkan cerita dengan baik dari mulai ide cerita, perencanaan seperti tokoh, premis, dan topik cerita. Lalu sebelum publish cerita, saya ingin membuat *outline* cerita keseluruhan,

menentukan nama, penokohan, dan judul. Saya juga ingin membuat jadwal menulis agar terencana dan selesai dengan pasti.

A (Peneliti) : Kalau untuk cerita yang sudah berhasil kamu selesaikan bagaimana? Boleh jelaskan kamu udah berhasil menghasilkan tulisan apa saja?

B (Narasumber) : Semua cerita yang saya buat itu *fanfiction* AU ya. Di Wattpad saya sudah menyelesaikan 18 cerita panjang. Di Twitter ada 6 cerita panjang. Lalu masih di *Twitter* ada short AU itu cerita pendek, biasanya di bawah 100 part dan juga termasuk one shot, itu ada 7. Terakhir, ada *few tweets*, yang biasanya jumlah partnya hanya di bawah 20 part, itu ada sekitar 40 cerita.

A (Peneliti) : Pertanyaan berikutnya, sebelum publish cerita, kamu ada melakukan perencanaan tidak untuk AU *Love Me at My Worst*?

B (Narasumber) : Tentunya, ada. Karena dari yang pengalaman sebelumnya menulis di blog dan Wattpad, tanpa perencanaan jadinya kurang matang dan kurang tertata.

A (Peneliti) : Perencanaan seperti apa yang kamu lakukan dan kamu pakai strategi apa untuk membuat pembaca terlibat di cerita kamu?

B (Narasumber) : saya pakai strategi komunikasi pemasaran, setelah saya cari-cari tau, ternyata memang membutuhkan strategi komunikasi pemasaran ketika kita publish sesuatu di media sosial. Strategi komunikasi pemasaran yang saya lakukan sebelum *publish* cerita, yakni saya promosi saat ada orang yang meminta rekomendasi cerita di base *Twitter*. Sebelum publish cerita tersebut, saya buat semacam *prompt*, untuk menggambarkan sedikit konflik cerita yang nantinya akan di publish. Lalu saya bikin adegan yang perlu dimasukkan ke *privatter.com*, itu adalah adegan yang emosional dan tensi ceritanya cukup tinggi, sehingga bisa menarik pembaca lebih banyak. Terus saja juga bikin grup untuk *share password* yang nantinya dipakai saat cerita berjalan, untuk melihat reaksi pembaca juga terhadap cerita, sharing, dan ngobrolin soal ceritanya. Dari grup itu, bisa dilihat secara *real time* ada berapa peminatnya. Setiap *update* cerita panjang partnya 15-20, strateginya saya bikin part akhir yang menggantung, bikin pembaca penasaran. Strategi terakhir adalah saya mempromosikan cerita sesudah dipublikasikan. Saya

mempromosikannya di sebuah akun auto-base *menfess* di mana para *author* khusus *fanfiction* NCT dapat mengenalkan karya mereka. Dengan jumlah *followers* yang lebih dari 200 ribu di akun tersebut, tentunya saya mendapat banyak respon baik dari *audiens* dan mereka mulai tertarik untuk membaca cerita *Love Me at My Worst*.

A (Peneliti) : Riset apa yang kamu lakukan sebelum akhirnya bisa menciptakan karya *Love Me at My Worst*?

B (Narasumber) : Sebelum membuat karya *Love Me at My Worst*, saya melakukan survei di Twitter tentang *genre* dan tema karya apa saja yang sedang ramai diminati oleh pembaca. Berdasarkan survei sederhana itu, saya akhirnya menemukan hasil bahwa pembaca menyukai cerita yang penuh intrik dan konflik yang padat dan agak rumit, yakni maksudnya dengan memasukkan unsur emosi yang bisa menyakiti pembaca dan memancing reaksi mereka untuk berkomentar. Selain itu, sedang cukup ramai juga karakter fiksi laki-laki yang digambarkan memiliki sifat yang dominan baik, sehingga saya menciptakan karakter serupa dengan minat pasar yang ada saat itu, yakni di tahun 2022. Setelah dua hal itu didapatkan, saya mencari topik yang jarang dijadikan karya fiksi di Twitter pada saat itu, dibarengi dengan kejadian nyata yang cukup sering terjadi di lingkungan sekitar. Saya terinspirasi dari banyaknya kejadian yang dialami para perempuan yang sudah menjadi seorang istri, yakni ketika mereka merasa *insecure* dengan bentuk tubuh. Mereka mendapat sindiran bahkan sampai hujatan pedas. Alasan saya karna tentunya ingin membuat pembaca bisa *relate* dengan tema cerita tersebut. Dari hasil riset yang saya lakukan, saya menemukan ide untuk menciptakan cerita yang bertema tentang perempuan yang terkena *body shaming* setelah melahirkan. Sesuatu yang sering terjadi di dunia nyata, tapi masih cukup jarang sekali dilirik untuk menjadi tema cerita fiksi. Berdasarkan hasil pengamatan itu, saya jadi tahu harus membuat cerita seperti apa yang akan menarik pembaca untuk membaca dan bereaksi terhadap ceritanya, agar pembaca terlibat. Sehingga akan ada respons timbal balik antara saya dan pembaca.

A (Peneliti) : Kalau tadi sudah perencanaan strateginya, sekarang saya mau tau soal pembuatan strateginya seperti apa? Apa saja yang kamu lakukan dalam hal eksekusinya?

B (Narasumber) : untuk bagian iklannya, saya membuat *few tweets* setelah cerita selesai. Untuk *direct marketing*, dari yang ada minta rekomendasi AU dengan *cast* tertentu, atau *genre* dan tema spesifik, saya promosi dnegan DM dengan calon pembaca langsung. *Interactive marketing* saya lakukan menggunakan DM *Twitter* juga. Saya menawarkan cerita dengan cara *soft selling*, karena cerita *Love Me at My Worst* satu tema dengan yang dicari oleh pembaca tersebut. Selain itu saya juga promosi di *base AU* di *Twitter*. Di *Whatsapp* dan di *Instagram*. Untuk *bagian Public Relations*, saya pernah mengadakan event space untuk promosi di *Twitter*. Jadi saya menceritakan sekilas tentang AU yang ditulis. Space tersebut untuk menjaga relasi dengan pembaca dan penulis, melakukan interaksi dengan *public* yakni pembaca dan sesama penulis. *Personal selling* yang saya lakukan untuk cerita *Love Me at My Worst* adalah membuat cerita *one tweet* berkedok *prompt* untuk mengetes pasar. Membuat *few tweets* untuk mencari pembaca lebih banyak lagi. Dari space lagi ngomongin karakter fiksi yang unik yang belum pernah dibaca. Merekomendasikan dari *space* yang diadakan di *Twitter* tersebut.

A (Peneliti) : Untuk pertanyaan berikutnya, bagaimana hasil implementasi dari strategi komunikasi pemasaran yang sudah kamu lakukan?

B (Narasumber) : Hasil pengimplementasian dari strategi yang udah diterapkan adalah, tercapainya cerita tamat sesuai target. Selama proses berjalan, ada aja pembaca yang tidak baca sampai akhir dan saya cari tau, ternyata mereka menunggu ceritanya tamat dulu baru akan baca. Ketika cerita berakhir, ada penambahan jumlah *likes* dan komentar juga banyak berdatanan.

A (Peneliti) : Kalau soal alur bagaimana? Kamu sudah merasa puas dengan alur yang kamu buat dengan sebelumnya bikin perencanaan?

B (Narasumber) : Soal alur cerita saya merasa puas, tapi mungkin bisa lebih baik lagi. Menurut saya, tergantung tema cerita, mempengaruhi untuk menimbulkan reaksi pembaca.

A (Peneliti) : Kita masuk ke pertanyaan terakhir ya. Apakah kamu merasa puas dengan hasil keterlibatan yang diciptakan dari pendekatan komunikasi tersebut?

B (Narasumber) : Saya sudah cukup puas karena saya jadi mendapatkan pembaca baru dan menerima berbagai saran saat ceritanya berjalan maupun setelah selesai. Pembaca pun dapat belajar dari apa yang sudah disampaikan melalui kisah fiktif, sehingga saya merasa berhasil menciptakan cerita yang memberikan kesan baik dan memberikan moral *value* yang berharga. Tapi di saat cerita masih berjalan, keterlibatan pembaca belum terlalu intens, karena jumlah pembaca sedikit berkurang. Setelah saya cari tahu, ternyata mereka menunggu cerita sampai akhir. Mereka cenderung suka membaca cerita yang sudah tamat, ketimbang harus menunggu saat *on going*. Namun, itu tidak mengurangi intensitas cerita yang sedang berjalan karena pembaca mulai berdatangan lagi setelah cerita tamat.

Lampiran 2. Dokumentasi wawancara bersama narasumber

Tanggal : 11 November 2023

Jabatan : Han Jung (Narasumber)



Lampiran 3. Dokumentasi hasil *screenshot* reaksi pembaca terhadap cerita *Love Me at My Worst*





