



STRATEGI DIGITAL STORYTELLING TAYLOR SWIFT DALAM MENDORONG *FAN ENGAGEMENT* DAN PEMASARAN MUSIK DI MEDIA SOSIAL

SHABRINA NAJLA ZAHIRA

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengotip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Strategi Digital *Storytelling* Taylor Swift dalam Mendorong *Fan Engagement* dan Pemasaran Musik di Media Sosial” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2025

Shabrina Najla Zahira
J0301211078

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



ABSTRAK

SHABRINA NAJLA ZAHIRA. Strategi Digital *Storytelling* Taylor Swift dalam Mendorong *Fan Engagement* dan Pemasaran Musik di Media Sosial. Dibimbing oleh PUDJI MULJONO dan FAHMI FUAD CHOLAGI.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi digital *storytelling* yang diterapkan oleh Taylor Swift dalam membentuk keterlibatan penggemar (*fan engagement*) dan mendukung pemasaran musik melalui media sosial. Taylor Swift dikenal tidak hanya karena kemampuan vokalnya, tetapi juga karena kekuatan naratif yang membangun koneksi emosional dengan penggemar. Strategi ini diperkuat melalui berbagai platform digital, dengan fokus utama pada Instagram, meskipun juga mencakup TikTok dan X. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode etnografi digital. Data dikumpulkan melalui observasi terhadap tiga unggahan utama di akun Instagram @taylorswift dan wawancara dengan tiga penggemar aktif di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan caption puitis, simbol visual, dan elemen misteri seperti *easter eggs* menciptakan ruang partisipatif yang tinggi. Keterlibatan penggemar tercermin dalam interaksi aktif seperti berbagi konten, menyusun teori, dan menciptakan konten buatan penggemar. Selain itu, narasi personal Swift membangun hubungan parasosial yang mendorong loyalitas jangka panjang. Dengan demikian, digital *storytelling* menjadi fondasi strategis dalam pemasaran musik kontemporer yang melibatkan audiens secara emosional dan partisipatif.

Kata kunci: keterlibatan penggemar, narasi digital, taylor swift

ABSTRACT

SHABRINA NAJLA ZAHIRA. Taylor Swift's Digital Storytelling Strategy in Driving Fan Engagement and Music Marketing on Social Media. Supervised by PUDJI MULJONO and FAHMI FUAD CHOLAGI.

This study analyzes Taylor Swift's digital storytelling strategy in shaping fan engagement and supporting music marketing on social media. Swift is known not only for her vocal ability but also for her narrative strength in building emotional connections with fans. This strategy is primarily executed through Instagram, while TikTok and X serve as supporting platforms. A qualitative method with a digital ethnographic approach was used in this study. Data were collected from observations of three major Instagram posts on @taylorswift and interviews with three active Indonesian fans. The findings indicate that Swift's use of poetic captions, symbolic visuals, and mysterious elements like easter eggs fosters a highly participatory fan environment. Engagement is reflected through content sharing, theory-making, and user-generated content. Furthermore, Swift's personal narratives strengthen parasocial relationships, encouraging long-term loyalty. Digital storytelling thus emerges as a strategic foundation in modern music marketing, enabling emotional and participatory audience engagement.

Keywords: digital storytelling, fan engagement, taylor swift



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



STRATEGI DIGITAL *STORYTELLING* TAYLOR SWIFT DALAM MENDORONG *FAN ENGAGEMENT* DAN PEMASARAN MUSIK DI MEDIA SOSIAL

SHABRINA NAJLA ZAHIRA

Laporan Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Komunikasi Digital dan Media

**KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengotip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Penguji pada ujian Laporan Akhir: Ir. Suparman, M.M



Judul : Strategi Digital *Storytelling* Taylor Swift dalam Mendorong *Fan Engagement* dan Pemasaran Musik di Media Sosial
Nama : Shabrina Najla Zahira
NIM : J0301211078

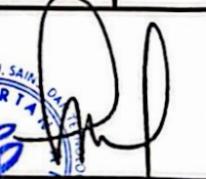
Disetujui oleh




Pembimbing 1:
Prof. Dr. Ir. Pudji Muljono, M.Si.

Pembimbing 2:
Fahmi Fuad Cholagi, S.I.Kom, M.Si.

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Hudi Santoso, S.Sos, M.P
NPI 201807198005241001

Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T
NIP 196607171992031003

Tanggal Ujian:
Sabtu, 21 Juni 2025

Tanggal Lulus:

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengotip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PRAKATA

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan akhir yang berjudul ”Strategi Digital *Storytelling* Taylor Swift dalam Mendorong *Fan Engagement* dan Pemasaran Musik di Media Sosial”. Laporan akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi, Institut Pertanian Bogor.

Proses penyusunan laporan akhir ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala hormat dan kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan kepada:

- 1) Orangtua penulis yaitu Bapak Ory Yusbuana dan Ibu Dessy Aprillya Fendy yang selalu diberikan dukungan moral maupun material, doa, dan kasih sayang selama proses studi hingga selesaiya penulisan laporan akhir ini.
- 2) Prof. Dr. Ir. Pudji Muljono, M.Si. dan Fahmi Fuad Cholagi, S.I.Kom, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan sejak tahap awal hingga penyusunan laporan akhir ini selesai.
- 3) Ir. Suparman, M.M selaku penguji laporan akhir yang telah memberikan masukan serta saran yang sangat bermakna untuk penelitian saya.
- 4) Dr. Hudi Susanto, S.Sos., M.P., selaku Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media yang telah memberikan arahan dan dukungan selama proses studi dan Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T., selaku Dekan Sekolah Vokasi IPB, atas segala fasilitas dan kesempatan yang telah diberikan selama menempuh pendidikan.
- 5) Para narasumber yaitu Shoufina Kamila, Fauzan Adhi, dan Gilang Zaidan yang telah bersedia meluangkan waktu serta memberikan informasi yang sangat bermanfaat dalam mendukung kelengkapan data penelitian ini.
- 6) Natasha Sandriana, Shoufina Kamila, Syaghani Isvianrizki, Noer Amrina Rosyada, dan Rezki Albeno, selaku sahabat-sahabat penulis yang telah banyak membantu dalam proses penyusunan laporan akhir ini, baik melalui masukan, pembacaan ulang naskah, hingga menjadi tempat beristirahat dan berbagi saat penulis mengalami tekanan selama proses penulisan.
- 7) Teman-teman satu bimbingan; Salwa Hawla, Artanti Fatimah, Zahra Namira, Siti Kayla, dan Raka Arya, yang selalu saling mendukung, membantu dan menyemangati selama proses bimbingan dari awal hingga akhir.
- 8) Philosophia Oryza Sativa, sahabat yang selalu memberikan semangat, dukungan, serta menemani penulis dalam proses akademik dan non-akademik.
- 9) Ahlam Ali Said, Firda Ramadhiah, dan Rachelycha, sahabat penulis yang telah menjadi pendukung dan sumber motivasi dalam menyelesaikan studi.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan akhir ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Semoga laporan akhir ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membacanya dan menjadi kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

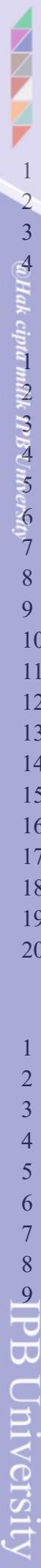
Bogor, Juli 2025

Shabrina Najla Zahira



DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	4
1.5 Ruang Lingkup	4
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 <i>Digital Storytelling</i>	5
2.2 <i>Teori Parasocial Relationship</i>	6
2.3 <i>Fan Engagement</i>	7
2.4 Penelitian Terdahulu	9
2.5 Kerangka Pemikiran	16
III METODE	19
3.1 Lokasi dan Waktu	19
3.2 Teknik Pengumpulan Data	19
3.3 Subjek Penelitian	21
3.4 Data dan Instrumen Penelitian	21
3.5 Teknik Analisis Data	22
3.6 Prosedur Penelitian	23
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	25
4.1 Deskripsi Data	23
4.2 Analisis Strategi <i>Digital Storytelling</i> dalam Konten Instagram Taylor Swift	27
4.3 Analisis <i>Fan Engagement</i>	39
4.4 Partisipasi Aktif dalam Komunitas Digital Swifties	41
4.5 Hubungan Parasosial dan Loyalitas Penggemar	44
4.6 Implikasi Terhadap Pemasaran Musik	45
V SIMPULAN DAN SARAN	49
5.1 Simpulan	49
5.2 Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	55
RIWAYAT HIDUP	69

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



1	Penelitian terdahulu	9
2	Perbandingan penelitian terdahulu dengan penelitian ini	14
3	Ringkasan Analisis Konten	27
4	Analisis <i>Fan Engagement</i> Berdasarkan Aspek Participatory Culture	39

DAFTAR GAMBAR

1	Kerangka pemikiran	18
2	Prosedur penelitian	24
3	Profil Instagram Taylor Swift	26
4	Unggahan Taylor Swift “Red (Taylor’s Version)”	28
5	Cuitan Penggemar Taylor Swift	29
6	Cuitan Penggemar Taylor Swift	29
7	Konten Unggahan Penggemar Taylor Swift	29
8	Konten Unggahan Penggemar Taylor Swift	29
9	Unggahan Taylor Swift “Midnights”	32
10	Konten Video TikTok dan Cuitan Penggemar	34
11	Konten Video TikTok dan Cuitan Penggemar	34
12	Unggahan Taylor Swift “The Tortured Poets Department”	35
13	Cuitan Penggemar Terhadap Album TTPD	36
14	Cuitan Penggemar Terhadap Album TTPD	36
15	Konten Unggahan Penggemar Taylor Swift	37
16	Konten Unggahan Penggemar Taylor Swift	37
17	Komentar-Komentar Penggemar Tentang Lagu <i>loml</i>	41
18	Diskusi Antar Fans Tentang Subjek Lagu <i>loml</i>	42
19	Diskusi Lanjutan Antar Fans Tentang Subjek Lagu <i>loml</i>	43
20	Komentar Fans yang <i>Relatable</i> dan Reflektif	43

DAFTAR LAMPIRAN

1	Tabel Panduan Observasi	55
2	Tabel Daftar Pertanyaan Wawancara dengan Komunitas Taylor Swift	56
3	Tabel Daftar Pertanyaan Wawancara dengan Penggemar Taylor Swift	57
4	Tabel Transkrip Wawancara dengan Responden Swifties 1	58
5	Tabel Transkrip Wawancara dengan Responden Swifties 2	62
6	Tabel Transkrip Wawancara dengan Responden Swifties 3	65
7	Dokumentasi Wawancara dengan Penggemar Taylor Swift 1	68
8	Dokumentasi Wawancara dengan Penggemar Taylor Swift 2	68
9	Dokumentasi Wawancara dengan Penggemar Taylor Swift 3	68