



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Broadcasting*
Sabrina Cassandra Etania
44113010034

Strategi Komunikasi MOVI (*Ministry Of Vape Indonesia*) Untuk Mendapatkan Eksistensi Di Media Sosial Instagram
Bibliografi : 83 Halaman + 5 Bab + Lampiran + 30 Buku

ABSTRAK

Media sosial saat ini semakin banyak digunakan, baik untuk berkomunikasi dengan satu orang maupun dengan banyak orang. *Instagram* sebagai salah satu produk dari media sosial banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia bahkan masyarakat di dunia ini dalam memenuhi kebutuhan akan eksistensinya.

MOVI (*Ministry Of Vape Indonesia*) adalah toko retail yang aktif dalam penggunaan sosial media, pola interaksi yang seperti itu digunakan agar siapapun bisa ikut serta dalam setiap kegiatan MOVI untuk mengetahui apa saja yang baru dalam perkembangan rokok elektrik *vaping*.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi MOVI untuk mendapatkan eksistensi di media sosial *Instagram*. Dengan menggunakan empat unsur strategi komunikasi ditambah dengan unsur pendekatan eksistensi, dengan acuan teori ini akan terlihat strategi komunikasi MOVI dalam penggunaan media sosial *Instagram* untuk meningkatkan eksistensinya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus. Dalam mencari data dan fakta cara yang digunakan adalah dengan teknik wawancara dengan teknik *purposive snowball* dan terpilihlah tiga orang narasumber yang dinilai kompeten dalam memberikan informasi.

Hasil penelitian ini memperoleh kesimpulan bahwa strategi komunikasi MOVI secara umum diarahkan oleh Founder sekaligus pemimpin MOVI yaitu Bapak Dimas Jeremia, namun pengaturannya juga dipengaruhi oleh ide-ide dari para anggota inti yaitu Ibu Valeska Sabiana, dan Bapak Eky, yang membuat strategi komunikasi MOVI menjadi unik dan sangat efektif untuk mendapatkan eksistensi khususnya di sosial media *Instagram*.