



**STRATEGI KOMUNIKASI AKUN @COV.IDSTORE DALAM
MEMBANGUN RELASI DI MEDIA SOSIAL**

SKRIPSI

Disusun Oleh :

INTAN ANDINI

44220010160

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2024**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Intan Andini
NIM : 44220010160
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Komunikasi akun
[@cov.idstore](https://www.instagram.com/cov.idstore) dalam membangun
relasi di media sosial

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 21 Juni 2024

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Intan Andini.

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Intan Andini
NIM : 44220010160
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Komunikasi akun
[@cov.idstore](#) dalam
membangun relasi di media
sosial

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dr. Farid Hamid, M.Si ()
NIDN : 0301117301
Ketua Penguji : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom ()
NIDN : 0316129201
Penguji Ahli : Wiyanto Hidayatullah, M.Ikom ()
NIDN : 0330019002

Jakarta, 21 Juni 2024

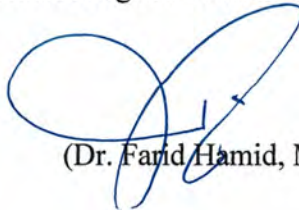
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Intan Andini
NIM : 44220010160
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Komunikasi akun
[@cov.idstore](https://www.instagram.com/cov.idstore) dalam
membangun relasi di media
sosial

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 21 Juni 2024

Yang menyatakan,



(Intan Andini)

ABSTRAK

Nama : Intan Andini

NIM : 44220010160

Program Studi : Public Relations

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Akun @cov.idstore dalam Membangun Relasi di Media Sosial.

Strategi komunikasi merupakan sebuah pondasi awal dimana dalam membangun hingga mempertahankan suatu eksistensi dalam berbisnis online, dan juga untuk mencapai suatu tujuan dalam suatu bisnis diperlukan yang namanya komunikasi agar didalam diri konsumen sendiri muncul atau tumbuhnya rasa minat sehingga timbul rasa kepercayaan terhadap suatu produk ataupun jasa yang ditawarkan. Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Komunikasi akun @cov.idstore dalam Membangun Relasi nya di Media Sosial.

Untuk menunjang penelitian ini, terdapat 6 (enam) penelitian terdahulu dengan topik relevan. Konsep dan teori pendukung penelitian ini yaitu Komunikasi, Instagram, Media Baru, Media Sosial, Strategi Komunikasi, Membangun Relasi Melalui Media Sosial. Penelitian ini menggunakan Paradigma Konstruktivis, dengan pendekatan kualitatif melalui metode deskriptif kualitatif. Adapun subjek penelitian yang terdiri dari 5 informan. Teknik pengumpulan data meliputi data primer yang meliputi wawancara & observasi dan data sekunder sendiri meliputi studi literatur & dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data dan menarik kesimpulan. Untuk teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi teknik dan sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Covid Store sudah menerapkan Strategi Komunikasi yang ada seperti mulai dari perencanaan dan menyelesaikan hambatan dalam komunikasi serta sudah menjalankan aktivitas sebagai pendukung dari membangun relasi di media sosial. Strategi-strategi ini mencakup penggunaan konten yang relevan dan menarik, interaksi aktif dengan pengikut, serta pemberian respons cepat terhadap pertanyaan dan masukan dari pengguna. Selain itu, akun @cov.idstore juga menggunakan promosi, dan kolaborasi sebagai bagian dari strategi komunikasi mereka untuk meningkatkan keterlibatan pengikut dan memperluas jangkauan pesan mereka. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah pentingnya konsistensi, relevansi, dan interaktivitas dalam strategi komunikasi media sosial untuk mencapai tujuan membangun relasi yang sukses.

Kata Kunci : *Strategi Komunikasi, Interaksi, Membangun Relasi, Media Sosial.*

ABSTRACT

Name : Intan Andini
NIM : 44220010160
Major : Public Relations
Thesis Title : Strategy Communication Account @cov.idstore in building Relationships on Social Media.

Communication strategy is an initial foundation where in build up to maintaining an existence in online business, and also to achieve a goal in a business, communication is needed so that in the consumer himself appears or grows a sense of communication so that in the consumer himself appears or grows a sense of interest so that a sense of trust in a product or service that is interest so that there is a sense of trust in a product or service offered. The purpose of this research is to find out the Communication Strategy of the @cov.idstore account in Building its Relationships on Social Media.

To support this research, there are 6 (six) previous studies with relevant topics. The concepts and theories supporting this research are Communication, Instagram, New Media, Social Media, Communication Strategy, Building Relationships Through Social Media. This research uses the Constructivist Paradigm, with a qualitative approach through qualitative descriptive methods. The research subjects consisted of 5 informants. Data collection techniques include primary data which includes interviews & observations and secondary data includes literature & documentation studies. The data analysis techniques used are data reduction, data presentation and drawing conclusions. For data validity checking techniques using triangulation of techniques and sources.

The results showed that Covid Store has implemented existing Communication Strategies such as starting from planning and resolving obstacles in communication and has carried out activities to support building relationships on social media. These strategies include the use of relevant and interesting content, active interaction with followers, and providing quick responses to questions and input from users. In addition, the @cov.idstore account also uses promotions, and collaboration as part of their communication strategy to increase follower engagement and expand the reach of their messages. The practical implication of this research is the importance of consistency, relevance, and interactivity in social media communication strategies to achieve the goal of building successful relationships.

Keywords : *Communication Strategy, interaction, Relationship Building, Social Media.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur Peneliti panjatkan Kehadirat Allah SWT karena, atas rahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan Proposal Penelitian Skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada baginda tercinta kita yaitu Nabi Muhammad SAW yang kita nanti-nantikan syafa'atnya di akhirat nanti.

Peneliti mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas limpahan nikmat sehat-Nya, sehingga peneliti mampu untuk menyelesaikan pembuatan Proposal Penelitian Skripsi dengan judul **“STRATEGI KOMUNIKASI AKUN @COV.IDSTORE DALAM MEMBANGUN RELASI DI MEDIA SOSIAL”**

Peneliti menyadari bahwa pembuatan Proposal ini masih jauh dari kata sempurna dan pembuatan penelitian ini tidak akan berjalan lancar tanpa bantuan dari berbagai pihak. Peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu menyelesaikan Proposal Penelitian Skripsi ini.

Dalam penyelesaian skripsi ini, tentunya tidak terlepas dari adanya dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang memberikan dorongan serta dukungan sampai terselesaikannya penulisan skripsi ini, kepada :

1. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella M. Si selaku kepala Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan selaku Dosen Pembimbing Skripsi saya yang telah membimbing penulis serta memberikan semangat dan dukungan dalam mengerjakan skripsi, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan benar.

2. Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si. dan Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Ibu Dr. Irmulan Sati, M.Si.
3. Kurniawan Prasetyo, S.I.Kom, M. Ikom dan Siti Muslichatul M, S.I.Kom selaku Sekretaris Bidang Studi Public Relations.
4. Kedua Orang Tua tersayang dan tercinta penulis, Mama Ria Anderini dan Papa Dedy Hendra yang telah mendidik penulis dan selalu mendoakan penulis serta memberikan support kepada penulis dalam keadaan apapun sehingga penulis bisa kuat dan bertahan sampai saat ini.
5. Kedua adik penulis, yang selalu menemani dan memberikan semangat serta dukungannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Partner penulis, yang selalu menemani dan menjadi tempat untuk bercerita segala hal, selalu pengertian dan memberikan semangat serta support dalam kondisi apapun sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
7. Febriana Putri Syahida yang telah menjadi sahabat penulis dan teman seperjuangan dalam kisah perkuliahan penulis dan selalu menjadi saksi dalam perjalanan skripsi penulis dari awal hingga akhir. Terima kasih karena telah tulus memberikan saya banyak sekali bantuan, motivasi dan semangatnya.
8. Teman-teman grup kesepian penulis (Teman SMA) Darin, Fatih, Novia, Fathia, Desti, Oryza, dan Hawalia yang selalu support dan semangat kepada penulis dalam melakukan penelitian ini sehingga dapat terselesaikan.

9. Teman-teman seperjuangan penulis Annika Kurniasih, Arya Pratama, Aprillia Maharani, Syarifah Zainah, Odeta Yuandi, Ananda Putri, Annisa Arista, Algina Cahya, dan Nova Dwi Kuswardhani yang selalu support satu sama lain.
10. Rekan Himpunan Mahasiswa Public Relations, yang telah memberikan penulis banyak pengalaman dan ilmu baru saat menjadi anggota kepengurusan.
11. Seluruh informan penulis serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebut namanya satu persatu, Terima kasih telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.
12. Dan terakhir, kepada diri penulis sendiri yang sudah berjuang dan mampu berada di titik penyusunan skripsi ini. Terima kasih tetap memilih berusaha, dan tidak menyerah. Sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini telah diselesaikan sebaik dan semaksimal mungkin. Ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri.

Tentunya, besar harapan peneliti mengharapkan kritik dan saran dari Bapak/Ibu Dosen demi menyempurnakan penelitian ini. Kemudian apabila terdapat banyak kesalahan pada Proposal ini peneliti mohon maaf yang sebesar-besarnya.

Akhir kata, penulis ucapkan banyak Terima Kasih. Semoga Tugas Akhir Skripsi ini bisa berguna bagi siapa saja yang membacanya dikemudian hari.

Jakarta, 21 Mei 2024

Intan Andini

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS..... | iv |
| ABSTRAK | v |
| ABSTRACT | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xv |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Fokus Penelitian | 8 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 8 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 9 |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis..... | 9 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis..... | 9 |
| BAB II | 10 |
| TINJAUAN PUSTAKA..... | 10 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 10 |
| 2.2 Kajian Teoritis | 24 |
| 2.2.1 Komunikasi | 24 |
| 2.2.2 Instagram | 25 |
| 2.2.3 Media Baru..... | 28 |
| 2.2.4 Media Sosial..... | 30 |
| 2.2.5 Strategi Komunikasi | 32 |
| 2.2.6 Membangun Relasi Melalui Media Sosial | 35 |
| BAB III..... | 37 |

| | |
|--|-----------|
| METODOLOGI PENELITIAN | 37 |
| 3.1 Paradigma Penelitian | 37 |
| 3.2 Metode Penelitian | 37 |
| 3.3 Subyek Penelitian | 38 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data | 40 |
| 3.4.1 Data Primer | 40 |
| 3.4.2 Data Sekunder | 42 |
| 1. Studi Literatur | 42 |
| 2. Dokumentasi | 42 |
| 3.5 Teknik Analisis Data | 43 |
| a.) Reduksi Data | 43 |
| b.) Penyajian Data | 43 |
| c.) Penarikan Kesimpulan | 44 |
| 3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data | 44 |
| BAB IV | 46 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 46 |
| 4.1 Gambaran Umum Cov.id Store | 46 |
| 4.1.1 Sejarah Cov.id Store | 46 |
| 4.1.2 Visi & Misi Cov.id Store | 47 |
| 4.1.3 Profile Instagram dari akun @Cov.id Store | 48 |
| 4.1.4 Logo Cov.id Store | 49 |
| 4.2 Hasil Penelitian | 50 |
| 4.2.1 Pentingnya Strategi Komunikasi | 51 |
| 4.2.2. Mengetahui Akun Instagram @Cov.idStoreID | 53 |
| 4.2.2 Strategi Komunikasi | 56 |
| 4.2.2.1 Perencanaan | 56 |
| 4.2.2.2 Aktivitas | 60 |
| 4.2.3 Daya Tarik akun @cov.idstore | 69 |
| 4.2.4 Kualitas yang dimiliki oleh akun @cov.idstore | 72 |
| 4.2.5 Hambatan dalam Komunikasi | 75 |

| | |
|----------------------------|----|
| 4.3 Pembahasan | 80 |
| BAB V..... | 91 |
| KESIMPULAN DAN SARAN | 91 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 91 |
| 5.2 Saran | 93 |
| 5.2.1 Saran Akademis..... | 93 |
| 5.2.2 Saran Praktis | 94 |
| DAFTAR PUSTAKA | 95 |
| LAMPIRAN..... | 98 |



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1. 1 Profile Akun Covid Store..... | 2 |
| Gambar 1. 2 Produk Covid Store | 3 |
| Gambar 1.3 Profile Instagram Akun Covid Store | 48 |
| Gambar 1.4 Logo Covid Store ID | 49 |
| Gambar 1.5 Live Instagram dan Tiktok | 61 |
| Gambar 1.6 Room Chat Grup Whatsapp | 63 |
| Gambar 1.7 Postingan Giveaway | 64 |
| Gambar 1.8 Poster Kolaborasi | 65 |
| Gambar 1.9 Instastory | 67 |
| Gambar 1.10 Instastory (How To Order)..... | 68 |
| Gambar 1.11 Feeds Instagram Covid Store | 69 |
| Gambar 1.12 Kuliatas Produk Covid Store | 73 |
| Gambar 1.13 Flowchart Temuan Penelitian | 88 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu | 18 |
| Tabel 3. 1 subyek penelitian..... | 39 |
| Tabel 4. 1 Awal Mengetahui Akun Instagram @cov.idstore..... | 55 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1 Daftar Wawancara | 98 |
| Lampiran 2 Transkrip Hasil Wawancara | 100 |
| Lampiran 3 Curriculum Vitae CV..... | 115 |

