

## ABSTRAK

Nama : Nova Dwi Kuswardhani  
Nim : 44220010073  
Program Studi : Public Relations  
Judul Skripsi : Komunikasi Virtual dalam Membangun Minat Beli Pelanggan (Studi Deskriptif Instagram @Luxiawithlove)  
Dosen Pembimbing : Novi Erlita, S.Sos. MA

Perkembangan teknologi komunikasi di Indonesia mencapai era teknologi internet, di mana penggunaan internet menjadi lebih umum, sehingga promosi penjualan tidak lagi terbatas pada media tradisional, tetapi juga melalui media modern yaitu internet. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran komunikasi virtual dalam membangun minat beli pelanggan akun Instagram @LuxiaWithLove.

Tinjauan pustaka dalam penelitian ini terdiri dari lima penelitian terdahulu dengan kajian teoritis meliputi komunikasi virtual, minat beli, pelanggan, dan Instagram.

Paradigma penelitian ini menggunakan paradigma post-positivisme dengan metode penelitian deskriptif pendekatan kualitatif. Melalui penelitian kualitatif, penulis dapat melihat peran komunikasi virtual dalam membangun minat beli di Instagram melalui konten-konten yang diunggah oleh @LuxiaWithLove.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa @LuxiaWithLove bukan hanya sebagai sebuah brand, melainkan sebagai teman sharing bagi wanita-wanita yang menghadapi berbagai tantangan dalam kehidupan. Dengan tagline “Just Keep Walking,” @LuxiaWithLove membuat para pelanggan wanitanya merasa memiliki tempat untuk berkomunikasi dan berbagi cerita. Hal ini membuat para wanita tampil lebih percaya diri meskipun memiliki berbagai tantangan masing-masing.

Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi virtual yang efektif melalui media sosial seperti Instagram dapat membangun minat beli pelanggan dengan menciptakan hubungan emosional dan komunitas yang mendukung. Dengan pendekatan yang tepat, brand dapat berperan sebagai teman dan pendukung bagi pelanggan mereka, bukan hanya sebagai entitas bisnis. Oleh karena itu komunikasi virtual yang efektif sangat penting bagi brand untuk membangun dan mempertahankan minat beli pelanggan di era digital ini.

**Kata Kunci :** Minat Beli, Instagram, Pelanggan, Brand, Komunikasi virtual

## **ABSTRACT**

*Name* : Nova Dwi Kuswardhani  
*NIM* : 44220010073  
*Study Program* : Communication Science  
*Title* : Virtual Communication in Building Customer  
Purchase Interest (Descriptive Study on Instagram  
@Luxiawithlove)  
*Thesis Advisor* : Novi Erlita, S.Sos. MA

*The development of communication technology in Indonesia has reached the era of internet technology, where internet usage has become more common, making sales promotion no longer limited to traditional media, but also through modern media, namely the internet. This study aims to analyze the role of virtual communication in building purchase interest among followers of the Instagram account @LuxiaWithLove.*

*The literature review in this study consists of five previous studies with theoretical reviews covering virtual communication, purchase interest, customers, and Instagram.*

*This research employs a post-positivist paradigm with a descriptive qualitative approach. Through qualitative research, the author can observe the role of virtual communication in building purchase interest on Instagram through the content uploaded by @LuxiaWithLove.*

*The results of this study indicate that @LuxiaWithLove is not just a brand but also a sharing companion for women who face various challenges in life. With the tagline "Just Keep Walking," @LuxiaWithLove allows its female customers to have a place to communicate and share stories. This, in turn, helps women to appear confident despite their individual challenges.*

*This study shows that effective virtual communication through social media like Instagram can build customers' purchase interest by creating emotional connections and supportive communities. With the right approach, a brand can act as a friend and supporter for its customers, not just as a business entity. Therefore, effective virtual communication is crucial for brands to build and maintain customers' purchase interest in this digital era.*

**Keywords:** *Purchase Interest, Instagram, Customers, Brand, Virtual Communication*