

**ACCOUNT MANAGER'S COMMUNICATION STRATEGY TO INCREASE
FOLLOWER LOYALITY**
(Study on Relationship Chat Account in Sosial Media Line Applications)

ABSTRACT

By

Dheza Lukita

This Research is in the background by the research's interest see the phenomenon of social media that has been increasingly widespread among children and teenagers, and social media line as the most social media users are children and teenagers, evidenced in some surveys of institutions and related research who want to know the users of social media in Indonesia. Even more object of research under study by teenegers, who can manage an account insomeof social media to become a great account to the numbers of audiences of the amount owned.Social media is based communication channel, which is so complex and ultimetd space and time, to attract sympathy from audience, it needs a good communication planning and management to get same meaning between communicator and communicant. As expressed in his communications strategy teory. That is how the message is packaged and communicated by communicators using techniques and specific ways than communicated to the communicant with certain media and cause the desired effect and unlimatey from a loyal attitude from the communicant to the communicator. A social media account aspecially social media line, has enough features that can be anjoyed by users, including can be used as a business based social media, according to three managers of a relationship chat account, to form a loyal attitude of followers in an entertainment themed social media devided into two management consumers is management based on how it is implemented, consists of follower management, advertising and a wide audience, and also management based on its content, both from content managemen, themes, account visualization, and the messaging elements is contains.

Keywords : Loyality, Social Media Line, Communication Strategy, Management.

**STRATEGI KOMUNIKASI PENGELOLA AKUN DALAM
MENINGKATKAN LOYALITAS PENGIKUT**
(Studi pada Akun Relationship Chat di Aplikasi Media Sosial Line)

ABSTRAK

Oleh

Dheza Lukita

Penelitian ini di latar belakangi oleh ketertarikan peneliti melihat fenomena media sosial yang sudah semakin merebak di kalangan anak-anak dan remaja. Media sosial *Line* sebagai media sosial yang paling banyak penggunanya merupakan anak-anak dan remaja, hal ini dibuktikan di beberapa survei lembaga maupun penelitian terkait yang ingin mengetahui pengguna media sosial yang ada di Indonesia. Objek penelitian yang diteliti di kelola oleh remaja, yang mampu mengelola sebuah *akun* sehingga menjadi *akun* yang besar dari segi jumlah khalayak yang dimiliki. Media sosial merupakan saluran komunikasi yang berbasis teknologi maya yang kompleks dan tidak terbatas ruang dan waktu. Untuk menarik simpati khalayak, dibutuhkan sebuah perencanaan dan manajemen komunikasi yang baik sehingga terdapat kesamaan makna antara komunikator dan komunikan, seperti yang diungkapkan oleh Harold D Laswell di dalam teori strategi komunikasinya, yaitu bagaimana pesan dikemas dan disampaikan oleh komunikator menggunakan teknik dan cara tertentu lalu disampaikan kepada komunikan dengan media tertentu dan menimbulkan efek yang diinginkan, dan akhirnya membentuk sikap loyal dari komunikan kepada komunikator. Sebuah *akun* media sosial khususnya media sosial *Line*, memiliki fitur-fitur yang cukup banyak yang bisa dinikmati oleh penggunanya, termasuk dapat dimanfaatkan menjadi media sosial berbasis bisnis atau *e-commers*. Menurut tiga informan, selaku pengelola *akun Relationship Chat*, untuk membentuk sikap loyal dari pengikut di dalam sebuah media sosial bertemakan hiburan, terbagi atas dua teknik pengelolaan Komunikasi yang mengutip pendapat dari Anwar Arifin, yaitu pengelolaan berdasarkan cara pelaksanannya, yang terdiri dari pengelolaan pengikut, pengiklan dan khalayak luas, dan juga pengelolaan berdasarkan bentuk isinya, baik dari pengelolaan konten, tema, visualisasi *akun*, serta unsur-unsur pesan yang ada di dalamnya, sehingga pada akhirnya dengan perencanaan dan manajemen tersebut *akun Relationship Chat* dapat meningkatkan loyalitas dari para pengikutnya.

Kata Kunci : Loyalitas, Media Sosial Line, Strategi Komunikasi, Pengelolaan.