

ABSTRAK

Pada penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan gaya komunikasi pengusaha *online* perempuan dimasa pandemi covid-19. Penelitian ini menggunakan teori gaya komunikasi agar mengetahui bagaimana gaya komunikasi yang dilakukan oleh pengusaha *online* perempuan dimasa pandemi covid-19 ini dan juga ingin mengetahui apakah ada perubahan gaya komunikasi selama masa pandemi covid-19 ini yang dipengaruhi oleh faktor-faktor gaya komunikasi.

Penelitian ini adalah salah satu penelitian kualitatif dan menggunakan pendekatan studi kasus. Subjek penelitian ini adalah pengusaha *online* perempuan dengan berbagai bidang bisnis *online*. Informan kunci pada penelitian ini terdapat pada kelima pengusaha *online* perempuan. Teknik dalam mengumpulkan data ini melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis pada data ini menggunakan analisis data dari model *Miles* dan *Huberman* yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Teknik keabsahan data yang digunakan yaitu teknik triangulasi sumber

Hasil penelitian terhadap kelima pengusaha *online* perempuan menunjukkan bahwa gaya komunikasi setiap pengusaha ialah sama yaitu tipe gaya komunikasi tegas. Selain itu juga terdapat beberapa aspek gaya komunikasi yaitu aspek *impression leaving*, *open*, *relaxed*, dan *precise*.

Kesimpulan dalam penelitian ini yaitu dari kelima pengusaha *online* perempuan masing-masing memiliki gaya komunikasi yang sama yaitu gaya komunikasi tegas. Dan aspek gaya komunikasi yang dimiliki oleh kedua pengusaha *online* tersebut adalah aspek gaya komunikasi *precise*, dimana kedua pengusaha *online* tersebut lebih senang berkomunikasi melalui verbal dengan membuat suatu konten yang sudah terjadwal. Kedua pengusaha *online* ini juga memiliki perubahan gaya komunikasi yang disebabkan oleh faktor kronologi, bahasa, dan juga kendala.

Kata Kunci: Gaya Komunikasi, Pengusaha *Online* Perempuan, Masa Pandemi Covid-19