



**PENGARUH PENGGUNAAN INSTAGRAM
@goodlifebca TERHADAP CITRA BANK CENTRAL
ASIA**

SKRIPSI

KHOIRINI NURUL WAKHIDAH

44218110064

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

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

2023

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Khoirini Nurul Wakhidah
NIM : 44218110064
Fakultas/Bidang Studi : Ilmu Komunikasi/Public Relation
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Penggunaan Instagram @goodlifebca
Terhadap Citra Bank Central Asia

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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 08 September 2023

Yang Membuat Pernyataan



Khoirini Nurul Wakhidah

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Khoirini Nurul Wakhidah
NIM : 44218110064
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Penggunaan Instagram @goodlifebca
Terhadap Citra Bank Central Asia

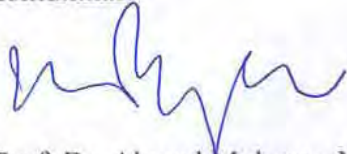
Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Haekal Fajar Amrullah S. Ikom M. Sc ()
NIDN : 0318109301
Ketua Penguji : Anindita, M. Ikom ()
NIDN : 0306018903
Penguji Ahli : Andi Pajolloi Bate, MA ()
NIDN : 0303069401

Jakarta, 08 September 2023

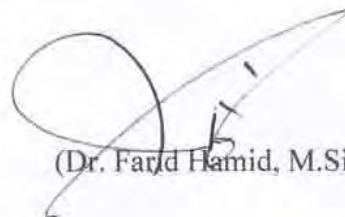
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Komunikasi



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

Ketua Program Studi Ilmu



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Tiada kata yang paling indah selain puji dan rasa syukur kepada Allah SWT, yangtelah menentukan segala sesuatu berada di tangan-Nya, sehingga tidak ada setetes air pun dan segelintir jiwa manusia yang lepas dari ketentuandan ketetapan-Nya. Alhamdulillah atas hidayah dan inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini yang berjudul :

“Pengaruh Penggunaan Instagram @goodlifebca terhadap Citra Bank Central Asia bagi followers” tepat pada waktu yang ditentukan. Penulisan Tugas Akhir skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini tidak terlepas dari kesalahan dan kekurangan disebabkan keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan Tugas Akhir skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin berterima kasih kepada:

1. Bapak Haekal Fajri Amrullah, S.Ikom, M.Sc selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, ilmu, dukungan dan motivasi kepada penulis.
2. Ibu Anindita, S.Pd, M.Ikom selaku Sekprodi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan izin kepada penulis untuk penulisan ini.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana yang telah memberikanizin kepada penulis dalam penulisan ini.
4. Bapak Prof Dr Ahmad Mulyana M.S., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana yang telah memberikan izin kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.
5. Kepada Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi khususnya Program Studi Public Relations yang telah memberikan banyak

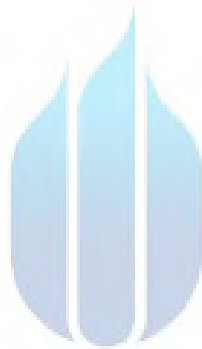
pelajaran dan bimbingan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.

6. Kepada orang tua penulis Ibu Sunarti, Bapak Noor Ahmad dan Nenek Admi tercinta yang telah mengasuh, mendidik, mendukung, memberikan semangat dan membesarkan penulis, kakak-kakak tercinta Sri Hartati dan Yuliani serta Keluarga besar lainnya Karmini, Wulan, Revan, Kiki, Yudha Arini, Kanaya, Nano, Roni, dan Usisyah yang senantiasa memberikan dukungan, semangat dan doa yang nilainya tidak bisa digantikan oleh apapun di dunia.
7. Kepada sahabat-sahabat semasa kuliah Anjas, Ratih, Asun terimakasih untuk kebersamaannya selama masa perkuliahan seneng sedih main dan nugas bareng.
8. Dan sahabat-sahabat ciwiku “3 Serangkai” Geby dan Devi terimakasih sudah kasih kebahagiaan selama perkuliahan ini yang penuh dengan drama ini itu semoga bucketlist kita tercapai ya bisa jalan-jalan bareng.
9. Untuk teman-teman rekan kerja saya semasa perkuliahan berlangsung Matius, Nia, Jessi, Novi ex kantor lama saya yang selalu nemenin nugas kalau pulang kantor dan temen kerja saya saat ini Ruth, Diaz, Aldo, Junkhim, Irul dan Sopian. Terimakasih untuk canda tawanya dan supportnya.
10. Untuk seseorang yang mungkin belum terlihat di hidup saya, tetapi dari selesainya skripsi ini semoga cepat bisa di pertemukan sama jodoh saya.
11. Kepada Bu Lisye, Bu Yenti, Ko Deddy, Bu Yayuk selaku pimpinan dan kabag saya di tempat saya bekerja saat ini yang sudah memberikan waktu, informasi dan dukungan kepada penulis.
12. Kepada idola saya Iqbaal Diafakhri Ramadhan yang Terimakasih untuk segala hiburan-hiburan yang sudah di berikan.
13. Kepada seluruh mahasiswa Public Relations angkatan 2018, terima kasih karena telah menjadi teman seperjuangan yang hebat.

14. Kepada seluruh pihak terkait yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungan dan bantuan yang diberikan selama penulisan ini.

Besar harapan penulis, semoga Tugas Akhir skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pihak lain pada umumnya. Dalam penyusunan Tugas Akhir skripsi ini, penulis banyak mendapat pelajaran, dukungan motivasi, bantuan berupa bimbingan yang sangat berharga dari berbagai pihak. Akhir kata dengan segala kerendahan dan ketulusan hati, penulis mengucapkan terima kasih dan mohon maaf apabila ada kesalahan serta kelemahan dalam Tugas Akhir skripsi ini.

Jakarta 08 Agustus 2023



Khoirini Nurul Wakhidah

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Khoirini Nurul Wakhidah
NIM : 44218110064
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Penggunaan Instagram @goodlifebca Terhadap Citra Bank Central Asia

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, 08 September 2023

Yang menyatakan,



(Khoirini Nurul Wakhidah)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Kajian Teoritis.....	19
2.2.1 Komunikasi	19
2.2.2 Teori Uses and Effects	21
2.2.3 Public Relations	23
2.2.4 Media Sosial	25
2.2.5 Instagram	30
2.2.6 Citra.....	34
2.2.6.1 Manfaat Citra Perusahaan.....	40
2.3 Kerangka Teoritis.....	41

2.4	Hipotesis Penelitian.....	42
BAB III		43
METODE PENELITIAN		43
3.1.	Paradigma Penelitian.....	43
3.2.	Metode Penelitian.....	43
3.3.	Populasi dan Sampel	44
3.3.1	Populasi.....	44
3.3.2	Sampel.....	45
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel	46
3.4.	Definisi dan Operasionalisasi Konsep.....	47
3.4.1	Definisi Konsep	47
3.4.2	Operasionalisasi Konsep.....	47
3.5	Teknik Pengumpulan Data	49
3.5.1	Data Primer	49
3.5.2	Data Sekunder	50
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	50
3.6.1	Validitas	51
3.6.2	Realiabilitas.....	53
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.7.1	Uji Korelasi	55
3.7.2	Analisis Regresi Linear Sederhana	57
BAB IV		59
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		59
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	59
4.1.1	Sejarah PT Bank Central Asia	59
4.1.2	Visi dan Misi.....	60
4.1.3	Logo dan Filosofi Logo Bank Central Asia	61
4.2	Hasil Penelitian.....	61
4.2.1	Data Responden	61
4.2.2	Penggunaan Media Sosial Instagram @goodlifebca (Variabel X)	65

4.2.2.1	Dimensi Context	66
4.2.2.2	Dimensi Communication	67
4.2.2.3	Dimensi Collaboration	70
4.2.2.4	Dimensi Connection.....	73
4.2.3	Citra Organisasi (Variabel Y)	75
4.2.3.1	Dimensi Personality	76
4.2.3.2	Dimensi Reputation.....	77
4.2.3.3	Dimensi Value.....	79
4.2.3.4	Dimensi Corporate Identity.....	82
4.2.4	Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....	85
4.2.5	Hasil Analisis Koefisien Determinasi	86
4.2.6	Hasil Uji F	86
4.2.7	Hasil Uji T.....	86
4.2.8	Hasil Uji Koefisien Korelasi	87
4.3	Pembahasan.....	88
BAB V	96
KESIMPULAN DAN SARAN	96
5.1	Kesimpulan.....	96
5.2	Saran.....	97
5.2.1	Saran Akademis	97
5.2.2	Saran Praktis.....	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	101

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 2.3 Kerangka Teoritis.....	46
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep	53
Tabel 3.2 Kriteria Penafsiran Koefisien Validitas	57
Tabel 3.3 Item Total Statistic akun @goodlifebca dan Citra Organisasi.....	57
Tabel 3.4 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	60
Tabel 3.5 Uji Reliabilitas Variabel X dan Y	61
Tabel 3.6 Interpretasi Koefisien Korelasi	63
Tabel 4.1 Kepemilikan Instagram Di <i>Smartphone</i> Responden	68
Tabel 4.2 Kepemilikan Akun Instagram RespondenTabel	69
Tabel 4.3 Partisipasi Responden Mengikuti Akun @goodlifebca	69
Tabel 4.4 Jenis Kelamin Responden	70
Tabel 4.5 Kategori Usia Responden.....	70
Tabel 4.6 Pendidikan Terbaru Responden	71
Tabel 4.7 Frekuensi Penggunaan Instagram	72
Tabel 4.2.2.1 Dimensi <i>Context</i>	73
Tabel 4.2.2.2 Dimensi <i>Communication</i>	74
Tabel 4.2.2.3 Dimensi <i>Collaboration</i>	77
Tabel 4.2.2.4 Dimensi <i>Connection</i>	80
Tabel 4.2.3.1 Dimensi <i>Personality</i>	83
Tabel 4.2.3.2 Dimensi <i>Reputation</i>	84
Tabel 4.2.3.3 Dimensi <i>Value</i>	86

Tabel 4.2.3.4 Dimensi <i>Corporate Identity</i>	89
Tabel 4.32 Analisis Regresi Linear Sederhana	92
Tabel 4.33 Determinasi Koefisien.....	93
Tabel 4.34 Uji Hipotesis T	94
Tabel 4.35 Uji Koefisien Korelasi	95



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Berita Media Sosial.....	7
Gambar 4.1.3 Logo	67

