

Khoirini Nurul Wakhidah

44218110064

Ilmu Komunikasi

Pengaruh Penggunaan Instagram @goodlifebca Terhadap Citra Bank Central Asia

Haekal Fajri Amrullah, S. Ikom, M. Sc

ABSTRAK

Penggunaan Instagram saat ini memberikan kemudahan terhadap jalinan hubungan dengan *follower* yang sekaligus berdampak pada citra suatu organisasi. Oleh karena itu, saat ini banyak perusahaan, instansi maupun organisasi yang menggunakan Instagram sebagai media untuk memelihara hubungan baik untuk mendapat citra yang baik, salah satunya adalah Perusahaan perbankan swasta terbesar di Indonesia Bank Central Asia yang aktif menggunakan Instagram @goodlifebca. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui sejauhmana pengaruh penggunaan Instagram @goodlifebca terhadap citra Perusahaan Bank Central Asia.

Dalam penelitian ini menggunakan teori *Uses and Effects* yang menjelaskan bahwa terdapat hubungan antara komunikasi yang disampaikan melalui media massa, kemudian menghasilkan sebuah *effects* dari pengguna media massa tersebut. Menggunakan konsep 4C *Context, Communication, Collaboration* dan *Connection* media sosial dan Indikator Citra Dimensi *Personality, Reputation, Value, dan Corporate Identity*.

Penelitian ini memiliki tipe kausal yaitu hubungan sebab akibat dari kedua variabel, dengan pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan adalah survey pada *followers* @goodlifebca sejumlah 494.000 *followers*. Peneliti mengumpulkan data secara primer dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden menggunakan teknik penarikan sampel *non probability sampling* yakni *purposive sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan besarnya pengaruh penggunaan media sosial Instagram @goodlifebca terhadap citra Bank Central Asia adalah 50,4%, sedangkan sisanya 49,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Terdapat pengaruh penggunaan media sosial Instagram @goodlifebca terhadap citra Bank Central Asia terbukti dari nilai T hitung sebesar $9,977 > T \text{ tabel } (1,98447)$ dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: @goodlifebca, Citra Organisasi, Followers, Instagram

Khoirini Nurul Wakhidah

44218110064

Ilmu Komunikasi

Pengaruh Penggunaan Instagram @goodlifebca Terhadap Citra Bank Central Asia

Haekal Fajri Amrullah, S. Ikom, M. Sc

ABSTRACT

The use of Instagram currently makes it easy to establish relationships with *followers* which also has an impact on the image of an organization. Therefore, currently many companies, agencies and organizations use Instagram as a medium to maintain good relations to get a good image, one of which is the largest private banking company in Indonesia, Bank Central Asia, which also actively uses its Instagram at @goodlifebca. The purpose of this study is to determine the extent of the influence of using Instagram @goodlifebca on the image of the Bank Central Asia Company.

In this study using *the Uses and Effects theory* which explains that there is a relationship between communication delivered through mass media, then produces an effect from the mass media user. Using the 4C concept of *Context, Communication, Collaboration* and *Connection* of social media and Image Indicators of *Personality Dimensions, Reputation Dimensions, Value Dimensions, and Corporate Identity Dimensions*.

This research has a causal type, namely the causal relationship of the two variables, with a quantitative approach. The method used is a survey of @goodlifebca followers totaling 694,000 followers. Researchers collected primary data by distributing questionnaires to 100 respondents using a *non-probability sampling technique*, namely *purposive sampling*.

The results showed that the influence of the use of Instagram social media @goodlifebca on the image of Bank Central Asia was 50.4%, while the remaining 49.6% was influenced by other factors not in this study. There is an effect of using Instagram social media @goodlifebca on the image of Bank Central Asia as evidenced by the calculated T value of $9.977 > T \text{ table } (1.98447)$ with a significance of $0.000 < 0.05$.

Kata Kunci: @goodlifebca, Citra Organisasi, Followers, Instagram