



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
FIKRI AULIA JUMATRI
44218010156

Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @bahterspace Terhadap *Brand Awareness* Bagi Followers Bahtera Agency (Survey pada Followers Instagram @bahterspace)

Bibliografi : 5 Bab 121 hal + Lampiran + 32 buku + 9 Jurnal + 3 Data *Website*

ABSTRAK

Seiring berjalannya waktu, masyarakat mulai beralih dari media tradisional (surat kabar, televisi, majalah, baliho) ke media sosial seperti Instagram. Saat Anda menggunakan Instagram, Anda dapat menggunakan berbagai fungsi. Salah satunya adalah memberikan informasi mengenai perusahaan kepada khalayak sasaran. Karena itulah Bahtera *agency* menggunakan Instagram sebagai media penyampaian informasi untuk meningkatkan *brand awareness*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan dampak penggunaan media sosial Instagram @bahterspace terhadap persepsi merek pengikut Bahtera Agency. Penelitian ini menggunakan landasan teori 4C dari Chris Heuer. Ini menjelaskan komponen yang diperlukan untuk memfasilitasi penggunaan media sosial untuk mencapai tujuan yang dimaksudkan.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan menyebarkan kuesioner. Jenis penelitian yang digunakan digambarkan dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini terdiri dari pengikut akun Instagram @bahterspace yang berjumlah 86 responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara variabel pengaruh penggunaan media sosial Instagram @bahterspace dengan *brand awareness* bagi pengikut Bahtera Agency berdasarkan uji regresi linier sederhana. Berdasarkan hasil korelasi variabel Pearson.

Kata Kunci: *Publik Relations, Media Sosial, Instagram, Brand awareness, Bahtera Agency.*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
FIKRI AULIA JUMATRI
44218010156

Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @bahterspace Terhadap Brand Awareness Bagi Followers Bahtera Agency (Survey pada Followers Instagram @bahterspace)

Bibliografi : 5 Bab 121 hal + Lampiran + 32 buku + 9 Jurnal + 3 Data Website

ABSTRACT

As time goes by, people start to switch from traditional media (newspapers, television, magazines, billboards) to social media such as Instagram. When you use Instagram, you can use various functions. One of them is to provide information about the company to the target audience. That's why many companies, agencies, and organizations use Instagram as a medium for delivering information, including the Instagram account @bahterspace.

The purpose of this study is to determine and explain the impact of using Instagram @bahterspace social media on the brand perception of Bahtera Agency followers. This research uses the 4C theoretical foundation from Chris Heuer. It explains the components needed to facilitate the use of social media to achieve its intended purpose.

The data collection method used in this research is the survey method by distributing questionnaires. The type of research used is described with a quantitative approach. The population of this study consisted of followers of the @bahterspace Instagram account totaling 86 respondents.

The results of this study indicate that there is a strong relationship between the variable influence of the use of Instagram social media @bahterspace with brand awareness for Bahtera Agency followers based on a simple linear regression test. Based on the results of the Pearson variable correlation.

Keyword: Publik Relations, Media Sosial, Instagram, Brand Awareness, Bahtera Agency