

## ABSTRAK

Nama : Adhe Putri  
NIM : 44219010072  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
THE SOUNDS PROJECT (@THESOUNDSPROJECT) TERHADAP  
BRAND IMAGE  
Pembimbing : Dr. Achmad Jamil, M.Si

Media sosial Instagram kini sangat marak digunakan untuk meningkatkan Brand Image oleh perusahaan-perusahaan. Hal ini juga yang dilakukan oleh The Sounds Project untuk meningkatkan Brand Image event-nya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Media Sosial Instagram The Sounds Project Terhadap Brand Image. Konsep penelitian ini menggunakan teori Cyber Community. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan paradigma positivism. Metode dalam penelitian ini adalah metode survei. Kuisisioner tersebut telah disebarakan kepada 100 followers Instagram The Sounds Project. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara media sosial Instagram dan brand image terhadap akun instagram The Sounds Project, dengan nilai pengaruh 0,140 atau 14%. Masuk ke dalam kategori lemah. Dengan itu dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial Instagram merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi brand image The Sounds Project.

**Kata Kunci :** Media Sosial, Instagram, Brand Image.



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi

## ABSTRACT

Name : Adhe Putri  
NIM : 44219010072  
Study Program : Communication Studies  
Title of Thesis Report : THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA  
INSTAGRAM THE SOUNDS PROJECT (@THESOUNDSPROJECT)  
ON BRAND IMAGE  
Counsellor : Dr. Achmad Jamil, M.Si

Instagram social media is now very widely used to improve Brand Image by companies. This study aims to determine the effect of The Sounds Project's Instagram Social Media on Brand Image. The concept of this research uses Cyber Community theory. This research uses a quantitative approach with a positivism paradigm. The method in this research is the survey method. The results showed that there was a significant influence between Instagram social media and brand image on The Sounds Project's Instagram account, with an influence value of 0.140 or 14%. Entered into the weak category. With that it can be concluded that the use of Instagram social media is one of the factors that influence the brand image of The Sounds Project.

Keywords : Social Media, Instagram, Brand Image