



Judul Skripsi :

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA CONTENT* INSTAGRAM @BYU.ID
TERHADAP *BRAND IMAGE PROVIDER* DIGITAL BY.U (Survei Pada
Followers Akun Instagram @byu.id)**

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan
dalam memperoleh gelar Sarjana

Nama : Ayu Widya Lestari

NIM : 1710411175



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA**

2022

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Ayu Widya Lestari

NIM : 1710411175

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 6 Desember 2021

Yang menyatakan,

A 10000 Indonesian postage stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '10000', 'METERA TEMBEL', and '9DC4DAJX005198751'.

Ayu Widya Lestari

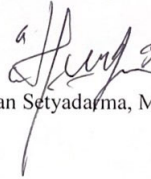
LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Ayu Widya Lestari
NIM : 1710411175
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh *Social Media Content* Instagram @Byu.Id Terhadap *Brand Image* Provider Digital By.U (Survei Pada *Followers* Akun Instagram @Byu.id)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Pembimbing I



Drs. Aan Setyadarma, M.Si.

Penguji I



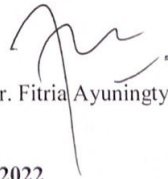
Dra. Retno Dyah Kusumastuti, M.Si.

Penguji II



Ratu Nadya W., S.Ikom. MM.

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Fitria Ayuningtyas, M.Si.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 12 Januari 2022

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ayu Widya Lestari
NIM : 1710411175
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksekutif (Non-Exclusive Royalti Free Right) atas karya ilmiah yang berjudul: Pengaruh *Social Media Content* Instagram @Byu.Id Terhadap *Brand Image* Provider Digital By.U (Survei Pada *Followers* Akun Instagram @Byu.id).

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasi skripsi Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 6 Desember 2021

Yang menyatakan,



Ayu Widya Lestari

PENGARUH *SOCIAL MEDIA CONTENT* INSTAGRAM @BYU.ID TERHADAP *BRAND IMAGE* PROVIDER DIGITAL BY.U

Ayu Widya Lestari

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta
ayu@upnvj.ac.id

Abstrak

Dewasa ini, industri telekomunikasi di Indonesia telah berkembang begitu pesat. Perkembangannya diakibatkan oleh tingginya angka penggunaan Internet. Hal ini membuat berbagai perusahaan penyedia jasa provider selalu memberikan produk terbaik untuk konsumennya salah satunya By.U. Lahirnya By.U yang menjadi provider digital pertama di Indonesia menjadi angin segar di industri pertelekomunikasian, target pasar mereka pun juga menysasar kepada Gen Z. Tujuan Penelitian ini adalah mengetahui seberapa besar pengaruh dari *Social Media Content* Instagram @byu.id Terhadap *Brand Image*. Sebanyak 100 responden menjadi objek penelitian yaitu followers dari akun Instagram @byu.id. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif, metode penelitian survei dan menggunakan *Cognitive Response Theory* sebagai landasan asumsi dari penelitian ini. Hasil dari uji korelasi dalam penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan yang cukup berarti antara *social media content* dengan *brand image* sebesar 0,580. Hasil uji koefisien determinasi menyatakan adanya pengaruh yang ditimbulkan oleh *social media content* sebesar 34,2% terhadap *brand image*. Hasil uji regresi linier menunjukkan setiap penambahan 1% *social media content*, maka *brand image* akan meningkat sebesar 0.238. Hasil uji hipotesis ditemukan t hitung $>$ t tabel yaitu sebesar 7,135. Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang cukup berarti antara *social media content* pada Instagram @byu.id terhadap *brand image* Provider Digital By.U.

Kata kunci:, Citra Merek, Instagram, Komunikasi Pemasaran Digital, Konten Media Sosial.

THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA INSTAGRAM CONTENT @BYU.ID ON BRAND IMAGE OF BY.U DIGITAL PROVIDER

Ayu Widya Lestari

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

ayu@upnvj.ac.id

Abstract

Nowadays, the telecommunications industry in Indonesia has grown rapidly. Its development is as a result of the increasing number of Internet usage. This has made various service providers always provide the best products and always give them a greeting. telecommunications, their target market is also targeting Gen Z. The purpose of this study is to find out how much influence Instagram @byu.id's Social Media Content has on Brand Image. A total of 100 respondents became obj penri Instagram followers @byu.id. used is quantitative with the type of explanatory research, survey research methods and using Cognitive Response Theory as the basis for the assumptions of the media of this study. The results of the correlation test in this study. bro, the brand image is 0.580. The results of the coefficient test of determination stated that there was an influence caused by social media content of 34.2% on brand image. Linear regression results showed that for every 1% addition of social media content, before 38 hypothesis testing, it was found that $t \text{ count} > t \text{ table}$, which was 7.135. This research shows that there is a significant effect between social media content on Instagram @byu.id on the brand image of Digital Provider By.U.

Keywords: *Brand Image, Digital Marketing, Instagram, Social Media Content.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT karena berkat Rahmat dan Hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Skripsi ini disusun dengan judul "Pengaruh *Social Media Content* Instagram @Byu.id Terhadap *Brand Image* Provider Digital By.U".

Pada penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan. Untuk itu, segala kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan.

Penyusunan skripsi ini tidak luput dari bantuan dan motivasi serta partisipasi dari semua pihak, untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Seluruh keluarga khususnya orang tua dan nenek penulis Ibu Sisharyati dan Ibu Kadiyem yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan selama proses penyusunan skripsi hingga selesai.
2. Bapak Dr. Dudy Heryadi M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.
3. Ibu Dr. Fitria Ayuningtyas, S.Sos.,M., selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Aan Setyadarma, M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang selalu memberikan saran dan kritik yang membantu dalam penyusunan skripsi.
5. Ibu Ratu Nadya W., S.Ikom. MM. selaku Dosen Pembimbing II yang selalu memberikan saran dan kritik yang membantu dalam penyusunan skripsi.
6. Ibu Dra, Siti Maryam, M.Si. selaku Pembimbing Akademik yang sudah membimbing penulis selama menjalankan aktivitas akademik dalam perkuliahan.
7. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya dan membantu peneliti dalam pengisian kuesioner.

8. Teman-teman terbaik seperjuangan di UPNVJ dan Lokal E yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan senantiasa membantu dalam melaksanakan riset, terima kasih atas segala kebahagiaan yang telah kalian berikan untuk penulis.
9. Sahabat terdekat Leila, Ane, Dea, Opal, Alya, Arifa, Nabila dan Maya yang telah memberikan doa, dukungan, kebahagiaan, dan senantiasa membantu penulis selama membutuhkan.
10. Untuk seluruh anggota *group* ATEEZ, Hsu Kuanghan, Wu Lei, Chen Feiyu, dan Zhang Linghe yang telah memberikan dukungan kepada penulis secara tidak langsung melalui karya-karyanya.
11. *Last but not least, I wanna thank me, for believing in me, for doing all this hard work, for having no days off, for never quitting, for just being me at all times.*

Akhir kata, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak-pihak yang tidak disebutkan satu persatu dalam membantu menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Semoga skripsi ini bisa berguna bagi siapa saja yang membacanya di kemudian hari.

Jakarta, 20 Desember 2021

Ayu Widya Lestari

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.5. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Penelitian Terdahulu.....	11
2.2. Konsep Penelitian.....	22
2.3. Teori Penelitian	30
2.4. Kerangka Berpikir	34
2.5. Hipotesis	35
BAB III.....	36
METODELOGI PENELITIAN	36
3.1. Metode Penelitian.....	36
3.2. Populasi dan Sampel.....	37
3.3. Metode Pengumpulan Data	38
3.4. Operasionalisasi Variabel.....	40
3.5. Teknik Analisis Data	42
3.6. Metode Analisis Data	45
3.7. Waktu dan Tempat Penelitian	48

BAB IV	49
PEMBAHASAN	49
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	49
4.1.1. PT. Telkom Indonesia	49
4.1.2. Visi dan Misi PT Telkom Indonesia.....	49
4.1.4. Telkomsel	50
4.2. Hasil Penelitian.....	50
4.2.1. Karakteristik Responden	50
4.2.2. Hasil Jawaban Responden	53
4.2.3. Uji Korelasi	67
4.2.4. Koefisien Determinasi	69
4.2.5. Uji Regresi Linier	69
4.2.6. Uji Hipotesis.....	71
4.3. Pembahasan	72
BAB V	80
KESIMPULAN DAN SARAN.....	80
5.1. Kesimpulan.....	80
5.2. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Pengguna Internet di Indonesia Januari 2021	1
Gambar 2. Contoh SIM Card dan Aplikasi by.U	2
Gambar 3. Data Peringkat Reach Instagram di Dunia	3
Gambar 4. Profile Akun Instagram by.U	4
Gambar 5. Contoh Social Media Content Akun Instagram by.U	4
Gambar 6. Data Engagement Rate Akun Instagram by.U dan Pesaingnya	5
Gambar 7. Data Pra Penelitian	6
Gambar 8. Data Pra Penelitian	7
Gambar 9. Kerangka Berpikir	34
Gambar 10. Logo PT. Telkom Indonesia.....	50
Gambar 11. Konten Aktivikasi SIMCard dan Pembelian Paket Kuota By.U.....	54
Gambar 12. Konten Promosi Paket Data By.U.....	55
Gambar 13. Admin Instagram @byu.id Membalas Komentar Followersnya.....	56
Gambar 14. Interaksi Admin Instagram @byu.id Dengan Followersnya.....	58
Gambar 15. Kerjasama By.U dengan Perusahaan Lainnya	59
Gambar 16. Kerjasama By.U dengan Influencer atau Public Figure	60
Gambar 17. Testimoni Produk By.U oleh Followers.....	61
Gambar 18. Contoh Social Media Content Akun Instagram by.U	72
Gambar 19. Contoh Social Media Content Akun Instagram by.U	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	11
Tabel 2. Perbedaan Konten Media Sosial Dengan Media Massa Lainnya	25
Tabel 3. Operasionalisasi Variabel	40
Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel X Pada Pre-Test Kuesioner	43
Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Y Pada Pre-Test Kuesioner	43
Tabel 6. Waktu Penelitian	48
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	52
Tabel 11. Tanggapan Pernyataan X1	53
Tabel 12. Tanggapan Pernyataan X2	54
Tabel 13. Tanggapan Pernyataan X3	55
Tabel 14. Tanggapan Pernyataan X4	55
Tabel 15. Tanggapan Pernyataan X5	56
Tabel 16. Tanggapan Pernyataan X6	57
Tabel 17. Tanggapan Pernyataan X7	57
Tabel 18. Tanggapan Pernyataan X8	58
Tabel 19. Tanggapan Pernyataan X9	59
Tabel 20. Tanggapan Pernyataan X10	60
Tabel 21. Tanggapan Pernyataan X11	61
Tabel 22. Tanggapan Pernyataan X12	62
Tabel 23. Tanggapan Pernyataan X13	62
Tabel 24. Tanggapan Pernyataan X14	63
Tabel 25. Tanggapan Pernyataan X15	63
Tabel 26. Tanggapan Pernyataan Y1	64
Tabel 27. Tanggapan Pernyataan Y2	65

Tabel 28. Tanggapan Pernyataan Y3	65
Tabel 29. Tanggapan Pernyataan Y4	66
Tabel 30. Tanggapan Pernyataan Y5	66
Tabel 31. Tanggapan Pernyataan Y6	67
Tabel 32. Pengukuran Nilai Koefisien Korelasi	68
Tabel 33. Nilai Koefisien Korelasi.....	68
Tabel 34. Nilai Koefisien Determinasi.....	69
Tabel 35. Nilai Uji Regresi Linier Sederhana.....	70
Tabel 36. Nilai Uji Hipotesis	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner Penelitian.....	85
Lampiran B Jawaban Responden	93
Lampiran C Sertifikat.....	102
Lampiran D Hasil Turnitin.....	106