

# **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.*