

# **PENGARUH TERPAAN MEDIA DI INSTAGRAM TERHADAP *BRAND IMAGE* PADA *FOLLOWERS* AKUN INSTAGRAM @MENANTEA.TOKO**

**MARISA MUTIE PRATIWI**

## **ABSTRAK**

Saat ini Instagram tidak hanya sebagai media sosial untuk berbagi foto maupun video pribadi kepada pengguna lain. Namun juga dimanfaatkan untuk mengembangkan bisnis dan *brand* secara lebih luas. Instagram sebagai urutan ketiga media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya diketahui bahwa Instagram sebagai media memiliki pengaruh terhadap pembentukan maupun peningkatan *brand image* suatu *brand*. Hal ini mendorong peneliti untuk melakukan penelitian mengenai seberapa besar pengaruh terpaan media di Instagram berupa konten-konten iklan dan pemasaran lainnya terhadap *brand image* Menantea.

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh dari terpaan konten-konten di Instagram yang dijadikan sebagai informasi mengenai *brand* Menantea terhadap tingkat *brand image* Menantea dengan menguji teori *advertising exposure*. Pada penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan metode survei yang dilakukan kepada *followers* akun @menantea.toko yaitu akun Instagram resmi Menantea sebagai sampel penelitian sebanyak 100 responden. Penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa terdapat pengaruh sebesar 37,8% dari terpaan media di Instagram terhadap *brand image* akun Instagram @menantea.toko. Kemudian diketahui juga bahwa terdapat dua dimensi yang memiliki nilai tertinggi yakni dimensi atensi (terpaan media) dan dimensi *strength* (*brand image*).

**Kata Kunci:** Terpaan media, instagram, *brand image*

**THE INFLUENCE OF MEDIA EXPOSURE ON INSTAGRAM  
TOWARDS BRAND IMAGE ON @MENANTEA.TOKO'S INSTAGRAM  
ACCOUNT FOLLOWERS**

**MARISA MUTIE PRATIWI**

**ABSTRACT**

Nowadays, Instagram is not only a social media for sharing personal photos and videos to other users. However, it is also used to develop the business and brand reach across a range of countries. Instagram is the third most used social media in Indonesia. Based on the result of previous research, Instagram is known as a media which has an influence to build and increase a company's brand image.

This study aims to discover how significant media exposure particularly Instagram content advertising or content marketing impacts Menantea's brand image. This research used advertising exposure theory. This research is tested quantitative by using survey method. The population used in this research are followers account Instagram @menantea.toko with the sample of 100 respondents. Sampling in this research uses non-probability sampling with purposive sampling technique.

As a result of the analysis, media exposure on Instagram have an impact (37,8%) on brand image of official account Instagram @menantea.toko. Furthermore, the most impactful dimension on this research belongs to attention (media exposure) and strength (brand image).

**Keywords:** Media exposure, instagram, brand image