

## ABSTRAK

### HUBUNGAN ANTARA EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM GUARDIAN INDONESIA TERHADAP CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*)

x + 5 Bab + 107 Hal + 37 Tabel + 2 Gbr + 4 Lamp + 34 Bibl (2009-2018)

DESI PRATIWI

2017210006

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permasalahan yang muncul karena banyaknya informasi tentang bermacam-macam produk dari berbagai merek atau *brand* di instagram Guardian Indonesia. Apakah ada hubungan antara efektivitas media sosial instagram Guardian Indonesia terhadap citra merek atau *brand image* yang diinformasikan melalui media sosial instagram. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara efektivitas media sosial instagram guardian indonesia terhadap citra merek (*brand image*). Komunikasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah komunikasi massa yang menggunakan model komunikasi *computer mediated communication* (CMC), dimana model komunikasi tersebut menekankan penggunaan sarana internet untuk berkomunikasi dan membagikan informasi kepada masyarakat sehingga terjadi umpan balik dan juga bisa berkomunikasi langsung dengan penggunanya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode korelasional. Teknik penarikan sampling menggunakan *accidental sampling*. Metode analisis data menggunakan statistik inferensial dan Untuk mengetahui hubungan variabel X dan variabel Y menggunakan rumus *Pearson's Correlations Product Moment*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara efektivitas media sosial instagram guardian indonesia terhadap citra merek (*brand image*). Adapun hubungan antara efektivitas media sosial instagram guardian indonesia terhadap citra merek (*brand image*) menunjukkan koefisien korelasinya hubungan yang tinggi; kuat, artinya Media Sosial Instagram Guardian Indonesia sangat efektif dalam meningkatkan citra merek (*brand image*).

Kata kunci: Hubungan, efektivitas media sosial, citra merek (*brand image*), model komunikasi *computer mediated communication*.