

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

## PENGARUH KONTEN #BEAUTYISUNIVERSAL PADA AKUN INSTAGRAM @DEARMEBEAUTY TERHADAP BRAND IMAGE DEAR ME BEAUTY (SURVEI PADA FOLLOWERS @DEARMEBEAUTY)

Benazir Lawahizh Ismail

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=75200&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Perkembangan teknologi komunikasi dan internet membuat berbagai perusahaan menggunakan media sosial dalam menyampaikan informasi dan meningkatkan brand image melalui konten media sosial. Salah satu brand kecantikan lokal yang memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produknya adalah Dear Me Beauty. Dear Me Beauty melakukan sebuah campaign di Instagram dengan hashtag #BeautyIsUniversal, untuk mempromosikan produk terbaru, yaitu Airy Poreless Fluid Foundation dengan mengeluarkan 15 warna foundation yang beragam dan mendapatkan respons positif dari followers. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konten #BeautyIsUniversal pada akun Instagram @Dearmebeauty terhadap brand image Dear Me Beauty (survei pada followers @Dearmebeauty).

Penelitian ini menggunakan perspektif postpositive dan teori S-O-R dengan model AISAS. Stimulus yang diberikan oleh @Dearmebeauty berupa konten, mengakibatkan followers memperhatikan, tertarik, dan terkesan kepada pesan. Serta adanya respons dari followers yang rasional mengenai brand image Dear Me Beauty.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif. Metode pengumpulan data adalah survei. Populasi dalam penelitian ini adalah followers @Dearmebeauty sebanyak 392.000 followers dengan sampel sebanyak 100 responden dihitung dengan rumus slovin dan didapat dengan menggunakan teknik non probability sampling accidental sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara terstruktur dengan alat pengumpulan data berupa kuesioner. Teknik analisis data untuk pengujian hipotesis menggunakan analisis korelasi Pearson's Product Moment dan analisis regresi linear sederhana, mengolah data menggunakan software IBM SPSS versi 20.

Hasil dari penelitian uji korelasi Pearson's Product Moment menunjukkan bahwa koefisien korelasi sebesar 0,503, berdasarkan tabel nilai korelasi variabel, tingkat korelasi adalah sedang. Nilai signifikan pada 0,00 lebih kecil dari 0,05 maka korelasi signifikan. Kontribusi pengaruh X terhadap Y sebesar 25,3%, sedangkan sisanya 74,7% dipengaruhi oleh variabel yang lain yang tidak diteliti. Adanya persamaan regresi linear sederhana  $Y = 23,833 + 0,374X$ . Artinya, konten #BeautyIsUniversal berpengaruh positif terhadap brand image Dear Me Beauty.