

ABSTRAK

PENGARUH *INSTAGRAM* TERHADAP *BRAND IMAGE* SEKOLAH ALAM (Studi Pada Keputusan Orang Tua Murid Menyekolahkan Anak di SD Alam Al-Karim Lampung)

Oleh

DESTI OKTARINA

Pesatnya perkembangan teknologi informasi memiliki sejumlah dampak positif, termasuk dalam menciptakan dan meningkatkan *brand image* suatu produk atau jasa. *Instagram* sebagai salah satu media sosial dengan perkembangan yang cukup pesat diketahui dapat dimanfaatkan sebagai media untuk melakukan pemasaran produk atau jasa, dan juga membangun *brand image* lembaga pendidikan. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki pengaruh *Instagram* terhadap *brand image* sekolah Alam dengan menggunakan teori *Stimulus Organisme Respon* (SOR) sebagai teori aplikatif dengan menggunakan konsep 4C yaitu *context*, *communication*, *collaboration*, dan *connection*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada 77 orang tua murid SD Alam Al-Karim Lampung. Adapun hasil pengolahan data pada penelitian ini dengan menggunakan SPSS 27 adalah; terdapat pengaruh antara *context* di *instagram* terhadap *brand image* SD Alam Al-Karim Lampung dengan nilai sig. sebesar 0,00. Terdapat pengaruh antara *communication* di *instagram* terhadap *brand image* SD Alam Al-Karim Lampung dengan nilai sig. 0,042. Terdapat pengaruh antara *collaboration* di *instagram* terhadap *brand image* SD Alam Al-Karim Lampung dengan nilai sig. 0,038. Terdapat pengaruh antara *connection* terhadap *brand image* SD Alam Al-Karim Lampung dengan nilai sig. 0,003. Pengaruh simultan *context*, *communication*, *collaboration* dan *connection* terhadap *brand image* SD Alam Al-Karim Lampung dengan nilai sig. 0,001 dan besaran R square 83%, sebanyak 17% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Instagram*, *Brand Image*, Sekolah Alam

ABSTRACT

INFLUENCE OF INSTAGRAM ON BRAND IMAGE OF NATURAL SCHOOLS (Study on Parents Decisions Send Children to SD Alam Al-Karim Lampung)

By

DESTI OKTARINA

The rapid development of information technology has a number of positive impacts, including in creating and improving the brand image of a product or service. Instagram as one of the social media with rapid development is known to be utilised as a medium for marketing products or services, and also building the brand image of educational institutions. This study aims to investigate the effect of Instagram on the brand image of Sekolah Alam by using the Stimulus Organism Response (SOR) theory as an applicable theory using the 4C concept, namely context, communication, collaboration, and connection. The research method used is quantitative method. The data collection technique used in this study was a questionnaire distributed to 77 parents of SD Alam Al-Karim Lampung students. The results of data processing in this study using SPSS 27 are; there is an influence between context on Instagram on the brand image of SD Alam Al-Karim Lampung with a sig. value of 0.00. There is an influence between communication on Instagram on the brand image of SD Alam Al-Karim Lampung with a sig value. 0,042. There is an influence between collaboration on Instagram on the brand image of SD Alam Al-Karim Lampung with a sig value. 0,038. There is an influence between connection on the brand image of SD Alam Al-Karim Lampung with a sig value. 0,003. The simultaneous influence of context, communication, collaboration and connection on the brand image of SD Alam Al-Karim Lampung with a sig value. 0.001 and the amount of R square 83%, as much as the remaining 17% is influenced by other factors not examined in this study.

Keyword : Instagram, brand image, natural school