

Pengaruh Aktivitas Social Media Marketing terhadap Brand Trust, Brand Equity, dan Brand Loyalty pada Akun Instagram @bpjs.ketenagakerjaan = Effect of Social Media Marketing Activities on Brand Trust, Brand Equity, and Brand Loyalty on Instagram Account @bpjs.ketenagakerjaan

Dwita Fajardianie, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20526242&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan teknologi yang saat ini sangat pesat mampu membuat manusia saling terhubung satu sama lain dengan jarak yang cukup jauh menggunakan jaringan internet. Salah satunya dengan media sosial. Hal itu kemudian membuat para pelaku bisnis untuk menggunakan media sosial sebagai alat untuk memasarkan produknya sesuai dengan target pasarnya. Namun demikian, tidak banyak dari para pelaku bisnis tersebut yang berhasil dalam memasarkan produknya. Penelitian ini kemudian melihat bagaimana salah satu media sosial, yaitu Instagram berhasil digunakan dalam memasarkan sebuah produk. Salah satu Instagram yang banyak diikuti oleh penggunanya adalah @bpjs.ketenagakerjaan. Akun Instagram @bpjs.ketenagakerjaan merupakan akun Instagram resmi Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Ketenagakerjaan (BPJS Ketenagakerjaan). BPJS Ketenagakerjaan merupakan Badan Penyelenggara milik pemerintah yang bergerak di bidang ekonomi dan asuransi, yaitu memberikan perlindungan kepada seluruh pekerja Indonesia. Penelitian ini dilakukan dengan melihat pengaruh antara aktivitas social media marketing terhadap brand trust, brand equity, dan brand loyalty yang dibangun oleh BPJS Ketenagakerjaan melalui akun Instagramnya. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif dengan membagikan kuesioner kepada 597 pengikut akun Instagram @bpjs.ketenagakerjaan. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang positif dari aktifitas Social Media Marketing terhadap Brand Trust, Brand Equity, dan Brand Loyalty. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan pertimbangan bagi para pelaku usaha untuk bisa menciptakan brand trust, brand equity, dan brand loyalty melalui media sosial

.....The rapid development of technology can allow humans to connect at a considerable distance using the internet network. One example is by using social media. This leads business people to use social media as a powerful tool to market their products according to their target market. However, few business people successfully market their products through social media. This research then looks at how one social media: Instagram, has successfully been used in marketing products of certain government institutions in Indonesia. A research subject in this research is an Instagram account from @bpjs.ketenagakerjaan. The Instagram account @bpjs.ketenagakerjaan is the official Instagram account of the Indonesia Employment Social Security Administration Agency (BPJS Ketenagakerjaan). BPJS Ketenagakerjaan is a government-owned Organizing Agency engaged in the economy and insurance, providing protection to all Indonesian workers. This research was conducted by looking at the effect of social media marketing activities on brand trust, brand equity, and brand loyalty built by BPJS Ketenagakerjaan through its Instagram account. This research was conducted using a quantitative method by distributing questionnaires to 597 followers of the Instagram account @bpjs.ketenagakerjaan. The results in this study indicate a positive influence of Social Media Marketing activities on Brand Trust, Brand Equity, and Brand Loyalty. This research is expected to be a

consideration for business actors to be able to create brand trust, brand equity, and brand loyalty through social media.