

ANALISIS PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PADA CV ARKATAMA RITELINDO YOGYAKARTA

Devy Wuriyan Dani

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media sosial instagram sebagai media komunikasi pada CV Arkatama Ritelindo Yogyakarta. Metode dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari jawaban kuesioner. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden yang ditentukan dengan teknik purposive sampling. Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan, variabel sosial media instagram memiliki rata-rata hitung sebesar 4,60 yang termasuk kategori sangat setuju. Berdasarkan indikator konteks memiliki nilai rata-rata hitung sebesar 4,20 yang termasuk kategori setuju, indikator komunikasi dengan nilai rata-rata hitung sebesar 4,70 yang termasuk kategori sangat setuju, indikator kolaborasi dengan nilai rata-rata hitung sebesar 4,80 yang termasuk kategori sangat setuju, indikator koneksi dengan nilai rata-rata hitung sebesar 4,70 yang termasuk kategori sangat setuju.

Kata Kunci: *Sosial Media, Konteks, Komunikasi, Kolaborasi, Koneksi*

 22/4 '24

**ANALYSIS OF THE ROLE OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA AS A
COMMUNICATION MEDIA AT CV ARKATAMA RITELINDO
YOGYAKARTA**

Devy Wuriyan Dani

Abstract

This research aimed to analyze the role of Instagram social media as a communication medium at CV Arkatama Ritelindo Yogyakarta. The method used in this research was quantitative descriptive. primary data obtained from questionnaire answers. The sample used was 100 respondents who were determined using purposive sampling technique. Based on the overall research results, the Instagram social media variable was 4.60 in the strongly agree category. Based on the context indicator, variabel was 4.20 in the agree category, the communication indicator variabel was 4. in the strongly agree category, the collaboration indicator variabel was 4.80 is included strongly agree category, a connection indicator variabel was 4.70 in the strongly agree category.

Keywords: Social Media, Context, Communication, Collaboration, Connection