



ABSTRAK

PEMANFATAN INSTAGRAM DALAM MEMBAGUN CITRA POSITIF BANK JOGJA

Abed Nego Putra Pratama
5191711076

Berkembangnya teknologi membuat semakin banyaknya muncul platform media sosial yang dapat digunakan dengan berbagai fungsi. Instagram merupakan salah satu aplikasi media sosial yang sangat diminati oleh masyarakat Indonesia. Instagram adalah aplikasi dengan pengguna terbanyak di Indonesia yang tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan saja, namun Instagram juga dapat digunakan untuk membangun branding pada sebuah perusahaan seperti salah satunya Bank Jogja. Aplikasi Instagram dimanfaatkan oleh Bank Jogja dalam membangun citra positif dengan nama Instagram @bprbankjogja. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan Instagram dalam membangun citra positif pada Bank Jogja. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus dengan analisis PII. Analisis dibagi tiga tahapan yaitu persiapan, pelaksanaan, dan dampak. Subjek dalam penelitian ini Instagram Bank Jogja @bprbankjogja. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini observasi dan wawancara. Dalam mencapai keberhasilan mempertahankan citra positif Bank Jogja saat ini menggunakan Instagram @bprbankjogja dampak yang diberikan cukup besar dalam penyebaran informasi supaya bisa mencakup semua kalangan. Dilihat dari konten Instagram @bprbankjogja tentang produk-produk yang menjadi salah satu daya tarik masyarakat dengan menawarkan kemudahan ini sangat berdampak kepada masyarakat.

Kata Kunci: Instagram, Marketing Komunikasi, PII

ABSTRACT

UTILIZING INSTAGRAM IN BUILDING A POSITIVE IMAGE OF BANK JOGJA

*Abed Nego Putra Pratamai
5191711076*

The development of technology has resulted in more and more social media platforms appearing that can be used with various functions. Instagram is a social media application that is very popular with Indonesian people. Instagram is the application with the most users in Indonesia which is not only used as a means of entertainment, but Instagram can also be used to build branding for a company, such as Bank Jogja. The Instagram application is used by Bank Jogja to build a positive image with the name Instagram @bprbankjogja. This research aims to determine the use of Instagram in building a positive image of Bank Jogja. The method used in this research is descriptive qualitative with a case study approach with PII analysis. The analysis is divided into three stages, namely preparation, implementation and impact. The subject in this research is Bank Jogja's Instagram @bprbankjogja. The data collection techniques used in this research were observation and interviews. In achieving success in maintaining the positive image of Bank Jogja, currently using Instagram @bprbankjogja, the impact is quite large in disseminating information so that it can cover all groups. Judging from @bprbankjogja's Instagram content about products that are one of the attractions of society by offering this convenience, this has a big impact on society.

Keywords: *Instagram, Marketing Communication, PII*