

ABSTRAK

Di era *modern* ini, media sosial bukan hanya dijadikan sebagai alat komunikasi secara daring. Media sosial kini juga dijadikan media untuk membangun *brand* oleh para pelaku usaha. Salah satu media sosial yang digunakan untuk media *branding* adalah Instagram. Fitur-fitur Instagram sering digunakan para pelaku usaha untuk menjadi media iklan dan *branding*, salah satu fiturnya adalah *reels*. Ekajoncowo merupakan salah satu *brand* fotografi *cosplay* yang menggunakan *reels* Instagram untuk media *branding*. *Brand image* sering diartikan sebagai pandangan konsumen pada *brand* berdasarkan informasi yang mereka dapatkan dan miliki baik dari pengalaman pribadi atau cerita orang lain. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten reel terhadap citra merek Ekajoncowo. Teori Stimulus Organisme Respon digunakan dalam penelitian ini, yang meneliti bagaimana konten reels @ekajoncowo berfungsi sebagai stimulus dan mempengaruhi pengikutnya sebagai organisme, yang pada akhirnya akan menghasilkan image merek. Penelitian ini menggunakan 100 sampel responden yang ditentukan dengan rumus slovin. Dengan menggunakan persamaan rumus regresi linier sederhana, hasil penelitian ini menunjukkan persamaan $Y = 21.794 + 0.163x$. Persamaan tersebut dapat disimpulkan bahwa ketika variabel konten reels 0 maka *brand image* menunjukkan nilai 21,794, dan variabel konten reels Instagram akan meningkat satu satuan jika nilai koefisien regresi menunjukkan nilai 0,163 artinya nilai konten reels Instagram mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka nilai *brand image* akan naik sebesar 0,163. Penelitian ini menunjukkan konten reels @ekajoncowo berpengaruh terhadap *brand image* mereka sebesar 69,7%.

Kata kunci: Instagram, reels, brand image



ABSTRACT

In this modern era, social media is not only used as an online communication tool. Social media is now also used as a medium for building brands by business actors. One of the social media used for branding media is Instagram. Instagram features are often used by business people as advertising and branding media, one of the features is reels. Ekajoncowo is a cosplay photography brand that uses Instagram reels as branding media. Brand image is often defined as consumers' view of a brand based on the information they get and have either from personal experience or other people's stories. This research aims to find out how much influence reels content has on Ekajoncowo's brand image. This research uses an explanatory quantitative approach using the Stimulus Organism Response theory. This research examines how @ekajoncowo's reel content as a stimulus can influence its followers as organisms which will ultimately create a brand image as a response. This research used a sample of 100 respondents determined using the Slovin formula. By using a simple linear regression formula, the results of this research show the equation $Y = 21.794 + 0.163x$. From this equation it can be concluded that when the reels content variable is 0, the brand image shows a value of 21.794, and the Instagram reels content variable will increase by one unit. If the regression coefficient value shows a value of 0.163, meaning that the Instagram reels content value has increased by one unit, then the brand image value will increase. of 0.163. This research shows that @ekajoncowo's reel content has an influence on their brand image by 69.7%.

Keywords: Instagram, reels, brand image

