

ABSTRAK

Media sosial telah mengubah cara kita berinteraksi dan berbagi informasi dengan orang lain di era digital. Salah satu media sosial yang populer adalah Instagram. Dengan fokus pada konten visual seperti gambar dan video. Selain itu, Instagram juga menawarkan manfaat yang signifikan untuk instansi pendidikan. Departemen Teknik Elektro dan Informasi merupakan salah satu instansi pendidikan di Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada yang memanfaatkan media sosial sebagai media berinteraksi dan berbagi informasi dengan pengguna media sosial lainnya. Departemen Teknik Elektro dan Informasi telah melakukan pembaharuan desain merek pada akun Instagramnya pada tahun 2022. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis persepsi pengikut mengenai pengaruh pembaharuan desain merek terhadap citra mereknya. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan variabel bebas pembaharuan desain merek dan variabel terikat citra merek. Data primer dikumpulkan menggunakan kuesioner dan disebarikan kepada 100 pengikut akun Instagram @dtedi.sv.ugm dengan menggunakan metodologi pengambilan sampel secara acak. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh antar variabelnya. Hasil penelitian menunjukkan pembaharuan desain merek berada pada kategori baik dengan perolehan sebesar 76%. Sedangkan untuk hasil penelitian dari citra merek berada pada kategori baik dengan perolehan sebesar 72,83%. Penelitian ini juga menunjukkan hasil bahwa pembaharuan desain merek mempunyai korelasi positif dan memiliki hubungan yang kuat dengan citra merek karena menghasilkan perhitungan sebesar 0.666, pembaharuan desain merek juga berpengaruh signifikan terhadap citra merek karena menghasilkan perhitungan sebesar 44,3% dan nilai tersebut termasuk dalam kategori model sedang. Lalu 55,7% sisanya merupakan pengaruh lain yang dapat berupa: peran humas perusahaan atau institusi yang efektif dan strategi rebranding yang dipilih oleh perusahaan atau institusi.

Kata Kunci: Instagram, Pembaharuan Desain Merek, Persepsi Pengikut, Citra Merek, @dtedi.sv.ugm.

ABSTRACT

Social media has changed the way we interact and share information with others in the digital era. One of the popular social media is Instagram, with a focus on visual content such as images and videos, Instagram also offers significant benefits for education. The Department of Electrical Engineering and Informatics is an educational institution that utilizes social media as a medium for interacting and sharing information with other social media users. The Department of Electrical Engineering and Informatics has carried out a brand redesign on its Instagram account in 2022. The purpose of this research is to analyze followers' perceptions regarding the effect of brand redesign on their brand image. This research is a quantitative descriptive study using the independent variable brand redesign and the dependent variable brand image. Primary data was collected using a questionnaire and distributed to 100 followers of the Instagram account @dtedi.sv.ugm by a purposive sampling technique. This study used a simple linear regression analysis technique to determine the effect between the variables. The results show that brand redesign in a good category of 76%. Meanwhile, the results of the research on brand image are in the good category of 72.83%. This study also shows that brand redesign has a positive correlation with brand image because it has a strong relationship of 0.666 and brand redesign has a significant effect on brand image of 44.3%, which is included in the moderate model category. The remaining 55.7% is another influence in the form of: the role of effective company or institution public relations and the rebranding strategy chosen by the company or institution.

Keywords: Instagram, Brand Redesign, Followers Perception, Brand Image, @dtedi.sv.ugm.