

Pengaruh digital content oleh media online pada brand trust, brand credibility, brand commitment, dan brand advocacy (kasus pada akun instagram tirto.id) = Digital content by online media and its effects on brand trust, brand credibility, brand commitment, and brand advocacy (case on instagram account tirto.id) /

Muhammad Mukhsin Sultoni

Muhammad Mukhsin Sultoni, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20475789&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

### <b>ABSTRAK</b><br>

Tirto.id merupakan portal berita daring yang menggunakan Digital Content berupa infografis pada Instagram untuk menyampaikan informasi berita kepada pembacanya. Digital Content infografis digunakan untuk menyampaikan berita dengan singkat jelas, dan desain visual yang menarik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran Digital Content infografis mampu mempengaruhi Brand Advocacy pada pembaca dalam konteks komunikasi pemasaran. Pengaruh tersebut akan dilihat secara langsung dan tidak langsung melalui tiga variabel mediasi yaitu Brand Trust, Brand Credibility, dan Brand Commitment. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan survei sebagai alat untuk pengambilan data. Unit analisis penelitian ini adalah para pengikut akun Instagram Tirto.id. Dianalisis menggunakan Analisis Jalur, penelitian ini menemukan bahwa tidak adanya pengaruh secara langsung yang diberikan oleh Digital Content infografis terhadap Brand Advocacy. Di sisi lain, pengaruh secara tidak langsung terjadi pada penelitian ini dengan variabel mediasi melakukan fungsinya secara sempurna. Kata kunci : Komunikasi Pemasaran, Digital Content, Brand Advocacy, Brand Trust, Brand Credibility, Brand Commitment, Path Analysis.

<hr>

### <b>ABSTRACT</b><br>

Tirto.id is an online news portal that used infographics as Digital Content on Instagram to convey news information to its readers. Digital Content infographics is used to deliver the news in a brief, clear and attractive visual design. This study aims to determine the role of Digital Content infographics and its effect to readers' Brand Advocacy in marketing communication context. The effect will be seen directly and indirectly through three mediation variables Brand Trust, Brand Credibility, and Brand Commitment. This research is a quantitative research with survey as a tool for data retrieval. The unit of analysis of this research is the followers of Instagram account of Tirto.id. Analyzed using Path Analysis, this study found that there is no direct effect given by Digital Content infographic to Brand Advocacy. On the other hand, indirect influence occurred in this study with the mediation variables performing their functions perfectly. Keywords: Marketing Communications, Digital Content, Brand Advocacy, Brand Trust, Brand Credibility, Brand Commitment, Path Analysis