

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

ABSTRAK

Tirto.id merupakan portal berita daring yang menggunakan Digital Content berupainfografis 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 DigitalContent infografis mampu mempengaruhi Brand Advocacy pada pembaca dalamkonteks komunikasi pemasaran. Pengaruh tersebut akan dilihat secara langsung dan tidaklangsung melalui tiga variabel mediasi yaitu Brand Trust, Brand Credibility, dan BrandCommitment. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan survei sebagai alatuntuk pengambilan data. Unit analisis penelitian ini adalah para pengikut akun InstagramTirto.id. Dianalisis menggunakan Analisis Jalur, penelitian ini menemukan bahwa tidakadanya pengaruh secara langsung yang diberikan oleh Digital Content infografis terhadap Brand Advocacy. Di sisi lain, pengaruh secara tidak langsung terjadi padapenelitian 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>

ABSTRACT

Tirto.id is an online news portal that used infographics as Digital Content on Instagramto convey news information to its readers. Digital Content infographics is used todeliver the news in a brief, clear and attractive visual design. This study aims to determinethe role of Digital Content infographics and its affect to reader rsquo s Brand Advocacy onmarketing communication context. The effect will be seen directly and indirectly throughthree mediation variables Brand Trust, Brand Credibility, and Brand Commitment. Thisresearch is a quantitative research with survey as a tool for data retrieval. The unit ofanalysis of this research is the followers of Instagram account of Tirto.id. Analyzed usingPath 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 thisstudy with the mediation variables performing their functions perfectly.Keywords Marketing Communications, Digital Content, Brand Advocacy, Brand Trust,Brand Credibility, Brand Commitment, Path Analysis