

ABSTRAK

Era globalisasi sejalan dengan perkembangan teknologi digital, yang dimana banyak perusahaan memanfaatkan hal tersebut untuk melakukan pembentukan brand di media sosial salah satunya Tinder. Dengan sebanyak 14,3 ribu followers periode 20 November 2020, akun Instagram @tinderindonesia menjadi platform media sosial Tinder dengan jumlah followers terbanyak dan hanya menjadi akun Instagram resmi khusus di Indonesia diantara aplikasi pencarian jodoh lainnya. Konten #BisaBareng yang terdapat di dalam Instagram sangat beraneka ragam dan cukup aktif dalam mengunggah konten. Tinder memiliki persepsi/stigma yang negatif juga sering mendapatkan cibiran. Dalam mereposisi *brand image* Tinder dari persepsi atau stigma yang negatif menjadi positif dengan memosisikan Tinder sebagai *Social Discovery App* di Indonesia, Tinder memanfaatkan platform media sosial Instagram untuk membangun *brand image*. Penelitian ini menggunakan satu variabel independen yaitu konten instagram (X) dan satu variabel dependen yaitu brand image (Y) dengan tujuan untuk mengukur adakah pengaruh konten #BisaBareng Instagram @tinderindonesia terhadap *brand image* pada followers. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kasual. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non probability sampling* dengan jenis *purposive-sampling*, penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada 390 responden. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa besar pengaruh variabel konten media sosial (X) terhadap variabel *brand image* (Y) adalah sebesar 47,2%. Sedangkan sisanya sebesar 52,8% dijelaskan oleh faktor lainnya. Hasil uji-t menunjukkan bahwa konten media sosial (X) memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} , karena nilai t_{hitung} (18,627) > nilai t_{tabel} (1,966), dari tingkat signifikansi $0,000 < 0,005$. Maka hasil akhirnya yaitu H_0 ditolak H_1 diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa konten #BisaBareng Instagram @tinderindonesia diidentifikasi berpengaruh positif terhadap pembentukan Brand Image Tinder pada followers.

Kata kunci: Konten Media Sosial, Instagram, Brand Image