

ABSTRAK

Inisiatif membangun citra produk utama Indosat pada tahun 2012 adalah peluncuran kembali Mentari pada bulan Desember sebagai *New Mentari* yang ditujukan kepada pengguna telepon pintar. Pembentukan citra nama Indosat dilakukan melalui program-program promosi yang difokuskan pada komunikasi pemasaran dan penjangkauan masyarakat. Pemanfaatan media sosial sebagai alternatif media pemasaran telah menjadi salah satu pilihan bagi perusahaan ini dalam berkomunikasi dengan konsumennya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pemanfaatan media sosial berbasis *Brand Community* terhadap *Customer-Product Relationship*, *Customer-Brand Relationship*, *Customer-Company Relationship*, *Customer-Others Relationship* dan *Brand Trust*.

Sampel dalam penelitian ini sebanyak 101 responden yang tergabung dalam *Brand Community* Indosat Mentari. Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan *Confirmatory Factor analysis* (CFA) untuk menguji validitas dan reabilitas. Kemudian dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk menguji teori pada variabel laten berdasarkan model yang dipilih dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif bahwa pemanfaatan media sosial oleh Indosat mentari sudah cukup baik dimana variabel *Brand Community*, *Customer-Product Relationship*, *Customer-Brand Relationship*, *Customer-Company Relationship*, *Customer-Others Relationship* dan *Brand Trust* tergolong dalam katagori baik. Berdasarkan kriteria *goodness of fit*, model pada penelitian ini sepenuhnya mengalami kecocokan atau mewakili ketiga ukuran kriteria *Good Fit*. Untuk pengujian hipotesis, nilai *t statistic* lebih besar dari nilai kritis maka dikatakan signifikan.

Terkait hasil penelitian ini, variabel *Brand Community* mendapat nilai index terkecil namun masih didalam kategori baik, disarankan untuk Indosat Mentari untuk melakukan inovasi didalam *Brand Community*. misalkan mengadakan pertemuan dengan anggota media social secara berkala dengan meminta saran dan pendapat terhadap layanan Indosat Mentari. Dengan demikian akan menghasilkan saran dan kritik guna membangun kepercayaan terhadap layanan Indosat Mentari yang lebih baik lagi.

Kata kunci: **Media Sosial, Brand Community, Customer Relationship, Brand Trust**