

ABSTRAK

Nama/NIM : Muhamad Alwi/2019-0502-035
Judul : Pengaruh Intensitas *Tagline #lebakunique* Dan Daya Tarik Instagram *Reels* Terhadap *City Branding* Kabupaten Lebak (Survey Pada *Followers* Instagram @viajayabaya)
Jumlah Halaman : 92 Halaman

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui intensitas *Tagline #lebakunique* pada Instagram @viajayabaya, untuk mengetahui daya tarik Instagram *Reels* pada Instagram @viajayabaya, untuk mengetahui *City Branding* Kabupaten Lebak dan untuk mengetahui pengaruh intensitas *tagline #lebakunique* dan daya tarik Instagram *Reels* @viajayabaya terhadap *City Branding* Kabupaten Lebak. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode survey. Sampel yang digunakan sebanyak 100 sampel dari 101.000 populasi *followers* Instagram @viajayabaya. *Grand theory* yang digunakan peneliti yaitu *stimulus-organism-respons* (SOR) yang dimana memiliki pengertian komunikasi merupakan proses aksi dan reaksi. Pada variabel Intensitas *tagline #lebakunique* (X1) memiliki mean terendah pada X1.9 dengan pernyataan “*Tagline #lebakunique* merupakan *tagline* yang efektif untuk Kabupaten Lebak” dengan nilai mean sebesar 3,15. Pada variabel Daya Tarik Instagram *Reels* (X2) memiliki mean terendah pada X2.12 dengan pernyataan “Kesesuaian pesan dalam *Reels* dengan tingkat emosional pengikut” dengan nilai mean sebesar 3,13. Kemudian pada variabel *City Branding* Kabupaten Lebak (Y) memiliki mean terendah pada Y3 dengan pernyataan “Kabupaten Lebak mampu memberikan fasilitas wisata dengan bangunan tempat yang bersih, dan kondisi lingkungan yang baik” dengan nilai mean sebesar 3,18. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa variable Pengaruh Intensitas *Tagline #lebakunique* (X1) dan Daya Tarik Instagram *Reels* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *City Branding* Kabupaten Lebak (Y), terlihat dari signifikansi Pengaruh Intensitas *Tagline #lebakunique* (X1) $0,00 < 0,05$ dengan nilai t hitung 8.460 dan Daya Tarik Instagram *Reels* (X2) $0,00 < 0,05$ dengan nilai t hitung 7.893, dengan demikian berdasarkan hipotesis yang digunakan penulis H_0 ditolak dan H_a diterima dimana terdapat Pengaruh Intensitas *Tagline #lebakunique* (X1) dan Daya Tarik Instagram *Reels* (X2) dengan *City Branding* Kabupaten Lebak (Y). Hal ini sesuai dengan koefisien determinasi dari pengaruh Intensitas *Tagline #lebakunique* terhadap *City Branding* Kabupaten Lebak memiliki persentase sebesar 70,2% dan pengaruh Daya Tarik Instagram *Reels* terhadap *City Branding* Kabupaten Lebak memiliki persentase sebesar 68,5%, sisanya dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Intensitas *Tagline*, Daya Tarik Instagram *Reels*, *City Branding*