E-ISSN : 3031-9692 Vol. 1 No. 2 2024
Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali, 22-04-2024

Analisis Efektivitas Fitur *Reels* Dan *Stories Instagram* Dalam Meningkatkan *Brand Recognition* Di Rupbasan Denpasar

Gania Wismaya Putra[1)], I Gusti Ayu Desi Saryanti[2)], dan I Made Dewi Kansa Putri[3)]
Bisnis Digital[1),3)], Sistem Informasi[2)]
Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali
Denpasar, Indonesia
e-mail: 200050083@stikom-bali.ac.id[1], desi@stikom-bali.ac.id[2], kansa@stikom-bali.ac.id[3]

Abstrak

Rumah Penyimpanan Benda Sitaan Negara Kelas I Denpasar mempublikasikan informasi kepada masyarakat secara luas memanfaatkan penggunaan media sosial Instagram. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui efektivitas fitur Reels dan Stories dalam meningkatkan Brand Recognition terhadap Rumah Penyimpanan Benda Sitaan Negara Kelas I Denpasar. Metode yang digunakan yaitu Metode Analisis Regresi Linier Berganda dengan pengambilan sampel menggunakan metode Slovin. Hasil yang didapatkan yaitu masing-masing Variabel Fitur Reels (X1) dan Variabel Fitur Stories (X2) memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap Variabel Brand Recognition (Y1). Keseluruhan Variabel Independen yaitu Variabel Fitur Reels (X1) dan Variabel Fitur Stories (X2) secara bersama-sama berpengaruh simultan dengan besaran variasi yang diberikan terhadap Variabel Brand Recognition (Y1) sebesar 45,6% dan 54,4% diantaranya dipengaruhi oleh variabel di luar penelitian ini.

Kata kunci Fitur Reels, Fitur Stories, Brand Recognition

1. Pendahuluan

Instagram merupakan aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, serta digunakan oleh pelaku bisnis sebagai sarana pemasaran dalam pengaplikasian bisnisnya [1]. Instagram juga merupakan salah satu media sosial yang dimanfaatkan oleh Rumah Penyimpanan Benda Sitaan Negara Kelas I Denpasar untuk melakukan Sharing knowledge terhadap masyarakat terutama disaat kegiatan berlangsung maupun informasi mengenai basan baran negara. Instagram telah melakukan pengupdatean terhadap aplikasinya dengan meluncurkan beberapa fitur baru seperti fitur Stories dan fitur Reels. Stories diperkenalkan pada bulan Agustus 2016, yang terinspirasi dari fitur aplikasi Snapchat. Penggunaan fitur Stories ini, pengguna dapat mengunggah foto dan video dengan durasi yang sangat singkat serta memiliki batas waktu unggahan selama 24 jam [2]. Reels diperkenalkan pada tanggal 5 Agustus 2020, namun baru masuk di Indonesia pada 23 Juni 2021. Fitur ini tidak jauh berbeda dari video Stories, Reels memungkinkan pengguna untuk lebih mendapatkan estetika dalam menggambarkan suatu brand yang ingin di pasarkan dengan durasi maksimal 3 menit.

Rumah Penyimpanan Benda Sitaan Negara Kelas I Denpasar merupakan salah satu Instansi Pemerintah di bawah naungan Kementerian Hukum Dan Hak Asasi Manusia “Kemenkumham” yang menjadi tempat penyimpanan Benda Sitaan Negara dan Barang Rampasan Negara. Instagram @Rupbasandenpasar berdiri pada 17 Juli 2017, yang berfokus kepada postingan mengenai informasi berita guna menyebarluaskan berita terkini yang ingin disampaikan kepada masyarakat. Namun seiring berjalannya waktu konsistensi interaksi pengguna antara pengikut dan pengujung tidak mengalami perubahan yang efektif dalam meningkatkan Brand Recognition. Berbeda dengan adanya fitur Reels dan Stories saat ini, interaksi sesama pengikut serta pengunjung dan pengguna mengalami peningkatan. Salah satu konten Reels yang pernah diunggah oleh Rumah Penyimpanan Benda Sitaan Negara Kelas I Denpasar memiliki viewers yang mencapai 2120 sedangkan jumlah followers akun @Rupbasandenpasar saat ini hanya berjumlah 1060. Adapun juga, beberapa pada konten Reels lainnya yang pernah diunggah oleh Rumah Penyimpanan Benda Sitaan Negara Kelas I Denpasar hanya memiliki view sebanyak 11 sehingga, konsistensi view pada pengguna fitur Reels di Rupbasan belum cukup baik.

Berdasarkan identifikasi permasalahan tersebut maka perlu dilakukannya penelitian dengan judul “Analisis Efektivitas Fitur Reels Dan Stories Instagram Dalam Meningkatkan Brand Recognition Di Rupbasan Denpasar“ guna mengetahui seberapa efektivitas fitur Reels dan Stories yang dilakukan oleh Rumah Penyimpanan Benda Sitaan Negara Kelas I Denpasar. Selain itu, melalui penelitian kali ini diharapkan dapat diketahuinya kekurangan dari Rumah Penyimpanan Benda sitaan Negara Kelas I Denpasar dalam pemanfaatan fitur Reels dan Stories agar nantinya dapat dijadikan evaluasi serta pengembangan konten Reels dan Stories yang lebih baik.

2. Metode Penelitian

Penelitian kali ini menggunakan tipe deskriptif dengan melakukan pendekatan kuantitatif menggunakan metode Analisis Regresi Linier Berganda untuk mengetahui hubungan dan pengaruh dari Fitur Reels dan Fitur Stories terhadap meningkatkan Brand Recognition di Rumah Penyimpanan Benda Sitaan Negara Kelas I Denpasar. Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian kali iini sebagai bagian dari populasi atau sebagian wakil populasi yang diteliti, peneliti menggunakan Rumus Slovin dengan Teknik pengambilan sampel non-probability sample yaitu Purposive Sampling untuk menentukan sampel yang memiliki pertimbangan dan kesesuaian yang dilakukan pada penelitian ini dengan kriteria pengikut dan pengunjung Instagram @rupbasandenpasar [3].

Metode penelitian ini dilakukan untuk mengumpulkan data, mengolah data, serta menganalisis data guna mengetahui dan membuktikan permasalah yang ada sebagai tujuan dari penelitian. Tahap yang digunakan dalam Analisis Regresi Linier Berganda yang pertama yaitu dilakukannya uji instrumen penelitian yang terdiri dari Uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Kemudian dilanjutkan dengan melakukan Uji Asumsi Klasik [4]. Uji Asumsi Klasik yang digunakan yaitu Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, dan Uji Heteroskedastisitas. Uji dilanjutkan dengan Uji Analisis Regresi Linier Berganda dan yang terakhir dilakukannya Uji Hipotesis yang terdiri dari Uji T, Uji F Serta Uji Koefisien Determinasi.

3. Hasil dan Pembahasan

Bagian ini membahas hasil dari penelitian dan pada waktu yang sama juga memberikan pembahasan dan yang komprehensif. Hasil penelitian dapat disajikan menggunakan gambar, grafik, tabel, dan lainnya yang membuat pembaca dapat memahami hasil penelitian dengan mudah. Pembahasan dapat dibuat dengan menggunakan beberapa sub-bab.

3.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu instrumen dapat digunakan untuk mengukur dan membuktikan bahwa data itu valid atau tidaknya sehingga dapat dikatakan sesuatu apabila instrumen tersebut sudah valid [5]. Adapun kriteria pengambilan keputusannya yaitu, jika nilai *Correlation Pearson* lebih besar dari nilai tabel, maka valid.

Tabel 1 Uji Validitas

No. Item	Correlation Pearson	R-Tabel	Keterangan
***Fitur Reels* (X1)**			
X1.1	0,346	0,2061	Valid
X1.2	0,445		Valid
X1.3	0,597		Valid
X1.4	0,501		Valid
X1.5	0,401		Valid
X1.6	0,627		Valid
X1.7	0,371		Valid
X1.8	0,539		Valid
X1.9	0,58		Valid
X1.10	0,346		Valid
X1.11	0,49		Valid
X1.12	0,345		Valid
***Fitur Stories* (X2)**			
X2.13	0,213	0,2061	Valid
X2.14	0,516		Valid
X2.15	0,634		Valid
X2.16	0,517		Valid
X2.17	0,349		Valid
X2.18	0,574		Valid
X2.19	0,529		Valid
X2.20	0,597		Valid

X2.21	0,537		Valid
X2.22	0,265		Valid
X2.23	0,613		Valid
X2.24	0,402		Valid
Meningkatkan *Brand Recognition* (Y1)			
Y1.25	0,644	0,2061	Valid
Y1.26	0,606		Valid
Y1.27	0,601		Valid
Y1.28	0,649		Valid
Y1.29	0,593		Valid
Y1.30	0,493		Valid
Y1.31	0,635		Valid

3.2 Uji Reliabilitas

Metode yang digunakan untuk melakukan uji reliabilitas adalah Alpha Cronbach (α) diukur berdasarkan Alpha Cronbach 0 sampai 1. Suatu variabel dikatakan reliabel, apabila hasil Alpha Cronbach > 0,60.

Tabel 2 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Cut-Off	Keterangan
Fitur *Reels* (X1)	0,678	0,6	Reliabel
Fitur *Stories* (X2)	0,704	0,6	Reliabel
Meningkatkan *Brand Recognition* (Y1)	0,698	0,6	Reliabel

3.3 Uji Asumsi Klasik

3.3.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik untuk mengetahui model regresi sudah menunjukan hubungan yang signifikan dan representatif. Tujuan dari uji asumsi klasik adalah untuk menilai parameter penduga yang digunakan dan tidak bisa.

3.3.2 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang bertujuan untuk menguji sebuah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi dianggap baik atau normal jikalau memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas yang digunakan ialah uji statistik Kolmogorov-smirnov dengan menggunakan pedoman jika nilai signifikasi < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal. Sebaliknya jika nilai sig. > 0,05 maka data berdistribusi normal [6]. Adapun hasil uji Normalitas penelitian kali ini dapat dilihat pad atabel di bawah ini.

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		91
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.53954062
Most Extreme Differences	Absolute	.126
	Positive	.061
	Negative	-.126
Test Statistic		.126
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001[c]
Exact Sig. (2-tailed)		.101
Point Probability		.000

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil Exact signifikansi (2-tailed) sebesar 0,101 lebih besar dari 0,05. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa pengujian One Sample Kolmogorov Smirnov yang telah dilakukan terbukti bahwa data berdistribusi secara normal.

3.3.3 Uji Multikolinearitas

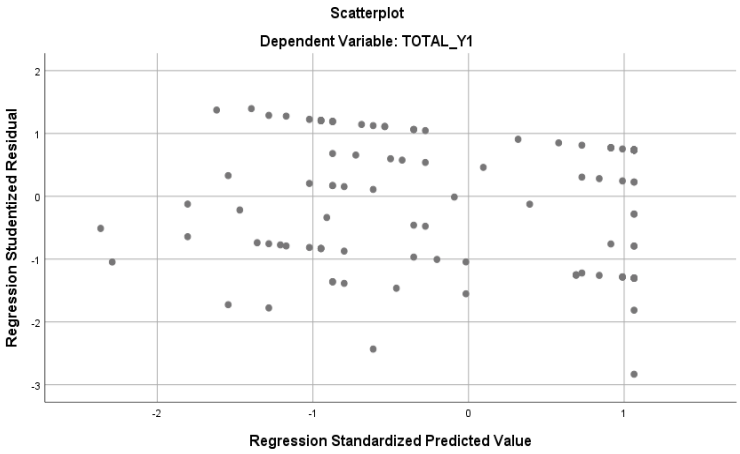
Berdasarkan uji yang telah dilakukan keseluruhan variabel dalam penelitian kali ini memiliki nilai VIF < 10 dan nilai *Tolerance* > 0,1 maka, dapat dikatakan bahwa regresi terbebas dari multikolinearitas. Hasil yang diperoleh melalui Uji *Collinierity Statistics* menyatakan bahwa nilai *Tolerance* pada masing-masing variabel lebih besar dari pada 0,1 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) variabel X1 dan X2 juga tidak lebih besar dari 10. Dengan itu dapat disimpulkan bahwa penelitian kali ini terbebas dari multikolinearitas. Adapun hasil tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.496	2.398		1.875	.064		
	X1	.240	.119	.331	2.021	.046	.225	4.439
	X2	.262	.115	.374	2.282	.025	.225	4.439

3.3.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan mengetahui model regresi terjadi ketidaksamaan suatu varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan lainnya [8]. Uji heteroskedastisitas ini dilakukan untuk menampilkan titik-titik data di bidang kartesius, di mana sumbu-x mewakili nilai dari variabel independen dan sumbu-y mewakili nilai dari variabel dependen. Scatterplot sangat berguna untuk menemukan pola, tren, atau korelasi antara dua variabel.



Gambar 1 Grafik *Scatterplots*

Hasil grafik *Scatterplot* dari data yang digunakan pada penelitian ini. Dapat dilihat bahwa hasil pengujian yang menunjukkan titik-titik menyebar baik diatas maupun dibawah angka 0, tidak membentuk gelombang, sehingga dapat disimpulkan bahwa data terbebas dari heteroskedastisitas.

3.4. Analisis Regresi Linier Berganda

Adapun hasil pengujian Analisis Regresi Linier Berganda dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.496	2.398		1.875	.064
	X1	.240	.119	.331	2.021	.046
	X2	.262	.115	.374	2.282	.025
a. Dependent Variable: Y1						

Dari persamaan regresi linier berganda pada penelitian kali ini, maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Konstanta yang didapatkan sebesar 4,496 yang berarti jika Variabel *Fitur Reels* (X1) dan *Fitur Stories* (X2) bernilai 0 atau tidak ada maka Meningkatnya *Brand Recognition* Rumah Penyimpanan Benda Sitaan Negara Kelas I Denpasar sebesar 4,496 poin.
2. Koefisien regresi yang didapatkan dari variabel *Fitur Reels* bernilai positif sebesar 0,240. Sehingga dapat diketahui bahwa dalam memanfaatkan *Fitur Reels* dapat membantu Rumah Penyimpanan Benda Sitaan Negara Kelas I Denpasar dalam Meningkatkan *Brand Recognition*.
3. Koefisien regresi variabel *Fitur Stories* berpengaruh secara positif terhadap Meningkatkan *Brand Recognition* dengan nilai sebesar 0,262. Konten yang dihadirkan oleh Rumah Penyimpanan Benda Sitaan Negara Kelas I Denpasar melalui *Stories* dapat membantu dalam meningkatkan *Brand Recognition*.

3.5 Uji T

Pengujian ini dilakukan guna membandingkan antara t-hitung dengan t tabel dengan tingkat secara signifikan sebesar 5%. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka Hipotesis ditolak. Artinya bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, sedangkan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Hipotesis dapat diterima. Artinya bahwa variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen .

Tabel 1 Hasil Uji T

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.496	2.398		1.875	.064
	X1	.240	.119	.331	2.021	.046
	X2	.262	.115	.374	2.282	.025
a. Dependent Variable: Y1						

Berdasarkan tabel pengujian uji t pada tabel 4.6 maka dapat diketahui bahwa:

1. Variabel *Fitur Reels* (X1) memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 2,021 > 1,987 sehingga dapat diketahui bahwa variabel Fitur *Reels* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
2. Variabel *Fitur Stories* (X2) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,282 > t_{tabel} sebesar 1,987. Sehingga, dapat dikatakan bahwa variabel Fitur *Stories* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

3.6 Uji F

Hasil Pengujian F yang telah dilakukan dapat dilihat pada tabel 7 di bawah ini.

Tabel 2 Hasil Uji F

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	187.365	2	93.682	38.647	.000[b]
	Residual	213.317	88	2.424		
	Total	400.681	90			
a. Dependent Variable: Y1						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari pada 0,05. sesuai dengan dasar pengambilan keputusan maka, dapat disimpulkan bahwa variabel *Fitur Reels* (X1), *Fitur Stories* (X2) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Y1).

3.7 Uji Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi (R^2) terletak antara 0 dan 1. 0 £ R^2 £ 1 dimana, nilai Koefisien determinasi akan semakin baik garis regresi jika nilainya mendekati angka 1 karena dianggap mampu menjelaskan data secara jelas dan baik, sebaliknya jika nilai koefisien determinasi mendekati angka 0 maka memiliki garis regresi yang kurang baik [10]. Adapun hasil pengujian Koefisien Determinasi pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 8 dibawah ini.

Tabel 3 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary[b]				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate

1	.684[a]	.468	.456	1.557
a. Predictors: (Constant), X2, X1				
b. Dependent Variable: Y1				

Berdasarkan dengan hasil pengujian Koefisien Determinasi pada tabel di atas, besarnya koefisien determinasi dapat dilihat pada kolom Adjusted R Square yaitu sebesar 0,456. Hal ini menandakan bahwasannya besarnya variasi yang diberikan oleh variabel independen secara bersamaan yaitu variabel *Fitur Reels* (X1) dan *Fitur Stories* (X2) terhadap variabel dependen Meningkatkan *Brand Recognition* (Y1) sebesar 45,6% sedangkan 54,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

4 Kesimpulan

Berdasarkan dengan hasil penelitian serta analisis data yang telah dilakukan, kesimpulan dari penelitian "Analisis Efektivitas Fitur *Reels* dan *Stories Instagram* dalam meningkatkan *Brand Recognition* di Rupbasan Denpasar" adalah sebagai berikut:

1. Hasil pengujian metode Regresi Linier Berganda menyatakan bahwasanya besarnya pengaruh yang diberikan oleh Variabel Fitur *Reels* terhadap Variabel Dependen sebesar 0,240 dengan hubungan yang signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Variabel *Fitur Reels* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Meningkatkan *Brand Recognition.*
2. Pada Variabel Fitur *Stories* memiliki besarnya pengaruh terhadap Variabel Dependen sebesar 0,262 dan nilai t_{hitung} sebesar 2,282 > t_{tabel} sebesar 1,987. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa Variabel Fitur *Stories* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Meningkatkan *Brand Recognition.*
3. Pengujian pada uji F atau hubungan keseluruhan variabel independen terhadap variabel dependen mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 yang dapat disimpulkan bahwa variabel Fitur *Reels* dan Variabel Fitur *Stories* memiliki pengaruh secara simultan terhadap Variabel Dependen. Dengan besarnya variasi yang diberikan sebesar 45,6% dan 54,4% diantaranya dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

Daftar Pustaka

[1] W. Prihatiningsih, "Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja," *Communication*, vol. 8, no. 1, p. 51, Apr. 2017, doi: 10.36080/comm.v8i1.651.
[2] N. H. Indriani, "Analisis Isi Fitur Instagram Stories Sebagai Media Komunikasi Interpersonal Pengguna Instagram Di Kota Makassar," *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi UMI*, vol. 4, pp. 150–157, Sep. 2022.
[3] S. P. Sari, "Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen," *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, vol. 8, no. 1, p. 147, Mar. 2020, doi: 10.30872/psikoborneo.v8i1.4870.
[4] Purnomo Rochmat Aldy, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*, Cetakan Pertama. Ponorogo: WADE GROUP, 2016.
[5] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, 2016.
[6] V. Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian*, Edisi 1. Yogyakarta Pustaka Baru Press , 2014.
[7] A. P. S. Cruz, "Processing Data Penelitian Kuantitatif Menggunakan Eviews," *J Chem Inf Model*, no. 9, pp. 1689–1699, Sep. 2013.
[8] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*, Edisi 7. Yogyakarta Badan Penerbit Undip, 2013.
[9] G. Imam, *Aplikasi Analisis Multivariete SPSS 23*, 8th Ed. Semarang: Bandan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
[10] A. T. Basuki, *Regresi dalam Penelitian ekonomi dan Bisnis*, vol. Cetakan Ke-2. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016.