**ABSTRAK**

Penelitian ini didasarkan pada permasalahan pokok yaitu penggunaan media sosial instargram terhadap peningkatan citra PT Aia Financial Kota Bandung. Hal ini dapat disebabkan oleh peran yang bagus didalam dimensi dimensi media sosial yang ada pada akun instagram @aiaindonesia.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif eksperimen, metode ini digunakan untuk dapat menjelaskan adakah pengaruh besar Media Sosial (variabel bebas) X akun Instagram @aiaindonesia terhadap Peningkatan Citra (Variabel terikat) Y.

Analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis kuantitatif yang dimana menggunakan metode analisis jalur (Path Analysis) yaitu untuk dapat mengetahui seberapa bear pengaruh variabel Media Sosial terhadap Peningkatan Citra baik dilakukan secara simultan maupun parsial.

Hasil penelitian menunjukkan secara parsial yaitu pengaruh Media Sosial terdiri dari lima dimensi yang meliputi sebagai berikut :

Partisipasi (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap Peningkatan Citra (Y) sebesar 0,265, Keterbukaan (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Peningkatan Citra (Y) sebesar 0,274, Percakapan (X3) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Peningkatan Citra (Y) sebesar 0,043, Masyarakat berpengaruh secara signifikan terhadap Peningkatan Citra (Y) sebesar 0,204, dan Keterhubungan (X5) berpengaruh secara signifikan terhadap Peningkatan Citra (Y) sebesar 0,201.

Pada kesimpulan penelitian ini didapatkan dua poin yaitu, pertama bahawa dimensi Media Sosial secara parsial berpengaruh terhadap Peningkatan Citra terkecuali pada dimensi Percakapan (X3) yang tidak perpengaruh secara signifikan. Kedua, bahawa Media Sosial akun Instagram @aiaindonesia secara simultan berperngaruh secara signifikan terhadap Peningkatan Citra pada PT. AIA Financial Kota Bandung.

***ABSTRACT***

*This research is based on the main problem, namely the uses of social media Instagram to improve the image of PT. AIA Financial Bandung City. This can be caused by a good role in the dimensions of social media that exist on the @aiaindonesia Instagram account.*

*In this study, researchers used experimental quantitative research methods, this method was used to explain whether there was a large influence of Social Media (independent variable) X Instagram account @aiaindonesia on Image Improvement (bound variable) Y.*

*The analysis used in this study is quantitative analysis which uses the path analysis method, namely to be able to find out how much influence Social Media variables have on Image Improvement, either simultaneously or partially.*

*The results of the study partially show that the influence of Social Media consists of five dimensions which include the following :*

*Participation (X1) has a significant effect on Image Improvement (Y) of 0.265, Openness (X2) has a significant effect on Image Improvement (Y) of 0.274, Conversation (X3) has no significant effect on Image Improvement (Y) of 0.043, Community significant effect on Image Enhancement (Y) of 0.204, and Connectedness (X5) significantly affect Image Enhancement (Y) of 0.201*

*At the conclusion of this study, two points were obtained, namely, first, that the dimension of Social Media partially affects Image Improvement, except for the Conversational dimension (X3) which does not have a significant effect. Second, that the Social Media of the Instagram account @aiaindonesia simultaneously has a significant effect on Image Improvement at PT. AIA Financial Bandung City.*

***RINGKESAN***

Ieu panalungtikan didasarkeun kana masalah utama, nya éta ngagunakeun média sosial instargram pikeun ngaronjatkeun citra PT Aia Financial Kota Bandung. Hal ieu bisa disababkeun ku peran anu alus dina dimensi média sosial anu aya dina akun instagram @aiaindonesia.

Dina ieu panalungtikan, panalungtik ngagunakeun métode panalungtikan kuantitatif ékspérimén, Métode ieu dipaké pikeun bisa ngajelaskeun naha aya pangaruh badag kana Media Sosial (variabel bebas) akun X Instagram @aiaindonesia dina Paningkatan Citra (Variabel terikat) Y.

Analisis anu digunakeun dina ieu panalungtikan nya éta analisis kuantitatifanu ngagunakeun métode analisis jalur (Path Analysis), nyaéta bisa manggihan sabaraha badag pangaruh variabel Media Sosial dina Paningkatan Citra dipigawé sakaligus atawa sawaréh.

Sabagéan hasil panalungtikan nuduhkeun yén pangaruh Média Sosial diwangun ku lima dimensi anu ngawengku :

Partisipasi (X1) boga pangaruh signifikan kana Paningkatan Citra (Y) 0,265, Keterbukaan (X2) boga pangaruh signifikan dina Paningkatan Citra (Y) ku 0.274, Percakapan (X3) henteu aya pangaruh anu signifikan kana Paningkatan Citra (Y) ti 0,043, masarakat miboga éfék signifikan dina Paningkatan Citra (Y) nyaéta 0,204, sareng Keterhubungan (X5) gaduh pangaruh anu signifikan kana Paningakatan Citra (Y) tina 0,201.

Dina kacindekan tina ieu panalungtikan, aya dua titik, nya éta kahiji Dimensi Media Sosial sawaréh mangaruhan Paningakatan Citra iwal ti dimensi Percakapan (X3) nu teu mangaruhan signifikan. Kadua, média sosial akun Instagram @aiaindonesia sakaligus mibanda pangaruh anu signifikan kana Paningakatan Citra di PT Aia Financial Kota Bandung.