

**EFEKTIVITAS PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA
SWIWINGS JEMBER MENGGUNAKAN METODE AIDA (*ATTENTION,
INTEREST, DESIRE, ACTION*)**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir dan Memenuhi Salah Satu Syarat
Untuk Menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**



Oleh:

**HIKMA IHA
16.1041.1150**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2021**

**EFEKTIVITAS PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA
SWIWINGS JEMBER MENGGUNAKAN METODE AIDA (ATTENTION,
INTEREST, DESIRE, ACTION)**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir dan Memenuhi Salah Satu Syarat
Untuk Menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**



Oleh:

**HIKMA IHA
16.1041.1150**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2021**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hikma Iha
NIM : 16.1041.1150
Prodi : Manajemen


Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial Instagram Pada Swiwings Jember Menggunakan Metode AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 23 Januari 2021

Yang menyatakan




HIKMA IHA
NIM 16.1041.1150

**EFEKTIVITAS PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA
SWIWINGS JEMBER MENGGUNAKAN METODE AIDA (*ATTENTION,
INTEREST, DESIRE, ACTION*)**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir Dan Memenuhi Salah Satu Syarat
Untuk Menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**



Oleh :
HIKMA IHA
NIM 16.1041.1150

Pembimbing:

Dosen Pendamping Utama : Seno Sumowo, SE, MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Wahyu Eko Setyaningsih, SE, MM

PENGESAHAN

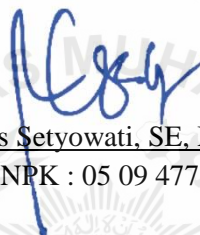
Skripsi berjudul Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial Instagram Pada Swiwings Jember Menggunakan Metode AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Jum'at

Tanggal : 13 November 2020

Tempat : Gedung A Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,



Trias Setyowati, SE, MM

NPK : 05 09 477

Anggota 1,



Seno Suhowo, SE,MM

NPK : 01 09 288

Anggota 2,



Wahyu Eko S, SE,MM

NPK : 15 09 633

Mengesahkan:



Dr. Mahenirika S, SE,MM

NIP : 197708112005012001

Ketua Jurusan



Dr. Haris Hermawan, SE, MM

NPK : 15 03 643

MOTTO

“Barang siapa bertakwa kepada Allah maka Dia akan menjadikan jalan keluar baginya, dan memberinya rezeki dari jalan yang tidak ia sangka, dan barang siapa yang bertawakal kepada Allah maka cukuplah Allah baginya, Sesungguhnya Allah melaksanakan kehendak-Nya, Dia telah menjadikan untuk setiap sesuatu kadarnya.”

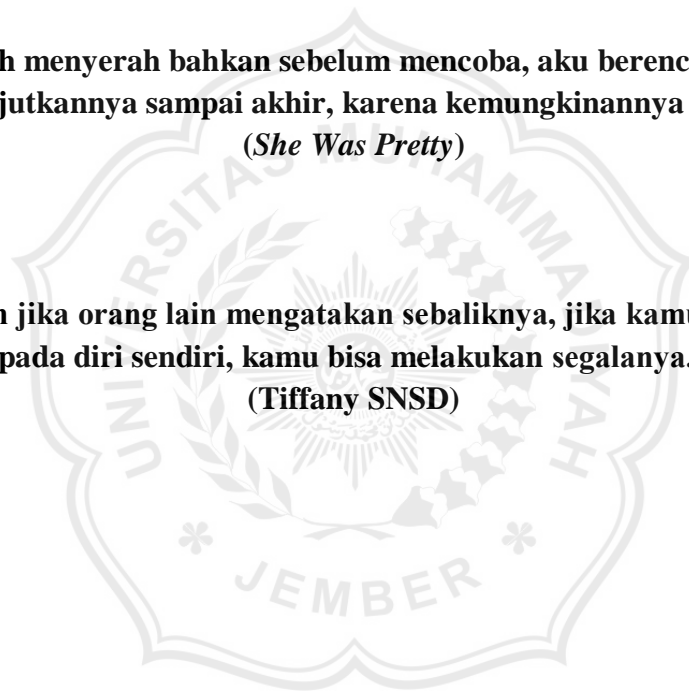
(Ath-Thalaq ayat 2-3)

"Alih-alih menyerah bahkan sebelum mencoba, aku berencana untuk melanjutkannya sampai akhir, karena kemungkinannya 50:50."

(She Was Pretty)

“Bahkan jika orang lain mengatakan sebaliknya, jika kamu percaya pada diri sendiri, kamu bisa melakukan segalanya.”

(Tiffany SNSD)



PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, rahmat dan hidayah sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana. Walaupun jauh dari kata sempurna, namun penulis bersyukur telah mencapai pada titik ini yang akhirnya bisa selesai. Skripsi atau tugas akhir ini penulis persembahkan untuk:

1. Orang tua saya, Alm. Abdul Halik Iha dan Almh. Resek Sunarti yang sudah bertahan selama mungkin dari sakit yang diderita yang akhirnya harus pergi duluan, terima kasih karena selama hidup dengan tidak sengaja mengajarku untuk menjadi pribadi yang semangat dan menjadi pribadi yang baik walaupun ternyata sulit dan masih belum selalu saya terapkan. Semoga orang tua saya juga bahagia atas pencapaian yang saya lakukan selama ini.
2. Kakak saya, Ririn Rimadani Iha yang tidak pernah mengatakan secara langsung tapi saya tahu pasti kamu mendoakan saya bukan? Hehe. Semangat kak, semoga kita bisa sama-sama selesai dan jadi versi yang lebih baik lagi dari diri kita.
3. Ibu Evi, Om Iman, Ica, Kakak Cici, dan Adek Surya terima kasih sudah menjadi keluarga yang baik untuk Iha, terima kasih juga sudah sayang dan peduli sama Iha. Semoga Iha tidak mengecewakan dan bisa jadi anak baik untuk Ibu dan Om, bisa jadi saudara yang baik untuk Ica, Kakak Cici, dan Adek Surya.
4. Seno Sumowo, SE, MM selaku Dosen Pembimbing I dan Wahyu Eko Setyaningsih, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan sehingga tersusunnya skripsi ini sampai selesai.
5. Febiola Eka Valentyna yang benar-benar selalu ada dan sabar menemani, memberikan bantuan pemahaman dan memberikan dorongan semangat yang sangat berharga, semoga kita selalu bisa saling peduli sampai akhir kehidupan nanti.
6. Pratita O. Fiantika, Amalia E. Nurhadi, Wilda I. Rohmatillah, Afifah P. Wulandari, dan Porwati terima kasih atas semangat dan dukungannya, semoga pertemanan kita selalu baik-baik saja dan tetap saling menyemangati untuk setiap langkah kita.
7. Seluruh karyawan dan Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Tidak lupa juga untuk almamater kampus biru Universitas Muhammadiyah Jember yang saya banggakan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial Instagram Pada Swiwings Jember Menggunakan Metode AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*)”.

Pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada berbagai pihak atas bimbingan, bantuan, serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Hanafi M.pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Ibu Maheni Ika Sari, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Bapak Dr. Haris Hermawan, SE, MM selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Ibu Trias Setyowati, SE, MM selaku Dosen Penguji skripsi yang telah memberikan saran dan pengarahan dalam penyusunan skripsi.
5. Bapak Seno Sumowo, SE, MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing, memberikan saran, dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Wahyu Eko Setianingsih, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing, memberikan saran, dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh karyawan, dosen, dan bagian pengajaran Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
8. Mba Resa bagian operasional Swiwings Jember yang telah memberi izin untuk penulis melakukan penelitian, serta seluruh karyawan Swiwings Jember.
9. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu-satu yang telah meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Maka dari itu mohon kritik dan saran yang sifatnya membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Jember, Januari 2021



Hikma Iha

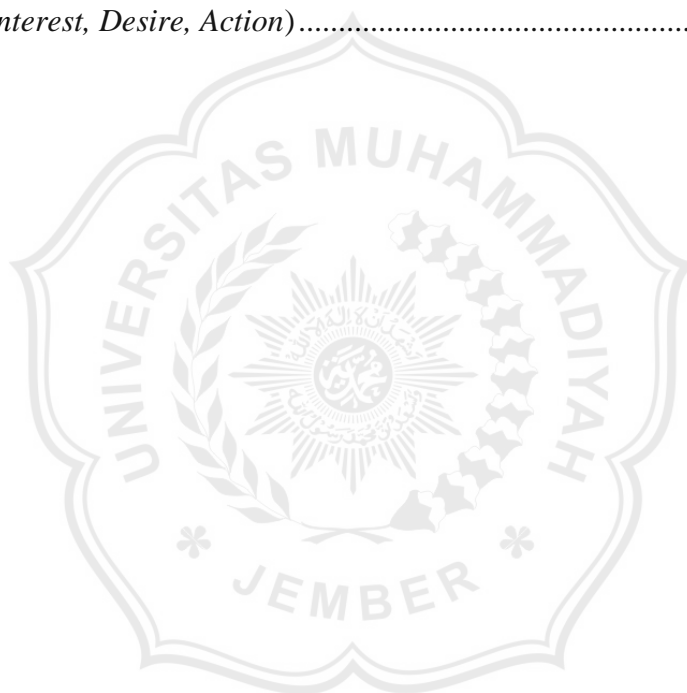
DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN PENULIS	iii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Efektivitas.....	6
2.1.2 Promosi.....	6
2.1.3 Media Sosial	7
2.1.4 Instagram	8
2.1.5 AIDA (<i>Attention, Interest, Desire, Action</i>).....	8
2.2 Penelitian Terdahulu.....	10
2.3 Kerangka Konseptual	14
BAB III METODELOGI PENELITIAN	15
3.1 Desain Penelitian	15
3.2 Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel	15
3.2.1 Identifikasi Variabel	15
3.2.2 Definisi Operasional Variabel	15
3.3 Pengukuran Variabel	17
3.4 Jenis Data.....	17
3.5 Teknik Pengambilan Sampel	17

3.6 Populasi dan Sampel.....	18
3.6.1 Populasi	18
3.6.2 Sampel	18
3.7 Teknik Pengumpulan Data	18
3.8 Teknik Analisis Data	19
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	21
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	21
4.2 Gambaran Umum Responden.....	22
4.3 Visi dan Misi	22
4.4 Struktur Organisasi.....	23
4.5 Aspek Personalia	25
4.5.1 Jumlah Tenaga Kerja.....	25
4.5.2 Jam Kerja	25
4.5.3 Sistem Upah.....	25
4.6 Aspek Pemasaran.....	25
4.7 Deskripsi Sumber Data.....	26
4.8 Data Hasil Penelitian	26
4.9 Hasil Penelitian dan Pembahasan	26
4.9.1 Tingkat Efektivitas Promosi melalui Media Sosial Instagram	27
4.9.2 Tingkat Efektivitas Promosi melalui Media Sosial Instagram Tahapan Attention	29
4.9.3 Tingkat Efektivitas Promosi melalui Media Sosial Instagram Tahapan Interest	30
4.9.4 Tingkat Efektivitas Promosi melalui Media Sosial Instagram Tahapan Desire.....	30
4.9.5 Tingkat Efektivitas Promosi melalui Media Sosial Instagram Tahapan Action	31
4.9.6 Tingkat Efektivitas Instagram sebagai Media Promosi oleh Swiwings Jember.....	31
BAB V PENUTUP	36
5.1 Kesimpulan.....	36
5.2 Saran	37
DAFTAR PUSTAKA	38
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Pada Swiwings Jember Tahun 2019	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 3.1 Pengukuran Efektivitas.....	19
Tabel 4.1 Hasil Deskriptif Penelitian	27
Tabel 4.2 Hasil Nilai Kuesioner	27
Tabel 4.3 Presentase AIDA (<i>Attention, Interest, Desire, Action</i>).....	31
Tabel 4.4 Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial Instagram pada Swiwings Jember Menggunakan Metode AIDA (<i>Attention, Interest, Desire, Action</i>).....	32



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun Instagram Swiwings..... 4
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual..... 14



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Data Hasil Kuesioner Tahap *Attention*
- Lampiran 3. Data Hasil Kuesioner Tahap *Interest*
- Lampiran 4. Data Hasil Kuesioner Tahap *Desire*
- Lampiran 5. Data Hasil Kuesioner Tahap *Action*
- Lampiran 6. Surat Izin Penelitian
- Lampiran 7. Dokumentasi

