

ABSTRAK

Judul penelitian dalam skripsi ini adalah “Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial Instagram Pada Swiwings Jember Menggunakan Metode AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*)” yang bertujuan untuk mengetahui dan mengukur sejauh mana promosi menggunakan metode AIDA ini berjalan, yang diteliti dan akan diketahui nanti apakah berhasil atau tidak. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dengan cara menggambarkan serta menjelaskan secara rinci mengenai masalah yang akan diteliti berdasarkan data-data yang diperoleh sebelumnya melalui laporan penelitian berupa kuesioner yang telah dikumpulkan, kemudian dianalisa dan dilanjutkan dengan merubah dalam bentuk kalimat dan paragraf serta ditarik kesimpulan untuk mendapatkan inti daripada hasil penelitian ini. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup, yaitu model pernyataan yang jawabannya telah disediakan. Hal ini sehingga responden hanya memilih dari alternative jawaban yang sesuai dengan pendapat atau pilihannya. Dari hasil penelitian menggunakan metode AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan oleh Swiwings Jember menggunakan media sosial Instagram tingkat keefektivasannya berada pada presentase 61-80% dan presentase tersebut masuk kedalam kategori “Baik”. Dengan hasil tersebut menunjukkan bahwa langkah promosi yang dilakukan Swiwings Jember sudah baik sehingga mampu menarik calon konsumen.

Kata kunci: AIDA, efektivitas promosi, media sosial