

ABSTRAK

Analisis Efektivitas Promosi Pada Media Sosial *Instagram* PT.Sejahtera Wahana Gemilang Surabaya

Ilvan Adi Pratama¹, Triana Setiyarini²

ilvanadipratama2@gmail.com¹, triana.setiyarini@trunojoyo.ac.id²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura

ABSTRACT

Many business people in today's era have taken advantage of technological advancements by Marketing their products and services via the internet. The use of social media for promotional activities has increased in line with the increase in the number of internet users each year, especially through social media. One of the most popular social media to be used as promotional media is Instagram. This social media is the most numerous and is considered the most effective as a means of promotion. PT. Sejahtera Wahana Gemilang has also been promoting its products on its Instagram social media account @chitose.surabaya in recent years. however, from the author's observation, these media accounts show a lack of activity in promoting their products. Therefore the author wants to know how effective the Instagram @chitose.surabaya social media account is in carrying out Marketing promotions based on the AIDA strategy approach. This research uses qualitative methods and case studies. The results of this study indicate that the Instagram account @chitose.surabaya is still ineffective in carrying out promotions based on the attention, Interest, Desire, and Action or AIDA strategy approach on the Instagram social media account @chitose.surabaya in attracting potential consumers to buy the product being promoted .

Keywords: Social Media, Instagram, AIDA, Promotion

ABSTRAK

Para pelaku bisnis di era sekarang banyak yang telah memanfaatkan kemajuan teknologi dengan memasarkan produk dan jasa melalui internet. Pemanfaatan media sosial untuk kegiatan promosi mengalami peningkatan seiring dengan peningkatan jumlah pengguna internet setiap tahunnya khususnya melalui media sosial. Salah satu media sosial yang paling populer untuk dijadikan media promosi adalah *Instagram*. Media social ini merupakan yang paling banyak dan dinilai paling efektif sebagai sarana promosi. PT.Sejahtera Wahana Gemilang juga mempromosikan produknya pada akun media sosial *Instagram @chitose.surabaya* dalam beberapa tahun terakhir. namun akun media tersebut dari pengamatan penulis nenunjukan kurangnya ke aktifan dalam mempromosikan produknya. Oleh karena itu penulis ingin mengetahui seberapa efektif akun media sosial *Instagram @chitose.surabaya* dalam melakukan promosi pemasaran berdasarkan pendekatan strategi AIDA. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan studi kasus. Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa akun *Instagram @chitose.surabaya* masih kurang efektif dalam melakukan promosi berdasarkan pendekatan strategi *attention, Interest, Desire*, dan *Action* atau AIDA pada akun media sosial *Instagram @chitose.surabaya* dalam menarik calon konsumen untuk membeli produk yang sedang dipromosikan.

Kata kunci: Media sosial, Instagram, AIDA, Promosi

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang selalu memberikan nikmat dan rizki-Nya kepada kita semua dan berkat rahmat, petunjuk, dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir Magang MBKM (Merdeka Belajar Kampus Merdeka) magang pada PT. Sejahtera Wahana Gemilang Surabaya. Tak lupa shalawat serta salam penulis haturkan kepada junjungan Nabi besar Muhammd SAW serta sahabat dan pengikutnya semoga diberikan rahmat dan hidayah yang berlimpah.

Proses penyusunan Laporan Akhir Magang Mahasiswa ini sungguh menguras tenaga, pikiran dan waktu, air mata, serta banyaknya hambatan dan kesulitan yang penulis hadapi. Namun atas izin Allah SWT, berkat kerja keras dan usaha, doa, semangat, bantuan, bimbingan serta dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak akhirnya penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir Magang MBKM (Merdeka Belajar Kampus Merdeka) ini. Dalam kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu penyusunan Tugas Akhir ini:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya.
2. Bapak Sutrisno dan Ibunda Warsinah. selaku orang tua yang menjadi penyemangat dan dukungan serta ridho orang tua sehingga penulisan laporan dapat selesai dengan baik.
3. Bapak Dr. Drs. Ec. H, Muh Syarif. M.Si. selaku Rektor Lama Universitas Trunojoyo Madura.
4. Bapak Dr. Safi, SH, MH. Selaku Rektor Baru Universitas Trunojoyo Madura.
5. Bapak Dr. Sutikno, SE.,M. E.. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura.
6. Bapak Dr. A. Yahya Surya Winata, SE., M. Si.. selaku wakil dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura.
7. Ibu Apriliana Susandini, S.E., M. SM. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura.
8. Ibu Triana Setiyarini, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing lapangan dan riset.
9. Ibu Lailatul Fitriah, S.E. Selaku pembimbing tempat magang dan direktur *Marketing* perusahaan.
10. Bapak Jefry, Risky, Sultan, Lutfi selaku mentor dalam tempat magang sebagai *Marketing* dan *digital marketing*.
11. Pemilik nama riadhotuz zahroh yang selalu support dan membantu saya dalam menyelesaikan laporan akhir magang.

12. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no day off, I wanna thank me for never quitting, for just being me at all times.*

Demikian yang dapat saya sampaikan. Semoga Allah senantiasa memberi balasan dan ridho yang telah dilakukan umat-Nya. Mohon maaf jika ada kekurangan dan kesalahan dalam penyusunan Laporan Akhir Magang. Penulis juga mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk Laporan Akhir Magang ini agar dapat lebih baik lagi dalam penulisan-penulisan selanjutnya. Semoga Laporan Akhir Magang ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan para pembacanya, serta pihak-pihak yang lain.

Surabaya, 6 Januari 2023



Ilvan Adi Pratama
190211100155

DAFTAR ISI

<u>Cover</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>DAFTAR ISI</u>	4
<u>DAFTAR GAMBAR</u>	6
<u>DAFTAR TABEL</u>	7
<u>LEMBAR PENGESAHAN</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>KATA PENGANTAR</u>	2
<u>ABSTRAK</u>	1
<u>BAB I</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>PENDAHULUAN</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>1.1 Latar Belakang</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>1.2 Rumusan Masalah</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>1.3 Tujuan magang</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>1.4 Manfaat Magang Industri</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>BAB II</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>TINJAUAN PUSTAKA</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>2.1 Pemasaran Digital</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>2.2 Media Sosial & Instagram</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>2.3 Efektivitas Promosi pada Media Sosial Instagram</u> ...	Error! Bookmark not defined.
<u>2.4 Model AIDA Sebagai Strategi Promosi pada Media Sosial Instagram</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>2.5 Sejarah Tempat Magang</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>2.6 Struktur Organisasi</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>2.7 Kegiatan Distributor Tempat Magang</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>BAB III</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>METODE PENELITIAN</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>3.1 Jenis Penelitian</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>3.2 Waktu dan Tempat Magang Industri</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>3.3 Kegiatan Magang Industri</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>BAB IV</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>HASIL DAN PEMBAHASAN</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>4.1 Deskripsi kegiatan</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>4.2 Pembahasan</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>BAB V</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>KESIMPULAN DAN SARAN</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>5.1 Kesimpulan</u>	Error! Bookmark not defined.

<u>5.2 Saran</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>LAMPIRAN 1 Log Book</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>LAMPIRAN 2 LOA (<i>Letter Of Acceptence</i>)</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>LAMPIRAN 3 KRS (Kartu Rencana Studi)</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>LAMPIRAN 4 SERTIFIKAT PENYELESAIAN</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Daftar Pustaka</u>	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Organisasi	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.1 Data Research Market Provinsi Jawa Timur	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.2 Kunjungan ke rumah Sakit Jiwa Surabaya	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.3 Desain Paket Produk.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.4 Data Harga Terbaru	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.5 Salah satu tools yang digunakan yaitu linkiee.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.6 Cara Menggunakan <i>Tools</i>	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kegiatan Magang Industri.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.2 Strategi model AIDA (Mumtaz, 2019).....	Error! Bookmark not defined.