

**EFEKTIVITAS PROMOSI PRODUK CHATIME MELALUI  
INSTAGRAM MENGGUNAKAN MODEL AIDA  
TASYA RIZKI NUR OFIFAH  
1702519039**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**PROGRAM SARJANA TERAPAN PEMASARAN DIGITAL  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2024**

***EFFECTIVENESS OF CHATIME PRODUCT PROMOTION  
THROUGH INSTAGRAM USING THE AIDA MODEL***

***TASYA RIZKI NUR OFIFAH***

***1702519039***



***Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa***

***DIGITAL MARKETING APPLIED UNDERGRADUATE  
PROGRAM***

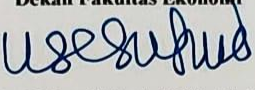


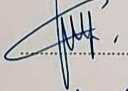
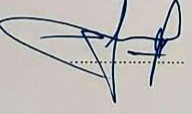
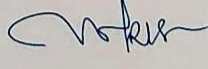
***FACULTY OF ECONOMICS***

***STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

***2024***

# LEMBAR PENGESAHAN

## Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
<b>Penanggung Jawab</b> <b>Dekan Fakultas Ekonomi</b>  <b>Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D.</b> <b>NIP 197002122008121001</b>			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dra. Sholikhah, MM NIP 196206231990032001 (Ketua Sidang)		6/2 2024
2	Ika Febrilia, SE, M.M. NIP 198702092015042001 (Penguji 1)		5/2 2024
3	Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M NIP 199308272020122024 (Penguji 2)		31/1 2024
4	Agung Kresnamurti Rivai P., ST, M.M. NIP 197404162006041001 (Pembimbing 1)		23/1 2024
5	Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A NIP 199111022022032013 (Pembimbing 2)		23/1 2024
Nama : Tasya Rizki Nur Ofifah No. Registrasi : 1702519039 Program Studi : D4 Pemasaran Digital Tanggal Lulus : 20 Januari 2024			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12  
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, sebagai mahasiswa  
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta :  
Nama : Tasya Rizki Nur Ofifah  
NIM : 1702519039  
Program Studi : D4 Pemasaran Digital

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang saya buat dengan  
judul "Efektivitas Promosi Produk Chatime Melalui Instagram  
Menggunakan Model AIDA" dibuat oleh saya sendiri dan bukan  
merupakan duplikasi skripsi yang pernah dibuat oleh orang lain atau karya  
tulisan maupun terjemahan orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dalam  
keadaan sadar dan saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang  
berlaku jika terbukti bahwa ini tidak benar.

Jakarta, 9 Oktober 2023

Yang membuat pernyataan



Tasya Rizki Nur Ofifah

# LEMBAR PERSETUJUAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Tasya Rizki Nur Offifah  
NIM : 1702519039  
Fakultas/Prodi : Ekonomi/D4 Pemasaran Digital  
Fakultas/Prodi : trizkinuroffiah@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi     Tesis     Disertasi     Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Efektivitas Promosi Produk Chatime Melalui Instagram Menggunakan Model AIDA

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 7 Februari 2024  
Penulis

(Tasya Rizki Nur Offifah)

## ABSTRAK

**Tasya Rizki Nur Ofifah, 2023: Efektivitas Promosi Produk Chatime Melalui Instagram Menggunakan Model AIDA. Skripsi, Jakarta: Program Studi Sarjana Terapan Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim pembimbing: Agung Kresnamurti Rivai P., ST, M.M dan Nofriska Krissyana, S.E, M.B.A.**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi efektivitas Chatime menggunakan model AIDA. Penelitian ini menerapkan pendekatan studi kasus kualitatif dengan penggunaan model AIDA sebagai kerangka evaluasi. Sumber data yang digunakan melibatkan wawancara, dokumentasi, dan observasi. Penelitian ini menggunakan sepuluh informan kunci yang merupakan pengikut Instagram Chatime dan menjadi subjek penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya promosi Chatime berhasil mencapai tahap *attention* dan *desire* dalam model AIDA, namun masih perlu peningkatan untuk mencapai tahap *interest* dan *action*.

**Kata Kunci:** Model AIDA, Promosi, Media Sosial, Instagram

## ***ABSTRACT***

***Tasya Rizki Nur Ofifah, 2023: Effectiveness of Chatime Product Promotion Through Instagram Using the AIDA Model. Thesis, Jakarta: Bachelor of Applied Digital Marketing Study Program, Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta. Supervisory team: Agung Kresnamurti Rivai P., ST, M.M and Nofriska Krissyana, S.E, M.B.A.***

*The purpose of this study is to evaluate the effectiveness of Chatime using the AIDA model. This research applied a qualitative case study approach with the use of the AIDA model as an evaluation framework. The data sources used involved interviews, documentation, and observation. This research uses ten key informants who are Chatime's Instagram followers and are the subjects of the research. The results showed that Chatime's promotional efforts successfully reached the attention and desire stages in the AIDA model, but still need improvement to reach the interest and action stages.*

***Keywords: AIDA Model, Promotion, social media, Instagram***

## LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan dengan baik skripsi yang berjudul “Efektivitas Promosi Produk Chatime Melalui Instagram Menggunakan Model AIDA.”. Skripsi ini ditulis dalam rangka memnuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis mendapat dukungan dan saran dari berbagi pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, pada lembar persembahan ini penulis berterima kasih kepada :

1. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
2. Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D selaku Koordinator Program Studi Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
3. Agung Kresnamurti Rivai P., ST., M.M. dan Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A selaku dosen pembimbing yang membantu memberikan saran, bimbingan dan motivasi sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi dengan baik.
4. Dosen – dosen Program Studi Terapan Pemasaran Digital yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama perkuliahan.
5. Teman – teman D4 Pemasaran Digital Angkatan 2019 yang telah memberikan motivasi kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi.



6. Kedua orang tua, kerabat, teman – teman dekat penulis serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang senantiasa memberikan doa dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis berharap dengan adanya skripsi ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak yang membacanya.