

ABSTRAK

Hario Bimo Wioskawuri “Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial Instagram Kebab Gendats” Skripsi, Jakarta : Program Studi Sarjana Terapan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim pembimbing : Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M. Dan Ika Febrillia S.E, M.M

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang meliputi wawancara dan dokumentasi. Sebanyak 13 responden berpartisipasi dalam penelitian ini, yaitu pihak terkait dari Kebab Gendats, dan konsumen. Penelitian ini memberikan informasi tentang strategi promosi yang telah dilakukan oleh Kebab Gendats, termasuk langkah promosi yang digunakan untuk memaksimalkan aktivitas marketing. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan AIDA, yang nantinya akan menemukan dan memahami suatu fenomena dan konteksnya yang unik dan khusus yang dialami oleh individu pada tingkat keyakinan individu yang terlibat. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi Kebab Gendats melalui media sosial Instagram sangat efektif dalam meningkatkan visibilitas, daya tarik, dan penjualan pada Kebab Gendats.

Kebab Gendats, Promosi, Instagram, Model AIDA

ABSTRACT

Hario Bimo Wioskawuri *"Effectiveness of Promotion Through Kebab Gendats Instagram Social Media"* Thesis, Jakarta: Bachelor of Applied Management Study Program, Faculty of Economics, Jakarta State University. Advisory team: Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M. And Ika Febrillia S.E, M.M

This research uses a qualitative descriptive method which includes interviews and documentation. total of 13 respondents participated in this research, namely related parties from Kebab Gendats, and consumers. This study provides information about the promotional strategies that have been carried out by Kebab Gendats, including promotional steps used to maximize marketing activities. This study uses a qualitative research method with AIDA approach, which will later find and understand a phenomenon and its unique and special context experienced by individuals at the level of individual beliefs involved. The results of the study show that the promotional strategy for Kebab Gendats through Instagram social media is very effective in increasing visibility, attractiveness and sales of Kebab Gendats.

Kebab Gendats, Promotion, Instagram, AIDA Model

**EFEKTIVITAS PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM KEBAB GENDATS**



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

HARIO BIMO WIOSKAWURI

1702519030

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

2024

***EFFECTIVENESS OF PROMOTION THROUGH INSTAGRAM
SOCIAL MEDIA KEBAB GENDATS***



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

HARIO BIMO WIOSKAWURI

1702519030

DIGITAL MARKETING STUDY PROGRAM

BACHELOR OF APPLIED PROGRAM

FACULTY ECONOMICS STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2024

LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, berkat petunjuk dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi saya yang berjudul “Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial Instagram Kebab Gendats” sehingga dapat terselesaikan, serta kepada semua pihak yang telah memberi dukungan kepada saya selama penyusunan.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, saya berterimakasih atas bimbingan, saran dan pihak yang sudah berperan dalam penyelesaian skripsi ini baik saat pelaksanaan skripsi maupun saat penulisan skripsi. Oleh karena itu, dengan tulus hati praktikan menyampaikan ucapan terima kasih kepada Bapak, Ibu, serta Kakak tercinta atas doa dan semangatnya sehingga skripsi ini dapat selesai. Penulis juga ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang senantiasa membimbing penulisan dan pengarahan dalam penyusunan Skripsi ini
2. Ika Febrilia S,E, M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa membimbing penulisan dan pengarahan dalam penyusunan Skripsi ini
3. Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D, selaku Ketua Program Studi Terapan Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
4. Prof Usep Suhud, M.Si., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Unversitas Negeri Jakarta
5. Dosen – dosen Program Studi Terapan Pemasaran Digital Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang selama ini memberikan pengajaran serta arahan dalam studi yang Penulis tempuh, serta Staf Program dan Fakultas

Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah membantu dalam proses administrasi Penulis serta pemberkasan.

6. Terima kasih untuk kedua orang tua dan keluarga penulis, yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
7. Teman – teman Terapan Pemasaran Digital 2019, Teman - teman dekat saya yang senantiasa memberikan dukungan.
8. Terakhir , ucapan terima kasih kepada diri sendiri yang tetap bertahan dan berjuang berkomitmen menyelesaikan skripsi ini hingga tuntas.

Penulis menyadari bahwa selama proses penulisan skripsi ini masih terdapat kesalahan dan kekurangan. Kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan skripsi ini agar lebih lengkap. Penulis juga berharap tesis ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti tingkat lanjut yang mempelajari topik serupa. Skripsi ini menggunakan pedoman terbaru .

LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya ilmiah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 16 Juli 2024

Yang Membuat Pernyataan




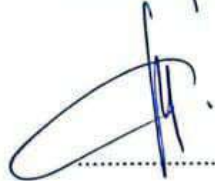



Hario Bimo Wioskawuri

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi**



Prof. Usep Suhud, M. Si., Ph. D.
NIP. 197002122008121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dra. Sholikhah, MM NIP. 196206231990032001 (Ketua Penguji)		01 Agustus 2024
2	Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M NIP 19308272020122024 (Penguji 1)		01 Agustus 2024
3	Agung Kresnamurti Rivali P.,ST,M.M. NIP. 197404162006041001 (Penguji 2)		31 Juli 2024
4	Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M NIP 197206272006041001 (Pembimbing 1)		05 Agustus 2024
5	Ika Febrilia, S.E., M.M NIP 198702092015042001 (Pembimbing 2)		30 Juli 2024

Nama : Hario Bimo Wioskawuri
No. Registrasi : 1702519030
Program Studi : D4 Digital Marketing
Tanggal Lulus : 22 Maret 2024