

SKRIPSI
EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA ALDYAN STORE AND TRAVEL



OLEH :
Hironimus Jull Jura Jatha
NIM : 18083000015

PROGRAM S1 SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI
UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
2024

**EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA ALDYAN STORE AND
TRAVEL**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan
Mendapatkan Gelar Sarjana Sistem Informasi (S.Kom.)

Oleh:
Hironimus Jull Jura Jatha
18083000015

**PROGRAM S1 SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI
UNIVERSITAS MERDEKA
MALANG**

2024

MOTTO

Be good, do more, and be brave

Jadilah orang baik, berbuat lebih banyak dan berani

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Hironimus Jull Jura Jatha
Nim : 18083000015
Program Studi : Sistem informasi
Bidang Kajian : Analisis data
Judul : Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai
Media Promosi Pada Aldyan Store And Travel

Malang, 12 Juni 2024

DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi
S1 Sistem Informasi



Luthfi Indana, S.Pd., M.Pd.

NIDN: 0711059203

Dosen Pembimbing



Rizza Muhammad Aricf, M.H., M.Kom

NIDN : 0712028203

Dekan
Fakultas Teknologi Informasi



Dr. Mardiana Andarwati, S.E., M.Si.
NIDN: 0716037601

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh

Nama : Hironimus Jull Jura Jatha
Nim : 18083000015
Judul : Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pada Aldyan Store And Travel

Telah dipertahankan didepan Dosen Penguji Pada,
Hari : Kamis
Tanggal : 18 Juni 2024
Tempat : Fakultas Teknologi Informasi
Universitas Merdeka Malang

Susunan Penguji

Ketua Penguji



Himawan Pramaditya, S.Kom., M.Kom.

NIDN : 0716098405

Sekretaris Penguji



Rizza Muhammad Arief, M.H., M.Kom

NIDN: 0729118904

Anggota Penguji



Amadea Permana Sanusi, S.Tr., M.Tr.T

Skripsi ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Sistem Informasi

Malang, 12 Agustus 2024

Dekan Fakultas Teknologi Informasi



Dr. Mardiana Andarwati, S.E., M.Si.

NIDN: 0716037601

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya bertandatangan dibawa ini:

Nama : Hironimus Jull Jura Jatha
Nim : 18083000015
Program Studi : S1 Sistem Informasi
Judul : Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai
Media Promosi Pada Aldyan Store And Travel
Fakultas : Teknologi Informasi
Perguruan Tinggi : Universitas Merdeka Malang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul: “Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pada Aldyan Store And Travel” adalah benar-benar hasil karya saya dan bukan karya orang lain (plagiasi/jiplakan) serta tidak didasarkan pada data palsu, baik sebagian maupun keseluruhan kecuali dalam bentuk kutipan daftar pustaka.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiat, maka saya bersedia mendapatkan sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 12 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan,



Hironimus Jull Jura Jatha

EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA ALDYAN STORE AND TRAVEL

Hironimus Jull Jura Jatha
Program Studi Informasi, Program
Sistem Informasi Universitas Merdeka Malang
Email : oniyyarendoox@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini mengevaluasi efektivitas penggunaan media sosial Instagram sebagai media promosi di Aldyan Store and Travel. Di era digital, Instagram menjadi platform yang strategis untuk pemasaran karena fitur visual dan interaktifnya. Metode penelitian kuantitatif digunakan dengan mengumpulkan data melalui survei pelanggan Aldyan Store and Travel, yang mengukur indikator efektivitas seperti tingkat keterlibatan pengguna (likes, comments, shares), peningkatan jumlah pengikut, dan dampak promosi terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram efektif sebagai media promosi. Hal ini dibuktikan dengan tingginya keterlibatan pengguna pada postingan promosi serta peningkatan signifikan dalam jumlah pengikut. Promosi melalui Instagram juga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dengan banyak responden menyatakan lebih tertarik untuk membeli produk atau jasa setelah melihat promosi di Instagram. Kesimpulannya, Instagram adalah media promosi yang efektif bagi Aldyan Store and Travel. Disarankan untuk terus memanfaatkan Instagram dan mengoptimalkan fitur-fiturnya guna meningkatkan keterlibatan pengguna serta menarik lebih banyak pelanggan potensial.

Kata Kunci: Media Sosial, Instagram, Promosi, Efektivitas, Aldyan Store and Travel

***EFFECTIVENESS OF USING INSTAGRAM SOCIAL MEDIA AS
PROMOTIONAL MEDIA AT ALDIAN STORE AND TRAVEL***

Hironimus Jull Jura Jatha
Program Studi Informasi, Program
Sistem Informasi Universitas Merdeka Malang
Email : oniyyarendoox@gmail.com

ABSTRACT

This research evaluates the effectiveness of using Instagram social media as a promotional medium at Aldyan Store and Travel. In the digital era, Instagram has become a strategic platform for marketing because of its visual and interactive features. Quantitative research methods are used by collecting data through Aldyan Store and Travel customer surveys, which measure effectiveness indicators such as the level of user engagement (likes, comments, shares), increase in the number of followers, and the impact of promotions on purchasing decisions. The research results show that Instagram is effective as a promotional medium. This is evidenced by high user engagement on promotional posts as well as a significant increase in the number of followers. Promotions via Instagram also have a positive influence on purchasing decisions, with many respondents stating they were more interested in purchasing products or services after seeing promotions on Instagram. In conclusion, Instagram is an effective promotional media for Aldyan Store and Travel. It is recommended to continue utilizing Instagram and optimizing its features to increase user engagement and attract more potential customers.

Keywords: *Social Media, Instagram, Promotion, Effectiveness, Aldyan Store and Travel*

LEMBAR PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Puji Tuhan atas semua berkat dan karunianya sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
2. Ayah DOMINUKUS JUMA, Ibu tercinta VERONIKA B. MORON, Kaka tersayang, CRISTINA INE EMBU, RENELDIS DENSIANI, VALENTINO J. ENZIO, atas dukungan dan doa serta motivasi.
3. Semua keluarga terima kasih banyak telah memberikan dukungan dan motivasi
4. Sahabat perjuangan sistem informasi angkatan 2018 terutama Ama Iscko, Yusuf, Agus, Roland, Sergo, Evan, Wawan, Frangky, Roy, Agus Key, dan semua teman Fakultas Teknologi Informasi.
5. Alamamaterku tercinta Fakultas Teknologi Informasi Universitas Merdeka Malang.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, yang telah mencurahkan hikmat dan penyertaannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Efektivitas Penggunaan Media Sisoal Instagram Sebagai Media Promosi Pada Aldyan Store And Travel”.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Sistem Informasi Pada Fakultas Teknologi Informasi Universitas Merdeka Malang.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa ada bantuan dan dorongan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Rizza Muhammad Arief, M.H., M.Kom selaku Dosen Pembimbing
2. Bapak Himawan Pramaditya, S.Kom., M.Kom selaku dosen penguji I, dan Bapak Amadea Permana Sanusi, S.Tr., M.Tr.T selaku dosen penguji II
3. Ibu Luthfi Indana, S.Pd., M.Pd. selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi
4. Ibu Dr. Mardiana Andarwati, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Teknologi Informasi
5. Bapak Prof. Drs. Anwar Sanusi, MPA, Ph.D. selaku Rektor Universitas Merdeka Malang.

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Malang, 12 Agustus 2024

Hironimus Jull Jura Jatha

DAFTAR ISI

SAMPUL LUAR	
SAMPUL DALAM	i
MOTTO	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BIODATA PENELITI.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.5 Batasan Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Landasan Teori	4
2.1.1 Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi	4
2.1.2 Promosi.....	7
2.1.3 Media Sosial <i>Instagram</i> Sebagai Media Promosi	8
2.2 Penelitian Terdahulu.....	10
BAB III METODE PENELITIAN	14
3.1 Desain Penelitian.....	14
3.2 Lokasi Penelitian	14

3.3 Populasi dan Sampel	15
3.4 Teknik Pengumpulan Data	16
3.5 Teknik Analisis Data	18
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	22
4.1 Gambar Umum Penelitian	22
4.2 Hasil Penelitian	23
4.3 Pembahasan	46
BAB V PENUTUP	51
5.1 Kesimpulan.....	51
5.2 Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA.....	53
LAMPIRAN	55

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Model Tahapan Kognitif, Afektif dan Perilaku Konsumen	5
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 4. 1 Data Penjualan Bulan Januari Sebelum (Before) Menggunakan Instagram. 25	
Tabel 4. 2 Data Penjualan Bulan Februari Sesudah (After) Menggunakan Instagram ..25	
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas	26
Tabel 4. 4 Presentase Hasil Perhitungan Validitas Kuesioner Penelitian.....	28
Tabel 4. 5 Alpha Cronback.....	30
Tabel 4. 6 uji reliabilitas	30
Tabel 4. 7 Responden Berdasarkan Umur	31
Tabel 4. 8 Jenis Kelamin Rersponden	32
Tabel 4. 9 Berdasarkan Pekerjaan Saat Ini.....	32
Tabel 4. 10 Berdasarkan Pendidikan Terakhir	32
Tabel 4. 11 Berdasarkan Pendapatan Reponden	33
Tabel 4. 12 Jumlah dan Peresntase Penilaian Responden Akun Instagram Aldyan Store and Travel	34
Tabel 4. 13 Jumlah persentase responden dalam mencapai tahap AISAS	35
Tabel 4. 14 jumlah presntase penilaian responden berdasarkan indikator pada tahap Attetion	36
Tabel 4. 15 Jumlah Presentase penilaian berdasarkan indikator pada tahap Interest.....	37
Tabel 4. 16 Jumlah Prasantase Penilaian Berdasarkan indikator pada tahap Shearch ...	39
Tabel 4. 17 Jumlah Presentase penilain berdasarkan indikator pada tahap Action	40
Tabel 4. 18 Jumlah presentase penilaian berdasarkan indikator pada tahap Shere	41
Tabel 4. 19 Nilai koefisiensi Chi-Square dan signifikasi antara jenis kelamin dan jenis pekerjaan saat ini dengan efektivitas media promosi	43
Tabel 4. 20 Nilai Koefisien Rank Spearman dan signifikasi antara jenis kelamin dan jenis pekerjaan dengan efektivitas promosi (AISAS).	45
Tabel 4. 21 Nilai koefisiensi korelasi dan signifikasi antara akun instagram Aldyan Store and Travel dan Efektivitas media promosi (AISAS).....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Negara dengan pengguna Instagram dunia 2023	9
Gambar 4. 1 Profil Aldyan Store and Travel	22

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Cek Plagiasi	55
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas.....	58
Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas	59
Lampiran 4 Hasil Uji Chi Squard	59