

**EFEKTIVITAS IKLAN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK KOSMETIK LOKAL**

**ANEKE VIRANDA PUTRI**

**1702519003**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**PROGRAM SARJANA TERAPAN PEMASARAN DIGITAL**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2023**

***THE EFFECTIVENESS OF ADVERTISING THROUGH SOCIAL MEDIA  
INSTAGRAM AS A PROMOTIONAL MEDIA FOR LOCAL COSMETICS  
PRODUCTS***

**ANEKE VIRANDA PUTRI**

**1702519003**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*


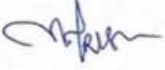



***DIGITAL MARKETING APPLIED UNDERGRADUATE PROGRAM***

***FACULTY OF ECONOMICS***

***STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

***2023***

## LEMBAR PENGESAHAN

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dra. Sholikhah, M.M. NIP 196206231990032001 (Ketua Sidang)		01 Februari 2024
2	Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A. NIP 199111022022032013 (Penguji 1)		01 Februari 2024
3	Agung Kresnamurti Rivai P., ST, M.M. NIP 197404162006041001 (Penguji 2)		01 Februari 2024
4	Ika Febriha, SE, M.M. NIP 198702092015042001 (Pembimbing 1)		01 Februari 2024
5	Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M. NIP 199308272020122024 (Pembimbing 2)		01 Februari 2024

Nama : Aneke Viranda Putri  
No. Registrasi : 1702519003  
Program Studi : D4 Pemasaran Digital  
Tanggal Lulus : 29 Januari 2024

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

### PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta :

Nama : Aneke Viranda Putri

Nim : 1702519003

Program Studi : D4 Pemasaran Digital

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul "Efektivitas Iklan Melalui Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Produk Kosmetik Lokal" dibuat oleh saya sendiri dan bukan merupakan duplikasi skripsi yang pernah dibuat oleh orang lain atau jiplakan karya tulis 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 pernyataan ini tidak benar.

Jakarta, 21 November 2023

Yang membuat pernyataan,

A handwritten signature in blue ink is written over a yellow rectangular stamp. The stamp contains the text 'MUTUAI 704870' and '08700000002397'.

Aneke Viranda Putri

## LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



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 : Aneke Viranda Putri  
NIM : 1702519003  
Fakultas/Prodi : Ekonomi/D4 Pemasaran Digital  
Alamat email : [anekeviranda@gmail.com](mailto:anekeviranda@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 Iklan Melalui Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Produk Kosmetik Lokal

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

( Aneke Viranda Putri)

## ABSTRAK

**Aneke Viranda Putri, 2023: Efektivitas Iklan Melalui Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Produk Kosmetik Lokal. Skripsi, Jakarta: Program Studi Sarjana Terapan Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing : Ika Febrilia S.E, M.M. dan Dewi Agustin Pratama Sari, S.E, M.S.M.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas iklan melalui media sosial Instagram sebagai media promosi produk kosmetik lokal pada Mustika Ratu. Sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 194 responden dengan kriteria yaitu mempunyai media sosial Instagram, berdomisili di DKI Jakarta, serta berusia 17- 31 tahun. Software yang digunakan pada penelitian ini adalah SPSS versi 25 untuk mengolah data dan menganalisis data penelitian. Penelitian ini menggunakan 4 dimensi yaitu *Empathy, Persuasion, Impact, dan Communication*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa nilai rata-rata ke empat dimensi tersebut 4,02 yang berarti promosi yang dilakukan oleh Mustika Ratu melalui media sosial Instagram termasuk kategori “Efektif”.

**Kata Kunci:** Efektivitas Iklan, EPIC Model, Instagram, Kosmetik, Promosi

## **ABSTRACT**

***Aneke Viranda Putri, 2023: The Effectiveness of Advertising Through Social Media Instagram as a Media for the Promotion of Local Cosmetic Products. Thesis, Jakarta: Department of Applied Digital Marketing, Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta. Advisory Team: Ika Febrilia S.E, M.M. dan Dewi Agustin Pratama Sari, S.E, M.S.M.***

*This study aims to determine the effectiveness of advertising through Instagram social media as a medium for promoting local cosmetic products at Mustika Ratu. The sample used in this study amounted to 194 respondents with the criteria of having Instagram social media, domiciled in DKI Jakarta, and aged 17-31 years. The software used in this research is SPSS version 25 to process data and analyse research data. This study uses 4 dimensions, namely Empathy, Persuasion, Impact, and Communication. The results of this study indicate that the average value of the four dimensions is 4.02, which means that the promotion carried out by Mustika Ratu through Instagram social media is in the "Effective" category.*

***Keywords:*** Advertising Effectiveness, EPIC Model, Instagram, Cosmetics, Promotion

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat Menyusun dan menyelesaikan dengan baik skripsi yang berjudul “Efektivitas Iklan Melalui Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Produk Kosmetik Lokal”. 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. Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D selaku Koordinator Program Studi Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
2. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
3. Ika Febrilia, SE, M.M dan Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M. 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.

Jakarta, November 2023



Aneke Viranda Putri

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang Penelitian.....</b>	<b>1</b>
<b>A. Pertanyaan Penelitian.....</b>	<b>11</b>
<b>B. Tujuan Penelitian.....</b>	<b>12</b>
<b>C. Manfaat Penelitian.....</b>	<b>12</b>
<b>BAB II .....</b>	<b>13</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>13</b>
<b>A. Komunikasi Pemasaran.....</b>	<b>13</b>
<b>B. Periklanan.....</b>	<b>15</b>
<b>C. Efektivitas Iklan .....</b>	<b>18</b>
<b>F. Pengukuran Efektivitas Iklan .....</b>	<b>25</b>
<b>G. Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>29</b>
<b>BAB III.....</b>	<b>37</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
<b>A. Tempat dan Waktu Penelitian.....</b>	<b>37</b>
<b>B. Desain Penelitian.....</b>	<b>37</b>

C. Sumber Data dan Sampel Penelitian.....	37
D. Teknik Pengumpulan Data .....	40
E. Teknik Analisis Data.....	47
BAB IV .....	53
HASIL DAN PEMBAHASAN .....	53
BAB V.....	73
PENUTUP.....	73
DAFTAR PUSTAKA .....	79
DAFTAR LAMPIRAN .....	81

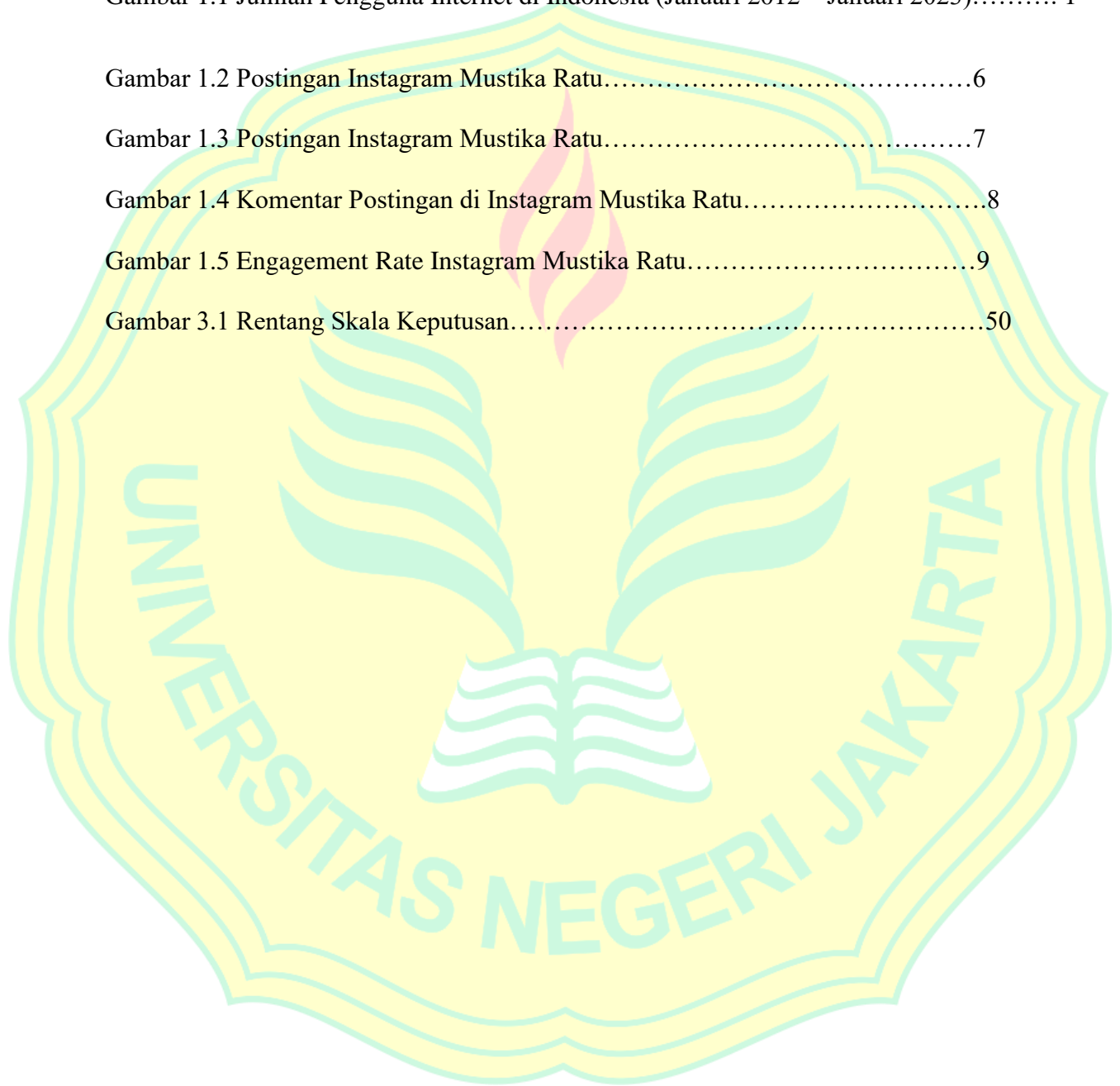


## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengikut <i>Account</i> Instagram Berdasarkan Produk Kosmetik Yang Melakukan Iklan Melalui Media Sosial	
Instagram.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1 Instumen Penelitian.....	35
Tabel 3.2 Bobot Skor Kriteria dan Tingkat Capain.....	46
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	53
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pekerjaan.....	53
Tabel 4.5 Uji Validitas.....	54
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 4.7 Frekuensi Jawaban Pada Dimensi <i>Empathy</i> .....	56
Tabel 4.8 Frekuensi Jawaban Pada Dimensi <i>Persuasion</i> .....	59
Tabel 4.9 Frekuensi Jawaban Pada Dimensi <i>Impact</i> .....	62
Tabel 4.10 Frekuensi Jawaban Pada Dimensi <i>Communication</i> .....	65
Tabel 4.11 Skor Rata – Rata EPIC Model.....	68

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (Januari 2012 – Januari 2023).....	1
Gambar 1.2 Postingan Instagram Mustika Ratu.....	6
Gambar 1.3 Postingan Instagram Mustika Ratu.....	7
Gambar 1.4 Komentar Postingan di Instagram Mustika Ratu.....	8
Gambar 1.5 Engagement Rate Instagram Mustika Ratu.....	9
Gambar 3.1 Rentang Skala Keputusan.....	50



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	80
Lampiran 2 Data Tabulasi Hasil Kuesioner.....	87
Lampiran 3 Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	107
Lampiran 4 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	111

