

**EFEKTIVITAS PROMOSI INSTAGRAM PADA KONSUMEN
UMKM SEKTOR MAKANAN DI DKI JAKARTA**

Said Maulana

1702519059



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI D4 PEMASARAN DIGITAL

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

***THE EFFECTIVENESS OF INSTAGRAM PROMOTION FOR
FOOD SECTOR MSMEs CONSUMERS IN DKI JAKARTA***

Said Maulana

1702519059



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

*This thesis is prepared as one of the requirements to obtain a Bachelor of
Applied Digital Marketing at the Faculty of Economics Jakarta State University*

BACHELOR OF APPLIED DIGITAL MARKETING

FACULTY OF ECONOMICS

JAKARTA STATE UNIVERSITY

2024

LEMBAR PENGESAHAN


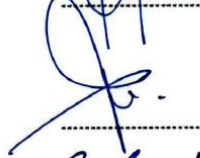


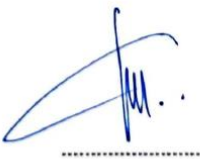
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



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

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Ika Febrilia, S.E., M.M 198702092015042001 (Ketua Penguji)	
2	Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D 197412212008121001 (Penguji Ahli 1)	
3	Muhammad Fawaiq, M.Ec.Dev. 198507232010121002 (Penguji Ahli 2)	
4	Dr. Christian Wiradendi Wolor, S.E., M.M. 199110182019031014 (Pembimbing 1)	
5	Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M. 199308272020122024 (Pembimbing 2)	
Nama : Said Maulana No. Registrasi : 1702519059 Program Studi : Pemasaran Digital Tanggal Lulus : 23 Januari 2024			

F072020

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Said Maulana

NIM : 1702519059

Program Studi : D4 Pemasaran Digital

Menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak ada skripsi/karya ilmiah lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada suatu perguruan tinggi, dan tidak ada karya atau pendapat lain yang ditulis atau diterbitkan oleh orang/organisasi lain, kecuali dokumen-dokumen yang dikutip secara tertulis dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar Pustaka.

Oleh karena itu, dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak mengandung unsur plagiarisme dan apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiat dari karya penulis lain dan/atau dengan sengaja produk atau pendapat yang dikirimkan merupakan karya penulis lain, penulis bersedia menerima sanksi akademis dan/atau hukum yang berlaku.

Jakarta, 8 Januari 2024



Memartabatkan Bangsa

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

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Said Maulana
NIM : 1702519059
Fakultas/Prodi : Ekonomi/D4 Pemasaran Digital
Email : saidmaulana.id@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 Instagram pada Konsumen UMKM Sektor Makanan di DKI Jakarta

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, 15 Februari 2024
Penulis

(Said Maulana)

ABSTRAK

Said Maulana, 2024: Efektivitas Promosi Instagram Pada UMKM Sektor Makanan Di DKI Jakarta. Skripsi, Jakarta: Program Studi Sarjana Terapan Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim pembimbing: Dr. Christian Wiradendi Wolor, S.E., M.M. dan Dewi Agustin, S.E, M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur efektivitas promosi Instagram pada UMKM sektor makanan di DKI Jakarta. Efektivitas promosi diukur dengan konsep AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*). Sampel dalam penelitian ini adalah 105 orang pemilik akun Instagram aktif dan menfollow minimal satu akun UMKM sektor makanan di DKI Jakarta yang berpromosi di media Instagram. Metode analisis data menggunakan uji validitas dan reliabilitas data. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa efektivitas promosi Instagram pada UMKM sektor makanan di DKI Jakarta pada kategori tinggi. Hal ini menandakan bahwa promosi Instagram bermanfaat untuk menarik konsumen membeli produk UMKM sektor makanan di DKI Jakarta.

Kata Kunci: Efektivitas Promosi Instagram, Media Sosial, Instagram, UMKM



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

ABSTRACS

Said Maulana, 2024: Effectiveness of Instagram Promotion for Food Sector SMEs in DKI Jakarta. Thesis, Jakarta: Bachelor of Applied Digital Marketing, Faculty of Economics, Jakarta State University. Advisory team: Dr. Christian Wiradendi Wolor, S.E., M.M., and Dewi Agustin, S.E., M.M.

This research aims to measure the effectiveness of Instagram promotion for SMEs in the food sector in DKI Jakarta. The effectiveness of promotion is measured using the AISAS concept (Attention, Interest, Search, Action, Share). The sample in this study consists of 105 active Instagram account owners who follow at least one SME account in the food sector in DKI Jakarta that promotes on Instagram. Data analysis methods use validity and reliability tests. The results of the study reveal that the effectiveness of Instagram promotion for SMEs in the food sector in DKI Jakarta is categorized as high. This indicates that Instagram promotion is beneficial in attracting consumers to purchase products from SMEs in the food sector in DKI Jakarta.

Keyword: Effectiveness of Instagram Promotion, Social Media, Instagram, MSMEs



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

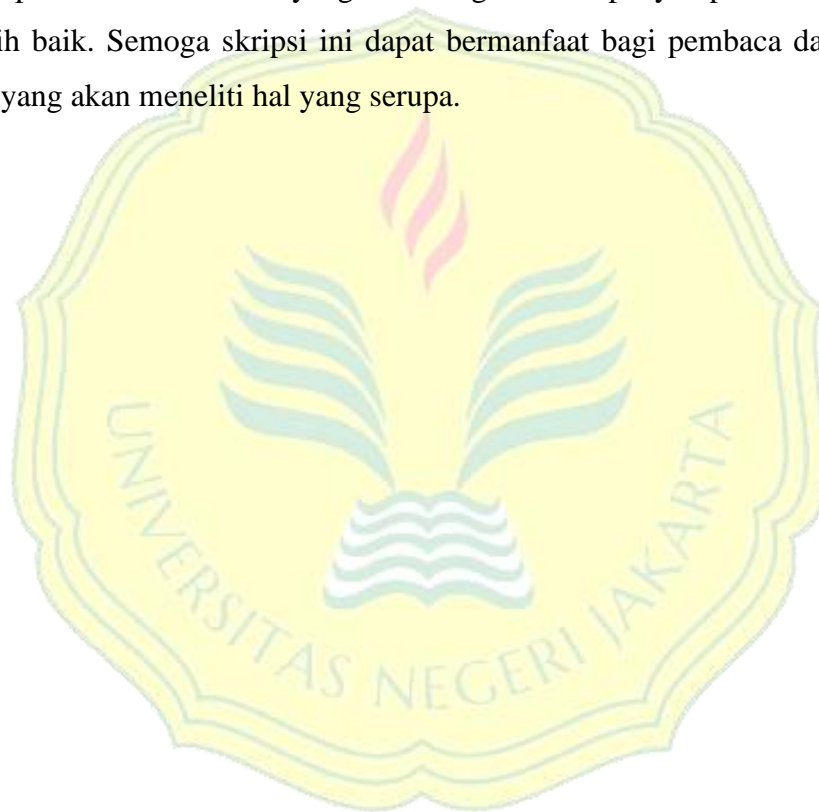
LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat, karunia, dan izinNya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Rasulullah Muhammad SAW, keluarga, serta sahabatnya. Skripsi yang berjudul “Efektivitas Promosi Instagram pada Konsumen UMKM Sektor Makanan di DKI Jakarta” ini dibuat dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Terapan Pemasaran Digital di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyelesaian skripsi ini, peneliti mendapatkan bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Maka peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak, terutama kepada:

1. Dr. Christian Wiradendi, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing I yang senantiasa membimbing dan mengarahkan peneliti dari awal penulisan skripsi ini hingga selesai.
2. Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M. selaku dosen pembimbing II yang senantiasa membimbing dan mengarahkan peneliti dari awal penulisan skripsi ini hingga selesai.
3. Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D. Koordinator Program Studi D4 Pemasaran Digital Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Kedua orang tua peneliti, yang tak henti-hentinya memberikan doa, dukungan, dan motivasi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Dosen-dosen Program Studi Pemasaran Digital Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu serta memberi pengarahan dalam studi yang peneliti tempuh, serta Staf program Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah membantu dalam proses administrasi dan pemberkasan.
7. Kakak-kakak senior yang telah memberikan arahan dan saran dalam proses penyusunan skripsi ini.

8. Teman-teman mahasiswa Pemasaran Digital 2019 khususnya Pemasaran Digital A 2019 yang senantiasa memberikan semangat dan dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak sekali kekurangan karena keterbatasan yang dimiliki. Untuk itu peneliti sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk penyempurnaan skripsi ini agar lebih baik. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan peneliti lanjutan yang akan meneliti hal yang serupa.



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	ii
ABSTRAK	iv
ABSTRACTS	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Pertanyaan Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II	11
A. Teori Pendukung	11
1. Pengertian Media Sosial	11
2. Penggunaan dan Pemanfaatan Media Sosial	12
3. Kelebihan dan Kekurangan Media Sosial	14
4. Karakteristik Media Sosial	16
5. Instagram	17
6. Model AISAS	21
B. Penelitian Terdahulu	22
BAB III	32
A. Waktu dan Tempat Penelitian	32
B. Pendekatan Penelitian	32
C. Populasi dan Sampel	32
D. Teknik Pengumpulan Data	33
1) Definisi Operasional Variabel	34
2) Instrumen Penelitian	35

3) Skala Pengukuran.....	38
4) Uji Instrumen Penelitian	39
E. Teknik Analisis Data.....	40
1) Teknik Analisis Deskriptif	40
2) Skor Rata-Rata.....	41
3) Efektivitas	42
BAB IV.....	44
A. Analisis Deskriptif.....	44
1. Profil Responden.....	44
2. Uji Instrumen Penelitian	46
B. Analisis Deskripsi AISAS	48
1. <i>Attention</i>	48
2. <i>Interest</i>	50
3. <i>Search</i>	52
4. <i>Action</i>	53
5. <i>Share</i>	55
6. AISAS.....	57
C. Analisis Rata-Rata AISAS.....	57
D. Pembahasan.....	58
BAB V	62
A. Kesimpulan.....	62
B. Implikasi	64
1. Implikasi Teoritis	64
2. Implikasi Praktis.....	65
C. Keterbatasan Penelitian	66
D. Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya	67
DAFTAR PUSTAKA.....	68

DAFTAR GAMBAR

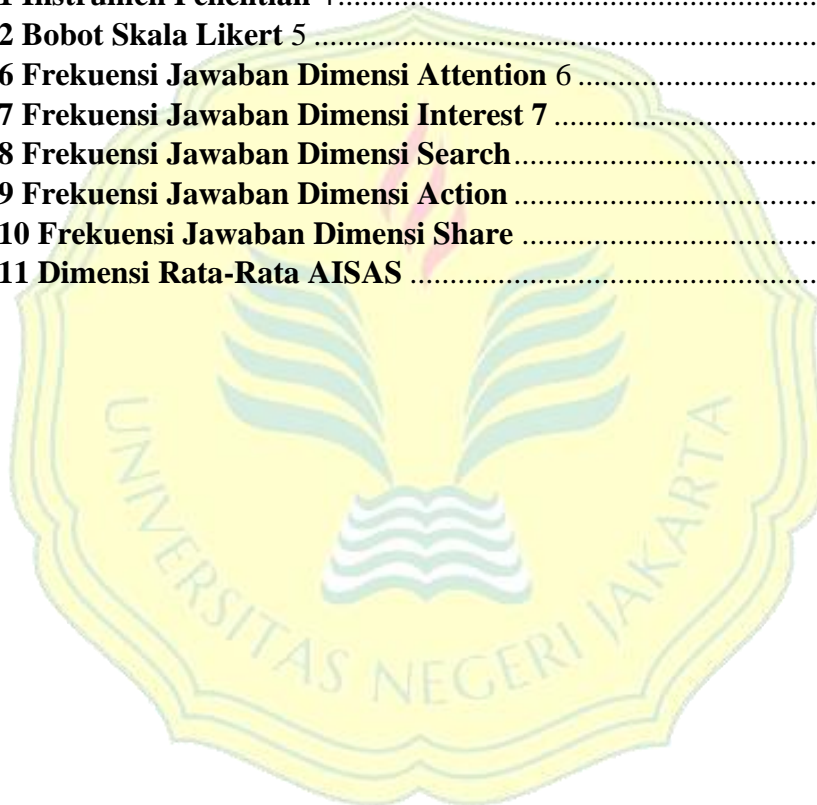
Gambar 1 1. Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia.....	3
Gambar 1 2 Jumlah Responden yang Mengetahui Produk Baru UMKM Sektor Makanan di DKI Jakarta melalui Instagram	7



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah UMKM yang Menggunakan Media Sosial di DKI Jakarta Tahun 2020	5
Tabel 1.2 Jumlah UMKM Sektor Makanan yang Menggunakan Media Sosial di DKI Jakarta Tahun 2020	6
Tabel 1.3 Jumlah Presentase Sumber Informasi Responden Mengetahui Produk UMKM Sektor Makanan DKI Jakarta	7
Tabel 3.1 Instrumen Penelitian 4	35
Tabel 3.2 Bobot Skala Likert 5	38
Tabel 4.6 Frekuensi Jawaban Dimensi Attention 6	48
Tabel 4.7 Frekuensi Jawaban Dimensi Interest 7	50
Tabel 4.8 Frekuensi Jawaban Dimensi Search	52
Tabel 4.9 Frekuensi Jawaban Dimensi Action	54
Tabel 4.10 Frekuensi Jawaban Dimensi Share	56
Tabel 4.11 Dimensi Rata-Rata AISAS	57



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

DAFTAR LAMPIRAN

<u>LAMPIRAN</u>	72
<u>Lampiran 1 Kuesioner Penelitian</u>	72
<u>Lampiran 2. Hasil Uji Validitas</u>	77
<u>Lampiran 3. Hasil Uji Reliabilitas</u>	80
<u>Lampiran 4. Hasil Uji Kemiripan Naskah</u>	82
<u>Lampiran 5. Riwayat Hidup</u>	83



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*