

**ANALISIS EFEKTIVITAS *SOCIAL MEDIA MARKETING* PADA
HALTEV IT LEARNING CENTER**

MUHAMMAD RIFQI FEBRIAN

1702519017



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

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

**PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN PEMASARAN
DIGITAL**

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

**ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS OF SOCIAL MEDIA
MARKETING AT HALTEV IT LEARNING CENTER**

MUHAMMAD RIFQI FEBRIAN

1702519017



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

This thesis is prepared as one of the requirements to obtain a Bachelor of Applied
Science degree at the Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta.

D4 DIGITAL MARKETING STUDY PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2024

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas *social media marketing* pada PT Haltev IT Learning Center dengan menggunakan analisis SWOT. Jenis penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis SWOT. Pengumpulan data dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan pengecekan keabsahan data memakai triangulasi sumber data. Peneliti menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui nilai dari matriks IFAS dan EFAS untuk mengetahui dan menganalisis tingkat keefektifitas *social media marketing* Haltev IT Learning Center. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa Haltev IT Learning Center berada di kuadran satu yang berarti perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam posisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth-oriented strategy*). Untuk skor nilai matriks IFAS sebesar 2,81 dan skor nilai matriks EFAS sebesar 3. Untuk matriks SWOT, berada di SO yang berarti Haltev IT Learning Center dimana perusahaan mampu memanfaatkan peluang yang ada dengan kekuatan yang dimiliki perusahaan, hal ini baik bagi Haltev IT Learning Center untuk mengurangi kelemahan dan meminimalisir ancaman agar dapat meningkatkan efektivitas.

Kata kunci: Efektivitas, Social Media Marketing, SWOT, Haltev IT Learning Center



ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effectiveness of social media marketing at Haltev IT Learning Center using SWOT analysis. This type of research uses a qualitative approach with the SWOT analysis method. Data collection using observation, interview, and documentation methods with data validity checking using data source triangulation. Researchers use SWOT analysis to determine the value of the IFAS and EFAS matrix to determine and analyze the level of effectiveness of Haltev IT Learning Center's social media marketing. From the results of the research that has been done, it can be concluded that Haltev IT Learning Center is in quadrant one, which means that the company has opportunities and strengths so that it can take advantage of existing opportunities. The strategy that must be applied in this position is to support an aggressive growth policy (growth-oriented strategy). For the IFAS matrix value score of 2.81 and the EFAS matrix value score of 3. For the SWOT matrix, it is in SO which means that Haltev IT Learning Center where the company is able to take advantage of existing opportunities with the strengths of the company, this is good for Haltev IT Learning Center to reduce weaknesses and minimize threats in order to increase effectiveness.

Keyword: *Effectiveness, Social Media Marketing, SWOT, Haltev IT Learning Cente*



LEMBAR PERSETUJUAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung M, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Fax: (021) 4706285, Surat Elektronik: fe@unj.ac.id
Laman: fe.unj.ac.id

SURAT PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dr. Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si.
NIP/NIDK : 197206171999031001
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing I

Nama : Shandy Aditya, BIB, MPBS
NIP/NIDK : 198404082019031003
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing II

Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Muhammad Rifqi Febrina
No. Registrasi : 1702519017
Program Studi : D4 Pemasaran Digital
Judul Skripsi : Analisis Efektivitas Social Media Marketing Pada Haltev It Learning Center

untuk mengikuti Sidang Skripsi.

Jakarta, 21 April 2024

Dosen Pembimbing I

Dr. Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si.
197206171999031001

Dosen Pembimbing II



Shandy Aditya, BIB, MPBS
198404082019031003

Mengetahui,
Koord. Program Studi D4 Pemasaran
Digital

Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D
197412212008121001

LEMBAR PENGESAHAN



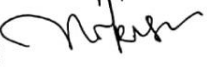


LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



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

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dra. Solikhah, MM NIP. 196206231990032001 (Ketua Sidang)		6 Juni 2024
2	Ika Febrilia, S.E., M.M NIP. 198702092015042001 (Penguji 1)		13 Mei 2024
3	Nofriska Krissanya, MBA NIP. 199111022022032013 (Penguji 2)		6 Mei 2024
4	Dr. Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si NIP. 197206171999031001 (Pembimbing 1)		10 Juni 2024
5	Shandy Aditya, BIB., MPBS NIP. 198404082019031003 (Pembimbing 2)		13 Juni 2024

Nama : Muhammad Rifqi Febrian
No. Registrasi : 1702519017
Program Studi : D4 Pemasaran Digital
Tanggal Lulus : 30 April 2024

LEMBAR ORISINALITAS

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, 12 Juni 2024

Yang Membuat Pernyataan



M Rifqi Febrian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN
TEKNOLOGI 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 : Muhammad Rifqi Febrian

NIM : 1702519017

Fakultas/Prodi : Ekonomi/D4 Pemasaran Digital

Alamat email : rifqifebrian72@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 :

Analisis Efektivitas Social Media Marketing Pada Haltev IT Learning Center

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, 27 Juli 2024

()
Muhammad Rifqi Febrian

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan dengan baik skripsi yang berjudul “Analisis Efektivitas *Social Media Marketing* Pada Haltev It Learning Center”. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis mendapat dukungan dan saran dari berbagai 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. Dr. Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si. dan Shandy Aditya, BIB, MPBS 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.
7. Sahabat saya Daffa, Ardhi, Aldrian, Irfan, dan juga Fathur yang telah menyemangati saya untuk menyelesaikan skripsi saya ini

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

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Pertanyaan Penelitian	16
C. Tujuan Penelitian	17
D. Manfaat Penelitian	17
BAB II	18
KAJIAN PUSTAKA	18
A. Landasan Teori	18
1. <i>Social Media Marketing</i>	18
a. Pengertian <i>Social Media Marketing</i>	18
b. Tujuan <i>Social Media Marketing</i>	20
c. Elemen-elemen <i>Social Media Marketing</i>	20
d. Strategi <i>Social Media Marketing</i>	22
e. Manfaat <i>Social Media Marketing</i>	24
2. Analisis SWOT	26
B. Penelitian Terdahulu	37
BAB III	43
METODOLOGI PENELITIAN	43
A. Tempat dan Waktu Penelitian	43
B. Desain Penelitian	43
C. Sumber Data dan Informan Penelitian	44

D.	Teknik Pengumpulan Data	45
E.	Teknik Keabsahan Data	47
F.	Teknik Analisis Data	48
BAB IV	51
HASIL DAN PEMBAHASAN	51
A.	Deskripsi Data	51
B.	Uji Credibility	52
1.	Analisis Faktor Internal Haltev IT Learning Center	52
2.	Analisis Faktor Eksternal Haltev IT Learning Center	63
C.	Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary).....	72
D.	Matriks EFAS (External Factor Analysis Summary).....	75
E.	Matriks SWOT	77
F.	Diagram Cartesius Analisis SWOT	80
BAB V	84
PENUTUP	84
A.	Kesimpulan	84
B.	Saran	84
C.	Implikasi.....	85
D.	Keterbatasan Penelitian	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	90
A.	Lampiran Wawancara	90
B.	Lampiran Kuesioner	116
C.	Tabel kuesioner matriks IFAS dan EFAS.....	122
D.	Dokumentasi	124