

**Efektivitas Promosi Produk Bakmi GM Melalui Media Sosial  
Instagram @Bakmiania Menggunakan Pendekatan AIDA**

**Widya Safeeya Ningrum**

**1702520065**



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

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

**2025**

*Effectiveness of Bakmi GM Product Promotion Through Instagram*

*Social Media @Bakmigania Using the AIDA Approach*

**Widya Safeeya Ningrum**

**1702520065**



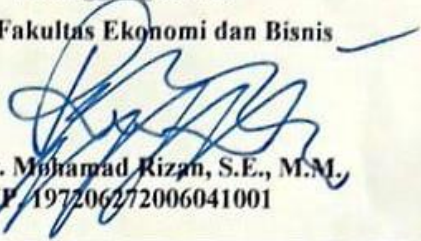


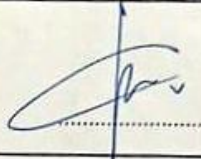

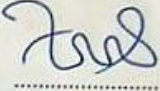
*This thesis is compiled as one of the requirements to obtain an Applied Bachelor's degree at the Faculty of Economics and Business Universitas Negeri Jakarta*

***DIGITAL MARKETING STUDY PROGRAM APPLIED  
BACHELOR PROGRAM FACULTY OF ECONOMICS AND  
BUSINESS***

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2025**

## LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab			
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis			
			
Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M., NIP. 197206272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Ika Febrilia, SE., M.M. NIP. 198702092015042001 (Ketua Penguji)		19 februari 2025
2	Dr. Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si. NIP. 197206171999031001 (Penguji 1)		20 februari 2025
3	Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M. NIP. 199308272020122024 (Penguji 2)		19 februari 2025
4	Agung Kresnamurti Rivai P, ST., M.M. NIP. 197404162006041001 (Pembimbing 1)		20 februari 2025
5	Meta Bara Berutu, S.E., M.M NIP. 199409222022032012 (Pembimbing 2)		20 februari 2025
Nama : Widya Safeeya Ningrum No. Registrasi : 1702520065 Program Studi : D4 Pemasaran Digital Tanggal Lulus : 10 Februari 2025			

## LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



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](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 : Widya Safeeya Ningrum  
NIM : 1702520065  
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis/D4 Pemasaran Digital  
Alamat email : safeeyaw@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 Produk Bakmi GM Melalui Media Sosial Instagram @Bakmigmania Menggunakan Pendekatan AIDA

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, 24 Februari 2025

( Widya Safeeya Ningrum )

## LEMBAR ORISINALITAS

### LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini Saya menyatakan bahwa:

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

Jakarta, 28 Februari 2025

Yang membuat pernyataan



Widya Safeeya Ningrum

## ABSTRAK

**Widya Safeeya Ningrum, 2025: Efektivitas Promosi Produk Bakmi GM Melalui Media Sosial Instagram @Bakmigungman Menggunakan Pendekatan AIDA. Skripsi, Jakarta: Program Studi Sarjana Terapan Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas promosi Bakmi GM jika dievaluasi menggunakan model AIDA. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode deskriptif, di mana data dikumpulkan melalui wawancara, dokumentasi, dan observasi. Narasumber dalam penelitian ini terdiri dari 13 informan kunci yang merupakan konsumen Bakmi GM dan karyawan Bakmi GM. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis data interaktif, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan atau verifikasi. Hasil penelitian menemukan bahwa strategi promosi Bakmi GM pada instagram telah efektif dalam menerapkan model AIDA, meskipun frekuensi unggahan yang sering dan kurangnya kelengkapan deskripsi pada unggahan potongan harga produk menjadi keluhan bagi informan.

**Kata Kunci:** Efektivitas Promosi, Promosi Produk, Media Sosial Instagram, AIDA

## ABSTRACT

*Widya Safeeya Ningrum, 2025: Effectiveness of Bakmi GM Product Promotion Through Instagram Social Media @Bakmigmania Using the AIDA Approach. Thesis, Jakarta: Applied Digital Marketing Undergraduate Study Program, Faculty of Economics and Business, Jakarta State University*

*This study aims to analyze the effectiveness of Bakmi GM promotion if evaluated using the AIDA model. The method used in this study is qualitative research with a descriptive method, where data is collected through interviews, documentation, and observation. The sources in this study consisted of 13 key informants who were consumers of Bakmi GM and employees of Bakmi GM. The data analysis technique used in this study was interactive data analysis, namely data collection, data reduction, data presentation, and conclusions or verification. The results of the study found that Bakmi GM's promotional strategy on Instagram has been effective in implementing the AIDA model, although the frequent upload frequency and the lack of completeness of the description in the product discount uploads were complaints for informants.*

**Keywords:** *Promotion effectiveness, Product Promotion, Instagram Social Media, AIDA*

## LEMBAR PERSEMBAHAN

Dengan segala puji dan syukur yang penulis panjatkan kepada Allah Swt. atas rahmat dan nikmat kesehatan yang diberikan, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini, yang berjudul “Efektivitas Promosi Produk Bakmi GM Melalui Media Sosial Instagram @Bakmigmania Menggunakan Pendekatan AIDA”. Skripsi ini ditulis untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Terapan Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta. Skripsi ini dapat terselesaikan berkat doa, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak yang membantu terselesainya penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, pada lembar persembahan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta;
2. Bapak Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D selaku Koordinator Program Studi D4 Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta;
3. Bapak Agung Kresnamurti Rivai P, ST., MM dan Ibu Meta Bara Berutu, SE., MM selaku dosen pembimbing penulis yang telah membantu memberikan bimbingan, saran, dan motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik;
4. Ibu Ika Febrilia, SE, M.M selaku ketua penguji, Bapak Dr. Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si selaku dosen penguji 1, dan Ibu Dewi Agustin Pratama



Sari, S.E., M.S.M selaku dosen penguji 2 penulis yang telah meluangkan waktu untuk menguji dan memberikan bimbingan dan saran tambahan untuk perbaikan skripsi ini;

5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Program Studi Srojana Terapan Pemasaran Digital yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat selama perkuliahan;
6. Kedua orang tua tersayang, Bapak Edy Prawata dan Ibu Elmy, beserta kakak-kakak tercinta saya yang telah memberikan dukungan, semangat, pengorbanan, dan doa yang tanpa henti hingga saat ini;
7. Seluruh orang terdekat penulis yang telah memberikan dukungan dan semangat, mengorbankan waktu untuk menjadi tempat keluh kesah penulis di hari-hari yang tidak mudah dalam menyelesaikan skripsi ini;
8. Teman-teman Pemasaran Digital angkatan 2020, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, yang telah menjadi teman seperjuangan, memberikan dukungan dan motivasi selama proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih ada kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran dari berbagai pihak yang dapat membangun dan memperbaiki demi kesempurnaan penulisan skripsi ini.

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR ORISINALITAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Pertanyaan Penelitian .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
A. Konsep yang Diteliti .....	11
B. Penelitian Terdahulu .....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
A. Tempat dan Waktu Penelitian .....	29
B. Desain Penelitian.....	29
C. Sumber Data dan Sampel Penelitian .....	30

D. Teknik Pengumpulan Data.....	32
E. Teknik Keabsahan Data .....	35
F. Teknik Analisis Data.....	37
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>39</b>
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	39
B. Hasil Data.....	40
C. Pembahasan Data .....	46
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>66</b>
A. Kesimpulan .....	66
B. Implikasi.....	67
C. Keterbatasan Penelitian.....	69
D. Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>71</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>78</b>
<b>HASIL UJI KEMIRIPAN NASKAH.....</b>	<b>111</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS .....</b>	<b>112</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data pengguna <i>platform</i> media sosial tertinggi .....	2
Gambar 1. 2 Akun Instagram Bakmi GM.....	4
Gambar 1. 3 Keluhan konsumen.....	6
Gambar 1. 4 Keluhan konsumen.....	6
Gambar 1. 5 Keluhan konsumen.....	7
Gambar 1. 6 Keluhan konsumen.....	8
Gambar 4.1 Konten Video Menghibur Bakmi GM .....	49
Gambar 4.2 Frekuensi Unggahan Bakmi GM Setiap.....	51
Gambar 4.3 Unggahan Bakmi GM yang membingungkan.....	55



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	27
Tabel 3.1 Kisi-kisi Pedoman Wawancara untuk <i>Audience/ Followers</i> Bakmi GM .....	33
Tabel 3.2 Kisi-Kisi Pedoman Wawancara untuk Karyawan Bakmi GM.....	34
Tabel 4. 1 Deskripsi Data Informan dan Jadwal Pelaksanaan Wawancara.....	40
Tabel 4. 2 Hasil Triangulasi Data Elemen <i>Attention</i> .....	41
Tabel 4. 3 Hasil Triangulasi Data Elemen <i>Interest</i> .....	41
Tabel 4. 4 Hasil Triangulasi Data Elemen <i>Desire</i> .....	42
Tabel 4. 5 Hasil Triangulasi Data Elemen <i>Action</i> .....	42
Tabel 4. 6 Hasil Transferabilitas .....	43
Tabel 4. 7 Daftar Pertanyaan Wawancara, Pernyataan Narasumber, dan Konten Bakmi GM dalam Elemen <i>Attention</i> .....	47
Tabel bab 4. 8 Daftar Pertanyaan Wawancara, Pernyataan Narasumber, dan Konten Bakmi GM dalam Elemen <i>Interest</i> .....	52
Tabel 4. 9 Daftar Pertanyaan Wawancara, Pernyataan Narasumber, dan Konten Bakmi GM dalam Elemen <i>Desire</i> .....	56
Tabel 4. 10 Daftar Pertanyaan Wawancara, Pernyataan Narasumber, dan Konten Bakmi GM dalam Elemen <i>Action</i> .....	61