

**ANALISIS PROMOSI INSTAGRAM MELALUI
PENDEKATAN AISAS PADA ATLANTIS WATER
ADVENTURE ANCOL**

SYIFA UL AULIA

1702520027



Intelligentia - Dignitas

**Skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Terapan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta**

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

2025

***INSTAGRAM PROMOTION ANALYSIS THROUGH THE
APPROACH AISAS AT ATLANTIS WATER ADVENTURE
ANCOL***

SYIFA UL AULIA

1702520027



Intelligentia - Dignitas


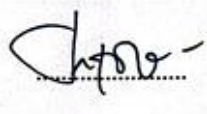
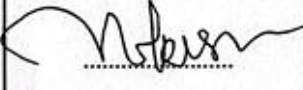

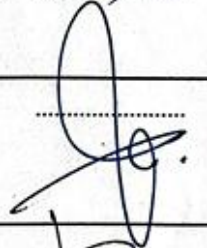
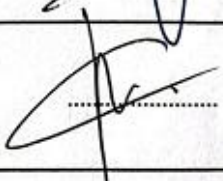
This Thesis was written to fulfill on of the requirements to obtain an Applied Bachelor's degree from the Faculty of Economics and Business, Jakarta State University.

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

2025

LEMBAR PENGESAHAN

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  Prof. Dr. Mohamad Rizal, M.M. NIP. 197206272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM NIP. 198103222023212013 (Ketua)		21 Februari 2025
2	Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A NIP. 199111022022032013 (Penguji 1)		21 Februari 2025
3	Meta Bara Berutu, SE., MM NIP. 199409222022032012 (Penguji 2)		26 Februari 2025
4	Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D NIP. 197412212008121001 (Pembimbing 1)		25 Februari 2025
5	Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., MSM NIP. 199308272020122024 (Pembimbing 2)		05 MARET 2025
Nama : Syifa Ul Aulia No. Registrasi : 1702520027 Program Studi : D4 Pemasaran Digital Tanggal Lulus : 28 FEBRUARI 2025			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

LEMBAR ORISINALITAS

LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah di publikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan 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, 06 Maret 2025

Yang Membuat Pernyataan



Syifa Ul Aulia
Nim. 1702520027

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

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Syifa Ul Aulia
NIM : 1702520027
Fakultas/prodi : Ekonomi / Pemasaran Digital
Alamat email : syifaulaulia10@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 Promosi Instagram melalui Pendekatan AISAS pada Atlantis Water Adventure Ancol.

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, 06 Maret 2025
Penulis



(Syifa Ul Aulia)

ABSTRAK

Syifa Ul Aulia. 1702520027. Analisis Promosi Instagram Melalui Pendekatan AISAS pada Atlantis Water Adventure Ancol. Skripsi, Jakarta: Program Studi D4 Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, Februari 2025.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji aktifitas pemasaran media sosial Instagram Atlantis Water Adventure Ancol. Metode pengumpulan data dilakukan menggunakan survei dengan instrumen berupa kuesioner yang disebarakan secara online. Populasi penelitian ini adalah masyarakat DKI Jakarta yang memenuhi kriteria: berusia 18 tahun ke atas, memiliki akun Instagram, serta pernah melihat konten promosi Atlantis Water Adventure Ancol di Instagram. Penelitian ini melibatkan 200 responden, dan data dianalisis menggunakan SPSS Versi 29 untuk uji validitas dan reliabilitas, serta pengujian data menggunakan skor rata-rata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode AISAS (*Attention, Interest, Search, Action dan Share*) sangat efektif dalam pemasaran di media sosial instagram Atlantis Water Adventure Ancol.

Kata kunci: Promosi Instagram, AISAS, Atlantis Water Adventure Ancol.

Intelligentia - Dignitas

ABSTRACT

Syifa Ul Aulia. 1702520027. *Analysis of Instagram Promotion Using the AISAS Approach at Atlantis Water Adventure Ancol. Thesis, Jakarta: Digital Marketing Study Program, Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Jakarta, February 2025.*

This study aims to examine the social media marketing activities of Instagram for Atlantis Water Adventure Ancol. Data collection was conducted using a survey with a questionnaire distributed online. The population of this study consists of people in DKI Jakarta who meet the following criteria: aged 18 years and above, have an Instagram account, and have seen promotional content from Atlantis Water Adventure Ancol on Instagram. This study involved 200 respondents, and the data were analyzed using SPSS Version 29 for validity and reliability testing, as well as data testing using average scores. The results show that the AISAS method (Attention, Interest, Search, Action, and Share) is highly effective in social media marketing for Atlantis Water Adventure Ancol on Instagram.

Keywords: Instagram promotion, AISAS, Atlantis Water Adventure Ancol.



Intelligentia - Dignitas

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis diberikan kemampuan, kemudahan dan kelancaran sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Analisis Promosi Instagram melalui Pendekatan Aisas pada Atlantis Water Adventure Ancol**”. Tidak lupa penulis sampaikan sholawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya. Semoga penulis mendapatkan syafaat dan petunjuk di hari kiamat nanti. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr. M) pada Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Selama proses penyusunan pastinya tidak lepas dari bimbingan dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Mohammad Rizan, SE, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
2. Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D selaku Koordinator Program Studi D4 Pemasaran Digital Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta sekaligus dosen pembimbing pertama. Terima kash atas bimbingan, saran dan motivasinya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M selaku dosen pembimbing kedua. Terima kasih atas bimbingan, saran dan motivasinya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada dosen penguji peneliti, atas arahan, dan saran yang diberikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Kepada kedua orang tua peneliti, papa Badarudin dan mama Widayati, dua orang yang sangat berharga bagi peneliti. Terima kasih yang tak henti-hentinya atas doa yang selalu dipanjatkan, dukungan, serta kasih sayang. Sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini dengan lancar tanpa adanya hambatan. Semua ini berkat doa dan ridho papa dan mama.
6. Tsania Khairunnisa sebagai adik yang telah memberikan dukungan terhadap peneliti.
7. Terimakasih teman – teman seperjuangan peneliti yang senantiasa membantu mencari solusi bilamana peneliti mengalami kesulitan, serta menemani proses perjalanan penyusunan skripsi ini.
8. Serta pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu praktikan dalam penyusunan laporan ini.

Praktikan menyadari, bahwa Laporan Praktik Kerja Lapangan yang praktikan tulis ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan yang dimiliki sehingga terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan praktikan nantikan demi kesempurnaan laporan Praktik Kerja Lapangan ini. Praktikan berharap laporan ini dapat memiliki manfaat bagi para pembaca.

Intelligentia - Dignitas

Jakarta, Februari 2025

Praktikan

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR ORISINALITAS	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Pertanyaan Peneliti	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II	14
2.1 Teori Pendukung	14
2.1.1 Perilaku Konsumen di Era Digital	14
2.1.2 <i>Social Media Marketing</i>	16
2.2 Model AISAS	17
2.3 Penelitian Terdahulu.....	19
BAB III	25
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	25
3.2 Desain Penelitian	25
3.3 Populasi dan Sampel.....	26
3.3.1 Populasi	26
3.3.2 Sampel.....	27
3.4 Teknik Pengumpulan Data	29
3.5 Teknik Analisis Data	35

BAB IV	39
4.1 Deskriptif Data.....	39
4.1.1 Karakteristik Responden.....	39
4.2 Uji Instrumen Penelitian	43
BAB V	55
5.1 Kesimpulan.....	55
5.2 Implikasi	56
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	56
5.2.2 Implikasi Praktis.....	57
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	58
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	64



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Instagram.....	2
Gambar 1. 2 Atlantis Water Advanture	3
Gambar 1. 3 Postingan Promosi Instagram.....	5



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3. 1 Instrumen Penelitian	30
Tabel 3. 2 Skala Likert	34
Tabel 3. 3 Bobot Skor Kriteria	37
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	40
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	42
Tabel 4.4 Uji Validitas	43
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 4.6 Frekuensi Jawaban Dimensi <i>Attention</i>	45
Tabel 4.7 Frekuensi Jawaban Dimensi <i>Interest</i>	47
Tabel 4.8 Frekuensi Jawaban Dimensi <i>Search</i>	48
Tabel 4.9 Frekuensi Jawaban Dimensi <i>Action</i>	50
Tabel 4.10 Frekuensi Jawaban Dimensi <i>Share</i>	51
Tabel 4.11 Dimensi Rata-Rata AISAS.....	53

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Konsultasi Bimbingan.....	64
Lampiran 2. Kuesioner.....	65
Lampiran 3. Tabulasi Data Dimensi <i>Attention</i>	70
Lampiran 4. Tabulasi Data Dimensi <i>Interest</i>	73
Lampiran 5. Tabulasi Data Dimensi <i>Search</i>	76
Lampiran 6. Tabulasi Data Dimensi <i>Action</i>	79
Lampiran 7. Tabulasi Data Dimensi <i>Share</i>	82
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas.....	85
Lampiran 9. Hasil Uji Reliabilitas.....	88
Lampiran 10. Hasil Pindai Uji Kemiripan Naskah.....	89



Intelligentia - Dignitas