

**ANALISIS PERAN *INFLUENCER* INSTAGRAM PADA
GENERASI Z MUSLIM DENGAN PENDEKATAN AIDA
(STUDI KASUS INSTAGRAM @GLAD2GLOW)**

ROSDIANA DAMAYANTI

1714422059



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

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

2026

***ANALYSIS OF INFLUENCER ROLES ON INSTAGRAM
AMONG MUSLIM GENERATION Z USING THE AIDA
APPROACH (CASE STUDY ON INSTAGRAM @Glad2Glow)***

ROSDIANA DAMAYANTI

1714422059



Intelligentia - Dignitas

***This thesis is written to fulfill one of the requirements to obtain an Applied
Bachelor's degree Faculty of Economics Universitas Negeri Jakarta***

**DIGITAL MARKETING STUDY PROGRAM
APPLIED UNDERGRADUATE PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2026

ABSTRAK

Rosdiana Damayanti, 2026. Analisis Peran Influencer Instagram Pada Generasi Z Muslim Dengan Pendekatan AIDA (Studi Kasus Instagram @glad2glow). Skripsi, Program Studi Pemasaran Digital, Program Sarjana Terapan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran *influencer* Glad to Glow dalam membentuk respons konsumen Generasi Z Muslim berdasarkan tahapan AIDA (*Attention, Interest, Desire, dan Action*) di Instagram @glad2glow. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam semi-terstruktur terhadap sepuluh informan perempuan Generasi Z Muslim di DKI Jakarta yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data menggunakan model interaktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *influencer* @glad2glow berhasil menjalankan peran secara efektif di seluruh tahapan AIDA. Konten *review* dan penggunaan produk terbukti paling efektif dalam menarik perhatian dan membangun ketertarikan. Keinginan konsumen didorong oleh *review* produk yang jujur, rasa *Fear of Missing Out* (FOMO), dan harga produk yang terjangkau. Pada tahap tindakan, konten *review influencer* menjadi pemicu utama pembelian, namun seluruh informan tetap mempertimbangkan harga dan kandungan bahan sebelum membeli. Penelitian ini merekomendasikan agar Glad to Glow memilih *influencer* yang relevan dengan konsumen, memprioritaskan konten informatif, serta mengomunikasikan aspek kehalalan produk dalam konten *influencer*.

Kata Kunci: *Influencer Marketing*, Model AIDA, Generasi Z Muslim, Instagram, Produk Kecantikan

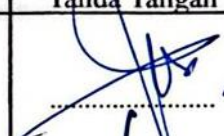
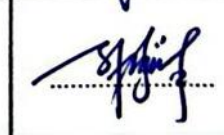
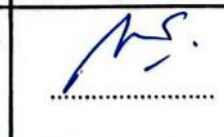
ABSTRACT

Rosdiana Damayanti, 2026. *Analysis Of Influencer Roles On Instagram Among Muslim Generations Z Using The AIDA Approach (Case Study On Instagram @glad2glow)*. Undergraduate Thesis, Digital Marketing Study Program, Applied Bachelor Program, Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta.

This study aims to examine the role of Glad to Glow influencers in shaping Muslim Generation Z consumer responses based on the AIDA stages (Attention, Interest, Desire, and Action) on Instagram @glad2glow. This study employed a descriptive qualitative approach with a case study design. Data were collected through semi-structured in-depth interviews with ten Muslim Generation Z women in DKI Jakarta, selected using purposive sampling, and analyzed using the interactive. The findings reveal that @glad2glow influencers effectively fulfilled their roles across all AIDA stages. Review and product demonstration content proved most effective in capturing attention and building interest. Consumer desire was driven by authentic demonstrations, Fear of Missing Out (FOMO), and affordable pricing. At the action stage, influencer content served as the primary purchase trigger, though all informants independently evaluated price and product ingredients before buying. This study recommends that Glad to Glow select relevant influencers, prioritize informative content, and explicitly communicate product halal aspects in influencer content.

Keywords: Influencer Marketing, AIDA Model, Muslim Generation Z, Instagram, Beauty Products

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	Andi Muhammad Sadat, SE, M.Si., Ph.D NIP. 197412212008121001 (Ketua Sidang)		22/06/2026
2	Dewi Agustin Pratama Sari, SE., M.S.M. NIP. 199308272020122024 (Penguji Ahli 1)		22/06/2026
3	Sheyla Silvia Siregar, SS., M.Si. NIP. 198907202019032014 (Penguji Ahli)		24/06/2026
4	Dr. Andrian Haro, S.Si, M.M NIP. 198509242014041002 (Pembimbing 1)		18/06/2026
5	Adnan Kasofi, S.Pd., MBA NIP. 199107022023211023 (Pembimbing 2)		28/06/2026
Nama : Rosdiana Damayanti No. Registrasi : 1714422059 Program Studi : D4 Pemasaran Digital Tanggal Lulus : Senin, 15 Juni 2026			

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

LEMBAR ORISINALITAS

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Rosdiana Damayanti
NIM : 1714422059
Program Studi : D4 Pemasaran Digital
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Kampus : Universitas Negeri Jakarta

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “Analisis Peran *Influencer* Instagram Pada Generasi Z Muslim Dengan Pendekatan AIDA (Studi Kasus Instagram @glad2glow)” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian skripsi ini.

Saya membuat surat ini dalam keadaan sadar dan tidak dalam pengaruh dari pihak manapun. Akhir kata, saya ucapkan terima kasih atas perhatiannya.

Jakarta, 1 Juli 2026



Rosdiana Damayanti

NIM. 1714422059

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN

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 : Rosdiana Damayanti

NIM : 1714422059

Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis / D4 Pemasaran Digital

Alamat email : rosdiananady@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (...)

yang berjudul : Analisis Peran *Influencer* Instagram Pada Generasi Z Muslim Dengan Pendekatan AIDA (Studi Kasus Instagram @glad2glow)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan dan Kearsipan 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 izin 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, 1 Juli 2026
Penulis,

(Rosdiana Damayanti)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Peran *Influencer* Instagram pada Generasi Z Muslim dengan Pendekatan AIDA (Studi Kasus Instagram @glad2glow)”**. Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Terapan (S.Tr, M) Program Studi Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.

Pada proses penulisan skripsi ini, penulis memperoleh informasi, dukungan, bimbingan, saran, bantuan serta pengetahuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, perkenalkan penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
2. Bapak Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D, selaku Ketua Program Studi Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.
3. Bapak Dr. Andrian Haro, S.Si., M.M dan Bapak Adnan Kasofi, S.Pd., MBA, selaku Dosen Pembimbing yang telah menyempatkan waktu dan tenaganya untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi.
4. Seluruh Dosen Program Studi Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan.
5. Orang tua penulis yaitu Ibu Pipih Kurniawati dan Bapak Achmad Gozali, serta keluarga penulis yang senantiasa selalu memberikan doa, kasih sayang tanpa

henti, serta dukungan penuh. Sehingga penulis mampu menyusun skripsi ini dengan baik.

6. Pasangan penulis, Muhammad Nabil Arqam yang telah memberikan motivasi, perhatian, dan dukungan moral selama proses penyusunan skripsi ini, sehingga penulis tetap bersemangat dalam menghadapi setiap tahapan penelitian.
7. Para sahabat penulis, atas semangat, kebersamaan, serta dukungan yang diberikan selama masa perkuliahan dan proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa pembuatan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Karena itu, segala kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Diharapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat dan informasi yang berguna bagi pembaca.

Jakarta, 1 Juni 2026

Penulis,



Rosdiana Damayanti

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN SAMPUL.....	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
LEMBAR ORISINALITAS	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	12
C. Tujuan penelitian	12
D. Manfaat Penelitian.....	12
1. Manfaat Teoritis	13
2. Manfaat Praktis.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
A. Landasan Teori	14
1. <i>Influencer Marketing</i>	14
2. Media Sosial Instagram	17
3. AIDA Model (<i>Attention, Interest, Desire, Action</i>).....	19
B. Penelitian Terdahulu.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Waktu dan Tempat Penelitian	28
1. Waktu	28
2. Tempat.....	28
B. Desain Penelitian	28
C. Sumber Data dan Sampel Penelitian	30

1. Sumber Data	30
2. Sampel	30
D. Teknik Pengumpulan Data	32
E. Teknik Keabsahan Data.....	33
1. Uji <i>Credibility</i>	34
2. Uji <i>Transferability</i>	34
3. Uji <i>Dependability</i>	35
4. Uji <i>Confirmability</i>	35
F. Teknik Analisis Data	36
1. Reduksi Data (<i>Data Reduction</i>)	36
2. Penyajian Data (<i>Data Display</i>).....	37
3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (<i>Conclusion Drawing/Verification</i>)	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
A. Deskripsi Data	39
B. Hasil Data	40
C. Pembahasan Data.....	50
BAB V PENUTUP.....	58
A. Kesimpulan.....	58
B. Implikasi	60
C. Keterbatasan Penelitian	62
D. Rekomendasi bagi Penelitian	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	29
Tabel 4.1 Karakteristik Informan	39



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Media Sosial Paling Banyak digunakan	2
Gambar 1.2 Pendapatan di Pasar Kosmetik Indonesia (2025)	3
Gambar 1.3 Pengaruh Terbesar dalam Memilih Produk Kecantikan	5
Gambar 1.4 <i>Brand</i> Pelembab Wajah Terlaris di Shopee Indonesia	8
Gambar 1.5 Konten Menggunakan <i>Influencer</i>	9
Gambar 1.6 Konten Tidak Menggunakan <i>Influencer</i>	10



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pertanyaan Wawancara.....	70
Lampiran 2 Hasil Wawancara	71
Lampiran 3 Dokumentasi Konten Instagram Glad to Glow	103
Lampiran 4 Uji <i>Credibility</i>	104
Lampiran 5 <i>Log Book</i> Uji <i>Dependability</i>	105
Lampiran 6 Surat Hasil Pindai Uji Kemiripan Naskah.....	106
Lampiran 7 Surat Persetujuan Seminar Proposal.....	111
Lampiran 8 Surat Persetujuan Sidang Skripsi.....	112
Lampiran 9 Surat Konsultasi.....	113
Lampiran 10 Surat Saran dan Perbaikan Seminar Proposal	114
Lampiran 11 Surat Saran dan Perbaikan Sidang Skripsi	115
Riwayat Hidup Penulis.....	116

