

OPTIMALISASI PEMASARAN WEDANG UWUH MAGNOER MELALUI  
PROMOSI PADA INSTAGRAM MENGGUNAKAN METODE AIDA  
(STUDI KASUS UMKM TARUNA AGRO NUSANTARA)

Oleh:

Rifangi Khoirul Hidayatulloh

**Intisari**

Kajian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana optimalisasi pemasaran Wedang Uwuh Magnoer melalui promosi pada Instagram dan mengetahui bagaimana efektivitas promosi Wedang Uwuh Magnoer melalui Instagram dengan menggunakan Metode AIDA. Kegiatan penelitian ini dilakukan di UMKM Taruna Agro Nusantara pada bulan Januari sampai dengan bulan Juli 2023 dengan metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan secara *purposive*, sedangkan untuk pengambilan sampel responden menggunakan *purposive sampling* dengan populasi berupa *followers* yang mengikuti Instagram UMKM Taruna Agro Nusantara sampai akhir bulan Maret 2023. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder sebagai data pendukung. Data yang terkumpul melalui wawancara langsung dengan pemilik perusahaan dan dari responden menggunakan kuesioner kemudian dianalisis menggunakan metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Hasil analisis data menunjukkan adanya perbandingan sebelum dan sesudah dilakukan optimalisasi pemasaran melalui promosi pada media sosial Instagram pada Wedang Uwuh Magnoer, kemudian dari perhitungan efektivitas promosi pada Instagram Taruna UMKM Taruna Agro Nusantara menggunakan Metode AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) diketahui bahwa promosi dikategorikan efektif dengan nilai efektivitas tahapan *Attention* sebesar 76%, tahapan *Interest* sebesar 78%, tahapan *Desire* sebesar 76%, serta tahapan *Action* sebesar 73%.

*Kata Kunci: Efektivitas Promosi, Instagram, Metode AIDA, Promosi, Wedang Uwuh.*

*MARKETING OPTIMIZATION OF WEDANG UWUH MAGNOER THROUGH  
PROMOTION ON INSTAGRAM USING THE AIDA METHOD  
(CASE STUDY OF UMKM TARUNA AGRO NUSANTARA)*

*By:*

Rifangi Khoirul Hidayatulloh

***Abstract***

*This study aims to find out how to optimize Wedang Uwuh Magnoer's marketing through promotions on Instagram and find out how effective Wedang Uwuh Magnoer's promotions are through Instagram using the AIDA Method. This research activity was carried out at UMKM Taruna Agro Nusantara from January to July 2023, used qualitative and quantitative descriptive research method. The selection of the location for this study was carried out purposively, while for sampling the respondents used purposive sampling with a population of followers who followed the UMKM Taruna Agro Nusantara Instagram until the end of March 2023. The type of data used was primary and secondary data. Data collected through direct interviews with company owners and respondents using questionnaires, data were then analyzed using descriptive qualitative and quantitative methods. The results of data analysis showed that there were the differences before and after marketing optimization through promotion on Instagram of Wedang Uwuh Magnoer. The calculation of the effectiveness of promotion on Instagram Taruna UMKM Taruna Agro Nusantara using the AIDA Method (Attention, Interest, Desire, Action) was categorized as effective with an effectiveness value of the attention stage of 76%, the interest stage of 78%, the desire stage of 76%, and the action stage of 73%.*

*Keywords: AIDA Method, Instagram, Promotion, Promotion Effectiveness, Wedang Uwuh.*