

EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK WEDANG TELANG CV TIMOER SENTOSA

Oleh:
Hamaza Rafi Nurzama

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi promosi produk dan efektivitas promosi produk wedang telang melalui akun media sosial Instagram CV Timoer Sentosa. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari hingga bulan Juli 2023. Responden adalah *followers* Instagram yang diambil secara acak sejumlah 80 responden. Data yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara langsung kepada pemilik perusahaan dan penyebaran kuesioner kepada responden, dianalisis dengan metode deskriptif kuantitatif menggunakan metode AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) dan selanjutnya dilakukan analisis efektivitas. Hasil analisis menggunakan metode AIDA yaitu implementasi pengaktifan kembali akun media sosial dengan mengunggah foto atau video produk yang disertai dengan *caption* yang menarik agar konsumen berminat membeli produk. Hasil analisis efektivitas promosi kategori istimewa dengan rata-rata persentase 89%. Dengan demikian promosi melalui media sosial Instagram dapat dikatakan efektif.

Kata kunci : AIDA, Efektivitas, Promosi, Wedang Telang