

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas penggunaan Instagram sebagai media promosi pada usaha percetakan FA Printing dengan pendekatan metode AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*). Instagram dipilih karena kemampuannya menjangkau audiens yang luas tanpa batasan waktu dan lokasi. Aktivitas promosi yang dilakukan oleh FA Printing mencakup beberapa aspek utama, yaitu tingkat daya tarik pesan, gaya pesan, keakuratan dan kejelasan pesan, frekuensi unggahan konten, serta frekuensi interaksi dengan audiens. Tingkat daya tarik pesan diwujudkan melalui penggunaan foto dan video berkualitas tinggi, perpaduan warna yang estetik, dan caption yang menarik. Gaya pesan difokuskan pada bahasa yang persuasif dan mudah dipahami. Keakuratan dan kejelasan pesan dicapai dengan menyampaikan informasi yang detail dan relevan. Selain itu, konsistensi unggahan konten melalui Instagram *Feed, Stories*, dan penggunaan *hashtag* turut mendukung peningkatan visibilitas promosi. Interaksi dengan audiens dilakukan secara aktif melalui balasan komentar, *Direct Message* (DM), dan repost konten dari konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data yang dikumpulkan melalui kuesioner, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sebanyak 80 responden yang merupakan pengikut akun Instagram FA Printing dilibatkan dalam studi ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas promosi yang terencana melalui Instagram dapat secara signifikan meningkatkan perhatian (*attention*), minat (*interest*), keinginan (*desire*), dan tindakan (*action*) konsumen, sesuai dengan elemen dalam metode AIDA. Penelitian ini memberikan wawasan tentang pentingnya perencanaan aktivitas promosi yang strategis dalam mendukung efektivitas pemasaran digital dan memberikan rekomendasi bagi FA Printing untuk lebih mengoptimalkan penggunaan Instagram sebagai media promosi.

Kata kunci: efektivitas, Instagram, Promosi, AIDA

ABSTRACT

This study aims to analyze the effectiveness of Instagram as a promotional medium for FA Printing, a digital printing business, using the AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) approach. Instagram was chosen for its ability to reach a broad audience without time and location constraints. Promotional activities conducted by FA Printing include several key aspects: message attractiveness, message style, message accuracy and clarity, content posting frequency, and interaction frequency with the audience. Message attractiveness is achieved through high-quality photos and videos, aesthetic color combinations, and engaging captions. The message style focuses on persuasive and easy-to-understand language. Accuracy and clarity are ensured by providing detailed and relevant information. Additionally, consistent content posting through Instagram Feeds, Stories, and hashtag usage contributes to increased promotional visibility. Audience interaction is actively maintained through responses to comments, Direct Messages (DMs), and reposting consumer content.

This study employed a quantitative method with data collected through questionnaires, observations, interviews, and documentation. A total of 80 respondents, who are followers of FA Printing's Instagram account, participated in this study. The results showed that well-planned promotional activities on Instagram significantly enhanced consumer attention, interest, desire, and action, aligning with the AIDA framework. This research provides insights into the importance of strategic promotional activities in supporting the effectiveness of digital marketing and offers recommendations for FA Printing to optimize Instagram usage as a promotional tool.

Keywords: effectiveness, Instagram, promotion, AIDA