

**PENGARUH PROMOSI IKLAN KURSI GRATIS DI INSTAGRAM
@Flyairasia.id TERHADAP MINAT *FOLLOWERS* MEMBELI TIKET**

TUGAS AKHIR



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

SILVIA NURAINI

1181003030

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2025**

**PENGARUH PROMOSI IKLAN KURSI GRATIS DI INSTAGRAM
@Flyairasia.id TERHADAP MINAT *FOLLOWERS* MEMBELI TIKET**

TUGAS AKHIR



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

SILVIA NURAINI

1181003030

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA

2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Silvia Nuraini
NIM : 1181003030
Tanggal : 21-Februari-2025

Yang menyatakan

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Silvia Nuraini', written over a horizontal line.

(Silvia Nuraini)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Silvia Nuraini
NIM : 1181003030
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : “Pengaruh Promosi Iklan Kursi Gratis di Media Sosial Instagram @flyairasia Terhadap Minat *followers* Membeli Tiket.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Prima Mulyasari Agustini, S. Sos, M. Si, Dr
Penguji 1 : Ken Ayuthaya Purnama, S.I.Kom., M.I. Kom.
Penguji 2 : Dr. Mochammad Kresna Noer, S.sos., M.Si.



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 10 September 2025

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Prima Mulyasari Agustini, S. Sos, M. Si, Dr. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
- 2) PT. Indonesia Air Asia yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan;
- 3) Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral; dan
- 4) Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Bekasi, 21 Februari 2025



Silvia Nuraini

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Silvia Nuraini
NIM : 1181003030
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH PROMOSI IKLAN KURSI GRATIS DI INSTAGRAM @Flyairasia.id TERHADAP MINAT *FOLLOWERS* MEMBELI TIKET

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Bekasi

Pada Tanggal : 21-Februari-2025

Yang menyatakan



(Silvia Nuraini)

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
UNGKAPAN TERIMA KASIH	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Teori yang Relevan.....	10
2.1.1 Definisi Promosi	10
2.1.2 Definisi Media Sosial.....	11
2.1.3 Promosi Media Sosial	12
2.1.4 Dimensi Promosi Media Sosial.....	14
2.1.5 Manfaat Promosi Media Sosial.....	15
2.2 Minat Beli	16
2.2.1 Definisi Minat Beli.....	16
2.2.2 Indikator Minat Beli.....	17
2.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli	17
2.3 Penelitian Sebelumnya.....	18
2.4 Pernyataan Hipotesis.....	29
2.5 Model Kerangka Hipotesis	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Desain dan Pendekatan	31

3.2 Populasi dan Sampel	31
3.3 Pengumpulan Data	32
3.3.1 Lokasi Penelitian	32
3.3.2 Sumber Data	32
3.4 Analisis Data	33
3.4.1 Regresi Linear Sederhana	33
3.4.2 Uji Normalitas	34
3.4.3 Koefisien Determinasi (Adjusted R)	34
3.4.4 Uji Hipotesis (Uji t)	35
3.5 Validasi Data	35
3.5.1 Uji Reliabilitas	37
3.6 Operasionalisasi Variabel	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Deskripsi Responden	43
4.2 Hasil Penelitian	43
4.2.1 Uji Statistik Deskriptif (Dengan Data Ordinal)	43
4.2.2 Uji Validitas	48
4.2.3 Uji Reliabilitas	50
4.2.4 Hasil Uji Normalitas (Kolmogrov Smirnov)	50
4.2.5 Hasil Uji Analisis Linear Sederhana	51
4.2.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	52
4.2.7 Hasil Uji t	53
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	54
4.3.1 Apakah promosi iklan Kursi Gratis di media sosial Instagram berpengaruh terhadap minat beli pada akun followers @flyairasia.id?	54
4.3.2 Seberapa besar pengaruh promosi iklan kursi gratis di Instagram @Flyairasia.id terhadap minat beli followers	55
BAB V KESIMPULAN	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Rangkuman Pengunjung Iklan	4
Gambar 1. 2 Iklan Kursi Gratis	5
Gambar 1. 3 Promosi Kursi Gratis di Instagram AirAsia	6
Gambar 1. 4 Screenshot Total Engagement Kursi Gratis	7
Gambar 2. 1 Dimensi Promosi Media Sosial	14
Gambar 2. 2 Kerangka Hipotesis	30

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Persaingan Pasar Maskapai di Indonesia.....	2
Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya.....	22
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	39
Tabel 3. 2 Instrumen Penelitian Skala Likert.....	42
Tabel 4. 1 Jumlah Responden	43
Tabel 4. 2 Frekuensi Personal Relevance	43
Tabel 4. 3 Frekuensi Interactivity	44
Tabel 4. 4 Frekuensi Message.....	45
Tabel 4. 5 Frekuensi Brand Familiarity	45
Tabel 4. 6 Frekuensi Minat Transaksional.....	46
Tabel 4. 7 Frekuensi Minat Refrensial.....	46
Tabel 4. 8 Frekuensi Minat Prefrensial	47
Tabel 4. 9 Frekuensi Minat Eksploratif	48
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Promosi di Instagram	49
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Minat Beli	49
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4. 13 Hasil Uji Kolmogrov Smirnov.....	51
Tabel 4. 14 Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana	52
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	53
Tabel 4. 16 Hasil Uji t.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Tabulasi Kuesioner	60
Lampiran 2. Hasil Olah Data	68