

PENERAPAN *MARKETING FUNNEL* MODEL AIDA PADA PENJUALAN TIKET KONSER 30 TAHUN DEWA 19 DI BALIKPAPAN OLEH KREASI LOKALAND

Oleh Jim Jeffery

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan *marketing funnel* model AIDA pada penjualan tiket konser 30 tahun dewa 19 di Balikpapan oleh Kreasi lokaland. Pada penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif berdasarkan hasil analisis flow chart analysis dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui metode wawancara, observasi, kuesioner dan dokumentasi. Peneliti melakukan kegiatan wawancara secara langsung di lapangan dengan empat orang narasumber atau informan. Adapun hasil yang diperoleh dari penelitian ini yaitu; Awareness, pesan yang disampaikan dalam iklan, frekuensi penayangan iklan, visualisasi iklan, *interest*, efektivitas media, persepsi konsumen mengenai produk, kejelasan pesan, *desire*, perolehan informasi dari iklan, minat konsumen, kepercayaan konsumen akan produk, *action*, keyakinan untuk membeli produk, kesesuaian produk berdasarkan iklan.

Kata Kunci : *Marketing funnel, AIDA, Penjualan Tiket, Konser Dewa 19*

APPLICATION OF AIDA *MARKETING FUNNEL* MODEL IN TICKET SALES FOR THE 30TH ANNIVERSARY OF DEWA 19 CONCERT IN BALIKPAPAN BY KREASI LOKALAND

By Jim Jeffery

Abstract

This study aims to determine the application of the *AIDA marketing funnel* model in ticket sales for the 30th Dewa 19 concert in Balikpapan by Kreasi Lokaland. In this study, the type of research used is qualitative descriptive based on the results of the flow chart analysis analysis using data collection techniques through interview, observation, questionnaire and documentation methods. Researchers conducted interviews directly in the field with four sources or informants. The results obtained from this study are; *Awareness*, messages conveyed in advertisements, frequency of advertisements, advertisement visualization, *interest*, media effectiveness, consumer perceptions of products, message clarity, *desire*, information acquisition from advertisements, consumer *interest*, consumer trust in products, *action*, confidence in buying products, product suitability based on advertisements.

Keywords : *Marketing funnel, AIDA, Ticket Sales, Dewa 19 Concert*