



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

SKRIPSI

JIM JEFFERY CHINEDU UWAKWE – 2010111155

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN

JAKARTA

2025



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

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

JIM JEFFERY CHINEDU UWAKWE – 2010111155

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA**

2025

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Jim Jeffery Chinedu Uwakwe

Nim : 2010111155

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 03 Oktober 2024

Yang menyatakan,



(Jim Jeffery Chinedu Uwakwe)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Jim Jeffery Chinedu Uwakwe
NIM : 2010111155
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Rights*) atas Skripsi saya yang berjudul :

Penerapan Marketing Funnel Model AIDA Pada Penjualan Tiket Konser 30 Tahun Dewa 19 Di Balikpapan Oleh Kreasi Lokaland.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Jakarta
Pada tanggal : 17 Juni 2025
Yang menyatakan



Jim Jeffery

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENERAPAN MARKETING FUNNEL MODEL AIDA PADA
PENJUALAN TIKET KONSER 30 TAHUN DEWA 19 2023 DI
BALIKPAPAN OLEH KREASI LOKALAND

Dipersiapkan dan disusun oleh :

JIM JEFFERY CHINEDU UWAKWE 2010111155

Telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal : 20 Desember 2024

Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima


Dianti Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M.

Ketua Penguji


Lina Aryani, SE, MM

Penguji I


Dr. Miguna Astuti, S.Si, MM, CPM

Penguji II



Dr. Jubaidah, S.E., MM

Dekan


Siti Hidavati, SE, MM

Koordinator Program Studi

Disahkan di : Jakarta

Pada Tanggal : Jumat, 20 Desember 2024

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

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

PRAKATA

Alhamdulillah, penelitian “PENERAPAN *MARKETING FUNNEL* MODEL AIDA PADA PENJUALAN TIKET KONSER 30 TAHUN DEWA 19 DI BALIKPAPAN OLEH KREASI LOKALAND” untuk gelar sarjana manajemen berhasil diselesaikan berkat pertolongan, rahmat, dan rahmat Allah SWT. Peneliti ingin menggunakan kesempatan ini untuk mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan mendoakan selama ini, terutama orang tua dan seluruh keluarga.

Banyak hambatan dan rintangan yang dirasa oleh penulis dalam mengerjakan skripsi ini. Namun penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan baik moril, spiritual dan material. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada Bapak Dr. Antar Venus MA Comm, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ibu Siti Hidayati, SE., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Program Sarjana. Tidak lupa mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya terutama kepada Ibu Miguna Astuti, S.Si, M.M, CPM. selaku Dosen Pembimbing satu yang selalu membimbing dan memberikan arahan selama penyusunan skripsi. Terima kasih juga penulis ucapkan kepada Ibu Lina Aryani, S.E., M.M. Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M. selaku dosen penguji ketua, dan Ibu Lina Aryani, S.E., M.M. selaku penguji 1 yang banyak memberikan saran positif sehingga penelitian dapat dikembangkan ke arah yang lebih baik.

Terima kasih penulis sampaikan kepada Bapak Reo D Yogiswara, Bapak Mikael Al Ghiffari, Bapak Alif Hidayadi, dan Saudara Rafi Aroisy selaku narasumber pada penelitian ini. Terima kasih juga disampaikan kepada semua dosen manajemen UPN yang pernah memberi materi selama perkuliahan, orang tua, keluarga, teman dan sahabat yang tidak henti-hentinya memberikan semangat, doa, dan bantuan kepada penulis membantu dalam penulisan penelitian ini. Penulis menyadari dalam penulisan penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan adanya kritik maupun saran yang dapat membangun yang dapat menyempurnakan penelitian ini sehingga dapat menjadi lebih baik lagi. Penulis berharap semoga penulisan skripsi penelitian ini bermanfaat dan dapat menjadi pembelajaran untuk dikembangkan di kemudian hari.

Jakarta, 1 Januari 2024

Jim Jeffery

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
Abstrak.....	vi
<i>Abstract</i>	vii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	7
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
BAB II	9
KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Sebelumnya	9
2.2 Landasan Teori.....	18
2.2.1 Pemasaran Digital	18
2.2.2 <i>Marketing funnel</i>	19
2.2.3 Model AIDA	19
2.2.5 Media Sosial.....	23

BAB III.....	26
METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 Metode Penelitian.....	26
3.2 Lokasi Penelitian.....	27
3.3 Objek Penelitian, Subjek Penelitian, dan Sumber Data	27
3.4 Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data	27
3.4.1 Wawancara.....	27
3.4.2 Observasi.....	28
3.4.3 Dokumentasi	29
3.5 Teknik Validasi Data.....	29
3.5.1 Triangulasi Sumber	29
3.5.2 Triangulasi Teori.....	30
3.5.3 Triangulasi Metode	30
3.6 Teknik Analisis Data.....	30
3.6.2 Penyajian Data	31
3.6.3 Kesimpulan/Verifikasi Data.....	31
3.7 Riset Desain Penelitian Beserta Alasan	32
BAB IV	34
HASIL PENELITIAN	34
4.1 Kegiatan Wawancara	34
4.1.1 Wawancara Narasumber Pertama	34
4.1.2 Wawancara Narasumber Kedua.....	34
4.1.3 Wawancara Narasumber Ketiga.....	35
4.1.4 Wawancara Narasumber Keempat.....	35
4.2 Kegiatan Observasi	35
4.2.1 Observasi Konten.....	36
4.2.2 Observasi Strategi Marketing.....	39
4.2.3 Observasi Kondisi Venue.....	40
4.3 Validitas Data.....	41

4.3.1 Pembuatan Koding.....	41
4.3.2 Proses Reduksi Data.....	42
BAB V.....	43
ANALISIS PEMBAHASAN	43
5.1 <i>Awareness</i>	43
5.1.1 Pesan Yang Disampaikan Dalam Iklan.....	43
5.1.2 Frekuensi Penayangan Iklan	46
5.1.3 Visualisasi Iklan.....	48
5.2 <i>Interest</i>	50
5.2.1 Efektivitas Media	50
5.2.2 Persepsi Konsumen Mengenai Produk.....	52
5.2.3 Kejelasan Pesan.....	54
5.3 <i>Desire</i>	55
5.3.1 Perolehan Informasi Dari Iklan.....	56
5.3.2 Minat Konsumen.....	56
5.3.3 Kepercayaan Konsumen Akan Produk	58
5.4 <i>Action</i>	59
5.4.1 Keyakinan Untuk Membeli Produk	59
5.4.2 Kesesuaian Produk Berdasarkan Iklan.....	59
BAB VI.....	60
KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN.....	60
6.1 Kesimpulan	60
6.2 Keterbatasan.....	62
6.3 Saran.....	62
6.3.1 Aspek Teoritis	62
6.3.2 Aspek Praktis	62
DAFTAR PUSTAKA.....	63
RIWAYAT HIDUP	66

LAMPIRAN.....	67
----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Sebelumnya	12
Tabel 2. Daftar Nama Narasumber	26
Tabel 3. Daftar Kegiatan Observasi	28

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jumlah Pengguna Internet di Indonesia	3
Gambar 2. Platform Media Sosial Yang Paling Banyak di Indonesia	4
Gambar 3. Penjualan Tiket Konser 30 Tahun Dewa 19 Medan dan Balikpapan	6
Gambar 4. Gambar Logo Kreasi Lokaland	9
Gambar 5. Key Visual Konser 30 Tahun Dewa 19 Balikpapan	12
Gambar 6. Konten Call to <i>Action</i> Konser 30 Tahun Dewa 19 di Balikpapan	15
Gambar 7. Konten Katergori Tiket Konser 30 Tahun Dewa 19 Balikpapan	17
Gambar 8. Rekap Konten Konser 30 Tahun Dewa 19 Balikpapan	18
Gambar 9. Konten Introduction Instagram Kreasi Lokaland	20
Gambar 10. Frekuensi Postingan Feeds Instagram Kreasi Lokaland	22
Gambar 11. Frekuensi Postingan Story Instagram Kreasi Lokaland	23
Gambar 12. Frekuensi Postingan Reels Instagram Kreasi Lokaland	30
Gambar 13. Visualisasi Konser 30 Tahun Dewa 19 di Balikpapan	32
Gambar 14. Konten Terkait Informasi Pada Saat Hari H Konser	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pedoman Wawancara.....	70
Lampiran 2 : Transkrip Wawancara Dengan Narasumber.....	75
Lampiran 3 : Bukti Hasil Wawancara.....	98
Lampiran 4 : Bukti Hasil Observasi Lapangan.....	99