



**ANALISIS EFEKTIVITAS PENGGUNAAN INSTAGRAM
SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNIVERSITAS INDO GLOBAL
MANDIRI MENGGUNAKAN METODE *TECHNOLOGY
ACCEPTANCE MODEL (TAM)***

SKRIPSI

MITRA BUNDA PRATAMA PUTRA

2020210048

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER DAN
SAINS UNIVERSITAS INDO GLOBAL**

MANDIRI

2024

**ANALISIS EFEKTIVITAS PENGGUNAAN INSTAGRAM
SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNIVERSITAS INDO GLOBAL
MANDIRI MENGGUNAKAN METODE *TECHNOLOGY
ACCEPTANCE MODEL (TAM)***



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Untuk Menyelesaikan
Pendidikan Program Sarjana-1 Pada
Program Studi Sistem Informasi**

Oleh :

MITRA BUNDA PRATAMA PUTRA

2020210048

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER DAN
SAINS UNIVERSITAS INDO GLOBAL
MANDIRI**

2024

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**ANALISIS EFEKTIVITAS PENGGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI
MEDIA PROMOSI UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI
MENGUNAKAN METODE *TECHNOLOGY ACCEPTENCE MODEL*
(TAM)**

Oleh :

Mitra Bunda Pratama Putra
2020.21.0048

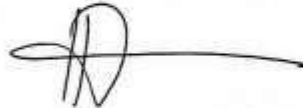
Palembang, 13 Februari 2024

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. Terttiavini, S.Kom., M.Kom
NIK: 2002.01.0040



Dona Marcelina, S.Kom., M.Kom
NIK: 2018.01.0249

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komputer Dan Sains




Rudi Heriansyah, S.T., M.Eng, Ph.D
NIK: 2022.01.0315

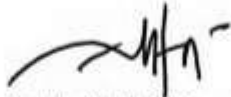
Lembar Persetujuan Dewan Penguji

LEMBAR PERSETUJUAN DEWAN PENGUJI

Pada hari Senin tanggal 29 bulan Januari tahun 2024 telah dilaksanakan ujian sidang skripsi oleh Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Indo Global Mandiri Palembang.

Palembang, 13 Februari 2024

Penguji 1,



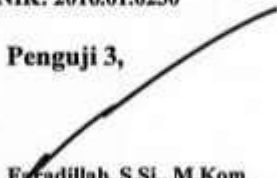
Dr. Terttiavini, S.Kom., M.Kom
NIK: 2002.01.0040

Penguji 2,



Agustina Hervati, S.Kom., M.M
NIK: 2016.01.0230

Penguji 3,



F. Fadillah, S.Si., M.Kom
NIK: 2013.01.0018

Mengetahui,
Ka. Prodi Sistem Informasi



Dhamayanti, S.Kom., M.T.I
NIK: 2002.02.0060

Surat Keterangan Revisi Skripsi



**SURAT KETERANGAN REVISI SKRIPSI
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI (S1)
FASILKOM UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI**

Kami yang bertanda tangan di bawah ini, menerangkan bahwa:

Nama : Mitra Bunda Pratama Putra

NPM : 2020210048

Judul Skripsi : Analisis Efektivitas Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi Universitas Indo Global Mandiri Menggunakan Metode *Technology Acceptance Model* (TAM)

Mahasiswa yang namanya tercantum diatas, telah selesai merevisi penulisan SKRIPSI.

Palembang, 13 Februari 2024

Penguji 1,

Dr. Terntiavini, S.Kom., M.Kom
NIK: 2001.01.0040

Penguji 2,

Agustina Hervati, S.Kom., M.M
NIK: 2016.01.0230

Penguji 3,

Faradillah, S.Si., M.Kom
NIK: 2013.01.0018

Menyetujui,
Ka. Prodi Sistem Informasi

Dhamayanti, S.Kom., M.T.I
NIK: 2002.02.0060

ABSTRAK

Media promosi merupakan bagian penting dari strategi pemasaran yang dirancang untuk meningkatkan kesadaran, memicu minat, dan mendorong calon pelanggan atau pelanggan yang sudah ada untuk mengambil tindakan. Pemilihan media promosi yang tepat bergantung pada target audiens, anggaran, tujuan pemasaran, dan jenis produk atau jasa yang dipromosikan. Di era digital, kombinasi media digital dan media sosial seringkali menjadi fokus utama strategi promosi. Tidak hanya di dunia bisnis, media promosi juga digunakan di bidang pendidikan. Perguruan tinggi dan institusi pendidikan tinggi semakin banyak menggunakan media promosi untuk memperkenalkan diri kepada calon mahasiswa, meningkatkan visibilitas dan membangun citra positif. Media promosi melalui instagram merupakan cara yang populer untuk memperluas jangkauan. Hal ini juga dilakukan Universitas Indo Global Mandiri. Penggunaan media promosi di era digital memberikan Universitas Indo Global Mandiri alat yang ampuh untuk menjangkau lebih banyak calon mahasiswa dan memberikan gambaran yang lebih baik tentang apa yang mereka tawarkan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur efektivitas media sosial instagram sebagai media promosi berdasarkan tahapan *Technology Acceptance Model* (TAM). Responden pada penelitian ini adalah followers Instagram @universitas_igm. Pengumpulan datanya dilakukan dengan membagikan kuesioner melalui google form dan hasilnya akan diolah menggunakan SPSS.

Kata Kunci : Instagram, Media Promosi, Universitas IGM

ABSTRACT

Promotional media is an important part of a marketing strategy designed to increase awareness, spark interest, and encourage potential or existing customers to take action. Choosing the right promotional media depends on the target audience, budget, marketing objectives, and the type of product or service being promoted. In the digital era, the combination of digital media and social media is often the main focus of promotional strategies. Not only in the business world, promotional media is also used in the education sector. Universities and higher education institutions are increasingly using promotional media to introduce themselves to prospective students, increase visibility and build a positive image. Promotional media via Instagram is a popular way to expand reach. This is also done by Indo Global Mandiri University. The use of promotional media in the digital era gives Indo Global Mandiri University a powerful tool to reach more prospective students and provide a better picture of what they have to offer. The aim of this research is to measure the effectiveness of Instagram social media as a promotional medium based on the *Technology Acceptance Model* (TAM). The respondents in this research were Instagram followers @universitas_igm. Data collection is carried out by distributing questionnaires via Google Form and the results will be processed using SPSS.

Keywords: Instagram, Promotional Media, IGM University

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan pada kehadirat Allah SWT., karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Efektivitas Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi Universitas Indo Global Mandiri Menggunakan Metode *Technology Acceptance Model* (TAM)”. Dalam penyusunan skripsi ini penulis telah mendapatkan banyak pembelajaran dan bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak sehingga proposal ini dapat terselesaikan tepat waktu. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Marzuki Alie, SE., M.M. selaku Rektor Universitas Indo Global Mandiri Palembang
2. Bapak Rudi Heriansyah, S.T., M.Eng., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer dan Sains Universitas Indo Global Mandiri
3. Ibu Dhamayanti, S.Kom., M.T.I. selaku Ketua Program Studi Informasi
4. Ibu Agustina Heryati, S.Kom., M.M., M.Kom. selaku Pembimbing Akademik
5. Ibu Dr. Terttiavini, S.Kom., M.Kom selaku Dosen Pembimbing pertama yang telah memberikan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan serta masukan yang membangun kepada penulis agar selalu semangat dalam menyelesaikan skripsi ini
6. Ibu Dona Marcelina, S.Kom., M.Kom selaku Dosen Pembimbing kedua yang telah memberikan waktunya dan selalu mengarahkan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
7. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komputer dan Sains Program Studi Sistem Informasi atas semua ilmu dan pengalaman berharga yang akan selalu terkenang
8. Seluruh staf tata usaha , keamanan, dan perpustakaan atas semua bantuannya selama ini
9. Kedua orang tua telah mendidik dengan baik, terima kasih untuk semua doa, cinta, kasih dan sayang yang tulus. Karena itu semua yang membuat penulis bisa sampai dititik ini

10. Yunita Rizky Alifia, yang selalu mendampingi, memotivasi, dan memberi semangat dalam penyusunan skripsi ini
11. Teman-teman Sistem Informasi Angkatan 2020 atas kebersamaan dan dukungan serta bantuannya kepada penulis dari semasa kuliah sampai saat ini
12. Terima kasih untuk diri saya sendiri yang telah semangat, berjuang untuk menyelesaikan dalam penyusunan skripsi ini

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Kritik serta saran yang membangun sangat diharapkan penulis. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua. Aamiin Allahuma Aamiin.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL LUAR	i
HALAMAN JUDUL DALAM	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERSETUJUAN DEWAN PENGUJI	iv
SURAT KETERANGAN REVISI SKRIPSI.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABLE	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Analisis.....	7
2.1.2 Efektivitas	7
2.1.3 Media Sosial.....	8
2.1.4 Instagram.....	8
2.1.5 Promosi	8
2.1.6 Technology Acceptance Model (TAM).....	9
2.1.7 Statistical Program For Social sciense (SPSS).....	13
2.1.8 Skala Likert	13

2.2	Teknik Pengumpulan Data	14
2.2.1	Kuesioner	14
2.2.2	Observasi	14
2.3	Populasi dan sampel	15
2.3.1	Populasi	15
2.3.2	Sampel.....	15
2.4	Penelitian Tedahulu	16
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		18
3.1	Metodologi Penelitian	18
3.2	Deskripsi Penelitian.....	18
3.3	Pengumpulan Data	19
3.4	Gambaran Objek Penelitian.....	20
3.4.1	Sejarah Singkat Perusahaan	20
3.4.2	Visi dan Misi	21
3.4.3	Tujuan	21
3.4.4	Sasaran	21
3.4.5	Fasilitas	22
3.4.6	Struktur Organisasi	23
3.5	Penentuan Indikator Penelitian.....	24
3.5.1	Variabel <i>Perceived Ease Of Use</i>	24
3.5.2	Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	25
3.5.3	Variabel <i>Attitude Towards Using</i>	26
3.5.4	Variabel <i>Behavioral Intention to Use</i>	26
3.5.5	Variabel <i>Actual System Use</i>	27
3.6	Populasi dan Sampel	28
3.6.1	Populasi	28
3.6.2	Sampel.....	28
3.7	Skala Likert	29
3.8	Uji Coba Instrument	29
3.8.1	Uji Validasi	30

3.8.2	Uji Reabilitas.....	34
3.8.3	Kesimpulan Uji Coba Instrument.....	36
3.9	Metode Analisis	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		38
4.1	Deskripsi Data	38
4.1.1	Deskripsi Penarikan Populasi dan Sampel Data	38
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan usia.....	39
4.2	Hasil Pengumpulan Data	40
4.2.1	Rekapitulasi Jawaban Responden	40
4.2.2	Rekapitulasi Kuesioner Berdasarkan variabel	42
4.2.3	Hasil Deskripsi Penelitian	43
4.2.4	Tingkat Efektivitas Promosi Melalui Instagram Tahapan Perceived Ease Of Use	46
4.2.5	Tingkat Efektivitas Promosi Melalui Instagram Tahapan Perceived Usefulness	47
4.2.6	Tingkat Efektivitas Promosi Melalui Instagram Tahapan Attitude Towards Using	47
4.2.7	Tingkat Efektivitas Promosi Melalui Instagram Tahapan Behavioral Intention to Use	48
4.2.8	Tingkat Efektifitas Promosi Melalui Instagram Tahapan <i>Actual System Use</i>	49
4.3	Hasil Pembahasan	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		54
5.1	Kesimpulan.....	54
5.2	Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA		55
DAFTAR LAMPIRAN		57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Profil Instagram @universitas_igm	3
Gambar 1. 2 <i>Reach</i> dan <i>Content Interactions</i> @universitas_igm.....	3
Gambar 2. 1 TAM Model Diagram.....	10
Gambar 2. 2 Kerangka Penelitian	11
Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian	20
Gambar 3. 2 Struktur Organisasi Universitas Indo Global Mandiri	25
Gambar 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Gambar 4. 2 Responden Berdasarkan Usia	42

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Skala Likert	13
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3. 1 Variabel dan Indikator Penelitian.....	26
Tabel 3. 2 Variabel Perceived Ease Of Use.....	27
Tabel 3. 3 Variabel Perceived Usefulness	28
Tabel 3. 4 Variabel Attitude Towards Using.....	28
Tabel 3. 5 Variabel Behavioral Intention to Use	29
Tabel 3. 6 Skala Pengukuran Variabel	31
Tabel 3. 7 Hasil Penyebaran Kuesioner.....	31
Tabel 3. 8 Hasil Uji Validitas Perceived Ease Of Use.....	33
Tabel 3. 9 Hasil Uji Validitas Perceived Usefulness.....	33
Tabel 3. 10 Hasil Uji Validitas Attitude Towards Using	34
Tabel 3. 11 Hasil Uji Validitas Behavioral Intention to Use	34
Tabel 3. 12 Hasil Rekapitulasi Uji Validitas	35
Tabel 3. 13 Hasil Uji Reliabilitas <i>Perceived Ease Of Use</i>	36
Tabel 3. 14 Hasil Uji Reliabilitas Perceived Usefulness	36
Tabel 3. 15 Hasil Uji Reliabilitas <i>Attitude Towards Using</i>	37
Tabel 3. 16 Hasil Uji Reliabilitas Behavioral Intention to Use	37
Tabel 3. 17 Hasil Uji Reliabilitas	37
Tabel 3. 18 Persentase dan Kriteria Penilaian	38
Tabel 4. 1 Distribusi Kuesioner.....	40
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4. 4 Pernyataan dan Variabel.....	43
Tabel 4. 5 Tabel Rekapitulasi	44
Tabel 4. 6 Hasil Kuesioner	45
Tabel 4. 7 Total Nilai Harapan dan Jawaban Responden	47
Tabel 4. 8 Efektivitas Instagram Sebagai Media Promosi.....	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Riwayat Hidup.....	55
Lampiran 2. Jadwal Kegiatan Penelitian.....	56
Lampiran 3. Surat Izin Penelitian.....	57
Lampiran 4. Surat Balasan Izin Penelitian	58
Lampiran 5. Kartu Bimbingan	59
Lampiran 6. Surat Pernyataan Tidak Plagiat.....	61