

## ABSTRAK

Muhammad Zahid Abid. 2024. Evaluasi Kualitas Konten Media Sosial Instagram Menggunakan Metode AIDA Marketing (Studi Kasus : *Amor Coffee*. Program Studi Sistem Informasi, FT, Universitas PGRI Madiun. Pembimbing (I) Noordin Asnawi, S.Kom., M.Kom. (II) Andria, S.kom., M.Kom.

*Digital marketing* merupakan proses yang penting untuk menunjang berkembangnya suatu UMKM untuk bersaing di masa sekarang. *Amor Coffe* dalam proses *digital marketing*nya sudah menggunakan media sosial Instagram akan tetapi belum menerapkan konsep dan metode yang efektif untuk pembuatan kontennya, akun Instagram tersebut sudah lama tidak aktif. Evaluasi konten menggunakan *AIDA marketing* dilakukan untuk menilai apakah konten efektif untuk menjangkau audiens. Perancangan konten kembali menggunakan metode *design thinking* dilakukan untuk menghasilkan rekomendasi konten yang berkualitas dan diharapkan dapat meningkatkan pengunjung baru di media sosial Instagram @kopi.amor. setelah dilakukannya proses evaluasi pada konten yang sudah oleh beberapa professional *digital marketing*, hasilnya konten sebelumnya belum memenuhi aspek *AIDA marketing*. Karena mencapai aspek yang dibutuhkan maka dilakukan perancangan ulang desain konten dari *Amor Coffee* yaitu dengan membuat rekomendasi acuan sebagai bahan untuk pembuatan konten dan juga pembuatan konten yang sudah jadi untuk diupload ke Instagram dari @kopi.amor. pada tahap *testing* menggunakan *tools* Instagram yaitu *insight* Instagram konten yang dibuat mampu untuk mendapat jangkauan lebih banyak audiens atau pengguna Instagram. Dengan hasil yang didapat metode *AIDA marketing* berhasil dan mampu meningkatkan lebih banyak pengunjung di akun Instagram dari *Amor Coffee*.

Kata Kunci : *AIDA marketing*; *Digital Marketing*; *Design Thinking*; Evaluasi; Desain Konten;

## ABSTRACT

Muhammad Zahid Abid. 2024. *Evaluating the Quality of Instagram Social Media Content Using the AIDA marketing Method (Case Study: Amor Coffee)*. Information Systems, Faculty of Engineering, Universitas PGRI Madiun. Advisor (I) Noordin Asnawi, S.Kom., M.Kom. Co-Advisor (II) Andria, S.kom., M.Kom.

*Digital marketing is an important process to support the development of UMKM to compete today. Amor Coffee in its digital marketing process has used Instagram social media, but has not implemented effective concepts and methods for creating content, the Instagram account has not been active for a long time. Content evaluation using AIDA marketing is carried out to assess whether the content is effective in reaching the audience. Content design again uses the design thinking method to produce quality content recommendations and is expected to increase new visitors on Instagram social media @kopi.amor. After carrying out an evaluation process on the existing content by several digital marketing professionals, the result was that the previous content did not meet the AIDA marketing aspects. Because it achieved the required aspects, Amor Coffee's content design was redesigned, namely by making reference recommendations as material for content creation and also creating ready-made content to be uploaded to Instagram from @kopi.amor. in the testing stage using Instagram tools, namely Instagram insights, the content created is able to reach a wider audience or Instagram users. With the results obtained, the AIDA marketing method was successful and was able to increase more visitors to Amor Coffee's Instagram account.*

*Keywords : AIDA marketing; Digital Marketing; Design Thinking; Evaluation; Content Design;*