

## ABSTRAK

**NADYA ARETHA FARELINA NPM 2014110066. Analisis Efektivitas Dan Minat Penggunaan Instagram Ads Menggunakan AISAS Model Pada Sejalan Decoration. Dibawah bimbingan NI LUH MADE VINAYA, SE, MM.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan Instagram ads bagi promosi Sejalan Decoration serta untuk mengetahui minat penggunaan Instagram terhadap produk Sejalan Decoration. Pengambilan data dilakukan dengan wawancara ke pemilik Sejalan Decoration dan dibantu dengan kuesioner yang disebar ke 48 pengguna aktif Instagram yang pernah menggunakan produk dan jasa Sejalan Decoration.

Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, dengan metode kualitatif untuk menjawab rumusan masalah pertama, dan metode kuantitatif untuk menjawab rumusan masalah kedua. Hasil penelitian menurut pemilik Sejalan Decoration, menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan menggunakan Instagram ads berguna, dan hasil untuk minat penggunaan Instagram terhadap produk dan jasa Sejalan Decoration **tinggi**. Hal ini didukung dengan presentase terbesar pada dimensi *Search* (Menelusuri). Artinya iklan yang dibuat oleh Sejalan Decoration menimbulkan minat pengguna Instagram untuk mencari lebih rinci terhadap produk dan jasa Sejalan Decoration melalui foto dan *caption* di akun Instagram Sejalan Decoration.

Kata Kunci : Instagram Ads, Media Sosial, AISAS Model, Wedding Decoration