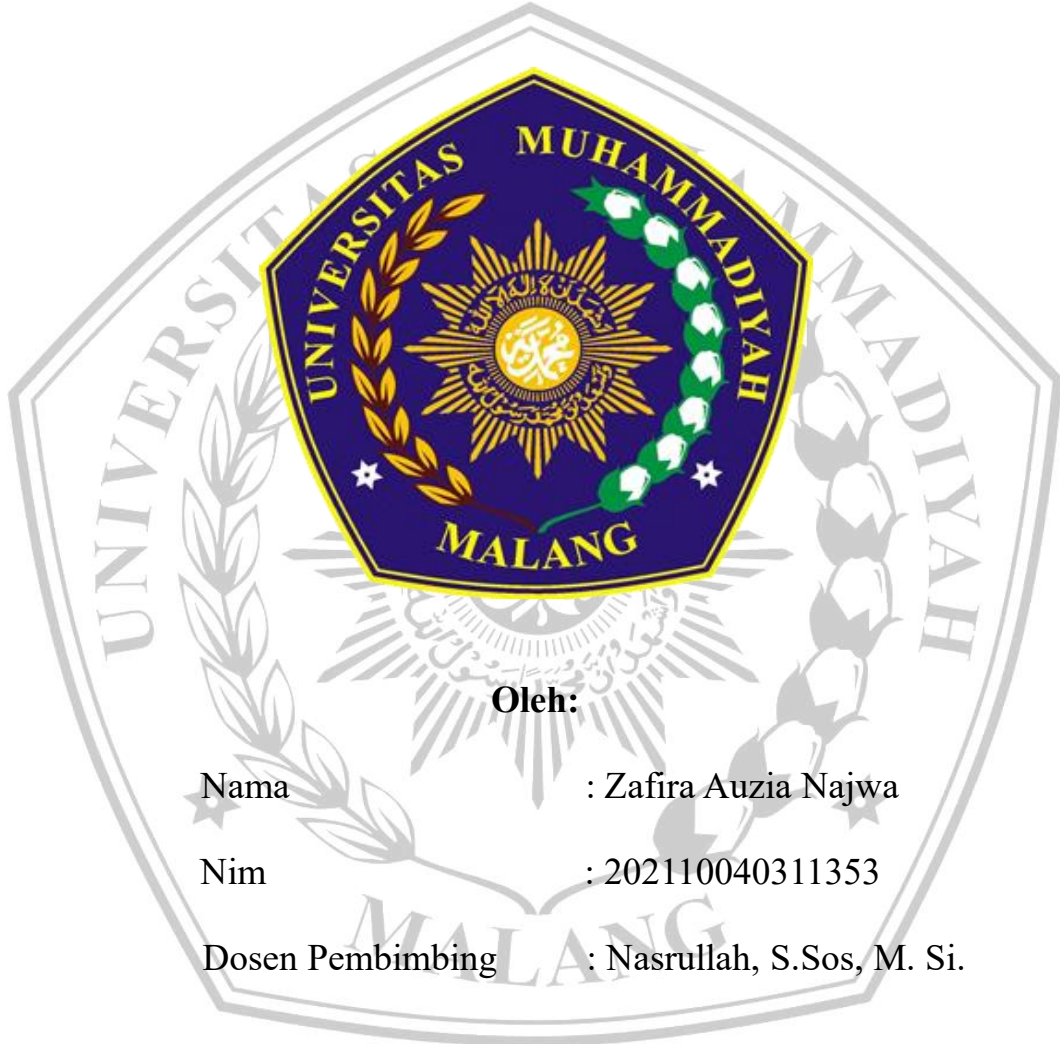


**Strategi Aktivasi Konten Giveaway Program Padhange Ati
JTV di Instagram**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Muhammadiyah Malang sebagai persyaratan memperoleh Gelar Sarjana
(S-1) Ilmu Komunikasi



Oleh:

Nama : Zafira Auzia Najwa

Nim : 202110040311353

Dosen Pembimbing : Nasrullah, S.Sos, M. Si.

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

TAHUN 2024

LEMBAR PENGESAHAN 1

JUDUL SKRIPSI

Strategi Aktivasi Konten Giveaway Program Padhange Ati JTV di Instagram

Diajukan Oleh :

Zafira Auzia Najwa
202110040311353

Telah disetujui
Rabu / 25 Juni 2025

Pembimbing I

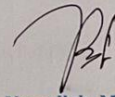
Nasrullah, M.Si. *f*

Wakil Dekan I



Mairur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

a Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN 2

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Zafira Auzia Najwa
202110040311353

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
LULUS
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Rabu, 25 Juni 2025
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Sugeng Winarno, M.A. ()
2. Arum Martikasari, M.Med.Kom ()
3. Nasrullah, M.Si. ()

Mengetahui
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Nasrullah, M.Si. Nasrullah Rijal, S.IP.,M.Hub.Int.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



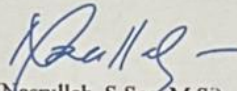
UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Zafira Auzia Najwa
NIM : 202110040311353
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : FISIP
Judul Skripsi : Aktivasi Media Sosial untuk Promosi Program Televisi (Proyek Aktivasi Konten Giveaway Pada Akun Instagram @padhangeatiramadhanjtv untuk Program Padhange Ati di JTV)

Disetujui,
Pembimbing


(Nasrullah, S.Sos, M.Si)

Mengetahui,
Kepala Prodi Ilmu Komunikasi



Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I
Jl. Bangsal 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 252 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sulaimi No 108 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 080

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Zafira Auzia Najwa
NIM : 202110040311353
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

Aktivasi Media Sosial untuk Promosi Program Televisi (Proyek Aktivasi Konten Giveaway Pada Akun Instagram @padhangeatiramadhanjtv untuk Program Padhange Ati di JTV)

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 3 Juni 2025

Yang Menyatakan,



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutawati No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@uman.ac.id

SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/V/2025

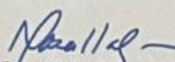
Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Zafira Auzia Najwa
No. Induk Mahasiswa : 202110040311353
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Aktivasi Media Sosial untuk Promosi Program Televisi
(Proyek Aktivasi Konten Giveaway Pada Akun Instagram
@padhangeatiramadhanjtv untuk Program Padhange Ati di
JTV)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan Siap Diuji. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 26 Mei 2025

Dosen Pembimbing


Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 351 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 351 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



(*) Coret yang tidak perlu

SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/

/FISIP-UMMV/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : Zafira Auzia Najwa

NIM : 202110040311353

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 8 (delapan) tahun akademik 2021 / 2025 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

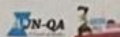
Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, ~~3-6-2025~~ 2025

a.n Dekan

a.n Kepala Program Studi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I
Jl. Bawakang 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutawo No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 090

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:
Aktivasi Media Sosial untuk Promosi Program Televisi (Proyek Aktivasi Konten Giveaway Pada Akun
Instagram @padhangeatiramadhanjtv untuk Program Padhange Ati di JTV)

Oleh:

Nama : Zafira Auzia Najwa

NIM : 202110040311353

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 26 Mei 2025

Pembimbing I/Promotor

Nasrullah, S.Sos, M.Si.

NIP. 10303090398



Kampus I
Jl. Bardsang 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 168 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

TANDA TERIMA PLAGIASI

 PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : ZAFIRA AUEIA NAJWA
NIM : 2021 - 353

Hasil Plagiasi : $\frac{13}{5}$

BAB I	5			
BAB II	0			
BAB III	0			

BAB IV

0			
6			

BAB V
BAB VI

Malang, 13 Mei 2020

Admin Plagiasi Prodi

PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
M. Dasuki



BERITA ACARA SEMINAR HASIL TUGAS AKHIR



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA SEMINAR HASIL TUGAS AKHIR

Pada hari Selasa, 23 April 2025

Pukul 19.00

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

Nama Peneliti	Zafira Auzia Najwa
NIM	202110040311353
Konsentrasi Studi	Ilmu Komunikasi
Fakultas	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi	Aktivasi Media Sosial untuk Promosi Program Televisi (Proyek Aktivasi Konten Giveaway Pada Akun Instagram @padhangeatiramadhanjtv untuk Program Padhange Ati di JTV)
Pembimbing	Nasrullah, S.Sos, M.Si
Dosen Penguji 1	Sugeng Winarno, S.Sos, .MA.

Seminar Hasil dilakukan secara daring (*Online*) melalui *platform* Zoom Meeting

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji 1 dan sejumlah 10 Mahasiswa (Daftar Hadir terlampir). Penyajian Seminar Hasil dinyatakan LULUS / TIDAK LULUS

Malang, 23 Mei 2025

..... Dosen Pembimbing,

..... Dosen Penguji,

Nasrullah, S.Sos, M.Si

Sugeng Winarno, S.Sos, .MA.

Mengetahui,
Kaprod/Sekprodi Ilmu Komunikasi,

Nasrullah, S.Sos, M.Si



Kampus I
Jl. Bendung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 480 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutami No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 148 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 480 435
E. webmaster@umm.ac.id

DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL TUGAS AKHIR



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL TUGAS AKHIR PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

No.	Nama	NIM	Program Studi
1	Adelia Natasha	202110040311338	Ilmu Komunikasi
2	Mohammad Sauqi Afandi	202110040311476	Ilmu Komunikasi
3	Ajria Ainani Faza	202110040311342	Ilmu komunikasi
4	Fatimah Az-Zahra	202110040311434	Ilmu Komunikasi
5	Clarisa Astri Primadina Putri	202210040311339	Ilmu Komunikasi
6	Ardila Maulina	202110040311381	Ilmu komunikasi
7	Nadia Alexandra Rizal	202110040311347	Ilmu Komunikasi
8	Ummul Husna Mukadas	201910040311310	Ilmu Komunikasi
9	El Muflihatuz Zahra	202110040311400	Ilmu Komunikasi
10	Zakwan M	201910040311161	Ilmu Komunikasi

Malang, 9. Mei 2025
dsk. Dosen Pembimbing,

Nasrullah, S.Sos, M.Si



Kampus I

Jl. Sandang 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sutani No 158 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 148 (Hunting)
F: +62 341 582 080

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

BERITA ACARA PEMBIMBINGAN TUGAS AKHIR



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA PEMBIMBINGAN TUGAS AKHIR

1. Nama : Zafira Auzia Najwa
2. NIM : 202110040311353
3. program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Penelitian : Aktivasi Media Sosial untuk Promosi Program Televisi
(Proyek Aktivasi Konten Giveaway Pada Akun Instagram @padhangeatiramadhanjtv untuk Program Padhange Ati di JTV)
6. Pembimbing : Nasrullah, S.Sos, M.Si
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
21/09/24	Kelas bimbingan pertama seminar proposal	
27/09/24	Acc Judul Penelitian "Aktivasi Media Sosial untuk Promosi Program Televisi (Proyek Aktivasi Konten Giveaway Pada Akun Instagram @padhangeatiramadhanjtv untuk Program Padhange Ati di JTV)"	
25/10/24	Konsultasi Bab I, II, III	
16/11/24	Seminar Proposal Bab I,II,III	
30/11/24	Konsultasi Bab IV	
07/12/24	Konsultasi Bab V	
17/03/25	Acc untuk Seminar Hasil	
23/04/25	Seminar Hasil	

Malang, 3 Mei 2025

Dosen Pembimbing,

Nasrullah, S.Sos, M.Si



Kampus I
Jl. Blandong 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Blandong-Suban No. 158 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

ABSTRAK

ABSTRAK

Zafira Auzia Najwa. NIM. 202110040311353. Strategi Aktivasi Konten Giveaway Program *Padhange Ati* JTV di Instagram. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang.

Kata Kunci: Media Sosial, Strategi Komunikasi, Program Televisi, Giveaway

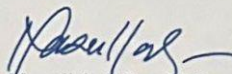
Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan strategi aktivasi konten giveaway sebagai bentuk promosi off-air program *Padhange Ati* JTV melalui media sosial Instagram selama bulan Ramadhan 2024. Fokus penelitian diarahkan pada proses perencanaan, pelaksanaan, dan keterlibatan audiens terhadap konten giveaway yang diunggah setiap hari. Tujuan penelitian adalah menggambarkan bentuk strategi digital dan dampaknya terhadap jangkauan serta interaksi audiens.

Penelitian ini menggunakan teori komunikasi pemasaran digital, strategi konten media sosial, dan model AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) sebagai kerangka berpikir. Teori ini membantu menganalisis bagaimana konten visual, narasi, dan insentif giveaway membentuk pola interaksi digital. Aktivasi media sosial dipahami sebagai upaya membangun komunikasi dua arah yang responsif dan emosional antara program televisi dan audiens.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode observasi partisipatif aktif, dokumentasi digital, dan wawancara daring. Teknik analisis data dilakukan melalui reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan berdasarkan model Miles, Huberman, dan Saldana.

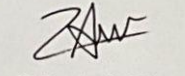
Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi giveaway berhasil meningkatkan jangkauan dan keterlibatan audiens. Konten visual khas Ramadhan, waktu unggah strategis, serta relevansi pertanyaan mendorong partisipasi tinggi. Aktivasi ini mampu membentuk persepsi positif terhadap program, meskipun terdapat kendala seperti keterbatasan tim dan kontrol distribusi konten.

Dosen Pembimbing


Nasrullah, S.Sos, M. S

NIP: 10303090398

Malang, 1 Juni 2025
Penulis,


Zafira Auzia Najwa

NIM 202110040311353

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Strategi Aktivasi Konten Giveaway Program Padhange Ati JTV di Instagram” dengan baik.

Dalam proses penyusunan tugas akhir ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak, maka tugas akhir ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Nasrullah, S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing Seluruh dosen dan staf Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMM Lovena dan Ramen yang telah membekali penulis dengan ilmu dan pengalaman selama masa perkuliahan.
2. Pihak JTV khususnya divisi New Media dan tim Padhange Ati Ramadhan, atas kesempatan, kerjasama, dan dukungan selama pelaksanaan proyek aktivasi konten giveaway ini.
3. Kedua orang tua tercinta Papa, Mama, Adek, Kakak yang selalu memberikan doa, dukungan moral, dan semangat tanpa henti kepada penulis.
4. Teman-teman seperjuangan Ayi, Adel, Nadia, Clarisa, Fatimah, Septi, Elha, Inggrid, Qolbi, Esthik, Azza, Vanda, Dona, serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pihak yang berkepentingan, khususnya dalam bidang komunikasi pemasaran digital di media sosial.

Malang, 11 Juni 2025

Penulis

Daftar Isi

LEMBAR PENGESAHAN 1	ii
LEMBAR PENGESAHAN 2	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN.....	v
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI.....	vi
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH.....	vii
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....	viii
TANDA TERIMA PLAGIASI.....	ix
BERITA ACARA SEMINAR HASIL TUGAS AKHIR.....	x
DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL TUGAS AKHIR.....	xi
BERITA ACARA PEMBIMBINGAN TUGAS AKHIR.....	xii
ABSTRAK	xiii
KATA PENGANTAR.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Komunikasi Pemasaran	6
2.2 Strategi Promosi <i>On-Air</i> dan <i>Off-Air</i>	7
2.3 Media Sosial Instagram dalam Aktivasi Promosi.....	8
2.4 Teori AIDA (<i>Attention, Interest, Desire, Action</i>).....	9
2.5 Konten Marketing: <i>Giveaway</i> sebagai Strategi <i>Engagement</i>	10
2.6 Aktivasi Media dalam Promosi Program Televisi	11
2.7 Kerangka Pemikiran	13
2.8 Penelitian Terdahulu.....	14
BAB III.....	17
METODE PENELITIAN	17

3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	17
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	17
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	18
3.4 Teknik Pengumpulan Data	19
3.4.1 Observasi Partisipatif	20
3.4.2 Dokumentasi	20
3.4.3 Wawancara	20
3.5 Teknik Analisis Data	21
3.6 Keabsahan Data	22
BAB IV	23
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	23
4.1 Profil Program <i>Padhange Ati</i>	23
4.2 Akun Instagram @padhangeatiramadhanjtv	23
4.3 Strategi Pelaksanaan Aktivasi <i>Giveaway</i>	24
BAB V	26
HASIL DAN PEMBAHASAN	26
5.1 Implementasi Strategi <i>Giveaway</i>	26
5.2 Capaian Jangkauan dan Keterlibatan <i>Audiens</i>	28
5.3 Analisis Sentimen <i>Audiens</i> terhadap Konten <i>Giveaway</i>	32
5.4 Pembahasan Penerapan Teori AIDA	35
5.5 Pembahasan Peran Strategi <i>Off-Air</i> dalam Promosi Program	37
5.6 Analisis SWOT Strategi <i>Giveaway Padhange Ati</i>	39
5.7 Evaluasi dan Implikasi	41
BAB VI	43
PENUTUP	43
6.1 Kesimpulan	43
6.2 Saran	44
DAFTAR PUSTAKA.....	xvii

DAFTAR PUSTAKA

- Dani, J. A., Syaifudin, M., & Syaifullah, J. (2024). *Aktivasi Optimasi Instagram Business Albanna . Id Dalam Membangun Brand Fashion Muslim Di Masyarakat Kabupaten Karanganyar*. 4(2), 123–134.
- Dasuki, I., & Wahid, U. (2020). Penggunaan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran untuk Membangun Brand Awareness saat Pandemi Covid-19. *PARAHITA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 47–54. <https://doi.org/10.25008/parahita.v1i2.49>
- Fahlevi, R., & Enjelia, Y. (2024). Aplikasi Digital Marketing Giveaway pada Pemasaran Mie Pangsit Ayam Bangka Mr.Ong. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 214–218. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2512>
- Fahlevi, R., & Lim, J. (2024). Pemanfaatan Giveaway pada Pemasaran Harum Sari Bakery. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 219–223. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2513>
- Florensia, F., & Utami, L. S. S. (2023). Analisis Social Media Marketing Scarlett Whitening di Instagram. *Prologia*, 7(2), 336–345. <https://doi.org/10.24912/pr.v7i2.21406>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kotler, P., & Keller, K. lane. (2016). Management Marketing 15 Global Edition. In *Boletin cultural e informativo - Consejo General de Colegios Medicos de España* (Vol. 22).
- Ngabito, P. A., Sugandi, D., Si, M., Ilmu, F., Politik, I., Mulawarman, U., & Samarinda, K. (2022). *Dalam Meningkatkan Brand Engagement*. 3(2), 58–70.
- Rahmawati, V., & Setyani, N. S. (2024). *Penggunaan Pendekatan AIDA Sebagai Strategi Promosi Pada Media Sosial Instagram ‘oleholehjombangrisell.’* 5(2), 341–351. <https://doi.org/10.15294/baej.v5i2.9482>
- Ramadanti, H., Prasetyo, H. A., & Hanafih, M. R. (2023). Analisa Giveaway Pada Instagram. *Seminar Nasional Desain Dan Media 2023*, 521–529.
- Saptya Mohamad Permana, R., & Jimi Narotama Mahameruaji. (2019). Strategi Pemanfaatan Media Baru Net. Tv Utilization of New Media Strategy of Net.Tv. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 23(1), 21–36.
- We Are Social. (2024). *Digital 2024: Indonesia Overview Report*. 136.

Daftar Gambar

Gambar 1. Model Analisis Miles, Huberman, dan Saldana (2014)	21
Gambar 2. Profil Instagram Padhange Ati JTV	24
Gambar 3. Grafik Followers, Impressions, dan Reach Instagram	29
Gambar 4. Performa Konten Giveaway	30
Gambar 5. Grafik Distribusi Usia dan Lokasi Audiens.....	31
Gambar 6. Analisis Sentimen Audiens	34



Daftar Tabel

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 2. Jadwal Penelitian.....	18
Tabel 3. Tabel Analisis SWOT Strategi Giveaway	41

