

**EFEKTIVITAS IKLAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA  
PROMOSI PADA "KLINIK KOPI" DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN  
KONSEP AIDCA**

*(Attention, Interest, Desire, Conviction, Action)*

**( Studi pada Klinik Kopi Yogyakarta )**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
(S1) Ilmu Administrasi Bisnis**



**Disusun oleh :**

**M.SAIFUDIN JOHANTORO**

**152110099**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" YOGYAKARTA**

**YOGYAKARTA**

**2018**