

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari penelitian penerapan model AISAS pada produk Ellafashionshopp untuk meningkatkan *brand awareness* melalui media sosial instagram adalah berikut :

1. Attention (Perhatian/Kesadaran)

Dalam hal kesadaran atau perhatian terhadap toko Ellafashionshopp. Konten yang paling efektif yaitu menerapkan konten foto sebelum review pada fitur instagram story dengan jumlah jangkauan atau akun yang melihat sebanyak 2534 akun dengan kunjungan profil sebanyak 84 akun dan 16 pengikut baru instagram ellafashionshop. Dalam konten tersebut menarik perhatian para followersnya karena dibuat penasaran dengan adanya produk baru dari ellafashionshopp. Dan untuk membuat para followers tertarik ellafashionshopp selalu memperhatikan cahaya, background dan penataan pada visual konten yang ellafashionshopp buat diinstagram.

2. Interest (ketertarikan)

Dalam hal membuat *followers* atau customer tertarik terhadap Ellafashionshopp. Konten yang paling efektif digunakan Ellafashionshopp yaitu konten foto produk dengan style pada feed instagram ellafashionshop, dalam postingan tersebut sebanyak 5667 akun berinteraksi diantaranya 5567 akun yang menyukai, 41 akun yang berkomentar, 44 akun yang membagikan postingan dan 25 akun yang menyimpan postingan. Serta dari konten tersebut terdapat 1885 akun yang mengunjungi profil instagram ellafashionshopp dan 1067 pengikut baru ellafashionshopp. Dalam konten tersebut membuat followers tertarik berinteraksi dengan mencari tahu lebih dalam lagi mengenai info produk ellafashionshopp, karena produk dengan model dalam postingan tersebut sangatlah pas, jadi membuat produk ellafashionshopp terlihat menarik dan membuat para followersnya ingin

memiliki produk tersebut dan mencaritahu produk tersebut. Dan untuk membuat para followers instagram ellafashionshopp lebih interest, ellafashionshopp selalu menjadwalkan postingan instagramnya pada jam terbaik yaitu jam 18.00 sampai jam 20.00 disetiap harinya.

3. Search (Pencarian)

Dalam hal membuat *followers* mendalami atau mencari tahu produk Ellafashionshopp lebih dalam lagi ke berbagai akun yang lain selain media sosial instagram, ellafashionshopp memanfaatkan fitur tautkan link yang selalu dibuat pada konten video instagram storynya. Pada konten tautkan link terdapat 2886 akun yang mengklik tautan tersebut. Hal itu menandakan banyaknya followers yang ingin mencaritahu ellafashionshopp lebih dalam lewat akun media sosial ellafashionshopp yang lain. dan dalam tahap ini melewati mesin pencari di google dengan kata kunci “ellafashionshopp” yang paling teratas adalah akun media sosial ellafashionshopp. Hal itu menunjukkan bahwa kebanyakan orang akan mencaritahu ellafashionshopp lewat akun media sosial instagram ellafashionshopp.

4. Action (Tindakan)

Dalam hal pengambilan keputusan ini Ellafashionshopp membuat konten promo pada fitur instagram feednya. Terdapat 6842 akun yang berinteraksi saat ellafashionshopp mengupload konten promo tersebut, diantaranya 41 komentar yang jadi tidak sabar untuk membeli produk ellafashionshopp, karena postingan promo ellafashionshopp mempunyai waktu yang terbatas, hal itu membuat followers ellafashionshopp tidak sabar untuk membeli produk ellafashionshopp.

5. Share (membagikan)

Dalam hal membagikan ini Ellafashionshopp memanfaatkan fitur repost pada instagram story, dari fitur repost tersebut dapat dilihat bahwa terdapat 69 akun yang mengunjungi profil instagram ellafashionshopp serta 18 akun pengikut baru ellafashionshopp. Fitur repost ellafashionshopp digunakan untuk menghargai para followers ellafashionshopp yang sudah merasa puas dengan membagikan produk ellafashionshopp pada postingan instagram pribadi mereka, dalam hal ini secara tidak langsung membantu ellafashionshopp dalam mempromosikan produknya dan meningkatkan *brand awareness* ellafashionshopp, karena ketika followers

memposting produk pada instagram mereka pribadi, followers mereka yang belum mengenal ellafashionshopp jadi mengenal produk ellafashionshopp.

5.2 Saran

Penulis dapat menyimpulkan penelitian ini berdasarkan pertanyaan penelitian. Berdasarkan hal tersebut, penulis memiliki sebuah saran yang nantinya diharapkan mampu dijadikan sebagai suatu bahan pertimbangan bagi kajian bidang ilmu komunikasi serta bagi sebuah objek penelitian kali ini yakni Ellafashionshopp dalam meningkatkan *brand awareness* melalui media sosial instagram, yaitu sebagai berikut :

5.2.1 Saran Akademis

1. Penulis berharap hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangsih serta dapat menjadi referensi untuk penelitian yang serupa, peneliti menyarankan agar dapat menambahkan faktor-faktor yang lainnya yang nantinya dapat meningkatkan hubungan suatu perusahaan dengan konsumennya.
2. Penulis berharap hasil dari penelitian ini nantinya diharapkan menjadi tambahan suatu informasi serta referensi dalam ilmu komunikasi khususnya di bidang komunikasi dalam meningkatkan *brand awareness* pada media sosial instagram.

5.2.2 Saran Praktis

Saran praktis yang dapat diajukan penulis untuk ellafashionshopp adalah sebagai berikut :

1. Agar ellafashionshopp lebih diperbanyak memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia di instagram dan lebih dirapihkan lagi masalah *feed* agar mempunyai ciri khas suatu *brand* di media sosial instagram serta lebih aktif lagi berinteraksi dengan *followers* di instagram.