

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada kesimpulan kali ini berdasarkan data yang diperoleh dan sudah diolah oleh peneliti dapat ditarik kesimpulan bahwa pada rumusan masalah seberapa efektif pesan konten visual Instagram “Adorable Project” sebagai pencapaian *brand awareness* dengan *metode customer response index*, didapatkan hasil perhitungan dari lima faktor yakni *awareness*, *comprehend*, *interest*, *intention* dan *action* yakni :

1. Awareness

Pada penelitian ini diperoleh data 100 responden yakni sebesar 60% (0,60) responden *aware* dan sisanya yakni 40% (0,40) responden tidak *aware* terhadap merek ini. Ketatnya persaingan terlebih yang dilakukan di sosial media khususnya Instagram nampaknya membuat merek Adorable Project harus meningkatkan kegiatan promosinya dengan cara yang lebih unik dan kreatif agar calon *followers* maupun *followers* dapat menyadari adanya merek dari Adorable Projects.

2. Comprehend

Pada tahap *comprehend* atau pemahaman dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden terdapat 51% (0,51) sedangkan yang *no comprehend* yakni 49% (0,49) dan dengan mengacu pada acuan pada

bab empat bahwa pesan konten visual Adorable Project di Instagram “efektif”. Tingkat pemahaman terhadap pesan konten visual Instagram Adorable Projects harusnya dapat lebih ditingkatkan. Dengan persaingan yang semakin ketat, maka tim pemasaran harus lebih kreatif dalam membuat tampilan visual Instagram Adorable Projects agar lebih menarik.

3. *Interest*

Hasil analisis dari data tahap *interest* atau ketertarikan yakni 37% (0,37) responden tertarik pada produk dari merek Adorable Project. Sedangkan sisanya yakni 63% (0,63) responden tidak tertarik dengan produk dari merek ini. Dari hasil yang didapat yakni 0,37 dengan melihat acuan maka pesan konten visual Instagram Adorable Projects dikatakan Cukup Efektif. Hal utama bagi seorang calon pembeli adalah membuat tertarik terhadap suatu produk. Produk yang menarik akan membuka peluang konsumen untuk membeli barang tersebut.

4. *Intention*

Intention merupakan tahap yang penting dalam sebuah metode CRI. *Intention* yang didapat dari data yang sudah diolah yakni mencapai 32% (0,32) dengan mengacu pada rentang skala, maka hasil 0,32 dapat dikatakan Cukup Efektif. Seperti halnya *interest*, *intention* atau ketertarikan merupakan hal yang sangat penting dimana

konsumen akan mulai berpikir untuk membeli produk dari merek tersebut atau tidak, sehingga diharapkan lebih meningkatkan promosi.

5. *Action*

Merupakan tahap akhir dalam kegiatan periklanan. Dengan hasil analisis data pada tahap action yakni sebesar 44% (0,44) dapat diketahui dari rentang skala, bisa dikatakan Cukup Efektif untuk mengetahui efektifitas pesan konten visual Instagram Adorable Projects dengan metode CRI. *Action* atau tindakan merupakan pelengkap dari seluruh tahapan – tahapan CRI. Seorang konsumen mampu melakukan tindakan pembelian terhadap produk suatu merek dikarenakan tahapan CRI sebelumnya sudah dilakukan dengan baik dan dapat dikatakan berhasil. Dalam penelitian ini dimana objek yakni Adorable Projects memperoleh peringkat cukup efektif, ini dapat lebih ditingkatkan dengan mempelajari karakter konsumen dan faktor – faktor pendukung lainnya.

Menurut hasil perhitungan CRI yang dihasilkan yakni 1,59% dan dapat dikatakan kurang efektif karena berada pada rentang 1,00 – 33,00. Nampaknya hal ini dapat menjadi evaluasi bagi merek yang bersangkutan untuk terus meningkatkan kegiatan promosi terlebih di sosial media.

Dan mengacu pada besaran interval, untuk tahap *awareness* yang diperoleh sebesar 60% maka dapat dinyatakan pencapaian *brand awareness*

melalui pesan konten visual Instagram Adorable Projects dengan Metode CRI yakni cukup efektif.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan, yakni dengan metode *Customer Response Index* (CRI) merek Adorable Projects melalui media sosial Instagram dinyatakan kurang efektif, hal ini bisa saja dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya yakni persaingan melalui sosial media terlebih instagram yang cukup ketat yang dilakukan antar merek, produsen dituntut untuk lebih berpikir kreatif dalam mengembangkan ide bisnisnya. Dan diharapkan merek Adorable Project dapat memperhatikan dan menggunakan sosial media se-efektif mungkin sehingga dapat meningkatkan penjualan dengan cara lebih meningkatkan dalam segi visualisasi atau melakukan promosi seperti mengadakan *give away* kepada *followers* pada sosial media instagram. Dan diharapkan kedepannya promosi tidak hanya di lakukan di satu *platform* sosial media saja namun juga diperluas ke berbagai *market place*.

