

BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian mengenai tingkat pengetahuan *followers* Instagram @aerostreet mengenai *brand* Aerostreet. Peneliti dapat memberikan kesimpulan bahwa *followers* Instagram @aerostreet rata – rata memiliki tingkat pengetahuan tinggi terhadap setiap indikator tingkat pengetahuan *brand*. Khususnya indikator pemakai yang didominasi oleh responden berjenis kelamin perempuan berusia 17 – 23 tahun yang berasal dari kota Surabaya dengan pekerjaan sebagai pegawai swasta. Hal ini menunjukkan bahwa *followers* Instagram @aerostreet memiliki tingkat pengetahuan tinggi mengenai *brand* Aerostreet.

V.2 Saran

V.2.1 Saran Akademis

Untuk penelitian selanjutnya, akan lebih baik jika memilih subjek yang menjadi *followers* dengan menambahkan identitas responden sudah berapa lama mengikuti akun responden, apabila dibandingkan mengambil responden yang tiba-tiba menjadi followers, sehingga informasi yang diterima lebih valid. Selain itu, peneliti juga menyarankan penggunaan metode lain seperti studi kasus. Perlu ditelusuri bagaimana brand Aerostreet meningkatkan pengetahuan para followersnya dengan menggunakan media sosial melalui konten Instagram @aerostreet.

V.2.2 Saran Praktis

Saran peneliti untuk Aerostreet adalah meningkatkan aktivitas konten Instagram dan memperkenalkan *Brand* lokal Aerostreet lebih luas lagi hingga ke kota-kota lainnya. Meskipun konten Instagram Aerostreet telah memberikan pengaruh pada tingkat pengetahuan *followersnya* mengenai *Brand* Aerostreet, namun Aerostreet tetap harus meningkatkan konten-konten informatif dan bisa menarik ketertarikan konsumen baru meskipun dalam penelitian dinyatakan bahwa *followers* Instagram @aerostreet memiliki tingkat pengetahuan tinggi mengenai *Brand* Aerostreet.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Adiputra, I. Made Sudarma, Ni Wayan Trisnadewi, Ni Putu Wiwik Oktaviani, and Seri Asnawati Munthe. 2021. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. edited by R. W. & J. Simarmata. Yayasan Kita Menulis.

Bobby Owsinski, S. 2014. *Social Media Promotion For Small Business And Entrepreneurs, The Manual For Marketing Your Product And Business Online*. edited by B. O. M. Group. West Burbank: BOMG Publishing.

Chaffey, Dave. Fiona Ellis-Chadwick. 2016. *Digital Marketing Strategy, Implementation and Practice Sixth Edition*. 6th ed. edited by E. Gate. United Kingdom: Pearson Education Limited.

Clyne, Gary. 2019. *Social Media Marketing Mastery*.

Hartono, Dudi. 2017. *Psikologi*. 1st ed. KEMENTERIAN KESEHATAN REPUBLIK INDONESIA.

Jeremy Harris Lipschultz. 2015. *Social Media Communication Concept, Practice, Data, Law And Ethic*. New York and London: Routledge Taylor & Francis Group.

Kotler, Philip, Iwan Kartajaya, and Hermawan Setiawan. 2019. *Marketing 4.0 Bergerak Dari Tradisional Ke Digital*. edited by A. Tarigan. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. 7th ed. edited by Kencana. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.

Miles, Jason. 2019. *Instagram Power*. Vol. 59. 1st ed. New York: McGraw-Hill Education eBooks.

Muhammad Jaiz. 2014. *Dasar-Dasar Periklanan*. Graha Ilmu.

Perkins, Lauren. 2015. *The Community Manager's Playbook How To Build Brand Awareness And Customer Engagement*. Apress.

Potts, Liza. 2014. *Social Media In Disaster Response*. Routledge Taylor & Francis Group.

Rofahan, Akhmad, Anton Muhajir, Bayu Sapta Nugraha, and Hernindya Wisnuadji. 2014. *Media Sosial Masa Depan Media Komunitas*. 1st ed. edited by I. Yuniardi and I. Saraswati. Yogyakarta: COMBINE Resource Institution (CRI).

Rully Nasrullah. 2017. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. 4th ed. edited by N. S. Nurbaya. Simbiosis Rekatama Media.

Ryan, Damian. 2014. *Understanding Digital Marketing Marketing Strategies For Engaging The Digital Generation*. 3rd ed. edited by Graphicraft Limited. London, United Kingdom: Kogan Page.

SOCIAL, WE ARE. 2022. *Digital 2022 Global Overview Report (The Essential Guide to The World's Connected Behaviours)*.

Sujarweni, V. Wiratna. 2019. *SPSS Untuk Penelitian*. edited by Florent. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Jurnal

Agustine, Meiliana, and Yuliana Riana Prasetyawati. 2020. "Pengaruh Kualitas Informasi Instagram Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Citra Dapurfit." *Profesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat* 5(1):82. doi: 10.24198/prh.v5i1.23966.

Anizir; Wahyuni, Restu. 2017. "Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Image Perguruan Tinggi Swasta Di Kota Serang." *Jurnal Sains Manajemen* 3(2):0.

Arianty, Nel, and Ari Andira. 2021. "Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Lazada Terhadap Keputusan Pembelian Online." *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 4:897. doi: 10.24843/eeb.2021.v10.i10.p07.

Fitrianna, Hafizh, and Derista Aurinawati. 2020. "Pengaruh Digital Marketing Pada Peningkatan Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cokelat Monggo Di Yogyakarta." *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia* 3(3):409–18. doi: 10.31842/jurnalinobis.v3i3.147.

- Hartaty. 2018. "Pengaruh Tingkat Pengetahuan Ibu Tentang Imunisasi Pada Bayi Di Wilayah Kerja Puskesmas Batua Kota Makassar." *Jurnal Ilmiah Kesehatan Sandi Husada* 5(2):13–32. doi: 10.35816/jiskh.v5i2.29.
- Kusuma, Belinda Aretha, and Berlian Primadani Satria Putri. 2019. "Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Equity." *Jim Upb* 7(1):33–37.
- Nggilu, Monica, Altje L. Tumbel, and Woran Djemly. 2019. "Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Benu Manado." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 7(3):2691–2700.
- Oktaviani, Femi, and Diki Rustandi. 2018. "Implementasi Digital Marketing Dalam Membangun Brand Awareness." *PROfesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat* 3(1):1. doi: 10.24198/prh.v3i1.15878.
- Rajaratenam, Sri Ganesh, Rose Dinda Martini, and Nur Indrawati Lipoeto. 2014. "Hubungan Tingkat Pengetahuan Dan Sikap Dengan Tindakan Pencegahan Osteoporosis Pada Wanita Usila Di Kelurahan Jati." *Jurnal Kesehatan Andalas* 3(2):225–28. doi: 10.25077/jka.v3i2.96.
- Santoso, Devita Agustin, Rezi Erdiansyah, and Muhammad Adi Pribadi. 2019. "Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Innisfree." *Prologia* 2(2):286. doi: 10.24912/pr.v2i2.3589.
- Suadnyani Pasek, Made. 2013. "Hubungan Persepsi Dan Tingkat Pengetahuan Penderita Tb Dengan Kepatuhan Pengobatan Di Kecamatan Buleleng." *JPI (Jurnal Pendidikan Indonesia)* 2(2):145–52. doi: 10.23887/jpi-

undiksha.v2i1.1411.

Sulistiyo, Tri Djoko, and Rina Fitriana. 2020. "Pengaruh Marketing Media Sosial Instagram Terhadap Brand Image The Bunker Café, Tangerang." *Jurnal Ekbis* 21(2):189–203. doi: 10.30736/je.v21i2.512.

Sumaryati, Maria. 2018. "Pengaruh Tingkat Pengetahuan Perawat Dengan Perilaku Pencegahan Infeksi Nosokomial Pada Diruang Perawatan RS Tajuddin Chalik Makassar." *Jurnal Ilmiah Kesehatan Sandi Husada* 5(2):33–46. doi: 10.35816/jiskh.v5i2.31.

Syamsi, Nur, and A. Syamsina. Asmi. 2019. "Gambaran Tingkat Pengetahuan Lansia Terhadap Hipertensi Di Puskesmas Kampala Sinjai." *Jurnal Ilmiah Kesehatan Sandi Husada* 7(1):17–21. doi: 10.35816/jiskh.v7i1.65.

Wilujeng, Sri Rahayusih, and Muhammad Edwar. 2014. "Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga* 2(2):15.