

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai penerapan media sosial di Clarissa Project dapat disimpulkan bahwa Clarissa Project telah menerapkan strategi pemasaran digital secara relevan dan terstruktur melalui pemanfaatan media sosial dengan pendekatan model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) yakni sebagai berikut:

1. *Attention* (Menarik Perhatian)

Clarissa Project berhasil menarik perhatian calon konsumen melalui konten visual yang ditampilkan di *platform* Instagram dan TikTok. Hal ini sesuai dengan teori pemasaran digital menurut Adhitya (2024) dan Sinaga Mauila (2025), yang menekankan pentingnya visualisasi produk dalam membangun kesadaran merek. Penggunaan *Instagram Ads* dan konten video bertema "*behind the scene*" terbukti meningkatkan jangkauan *audiens* secara signifikan.

2. *Interest* (Membangun Ketertarikan)

Minat konsumen dibangun melalui penyajian konten yang menarik secara emosional dan estetika, seperti video kreatif dengan *background* yang sesuai, testimoni pelanggan, dan promosi tematik. Upaya ini sejalan dengan pendekatan *content marketing* yang disebutkan dalam teori pemasaran digital, di mana daya tarik emosional menjadi kunci dalam membentuk minat awal terhadap produk.

3. *Search* (Mendorong Konsumen Mencari Informasi)

Clarissa Project memfasilitasi konsumen untuk mencari informasi lebih lanjut melalui katalog digital, tautan *Linktree*, dan optimalisasi *marketplace*. Namun, praktik SEO belum sepenuhnya maksimal, terutama dalam hal konsistensi penggunaan kata kunci yang relevan. Hal ini menunjukkan bahwa tahap "*Search*" masih perlu ditingkatkan agar dapat sepenuhnya mendukung proses pengambilan keputusan oleh konsumen.

4. *Action* (Tindakan Pembelian)

Clarissa Project telah memanfaatkan fitur-fitur digital seperti WhatsApp *Business*, TikTok *Live*, dan keranjang kuning untuk mendorong tindakan pembelian secara langsung. Penerapan ini menunjukkan keberhasilan dalam memudahkan konsumen melakukan transaksi, dan terbukti meningkatkan volume penjualan saat *live event* berlangsung. Strategi ini sesuai dengan pendekatan interaktif pemasaran digital yang menekankan efisiensi dan kemudahan dalam proses transaksi.

5. *Share* (Berbagi Pengalaman)

Clarissa Project secara aktif mendorong konsumen untuk membagikan pengalaman mereka melalui testimoni yang kemudian diunggah ulang oleh pihak *brand*. Hal ini mendukung teori *electronic word of mouth* (e-WOM) sebagai bagian dari strategi promosi tidak langsung yang efektif untuk memperluas jangkauan pasar dan memperkuat kredibilitas merek.

Secara keseluruhan, penerapan strategi pemasaran digital Clarissa Project melalui pendekatan AISAS telah menunjukkan efektivitas dalam membangun hubungan dengan konsumen secara digital. Namun, aspek konsistensi konten,

penguatan SEO, dan peningkatan kapasitas SDM masih menjadi tantangan yang perlu diperbaiki untuk memastikan strategi berjalan secara optimal dan berkelanjutan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat di gunakan sebagai bahan pertimbangan bagi Clarissa Project agar strategi pemasaran digital dalam penerapan media sosial menjadi lebih optimal yaitu:

1. Peningkatan SDM dan Peralatan Digital

- Perlu adanya alokasi sumber daya manusia khusus yang fokus menangani konten digital secara profesional, sesuai prinsip strategi digital terintegrasi.
- Penggunaan perangkat tambahan (kamera, laptop, penyimpanan *cloud*) untuk mendukung produksi konten berkualitas tinggi dan efisiensi kerja.

2. Penguatan Konsistensi Konten dan Analitik

- Perencanaan kalender konten yang konsisten dan terukur berbasis data *engagement* dan trend di media sosial.
- Memanfaatkan *tools* analitik seperti Instagram *Insight* atau TikTok *Analytics* untuk mengevaluasi performa konten secara rutin.

3. Optimasi SEO dan Kata Kunci Pencarian

- Evaluasi dan revisi kata kunci secara berkala berdasarkan tren pencarian untuk memperkuat tahap “*Search*” dalam model AISAS.

- Meningkatkan deskripsi produk dan pemanfaatan *tag* pada *platform marketplace*.

4. Penyesuaian Teknologi dan Otomatisasi Respon

- Pembaruan fitur *auto-reply* WhatsApp untuk berbagai skenario komunikasi pelanggan.
- Adaptasi terhadap perubahan teknis aplikasi media sosial agar proses promosi dan penjualan tetap lancar.

Dengan memperkuat strategi berdasarkan teori dan mengatasi kendala teknis serta sumber daya, Clarissa Project dapat memaksimalkan potensi pemasaran digitalnya dalam menjangkau lebih banyak pelanggan secara efektif dan berkelanjutan.