

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan maka dapat disimpulkan bahwa penerapan *islamic branding* Afrakids melalui media sosial dalam membangun *brand image* adalah sebagai berikut:

1. Implementasi *islamic branding* Afrakids melalui media sosial

Dalam melaksanakan penerapan *islamic branding*, Afrakids menggunakan media sosial sebagai medium dalam menyampaikan *value* Islam yang ingin disebarakan melalui konten yang dirancang guna membangun *brand image*. Media sosial yang Afrakids gunakan dalam melakukan penerapan *islamic branding* adalah media sosial *Instagram*, *Facebook*, dan *Youtube*.

Melalui beberapa media sosial yang digunakan, Afrakids ingin memperkenalkan diri sebagai brand yang membawa *value* islam yang tertera pada setiap produknya. Dengan melakukan *islamic branding* pada media sosial yang digunakan, melalui berbagai jenis konten seperti membuat konten edukasi tentang parenting yang mengundang narasumber di dalamnya, membuat konten *value* tentang produk-produk yang memuat nilai Islam di di dalamnya, serta membuat konten interaktif dalam menjalin hubungan dengan konsumen.

Melalui media sosial yang digunakan, Afrakids memberikan edukasi dan juga informasi terkait bagaimana membangun dasar nilai-nilai Islam pada anak melalui produk yang dimiliki sebagai mediana. Dengan berbagai konten yang dimiliki Afrakids, diharapkan dapat menyiapkan generasi muslim yang lebih baik di masa yang akan datang.

Penerapan *islamic branding* melalui media sosial merupakan upaya Afrakids dalam membangun *brand image* fashion muslim anak yang

edukatif. Dalam upaya membangun *brand image* ini Afrakids konsisten memberikan informasi dan edukasi kepada audiens mengenai produk-produknya, kuis dan challenge, pengetahuan islam serta kutipan motivasi.

2. *Islamic branding* berdasarkan *brand identity* Afrakids melalui media sosial

Dalam melakukan implementasi *islamic branding* berdasarkan brand identity, Afrakids menghadirkan konten yang memiliki karakter pada visual yang dirancang dalam bentuk konten foto maupun video yang konsisten memiliki value Islam di dalamnya, sehingga dapat menggambarkan daya tarik yang unik. Afrakids menghadirkan konten quiz dan pengetahuan Islam yang menggambarkan karakter Afrakids sebagai *brand fashion* muslim anak yang konsisten memberikan value Islam pada setiap konten yang diunggah di media sosial yang digunakan. Afrakids juga mengunggah konten challenge yang konsisten menggunakan tema dan bahasa yang sederhana sehingga mudah dimengerti.

Kemudian Afrakids memiliki *personality* sebagai karakter dari *brand* itu sendiri, seperti penggunaan elemen yang selaras antara penggunaan foto dan bahasa serta perilaku Afrakids di media sosial. Hal ini ditampilkan oleh Afrakids melalui media sosial seperti menggunakan caption yang ramah dan bersahabat kepada audiens-nya.

Dalam hal membangun komunikasi dengan audiens, Afrakids merancang konten interaktif yang bertujuan untuk membangun hubungan dengan audiens dengan dapat memberikan komentar dan *direct message*.

3. *Islamic branding* berdasarkan *brand positioning* Afrakids melalui media sosial

Sebagai *brand fashion* muslim yang berfokus pada produk anak, Afrakids merancang posisi produk untuk lebih menonjolkan makna dan nilai yang ada pada setiap produknya. Posisi produk dirancang dengan menunjukkan kebutuhan fungsional yang sesuai dengan visi dan misi Afrakids yaitu

menyampaikan nilai-nilai Islam yang bersifat universal. Afrakids ingin menunjukkan diri sebagai brand fashion yang konsisten memuat value Islam melalui produk dan jenis-jenis konten yang dihadirkan di media sosial.

## 5.2 Saran

Dari penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyadari masih banyak kekurangan di dalam penelitian ini, maka dari itu peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Hasil penelitian mengenai penerapan *islamic branding* yang dilakukan Afrakids dalam membangun *brand image* dapat menjadi sebuah masukan bagi pihak *brand* Afrakids untuk dapat konsisten dan terus melakukan improvisasi dalam melakukan penerapan *islamic branding* pada media sosial yang digunakan.
2. Kegiatan *islamic branding* yang sudah Afrakids lakukan melalui media sosial diharapkan dapat konsisten serta terus dapat beradaptasi di era yang bergerak dengan cepat.
3. Saran bagi peneliti selanjutnya bila ingin meneliti lebih lanjut mengenai *islamic branding* diharapkan untuk dapat mengkaji lebih banyak sumber dan referensi yang terkait dengan *islamic branding*.