

## **Pengaruh media sosial terhadap kinerja produk erto's dengan menggunakan metode aisas**

**Vivian Lupita Nica<sup>1</sup>, Wadyan Ikhwansyah<sup>2</sup>, Yanuarivaldi<sup>3</sup>**

Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma.

<sup>1</sup>Email: vivianlupita08@gmail.com

<sup>2</sup>Email: wadyanikhwansyah7@gmail.com

<sup>3</sup>Email: yanuarivaldi1@gmail.com

### **Abstrak**

Di era globalisasi saat ini perkembangan teknologi dan informasi semakin pesat, sehingga mempengaruhi berbagai aspek kehidupan sosial masyarakat. Salah satu aspek yang mengalami perubahan mendasar yaitu perkembangan teknologi dan media komunikasi. Semakin berkembangnya teknologi dan informasi maka otomatis media sosial pun ikut turut berkembang. Salah satu perkembangan yang cukup signifikan di media sosial khususnya media sosial facebook, instagram, dan twitter. Kinerja produk juga menjadi indikasi dalam perkembangan saat ini, salah satunya iklan erto's. Erto's adalah produk facial treatment dari Indonesia yang dapat memberikan berbagai manfaat untuk kulit wajah baik untuk pria maupun wanita. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh media sosial khususnya facebook, instagram, dan twitter terhadap kinerja produk erto's dengan metode AISAS. Model AISAS sendiri terbentuk dari Attention (perhatian), Interest (ketertarikan), Search (pencarian), Action (aksi), dan Share (berbagi). Hasil dalam penelitian ini menyebutkan bahwa berdasarkan metode AISAS media sosial baik facebook, instagram, dan twitter tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja produk erto's.

**Kata Kunci:** Media sosial; kinerja produk; aisas

### ***The effect of social media on erto's product performance using aisas method***

#### ***Abstract***

*In the current era of globalization is a growing technology and information, including various aspects of community social life. One of the aspects studied is the development of technology and communication media. As the development of technology and information, social media also develops. One of the significant media in social media especially social media facebook, instagram, and twitter. Product performance is also a problem in current developments, one of erto's ads. Erto's is a facial treatment product from Indonesia that can provide various benefits for facial skin for both men and women. The purpose of this study to determine the influence of social media facebook, instagram, and twitter on erto's product performance with AISAS method. The AISAS model itself is made of Attention (Attention), Interest (interest), Search (search), Action (action), and Share (sharing). The results in this study mentioned that AISAS method of social media both facebook, instagram, and twitter have no significant effect on erto's product performance.*

**Keywords:** Social media; product performance; aisas