

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini berjudul **Pemanfaatan Media Instagram Dalam Membangun Brand Image Di Kedai Mane Kopi**, berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada penelitian yang telah penulis lakukan, maka penulis dapat menyimpulkan hasil keseluruhan adalah sebagai berikut:

Kedai kopi merupakan tempat yang menyajikan minuman kopi dan juga non kopi. Saat ini kedai kopi sangatlah banyak, namun setiap kedai pasti memiliki ciri khas tersendiri. Pada penelitian ini penulis menyimpulkan bahwa memanfaatkan media *Instagram* dapat membangun *brand image*. Dengan cara mengetahui karakteristik media *Instagram*, penggunaan *Instagram*, fitur *Instagram* serta dapat memaksimalkan penggunaan *Instagram*.

Media *Instagram* menjadi media yang efektif dalam membangun *brand image* pada kedai Mane Kopi yaitu karena kedai Mane Kopi sebagian besar diminati oleh kalangan remaja hingga dewasa, dimana kalangan tersebut merupakan pengguna aktif media sosial *Instagram*. Sehingga dalam proses membangun *brand image* kalangan ini menjadi faktor pendukung utamanya.

Pihak kedai Mane Kopi dapat memaksimalkan fitur yang tersedia pada *Instagram* dalam mengunggah konten – konten yang menarik sesuai

dengan preferensi konsumen. Konten yang diunggah kedai Mane Kopi berfokus konten produk dan *ambience* sehingga konsumen mampu menerima informasi yang disampaikan, yang selaras dengan tema yang dipilih.

Konten yang diunggah berupa foto atau video yang dilengkapi dengan *caption*, supaya konsumen dapat memahami pesan yang diberikan. Kedai Mane Kopi membangun *brand image* dengan konsisten mengunggah konten – konten yang menarik disertai dengan promo, sehingga konsumen tertarik dan dapat menciptakan *brand image* yang baik. Konten yang diunggah kedai Mane Kopi bertemakan keceriaan dan kebahagiaan bertujuan untuk membentuk persepsi konsumen bahwa produk Kedai Mane Kopi sebagai teman dalam kondisi apapun, sehingga menciptakan suasana positif bila menikmati produknya.

Brand image yang positif tercipta dibuktikan dengan testimoni yang diunggah konsumen melalui *Instagram stories*. Hal ini merupakan salah satu cara terbentuknya persepsi positif dari konsumen. Maka dari itu media *Instagram* dapat berperan positif dalam membangun *brand image*. Poin utama dari membangun *brand image* melalui pemanfaatan media sosial *Instagram* yaitu mengedepankan visualisasi.

5.2. Saran

Berdasarkan pengamatan penulis, maka penulis dapat memberikan saran yang kiranya dapat berguna bagi Kedai Mane Kopi dalam melakukan aktifitas operasionalnya. Saran – saran tersebut adalah:

1. Kedai Mane Kopi harus lebih selektif dalam memilih tema dan variasi konten sehingga dapat memanfaatkan media Instagram secara maksimal. Pertimbangan dalam menentukan tersebut penting untuk tambahan wawasan audiens di media *Instagram*. Media baru yang digunakan harus bervariasi sehingga visualisasi penyampaian pesan suatu produk maupun membangun sebuah *brand image*.

2. *Team Mane Creative* harus lebih memiliki wawasan yang luas dalam membuat konten – konten yang relevan dan *trendy* sehingga dapat diterima oleh kalangan remaja hingga dewasa. Media baru yang telah digunakan berupa media *Instagram* pada saat ini cukup dalam membangun *brand image* dapat secara maksimal dilakukan, namun alangkah baiknya bila ditambahkan media baru seperti media *Facebook*, *Twitter*, *Tiktok* dan *Youtube* sebagai pendamping agar tidak ada kerancuan informasi yang diterima oleh *audiens*.

