

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pemanfaatan Instagram sebagai media promosi dilakukan dengan beragam tujuan yang telah ditetapkan secara terencana. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai pemanfaatan akun Instagram Dua *Coffee* sebagai media promosi, dapat disimpulkan bahwa Instagram telah menjadi sarana promosi yang efektif dalam menjangkau konsumen secara lebih luas dan personal. Penggunaan fitur-fitur Instagram seperti feed, story, reels, serta caption yang komunikatif terbukti mampu membangun interaksi antara Dua *Coffee* dengan *audiens*, meningkatkan *brand awareness*, dan memperkuat citra usaha.

Pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram, menunjukkan pergeseran signifikan dari metode promosi tradisional menuju sistem promosi digital yang lebih dinamis, *real-time*, dan terukur. Dalam konteks Dua *Coffee*, strategi konten yang konsisten, visual yang menarik, dan penggunaan tagar serta kolaborasi dengan *influencer* lokal menjadi bagian penting dari *promotional mix* yang mendukung kegiatan pemasaran mereka.

Hal tersebut tercermin dari upaya promosi yang dilakukan oleh Dua *Coffee* melalui *platform* Instagram, di mana mereka menerapkan berbagai strategi promosi, antara lain periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan personal (*Personal Selling*), pemasaran langsung (*Direct Marketing*), serta kegiatan hubungan masyarakat (*public relations*). Penggabungan kelima metode promosi tersebut dengan memanfaatkan Instagram sebagai wadah untuk menjalankan promosi berjalan lebih efektif karena mencakup penyampaian informasi yang luas.

Dua *Coffee* telah sukses memadukan berbagai strategi promosi melalui Instagram sebagai upaya untuk mencapai sasaran pemasarannya. Salah satu pendekatan yang digunakan adalah periklanan (*advertising*), dengan melibatkan *influencer* guna memperluas jangkauan konten dan menarik perhatian calon pelanggan. Melalui penyajian iklan yang disesuaikan dengan segmen pasar yang tepat, kafe ini mampu menjangkau target audiens yang relevan, memperkuat citra merek, serta meningkatkan kunjungan ke akun Instagram mereka.

Di samping itu, Dua *Coffee* turut menerapkan strategi promosi penjualan (*sales promotion*) dengan menyediakan diskon khusus dan paket promo melalui akun Instagram Dua *Coffee*. Pendekatan ini tidak hanya mengundang konsumen tetapi juga memperkuat interaksi konsumen dengan *brand* secara langsung di *platform* tersebut. Dengan memanfaatkan fitur seperti kode promo dan penawaran terbatas, kafe ini mampu mendorong pengikut untuk bertransisi menjadi pelanggan yang loyal.

Penjualan personal (*Personal Selling*) merupakan salah satu strategi pemasaran yang dilakukan oleh Dua *Coffee* dengan menekankan pada kegiatan transaksi oleh konsumen agar dapat langsung membeli produk pada halaman yang disediakan. Strategi ini memudahkan konsumen untuk mendapatkan produk yang mereka inginkan dengan memilih secara langsung yang menjadi keinginan mereka. Selain membantu meningkatkan kepuasan, pendekatan ini juga berkontribusi dalam membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas serta mendorong pembelian ulang.

Strategi pemasaran langsung (*Direct Marketing*) turut menjadi bagian penting dalam pendekatan promosi Dua *Coffee*, upaya ini tidak hanya mendorong keterlibatan yang lebih tinggi, tetapi juga menarik minat dan membangun komunikasi. Dua *Coffee* memberikan ajakan kepada followers untuk berkomunikasi melalui *Direct message* untuk informasi yang ingin ditanyakan terkait produk atau promo yang sedang berlangsung.

Sebagai bagian dari hubungan Masyarakat (*public relations*), Dua *Coffee* memaksimalkan pemanfaatan Instagram untuk memperkuat citra yang baik untuk Dua *Coffee* dan memperluas cakupan promosi. Dalam menjalin hubungan yang lebih kuat dengan konsumen, Dua *Coffee* ini menerapkan Teknik *Copywriting* yang disusun untuk menarik perhatian dan membangun kedekatan dengan konsumen.

Secara keseluruhan, Instagram merupakan media promosi yang efektif, efisien dan sesuai dengan tren digital saat ini, namun dari apa yang sudah dijelaskan adapun kelemahan yang menjadi perhatian khusus dalam meningkatkan promosi Dua *Coffee* yaitu fitur Instagram live, fitur ini menjadi kelemahan dalam Upaya promosi Dua *Coffee* karena fitur ini membutuhkan jaringan sinyal yang kuat serta

membutuhkan persiapan teknis yang baik supaya audiens atau ponoton pada saat live lebih efektif dan membutuhkan waktu yang cukup lama.

Khususnya dalam membangun *brand awareness*, menjalin kedekatan dengan konsumen serta hasil akhir meningkatkan penjualan. Namun, dinamika tren di media sosial menuntut adaptasi yang berkelanjutan, karena konten yang relevan saat ini dikemudian hari dapat menjadi usang dalam waktu singkat. Oleh karena itu, kemampuan Dua *Coffee* untuk merespons perubahan preferensi pengguna dan memperbaharui strategi kontennya secara berkala dengan mengikuti trend menjadi kunci untuk mempertahankan efektivitas promosi digital melalui platform media sosial Instagram.

5.2 Saran

Berikut beberapa saran yang diharapkan dapat membantu memaksimalkan pemanfaatan Instagram akun Dua *Coffee* sebagai media promosi dengan efektif dan efisien sehingga tercapainya tujuan dari bisnis tersebut ialah:

1. Dalam membuat konten atau promosi melalui fitur-fitur yang ada pada Instagram, Dua *Coffee* dapat menentukan tujuan yang jelas pada konten yang akan diposting. Apakah konten yang akan diposting bertujuan untuk meningkatkan penjualan, meningkatkan traffic ke Akun Dua *Coffee*, brand awareness atau membangun hubungan dengan konsumen. Menentukan tujuan yang jelas terhadap sebuah postingan akan mempengaruhi jenis iklan yaitu konsep dari isi iklan yang akan ditampilkan serta audiens yang menjadi target, sehingga segmentasi penargetan audiens akan lebih tepat.
2. Memperhatikan detail memposting konten seperti waktu penayangan iklan pada jam-jam audiens aktif yang biasanya sore hingga malam hari atau saat weekend, hal ini dapat menggunakan data Instagram Insight untuk menentukan waktu terbaik. Selain itu Dua *Coffee* juga dapat memaksimalkan penggunaan tools yang disediakan Instagram untuk mempermudah audiens terhubung langsung dengan Dua *Coffee* seperti tombol klik.
3. Dua *Coffee* seharusnya memanfaatkan fitur Instagram seperti Instagram shop untuk memudahkan pihak konsumen dengan fitur dan meningkatkan

penjualan yang lebih peroduktif. Fitur ini dapat memungkinkan konsumen melirik produk langsung dari Instagram dan produk yang jelas juga perlu diperhatikan agar hasilnya maksimal.

4. Dua *Coffee* sebaiknya memanfaatkan fitur Instagram live sebagai media untuk berinteraksi langsung dengan konsumen yang Dimana pihak Dua *Coffee* bisa melakukan tanya jawab, live brewing atau mengenalkan produk baru Dua *Coffee*. Hal ini dapat meningkatkan *insight* dan membangun *brand awarness*.
5. Memberikan respon cepat setelah promosi di Instagram sangat penting. Tim harus siap menjawab pertanyaan dan komentar pelanggan dengan *profesional*, karena respons yang cepat menunjukkan kepedulian Dua *Coffee* dan dapat meningkatkan kepercayaan serta loyalitas pelanggan.

Penulis berharap, melalui penerapan rekomendasi yang telah disampaikan, Dua *Coffee* mampu mengoptimalkan strategi promosi di Instagram, menarik minat konsumen baru, mempertahankan loyalitas pelanggan yang sudah ada, serta memperluas jangkauan kepada calon pelanggan potensial.

