

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

4.3. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian mengenai strategi brand image Kedai Kopikina melalui media sosial Instagram, dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi brand image yang dilakukan Kedai Kopikina melalui Instagram berfokus pada konten visual yang konsisten, penggunaan estetika yang mencerminkan identitas merek, serta penyampaian pesan yang relevan dengan gaya hidup target audiens.
2. Proses dan tahapan strategi mencakup perencanaan konten (content planning), pembuatan konten visual (photo/video), penjadwalan dan pengelolaan unggahan, serta interaksi aktif dengan followers melalui komentar dan stories. Tahapan ini mendukung pembentukan persepsi positif terhadap merek di benak konsumen.
3. Penggunaan Instagram sebagai media utama mampu membentuk citra Kedai Kopikina sebagai coffee shop yang modern, nyaman, dan ramah anak muda, serta memiliki nilai estetika yang kuat.
4. Konsistensi dalam mengunggah konten, storytelling yang kuat, dan pemanfaatan fitur Instagram seperti reels, IG story, dan highlight turut berperan penting dalam membangun brand image.

4.4. Saran

Dalam era digital yang semakin kompetitif, strategi brand image menjadi kunci penting bagi keberhasilan sebuah bisnis termasuk dalam industri kuliner seperti kedai kopi kina. Melalui platform media sosial Instagram, kedai kopikina membangun citra mereknya dengan pendekatan visual yang konsisten, storytelling yang kuat serta interaksi yang aktif dengan audiens. Strategi ini sejalan dengan teori brand image yang menekankan pentingnya persepsi

konsumen terhadap identitas merek melalui elemen-elemen simbolik dan emosional. Dengan memanfaatkan kekuatan visual, konten estetik serta narasi yang autentik. Kedai kopikina berhasil menanamkan kesan sebagai kedai kopi yang tidak hanya menawarkan rasa, tetapi juga pengalaman dan gaya hidup sehingga menciptakan hubungan emosional yang kuat dengan konsumennya melalui Instagram, berikut adalah saran saran yang akan kami bahas:

1. **Optimalisasi Engagement:** Kedai Kopikina disarankan untuk meningkatkan interaksi dua arah dengan audiens, seperti membuat Q&A, polling, atau konten yang mengundang partisipasi untuk memperkuat kedekatan emosional dengan pelanggan.
2. **Analisis Performa Konten:** Lakukan evaluasi rutin terhadap performa konten Instagram (misalnya melalui insight analytics) untuk mengetahui jenis konten yang paling disukai audiens, sehingga strategi ke depan bisa lebih efektif.
3. **Kolaborasi dengan Influencer:** Memperluas jangkauan brand image dapat dilakukan dengan menjalin kerja sama dengan food blogger atau influencer lokal yang sejalan dengan nilai dan karakter Kedai Kopikina.
4. **Storytelling Visual yang Konsisten:** Terus pertahankan dan tingkatkan konsistensi tone warna, gaya desain, serta narasi visual untuk memperkuat identitas merek yang khas dan mudah dikenali.
5. **Pemanfaatan Iklan Berbayar:** Memanfaatkan fitur berbayar Instagram untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama untuk memperkenalkan menu khusus.