

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan informasi yang telah dikumpulkan dan diuraikan oleh peneliti di bab sebelumnya, terdapat beberapa poin kesimpulan terkait pemanfaatan Instagram Balakosa Coffee & Co sebagai media strategi komunikasi pemasaran untuk meningkatkan minat beli konsumen dengan menggunakan konsep *The Circular Model of Some* oleh Regina Luttrell, sebagai berikut :

1. Balakosa Coffee & Co menggunakan media sosial *Instagram* sebagai strategi komunikasi pemasaran karena dapat meningkatkan minat beli konsumen dan menentukan segmentasi pasar yang sudah ditentukan dengan konten yang terarah.
2. Proses *share* yang dilakukan Balakosa Coffee & Co dapat meningkatkan minat beli konsumen dengan membagikan konten foto & *video* menarik yang berisi informasi produk yang ditawarkan. Proses *optimize* yang dilakukan Balakosa berjalan baik dengan mengoptimalkan fitur *profile*, fitur *link bio*, *highlight*, *story* dan *feed* untuk memberikan informasi lengkap yang memudahkan konsumen.
3. Proses *manage* dilakukan dengan baik menggunakan fitur analitik yang ada di *Instagram* untuk monitoring, melakukan *realtime interaction* dengan mengunggah konten saat berlangsungnya event dan terdapat admin yang bertugas untuk membalas setiap komentar, *direct message* dan *replay story* yang masuk. Proses *engage* yang dilakukan Balakosa mencapai keberhasilan dengan membagikan konten mengenai *value* yang dimiliki yaitu mendukung dan memberikan ruang kepada setiap

komunitas, umkm atau milenial kreatif yang akan mengadakan kegiatan positif.

4. Dalam membagikan konten informatif di *Instagram*, banyak *followers* tertarik untuk datang ke Balakosa. Sehingga, hal itu menunjukkan minat beli dapat terbangun karena konten yang disajikan melalui *Instagram*.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka penulis akan menyampaikan beberapa hal saran terkait dengan pemanfaatan Instagram Balakosa Coffee & Co sebagai media strategi komunikasi pemasaran untuk meningkatkan minat beli konsumen, sebagai berikut:

a. Saran Praktis

Penulis berharap agar Balakosa Coffee & Co tetap menjaga dan meningkatkan sajian konten yang informatif, karena hal tersebut dapat meningkatkan minat beli konsumen.

b. Saran Akademis

Penulis berharap agar penelitian yang penulis lakukan dapat dijadikan bahan referensi bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian serupa dengan fokus bahasan pengaruh tingkat kepuasan konten informatif di media sosial terhadap keputusan pembelian.