

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebagaimana dipaparkan pada bab-bab sebelumnya tentang strategi bauran pemasaran media instagram 7P dan content pillar dalam meningkatkan penjualan pada *Lawana Coffe* dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

Beberapa bentuk pemanfaatan media sosial *Instagram* diantaranya yaitu dengan mengoptimalkan fitur-fitur yang tersedia di *Instagram* untuk kemudian dimanfaatkan sebagai sarana membuat konten seputar informasi mengenai *Lawana coffe* dan sebagai sarana untuk berkomunikasi secara lebih intens dengan *audiens* pengguna *Instagram*. Beberapa fitur dari mediasosial *Instagram* yang dimanfaatkan yaitu fitur *caption*, *hashtag*, *Arroba*, *Instagram reels*, *Instagram story*, *Instagram posts feeds photo and video*, *multiple image*, fitur *highlight*, fitur *location*, fitur *like*, fitur *follow*, fitur komentar. Dampak dari pemanfaatan media sosial *Instagram* sebagai media promosi *Lawana Coffe* adalah meningkatnya jumlah pengunjung yang datang untuk minum kopi dengan beberapa setelah menerima informasi seputar *Lawana Coffe* melalui *Instagram*, hal ini membuktikan bahwa bentuk promosi dengan memanfaatkan media sosial *Instagram* memberikan pengaruh besar terhadap meningkatnya minat pengunjung yang datang

Dari hasil penelitian mengenai “Strategi Pemanfaatan *Instagram* Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online pada *Lawana Coffee* dalam Menarik Minat Pelanggan (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun *@lawanacoffee*)” *Instagram* yang paling sering digunakan oleh pemilik *Lawana Coffee* ialah *upload* foto, *reels*, *instastory*, serta *Instagram Ads*. Dalam fitur *upload* foto, pemilik *Lawana Coffee* mengatur foto yang akan diunggah agar terlihat menarik calon konsumen dengan memberi informasi produk pada setiap foto. Sedangkan fitur *instastory* digunakan untuk memberi informasi kepada *followers* bahwa kedai telah buka. Selanjutnya ada fitur *reels*, fitur ini yang dirasa oleh pemilik *Lawana*

Coffee banyak manfaatnya. Seperti pengikut, *likes* serta tayangan yang telah ditonton bertambah. *Instagram Ads* sendiri digunakan untuk mempromosikan produk Lawana *Coffee*, walaupun berbayar namun cukup menjanjikan. Banyak konsumen yang sudah mengenal Lawana *Coffee* dikarenakan sebelum pandemi omset perbulan bisa menyentuh angka 75 juta. Produk yang dijual oleh Lawana *Coffee* juga beragam, bahkan mempunyai menu khusus makanan Ayam Woku dan minuman Asmaradhana dan Dhurma.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pengamatan yang telah penulis peroleh selama melakukan penelitian, maka peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pemanfaatan *Instagram* sebagai media komunikasi pemasaran dalam menarik minat pelanggan sudah tepat, tetapi sangat disayangkan Lawana *Coffee* jarang memberi promo atau memberi informasi masih ada promo yang berjalan. Jadi, konsumen tidak tahu. Oleh karena itu, peneliti menyarankan agar sering-sering mengadakan promosi agar Lawana *Coffee* dapat dikenal lebih banyak lagi dan mempunyai image yang beda dari yang lain.
2. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa fitur *Instagram* yang bernama reels lebih berhasil dibanding fitur yang lainnya dalam memasarkan atau mengenalkan produk Lawana *Coffee*. Oleh karena itu, bagi para pengusaha lebih harus mengetahui langkah-langkah pemilihan sosial media yang tepat serta menggunakan fitur dengan maksimal agar produknya dapat dikenal oleh konsumen dan mempunyai image positif yang tertanam dibenak konsumen.
3. Bagi penelitian selanjutnya yang mengambil tema penelitian serupa, peneliti harap dapat lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan dan pengumpulan data dan segala sesuatu yang

berhubungan dengan penelitian serta lebih meningkatkan keaktifan, rasa inisiatif, percaya diri, dan koordinasi dengan informan agar dapat membantu kelancaran peneliti.

