

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap Bitween *Coffee* Surabaya mengenai strategi promosi melalui pemanfaatan media sosial Instagram, konsep yang digunakan adalah konsep 4C sebagaimana yang dikemukakan oleh Chris Heuer. Konsep 4C tersebut meliputi *Context*, *Communication*, *Collaboration*, dan *Connection*. Konsep konteks Bitween *Coffee* berupa konten visual dan *caption* untuk menyampaikan informasi dari konten tersebut. Pada konsep komunikasi Bitween *Coffee* terwujud dalam berbagai bentuk, seperti *like*, komentar, atau berbagi. Tampilan *Feed*, Instagram *Story*, dan *Reels* juga menjadi salah satu cara untuk berkomunikasi dengan pengikut melalui konten visual yang dibuat. Pada konsep kolaborasi Bitween *Coffee* telah melakukan kolaborasi dengan @Husselcoffee, @Rayumanis, dan @Berduel\_Exhibition\_Project. Pada konsep koneksi, Bitween *Coffee* melibatkan *followers* dalam kegiatan berkelanjutan yang menciptakan ikatan emosional antara pelanggan dengan perusahaan. Dengan memanfaatkan *direct message* secara efektif, Bitween *Coffee* mampu menciptakan hubungan yang personal dan langsung dengan konsumen.

Bitween *Coffee* Surabaya juga melakukan beberapa upaya guna mengoptimalkan strategi promosinya melalui media sosial Instagram. Upaya tersebut adalah pembuatan profil instagram yang menarik, pembuatan konten visual yang menarik, pemanfaatan instagram *stories*, pemanfaatan *reels*,

pemanfaatan *hashtag* yang populer, interaksi aktif dengan pelanggan, pembuatan kontes, kerja sama dengan *influencer*, pemantauan konten dengan *analytics tool*, dan kolaborasi dengan bisnis lain. Dengan mengimplementasikan beberapa strategi promosi tersebut, Bitween *Coffee* Surabaya memiliki peluang untuk terus mengalami peningkatan penjualan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan pada kesimpulan yang telah dipaparkan di atas, peneliti akan menjelaskan beberapa saran yang relevan dengan temuan atau hasil penelitian:

1. Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat menjadi landasan untuk penelitian lebih lanjut terkait analisis strategi promosi melalui pemanfaatan media sosial Instagram. Peneliti mengharapkan perbaikan dan penambahan teknik untuk peneliti berikutnya untuk meningkatkan akurasi dan efektivitas analisis. Selain itu, peneliti berharap agar penelitian masa depan dapat lebih memperdalam pemahaman tentang perilaku konsumen di platform Instagram, sehingga strategi promosi dapat dirancang dengan lebih tepat dan responsif terhadap perubahan perilaku pengguna. Dengan demikian, penyempurnaan dan penambahan teknik ini diharapkan akan memberikan kontribusi signifikan dalam mengoptimalkan upaya promosi melalui media sosial Instagram dan mendapat hasil yang baik.
2. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat mendalami pemahaman teori yang dipelajari sehubungan dengan kondisi yang terjadi di lapangan. Dengan memahami teori secara menyeluruh, peneliti dapat memperoleh

wawasan yang lebih mendalam tentang hubungan antara konsep teoritis dan realitas lapangan. Penggabungan pengetahuan teoritis dan pemahaman langsung dari kondisi lapangan dapat memperkaya analisis penelitian, meningkatkan kualitas temuan, dan memberikan kontribusi terhadap literatur ilmiah.

3. Berdasarkan temuan dari penelitian yang di lapangan serta analisis data, Pemilik *Bitween Coffee* Surabaya dapat menetapkan jadwal posting yang konsisten. Melalui jadwal posting yang teratur, *Bitween Coffee* dapat mempertahankan keberlanjutan dalam memberikan informasi, promosi, dan konten menarik lainnya kepada pengikutnya. Jadwal konsisten juga memungkinkan kedai kopi ini untuk merencanakan konten lebih baik, memastikan bahwa setiap postingan memiliki tujuan dan pesan yang jelas. Selain itu, dapat memberikan lebih banyak promo kepada pelanggan untuk meningkatkan penjualan di *Bitween Coffee*. Dengan menyediakan penawaran khusus, diskon, atau paket hemat kepada pelanggan setia maupun yang baru, sehingga dapat mendorong pembelian yang berkelanjutan.
4. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi berharga sebagai sumber daya bagi penelitian di masa depan, terutama dalam konteks pengembangan bisnis yang berkaitan dengan strategi promosi melalui media sosial Instagram. Dengan informasi yang diperoleh dari penelitian ini, diharapkan dapat mengembangkan pendekatan yang lebih inovatif dan

efektif dalam merancang strategi promosi yang dapat mengoptimalkan interaksi dengan audiens melalui media sosial Instagram.