

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh Dobro melalui media sosial instagram @dobro.coffe yaitu:

- a. Strategi yang digunakan untuk menyebarluaskan informasi mengenai promosi pada Dobro adalah dengan melalui penggunaan media sosial instagram berupa konten-konten foto dan video. Peran media sosial instagram memberikan kemudahan dalam menjangkau pasar dan memperkenalkan produk karena media sosial instagram mampu memperluas jangkauan penggunaan instagram sebagai media promosinya dan sangat efektif untuk meningkatkan penjualannya.
- b. Menggunakan Bauran Pemasaran 7P yang dapat membantu pada strategi promosi produk Dobro. Strategi konten yang dilakukan Dobro dengan komunikasi pemasaran yaitu *product, price, place, promotion, process, physical evidence, people* yang terkoordinasi melalui media sosial instagram dengan konten-konten yang diunggah pada beberapa fitur instagram Dobro. Secara umum, pada (1) produk, Dobro menawarkan produk makanan dan minuman untuk para pengunjung yang

datang. (2) price, pada media sosial instagram @dobro.coffe tidak pernah membuat mengenai harga secara transparan. Namun, bukan berarti konten mengenai harga tidak ada dalam konten instagram @dobro.coffe tetap dengan memberikan harga yang dicantumkan pada konten dengan fitur reels harga kisaran yang terdapat promo pada event tertentu. (3) place, pada tempat yang terdapat bangunan yang berdiri sendiri dalam bentuk coffe shop ini menjadikan tempat yang sangat menarik minat pengunjung dan pada konten instagram @dobro.coffe bangunan dari Dobro di pamerkan dalam berbentuk konten menggunakan fitur feeds pada laman instagramnya agar diharapkan para calon pengunjung dapat mengetahui letak dan tata bangunan Dobro. (4) promotion. Pada promosi yang dilakukan Dobro pada event-event tertentu yang dimana diadakanya promosi ini dapat menjangkau khalayak luas untuk dapat menggunakan fasilitas Dobro dan juga menikmati promosi yang sedang di lakukan seperti yang di upload pada instagram @dobro.coffe. (5) process, pada proses ini dilihat dari tata cara awal order minuman atau makanan sampai pada meja pengunjung dengan cepat dan tepat. (6) Physical Evidence, pada bukti nyata ini yang di lakukan oleh Dobro ialah sebuah tanda seperti Logo, Packaging, Tempat. Yang dapat dilihat dari konten media sosial instagram yang di posting dengan fitur feeds pada instagram @dobro.coffe. (7)

people. Pada orang yang dimaksud ialah karyawan yang bekerja di Dobro yang biasa dibidang sebagai seorang barista dan juga waiters. Dengan melayani pengunjung dengan baik dan sopan sesuai dengan SOP yang berlaku.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukn, serta penjelasan yang sudah peneliti sampaikan. Peneliti mempunyai beberapa saran sebagai masukan yang dapat dijadikan referensi oleh Dobro untuk evaluasi mengenai Strategi Promosi Dobro Coffe Melalui Media Sosial Instagram @dobro.coffe, sebagai berikut:

1. Perlu memaksimalkan konten-konten yang diposting pada laman instagramnya. Terutama dengan fitur seperti caption, menggunakannya lebih informatif lagi di setiap postinganya karena caption merupakan strategi promosi yang dapat menarik minat pengunjung terkait informasi yang disampaikan.
2. Lebih aktif membuat konten yang dapat berinteraksi langsung dengan followers Dobro seperti membuat QnA.