

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penerapan teori dependensi media pada Instagram @Temanhaticoffee diimplementasikan melalui strategi pembaharuan informasi harian melalui Instastory dan postingan lainnya, sehingga berhasil membentuk ketergantungan followers dan peningkatan kunjungan. Seiring dengan hal tersebut juga dapat memperkuat brand image dari Coffee Shop Teman Hati, karena menjadikannya sebagai sumber informasi yang terpercaya dan relevan ketika membutuhkan informasi mengenai coffee shop ataupun tempat ngopi yang nyaman. Penerapan strategi atau teori ini dimaksudkan untuk bagaimana Instagram @Temanhaticoffee dikelola untuk bisa memenuhi kebutuhan informasi dan ketergantungan.

Brand identity melalui akun Instagram @Temanhaticoffee dibangun melalui penggunaan elemen visual yang konsisten seperti logo, tagline, dan konsep warna. Logo Teman Hati dan taglinenya selalu tercantum dalam setiap postingan, baik di feeds, video reels, maupun instastory, sehingga menciptakan identitas yang kuat dan mudah dikenali. Konsep logo ini juga didukung oleh penggunaan tagline yang menggambarkan visi misi dari coffee shop ini. Penggunaan warna abu – abu, coklat, dan warna cerah yang konsisten juga memperkuat citra visual yang estetik dan selaras dengan interior coffee shop tersebut. Konsistensi dalam elemen – elemen visual ini membantu menciptakan identitas brand image yang baik

Brand personality atau kepribadian merek pada akun Instagram @Temanhaticoffee dibangun melalui interaksi yang aktif dan konten yang konsisten. Konten engagement di Instastory seperti tanya jawab dan polling akan memungkinkan followers untuk berpartisipasi langsung sehingga dapat menciptakan hubungan emosional. Selanjutnya, konsistensi tema vintage pada setiap postingan menciptakan kepribadian merek yang unik dan mudah untuk dikenali. Interaksi yang aktif dengan followers dan konsistensi pemilihan tema ini membantu membangun loyalitas dan kepercayaan konsumen terhadap brand image Coffee Shop Teman Hati.

Brand Associations atau asosiasi merek pada akun Instagram @Temanhaticoffee dibangun melalui pembuatan konten – konten yang sedang trend seperti konten kolaborasi dengan selebgram lokal, namun masih tetap menjaga konsistensi dalam tema dan konten mereka. Konsistensi dalam tema vintage dan estetika juga dapat membantu dalam memperkuat citra brand mereka dengan penerapan elemen – elemen visual yang diinginkan, sehingga meningkatkan visibilitas dan engagement pada akun Instagram @Temanhaticoffee. Elemen – elemen secara keseluruhan ini keseluruhan bekerja sama untuk menciptakan brand association, sehingga membentuk ingatan positif terhadap brand dan dapat meningkatkan kesadaran serta loyalitas.

Brand attitude & behavior dalam akun Instagram @Temanhaticoffee ditunjukkan melalui interaksi aktif dan responsive. Kegiatan ini diimplementasikan melalui memberikan balasan komentar yang cepat dan

tepat terhadap komentar yang masuk sebagai bentuk apresiasi. Selanjutnya, pembaharuan informasi yang konsisten melalui instastory dan highlight untuk memastikan bahwa kebutuhan informasi konsumen selalu terpenuhi. Dengan demikian, strategi ini dapat mempertahankan citra merek dan membangun kepercayaan melalui akun Instagram @Temanhaticoffee.

## 5.2 Saran

Adapun saran untuk akun Instagram @Temanhaticoffee adalah perlunya peningkatan intensitas dan variasi konten visual agar tetap menarik dan relevan dengan trend terbaru. Meskipun konsistensi dalam branding sangat penting, variasi dalam jenis konten juga harus dipertimbangkan dalam membantu menjaga minat pengikut tetap tinggi. Misalkan dengan selain postingan rutin tentang menu dan promosi, bisa juga dengan menambahkan konten yang sedang trend seperti *behind-the-scenes*, cerita dari pelanggan, atau video yang mengandung unsur yang tidak mudah ditebak lainnya. Selain itu juga, akun @Temanhaticoffee bisa mempertimbangkan kolaborasi dengan influencer dari luar Kebumen yang sesuai dengan tema vintage dan estetika dari coffee shop tersebut, sehingga dapat memperluas jangkauan dan audiens atau khalayak dari brand tersebut. Adapun untuk penelitian lebih lanjut, peneliti menyarankan untuk eksplorasi penggunaan platform media sosial lain yang sedang trend seperti TikTok untuk melihat bagaimana media sosial tersebut dapat berkontribusi dalam membangun brand image khususnya pada Coffee

Shop Teman Hati. Melakukan studi komparatif antara strategi branding akun @Temanhaticoffee dengan coffee shop lain yang menggunakan pendekatan media sosial yang berbeda juga dapat memberikan wawasan lebih mendalam dan detail mengenai efektivitas berbagai strategi branding. Selain itu, penelitian lanjutan dapat difokuskan pada pengukuran dampak jangka Panjang dari strategi branding yang diterapkan oleh akun @Temanhaticoffee, seperti perubahan dalam loyalitas pelanggan atau lainnya. Dengan penerapan saran – saran ini, Coffee Shop Teman Hati dapat terus memperkuat brand imagenya, dan penelitian lanjutan juga dapat memperdalam pemahaman mengenai strategi branding di media sosial.