

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Pada Bab V ini memaparkan tentang kesimpulan dari hasil penelitian pada bab sebelumnya yang menjawab dari tujuan penelitian yaitu mengetahui penggunaan media sosial Instagram @lor.coffee sebagai sarana promosi Kafe Lor Coffee di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan data yang diperoleh dari wawancara online dari pihak social media spesialis dan pelanggan Lor Coffee and Experience, hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Kafe Lor Coffee and Experience di Yogyakarta menggunakan Instagram sebagai sarana promosinya.

Promosi ini menggunakan bauran promosi seperti periklanan, promosi penjualan, penjualan personal, public relations dan pemasaran langsung yang dikaitkan dengan fitur – fitur Instagram seperti foto, caption,geotagging,like,mention, follow dan jejaring sosial ini dapat menarik audience untuk mengunjungi kafe serta membeli produk mereka serta menggunakan fasilitas mereka. Dengan menggunakan fitur instagaram ini juga dapat meningkatkan penghasilan omset 200% dari biasanya serta meningkatkan jangkauan pemasaran yang lebih luas lagi. Selain itu, dengan menggunakan fitur Instagram ini juga dapat menggiring pelanggan dalam membentuk sebuah opini yang positif yaitu dengan penyajian menu makanan dan minuman yang enak, pelayanan yang cepat dan ramah. Dengan pembentukan citra yang positif ini dapat membuat pelanggan akan kembali mengunjungi Kafe Lor Coffee and Experience.

#### **5.2 Saran**

Pada penelitian ini perlu adanya saran untuk penelitian berikutnya yang berkaitan dengan penelitian ini:

##### **5.2.1 Saran Akademis**

1. Saran bagi akademis adalah lebih menggali lagi terkait penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dengan cara menganalisa sosial media, membaca buku atau literatur lainnya yang membahas mengenai sosial media sebagai sarana

promosi. Mahasiswa harus terus melek teknologi karena sosial media dapat dioptimalkan segala fungsinya dengan baik.

2. Saran untuk akademis lainnya yaitu lebih banyak mempelajari bagaimana cara menggunakan sosial media dengan baik dan benar karena sosial media memiliki ruang lingkup yang luas kedepannya.

### **5.2.2 Saran Praktis**

1. Saran bagi *social media specialist* yaitu tetap konsisten mempertahankan citra perusahaan, kemudian lebih aktif dan memaksimalkan fitur Instagram yang menjadi trending topik. Seperti memanfaatkan fitur live, reels dan lebih aktif untuk membalas komen di Instagram. Semakin aktif dalam mengikuti trending media sosial tersebut maka secara tidak langsung akan meningkatkan interaksi antara calon pelanggan terhadap Lor Coffee.
2. Saran bagi Kafe Lor *Coffee and Experience* yaitu mengadakan kegiatan yang melibatkan masyarakat agar lebih memperluas jangkauan pemasarannya. Untuk praktisi lainnya yaitu dengan menggunakan penelitian ini sebagai perbandingan penggunaan media sosial lainnya sebagai sarana promosi.