

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

4.8 Kesimpulan

Kesimpulan Berdasarkan hasil penelitian, strategi pengelolaan media sosial yang diterapkan oleh DKonkrit Coffee cukup efektif dalam meningkatkan engagement dan visibilitas brand. Penggunaan prinsip 4C (*Context, Communication, Collaboration, Connection*) telah membantu DKonkrit Coffee dalam membangun narasi yang menarik, menjalin interaksi dengan pelanggan, serta memperluas jangkauan pemasaran. Namun, terdapat beberapa kendala seperti kurangnya konsistensi dalam produksi konten, keterbatasan sumber daya manusia, serta tantangan adaptasi terhadap perubahan algoritma media sosial. Meskipun demikian, secara keseluruhan strategi yang diterapkan telah memberikan dampak positif bagi perkembangan bisnis DKonkrit Coffee

4.9 Saran

Bagi DKonkrit Coffee Meningkatkan konsistensi unggahan dengan membuat kalender konten yang lebih terstruktur. Mengoptimalkan sumber daya manusia dengan pelatihan pembuatan konten bagi tim internal. Menggunakan fitur media sosial secara maksimal, seperti *live streaming, reels*, dan IG stories untuk memperluas jangkauan audiens. Memanfaatkan data analitik media sosial untuk mengukur efektivitas strategi pemasaran. Bagi Penelitian Selanjutnya Melakukan penelitian lebih lanjut terkait dampak media sosial terhadap loyalitas pelanggan di industri F&B. Menganalisis pengaruh influencer marketing terhadap brand awareness di sektor bisnis kecil dan menengah.

Mengembangkan strategi adaptasi bisnis terhadap perubahan algoritma media sosial. Dengan penerapan strategi yang lebih matang dan berbasis analisis data, DKonkrit Coffee berpotensi untuk terus berkembang dalam dunia pemasaran digital. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi bisnis lain yang ingin mengoptimalkan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif.