

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

5.1.1 Tahapan Planning

Pada tahap perencanaan (*planning*), Tim Kreatif Space Roastery telah merancang berbagai strategi komunikasi yang berfokus pada upaya meningkatkan kredibilitas sebagai brand specialty coffee melalui penyajian konten edukatif di Instagram. Perencanaan strategi dan taktik dilakukan dengan menentukan bentuk konten yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memiliki nilai informatif bagi audiens. Selain itu, dalam proses persiapan konten terdapat alur kerja yang terstruktur sebelum konten dipublikasikan di Instagram. Setiap pesan dan materi konten yang diunggah disesuaikan dengan citra dan kredibilitas brand yang ingin dibangun, serta diimbangi dengan upaya menjaga konsistensi kualitas konten. Pada tahap ini, persiapan yang dilakukan dinilai telah cukup komprehensif dan relevan dengan target market Space Roastery, yaitu *Home Brewers* dan *Habitual Drinkers*.

5.1.2 Tahapan Implementation

Pada tahap implementasi (*implementation*), Tim Kreatif Space Roastery telah merealisasikan strategi komunikasi yang telah direncanakan melalui penyajian konten edukatif yang berfokus pada upaya peningkatan kredibilitas sebagai brand

specialty coffee. Merujuk pada data yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa program yang dijalankan berhasil menjangkau audiens dalam jumlah yang cukup besar serta dipahami dengan baik, sebagaimana terlihat dari hasil pengamatan terhadap berbagai fitur pada akun Instagram @space.roastery. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan Instagram sebagai media penyampaian pesan dalam penelitian ini tergolong efektif dan tepat sasaran. Dengan demikian, langkah-langkah implementasi yang dilakukan pada tahap ini dapat dinilai telah berjalan dengan baik dan sesuai dengan tujuan yang ditetapkan.

5.1.3 Tahapan Impact

Pada tahap dampak (*impact*), Tim Kreatif Space Roastery dapat dikatakan telah mencapai hasil yang positif, yang tercermin dari peningkatan performa akun Instagram berdasarkan data insight yang telah dipaparkan sebelumnya. Keberhasilan strategi konten edukatif dalam upaya meningkatkan kredibilitas brand specialty coffee ditunjukkan melalui berbagai indikator, seperti terjadinya *repeat order*, peningkatan penjualan, bertambahnya jumlah pengikut (*followers*), serta meningkatnya jumlah penonton (*viewers*) pada akun Instagram @space.roastery. Peningkatan indikator-indikator tersebut menunjukkan bahwa audiens tidak hanya terpapar informasi, tetapi juga telah membangun tingkat kepercayaan terhadap Space Roastery sebagai brand kopi yang memiliki kompetensi, konsistensi, dan kredibilitas di bidang specialty coffee. Dengan demikian, strategi komunikasi edukatif yang diterapkan terbukti memberikan dampak nyata baik secara digital maupun terhadap performa bisnis brand.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan penelitian, Space Roastery disarankan untuk tetap menjaga serta meningkatkan penerapan strategi komunikasi

edukatif yang telah efektif dijalankan melalui platform Instagram. Konten edukatif, khususnya dalam format Reels, terbukti mampu menarik perhatian audiens serta meningkatkan interaksi dan kepercayaan terhadap brand. Untuk saran, Space Roastery mungkin perlu mempersiapkan strategi selanjutnya untuk memperluas jangkauan audiens, misalnya melalui kolaborasi dengan pelaku industri kopi lainnya atau lebih memanfaatkan fitur interaktif Instagram.