

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penerapan strategi pemasaran *digital* yang dilakukan oleh Kopi Njongke melalui media sosial Instagram telah terbukti efektif dalam memperkenalkan dan mempromosikan restoran mereka. Dengan mengoptimalkan berbagai fitur Instagram, Kopi Njongke berhasil membangun identitas merek yang kuat dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Berikut adalah kesimpulan dari penerapan digital marketing yang dilakukan oleh Kopi Njongke:

1. *Username* yang Mudah Diingat: Penggunaan nama akun Instagram @kopinjongke yang sederhana dan sesuai dengan identitas bisnis memungkinkan pelanggan untuk dengan mudah menemukan dan mengingat akun restoran.
2. Foto Profil yang Mencerminkan Merek: Penggunaan logo yang menggambarkan rumah joglo sebagai foto profil membantu meningkatkan kesadaran merek dan memberikan kesan pertama yang baik kepada calon pelanggan.
3. *Profile Bio* yang Informatif: *Bio* yang jelas, singkat, dan informatif, dengan mencantumkan informasi kontak dan link untuk reservasi, memudahkan pelanggan untuk mengetahui lebih lanjut tentang restoran dan menghubungi pihak restoran secara langsung.

4. *Feed Instagram* yang Menarik: Dengan menyajikan foto-foto berkualitas tinggi dan video yang menampilkan produk makanan, suasana restoran, dan interaksi staf, feed Instagram Kopi Njongke menciptakan kedekatan emosional dengan audiens dan memperkuat citra merek melalui *emotional branding*.
5. *Highlight Stories* untuk Menyimpan Konten Penting: Pemanfaatan fitur highlight stories memungkinkan Kopi Njongke untuk menyimpan dan menampilkan konten penting, seperti testimoni pelanggan, daftar menu, dan promo, yang mudah diakses oleh pelanggan kapan saja.

Secara keseluruhan, penerapan digital marketing melalui Instagram telah meningkatkan visibilitas, memperkuat identitas merek, dan menciptakan hubungan yang lebih dekat antara Kopi Njongke dengan pelanggan mereka. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya penggunaan media sosial dalam strategi pemasaran modern, terutama untuk bisnis yang ingin menarik pelanggan di era *digital* ini.

B. Saran

Berikut adalah saran singkat berdasarkan teori Aldira (2020) untuk Kopi Njongke dalam memaksimalkan penggunaan Instagram:

1. Optimalkan *Username*

Pertimbangkan menambahkan elemen yang lebih spesifik, seperti @kopinjongke_jogja untuk memperjelas lokasi dan mempermudah pencarian oleh audiens dari berbagai wilayah.

2. Perkuat Foto Profil

Pastikan logo rumah joglo terlihat jelas dan konsisten di seluruh platform media sosial untuk memperkuat identitas merek dan memudahkan pengenalan.

3. Perbarui *Bio* dengan *Call to Action (CTA)*

Perjelas *bio* dengan *call to action* yang lebih menggugah, seperti "Pesan Sekarang" atau "Klik untuk Reservasi" untuk meningkatkan interaksi dan memudahkan pelanggan.

4. Konsistensi *Feed* dan Variasi Konten

Pertahankan tema visual yang konsisten dan variasikan konten dengan foto makanan, suasana restoran, serta *video behind the scenes* untuk menciptakan kedekatan emosional dengan audiens.

5. Manfaatkan Highlight Stories

Kelompokkan highlight stories dengan kategori yang jelas seperti "Menu Baru," "Testimoni," dan "Promo," untuk mempermudah pengunjung menemukan informasi penting dan memperkuat *social proof*.

6. Aktif dalam Interaksi

Tingkatkan *engagement* dengan audiens melalui komentar, *Direct Message*, dan *stories*. Mengadakan *giveaway* atau kontes juga dapat memperluas jangkauan dan meningkatkan loyalitas.

7. Analisis dengan Instagram *Insights*

Gunakan *Instagram Insights* untuk menganalisis kinerja konten dan sesuaikan strategi untuk meningkatkan hasil dan efektivitas pemasaran.

Dengan langkah-langkah ini, Kopi Njongke dapat meningkatkan visibilitas, keterlibatan, dan loyalitas pelanggan melalui Instagram.