

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan terkait “Analisa media sosial Instagram @dobro.coffee dengan *7C Framework*” dapat disimpulkan bahwa media sosial Instagram merupakan salah satu sarana untuk mempromosikan sebuah bisnis dengan secara digital, dalam analisa yang telah dilakukan oleh peneliti pada akun Instagram @dobro.coffee bahwa peneliti telah menemukan Instagram mempunyai fitur yang berhasil dalam memenuhi keenam dari elemen *7C Framework* yaitu, *context*, *content*, *community*, *communication*, *connection*, dan *commerce*.

Peneliti telah menarik kesimpulan berdasarkan penjelasan mengenai,

1. Elemen *context* yang terwujud dalam beberapa unggahan yang telah dianalisa oleh peneliti, yaitu terdapat isi pesan mengenai kegiatan kedai kopi yang dituangkan dalam bentuk video, dan konten promosi yang diunggah dapat menarik perhatian para penonton ataupun *followers*.
2. Pada elemen *content* menjelaskan di dalam instagram Dobro Coffee tersebut mempunyai isi pesan promosi yang memperlihatkan interior kedai Dobro Coffee tersebut, makanan dan minuman yang dijual serta penawaran lainnya contohnya seperti penawaran.
3. Selain itu terdapat elemen *community* yang terwujud dalam unggahan di dalam instagram Dobro Coffee tersebut, yakni pengguna Instagram dapat saling berinteraksi satu sama lain dalam akun @dobro.coffee dan komunitas juga yang bekerja sama ataupun pengikut instagram dengan melakukan *like*, *share* dan saling berkomentar.
4. Selanjutnya pada elemen *communication* yang menjelaskan terjadinya interaksi antara pengelola akun Instagram @dobro.coffee dengan *followers* melalui komentar, kontak person ataupun informasi yang dituangkan dalam konten promosi.

5. Kemudian terdapat elemen *connection* yang terlihat pada konten *reels* Instagram @dobro.coffee yaitu menggunakan *hashtag* untuk mempermudah *followers* dalam mencari informasi ataupun unggahan terkait kedai kopi Dobro Coffee,
6. dan terakhir elemen yang dapat terwujud yaitu *commerce*, elemen tersebut dapat mendorong *followers* untuk mengunjungi kedai kopi Dobro Coffee, dimana pengelola akun berusaha untuk dapat mengunggah konten promosi yang menarik, selain itu dapat dilihat melalui komentar para *followers* yang memberikan testimoni terkait kedai kopi Dobro Coffee.

Dapat dikatakan oleh peneliti bahwa instagram Dobro Coffee yang telah dianalisa dengan berdasarkan kategori jumlah *viewers*, *like*, *comment*, dan *share* terbanyak, yang diunggah akun Instagram @dobro.coffee dalam instagram tersebut dapat memenuhi enam elemen dari konsep *7C framework* menurut Rayport dan Jaworksi yakni *context*, *content*, *community*, *customization*, *communication*, *connection*, dan *commerce*.

Dapat disimpulkan dari jabaran diatas hasil penelitian dan pembahasan yang peneliti dapat, instagram @dobro.coffee memiliki potensi untuk digunakan sebagai media promosi karena memiliki fitur-fitur yang memenuhi enam elemen dari *7C Framework*, yaitu *context*, *content*, *community*, *connection*, dan *commerce*. *Context* berperan dalam sebagai alat menarik minat pelanggan Dobro Coffee, tetapi *content* merupakan penentu respon pelanggan. *Community* menyebarkan pesan secara luas dan personal bagi para pelanggan Dobro Coffee, *communication* menjalin interaksi antara Dobro Coffee dengan pelanggannya, *connection* memberi kemudahan akses informasi dalam sekali klik melalui tautan *linktree* untuk pelanggan Dobro Coffee, sedangkan *commerce* mendorong terjadinya pembelian terhadap produk minuman dan makanan Dobro Coffee dari pelanggan, dan kekuatan utama instagram terletak pada *content*, *community*, dan *connection*. Satu-satunya aspek yang tidak terpenuhi adalah *customization*, dimana aspek ini tidak berperan karena Dobro Coffee belum bisa menggunakan penyesuaian terhadap *website*.

Oleh karena itu instagram bukanlah hanya memberi konten yang menarik saja, selain dari pada itu, pemanfaatan media sosial instagram pada akun @dobro.coffee digunakan sebagai alat mempromosikan minuman, makanan dan tempat sebagai informasi yang jelas

untuk pelanggan mereka. Maka dari itu media sosial instagram Dobro Coffee merupakan bagian dari pemanfaatan yang dilakukan insan ady Nugroho sebagai media utama untuk mempromosikan Dobro Coffee.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, terdapat kekurangan point dari *7C Framework*. Oleh karena itu peneliti memiliki beberapa saran untuk dobro coffee sebagai evaluasi bagi Dobro Coffee. Dobro Coffee perlu menambahkan point penyesuaian atau *customization* untuk meningkatkan pemasaran mereka sehingga pelanggan mengetahui Dobro Coffee ini bukan hanya dari instagram saja. Dobro Coffee perlu membuat *time plan* untuk konsistensi setiap upload dalam menggunggah, baik dalam bentuk foto, video, dan informasi di dalamnya.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait analisa konsep *7C Framework* pada Instagram @dobro.coffee, peneliti memiliki saran yang dapat menjadi masukan bagi pengelola akun instagram @dobro.coffee, yaitu dapat terus konsisten dalam mengunggah konten promosi, serta pengelola akun Dobro Coffee jika membuat konten promosi dalam bentuk video maupun foto dapat lebih bervariasi dan terus menarik, sebisa mungkin dapat terus disesuaikan dengan minat konsumen atau mengikuti suatu *trend* yang sedang berlaku saat ini. Selain itu @dobro.coffee dapat lebih memanfaatkan fitur Instagram *ads*, agar konten promosi yang diunggah dapat ter-*explore* dengan luas. Adapun saran lainnya mengenai komunikasi dalam konten promosi Instagram @dobro.coffee, diperuntukan kepada pengelola akun instagram agar dapat lebih memaksimalkan lagi komunikasi di dalam kolom komentar, ada baiknya jika terdapat *followers* maupun pengguna Instagram yang menuliskan komentar apapun terkait Dobro Coffee agar tetap dibalas oleh pengelola akun atau admin, hal tersebut perlu dilakukan supaya akun instagram @dobro.coffee terlihat lebih atraktif dan komunikatif.