BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, strategi komunikasi pemasaran Sauciko Coffee & Eatery berfokus pada pemasaran kepada masyarakat luas melalui media sosial, terutama Instagram. Strategi ini bertujuan tidak hanya memperkenalkan produk tetapi juga menyampaikan informasi terkait kegiatan-kegiatan yang ada di sauciko. Pemanfaatan media social seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp digunakan untuk menyebarkan informasi terkait menu, promosi, dan kegiatan lainnya. Konten yang dibuatpun sudah tersusun hal ini dapat membantu para pelanggan saucikomengetahui informasi yang disampaikan sauciko melalui media sosialnya.

Strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Sauciko Coffee & Eatery sangat berfokus pada penyampaian informasi melalui media sosial, tujuan utamanya adalah untuk menyampaikan pesan yang jelas dan membangun hubungan dengan pelanggan. Namun, untuk menciptakan hubungan yang lebih kuat dan berkelanjutan, Sauciko perlu melibatkan pelanggan dalam proses komunikasi secara langsung dan aktif.

Penggunaan media social sebagai strategi komunikasi pemasaran Sauciko Coffee & Eatery juga dapat membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan, pelanggan dapat memberikan respon atau tanggapan kepada sauciko melalui pesan pribadi atau komentar diakun social media sauciko.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada kesimpulan diatas, maka peneliti membuat saran sebagai berikut:

Sauciko Coffee & Eatery telah melakukan upaya dalam melakukan strategi komunikasi pemasarannya melalu media sosial seperti instagram. Namun, diharapkan pemasaran melalui media sosial tidak hanya berfous kepada satu media saja yaitu instagram tetapi juga media sosial lainnya seperti media sosial tiktok agar lebih aktif digunakan untuk memposting produk ataupun kegiatan

yang ada di sauciko. Dengan demikian sauciko dapat dikenal dengan khalayak tidak hanya melalui media instagram saja tetapi juga melalui media sosial tiktok.