

BAB V

Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terkait penelitian yang berjudul “**Strategi Komunikasi Pemasaran Berbasis Metode Sostac (Analisis Akun Sosial Media Instagram @kopilojik)**” dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Strategi komunikasi pemasaran berbasis Metode Sostac yang di terapkan Kopilojik dalam Penggunaan sosial media instagram sebagai media dalam peningkatan strategi e-marketing Kopi Lojik. Terdapat enam pembagian tahap yang ada di model SOSTAC, yaitu: “*Situation analysis, Objective, Strategy, Tactic, Action, dan Control.*” Pelaku usaha tidak hanya bisa menggunakan model SOSTAC ini untuk merencanakan pemasaran saja, namun mereka juga bisa menggunakan model SOSTAC untuk melakukan perluasan pemasaran. Selain itu, model SOSTAC bisa menjadi solusi bagi persoalan saat memasarkan produk. Kopilojik Memilih social media Instagram untuk menerapkan Metode sostac ini Karena beberapa kelebihan yang ada di media ini tentunya salah satunya yaitu dari jangkauan *audience* serta Fitur instagram seperti *feeds*, *instagram story*, dan *reels* digunakan secara maksimal dengan unggahan yang cukup rutin dan konsisten. Penggunaan instagram tidak hanya digunakan untuk mengunggah menu untuk promosi saja, namun aktivitas seperti event dan aktivitas pengunjung juga diunggah, sehingga Kopi Lojik memberikan kesan yang hangat terhadap pengunjung. Selain itu Kopi Lojik juga menggunakan fitur promosi atau iklan berbayar pada instagram sehingga jangkauan akun semakin luas guna memaksimalkan iklan pada sosial media.
2. Penerapan strategi SOSTAC yang di terapkan Kopilojik pada Instagramnya “*Situation analysis, Objective, Strategy, Tactic, Action, dan Control.*” Dari *Situation analysis* Kopilojik membuat konsep yang jelas, unik dan berbeda selain itu juga menargetkan pangsa pasar yang ada di lingkungan dan target pasar sesuai dengan tujuan mereka, *Objective* Hal yang dilakukan pelaku

usaha pada tahap *objective* adalah mengfokuskan pada tujuan yang bisa ditaksir dan secara nyata bisa diraih, kopilojik mengoptimalkan dari segi tempat, hiburan, menu makanan dan minuman serta pelayanan baik di social media maupun *di store offline*, Untuk selanjutnya *Strategy*, kopilojik pemilihan media social Instagram untuk langsung menjangkau target pasar yang sudah di tentukan, *Tactic*, tahap ini kopilojik mempersiapkan *planning* yang cukup *complex* untuk memasarkan produk yaitu promosi kerjasama dengan beberapa media *partner* yang di harapkan menjangkau pasar yang lebih luas dan mencapai target. *Action* tahap ini yang dilakukan Kopilojik pembuatan konten untuk bahan social media serta kegiatan yang menunjang promosi seperti kegiatan social dari kopilojik, dan yang terakhir adalah *Control*.” Kopi Lojik masih dapat memantau dan mengawasi media sosial instagram yang mereka punya. Mereka memperhatikan tanggapan berupa like ataupun komentar yang diberikan oleh konsumennya. Kopi Lojik juga akan memberikan tanggapan balik apabila hal tersebut memang diperlukan untuk memberikan layanan yang maksimal terhadap konsumen. Untuk mengontrol kinerja karyawan, Kopi Lojik menyediakan supervisor untuk mengatur serta mengawasi dari segi audit dan evaluasi, dengan berlandaskan SOP agar karyawan teratur.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Praktis

Strategi e-marketing semakin hari semakin diminati para pelaku usaha, terutama bagi mereka dengan target marketing anak muda. Sudah seharusnya semakin hari Kopi Lojik harus semakin mengembangkan strategi marketingnya dengan cara memanfaatkan sosial media lain seperti TikTok yang saat ini sangat diminati anak muda. Pengembangan sosial media tidak cukup jika hanya di satu platform saja, perlu adanya inovasi baru agar Kopi Lojik semakin dikenal banyak orang.

5.2.2 Saran Teoritis

Penerapan strategi SOSTAC belum maksimal diterapkan, karena penggunaan media social kopilojik hanya berfokus pada satu platform yaitu Instagram, yang menjadi rujukan di metode sostac ini adalah pemanfaatan beberapa media lainnya yang di harapkan menjadi kombinasi yang kompleks berdsarkan *elemeant-element* yang ada pada sostac yang di

harapkan hasil yang maksimal namun di sini masih banyak kekurangan yang harus diperbaiki. Mengingat ketatnya persaingan coffe shop di lokasi tersebut, jika Kopi Logik menerapkan strategi SOSTAC secara maksimal, maka akan semakin menarik perhatian pengunjung.