

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam penelitian , penelitian menarik kesimpulan sebagai berikut sesuai dengan definisi masalah dalam penelitian ini :

1. Terdapat penurunan minat masyarakat terhadap Warunk Upnormal, yang berkontribusi pada krisis yang dihadapi oleh perusahaan. Penurunan ini mungkin disebabkan oleh ketidakpuasan konsumen terhadap produk dan layanan yang ditawarkan serta ketidakmampuan strategi promosi, terutama di media sosial, untuk mempertahankan minat konsumen. Hal ini mempengaruhi jumlah pengunjung gerai dan mengakibatkan penurunan daya tarik Warunk Upnormal di mata masyarakat.
2. Peningkatan jumlah cafe di Jakarta serta perubahan selera konsumsi masyarakat memiliki pengaruh signifikan terhadap penurunan jumlah konsumen Warunk Upnormal. Kemunculan cafe baru yang menawarkan suasana yang lebih menarik, menu yang lebih inovatif, dan desain yang Instagramable memberikan alternatif yang lebih menarik bagi konsumen. Warunk Upnormal tampaknya kurang responsif terhadap perubahan tren ini, sehingga kalah bersaing dengan pesaing yang lebih mampu menarik perhatian konsumen yang lebih muda dan trendi. Akibatnya, penurunan jumlah konsumen Warunk Upnormal semakin diperparah oleh tekanan kompetitif ini.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian tersebut, penelitian membuat rekomendasi berikut sebagai konsekuensi dari temuan tersebut :

1. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi bagi tim public relations Warunk Upnormal untuk memperbaiki strategi manajemen krisis dan komunikasi situasional mereka. Penelitian ini mengidentifikasi berbagai faktor

yang berkontribusi pada penurunan minat dan jumlah konsumen, yang dapat membantu Warunk Upnormal dalam merumuskan strategi pemulihan yang lebih efektif. Praktik yang diusulkan termasuk peningkatan kualitas layanan, inovasi produk, dan adaptasi terhadap perubahan preferensi konsumen serta peningkatan strategi promosi di media social

2. Penelitian ini juga dapat menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya yang berfokus pada topik serupa. Peneliti masa depan dapat menggunakan temuan dan metodologi dari penelitian ini untuk menyelidiki lebih lanjut tentang strategi komunikasi krisis, adaptasi pasar, dan inovasi dalam industri makanan dan minuman. Dengan mengembangkan penelitian lebih lanjut, peneliti dapat memberikan wawasan tambahan yang dapat diterapkan oleh perusahaan lain yang menghadapi tantangan serupa.