

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penyusunan *project* tugas akhir berupa produksi dan publikasi 10 konten *carousel* pada media sosial Instagram @kavi.srg, serta evaluasi yang telah dilakukan melalui analisis *insight* dan *post-survey*, dengan itu dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. **Keberhasilan Peningkatan Brand Awareness:** Strategi komunikasi digital melalui pembuatan 10 konten *feeds* Instagram dengan metode *carousel* terbukti sangat efektif dalam meningkatkan *brand awareness* Kopi Gerobak Keliling "Kavi Coffee". Hal ini ditunjukkan oleh hasil *post-survey* di mana 86,4% responden kini telah mengetahui keberadaan brand Kavi Coffee. Angka ini melonjak signifikan jika dibandingkan dengan data *pra-survei* awal (di mana 64% responden tidak tahu), sehingga proyek ini berhasil melampaui indikator keberhasilan target peningkatan sebesar 60% yang ditetapkan di awal.
2. **Kenaikan Metrik Digital yang Signifikan:** Implementasi strategi ini berhasil mengoptimalkan kinerja akun Instagram @kavi.srg selama kurun waktu 3 minggu publikasi. Tercatat akumulasi total tayangan (*impressions*) mencapai 14.046 kali, dengan pertumbuhan akun yang dijangkau (*reach*) meningkat sebesar +132,2% (2.587 akun), serta interaksi akun mencapai 930 keterlibatan. Konten berjudul "*Mobile Cart Coffee*" menjadi produk dengan performa terbaik (2.064 tayangan), sementara fitur *Instagram Story* tercatat sebagai medium interaksi interaktif dengan keterlibatan audiens (*audience engagement*) tertinggi.
3. **Keberhasilan Edukasi Product Identity:** Rangkaian konten *carousel* yang didesain menggunakan aplikasi Canva dengan panduan SOP visual yang ketat berhasil mengedukasi target audiens secara mutlak. Data kuesioner menunjukkan angka 100% pemahaman responden secara tepat mengenai skema harga awal produk (dimulai dari Rp7.000,00), variasi menu unggulan (Kopsu Pisang), jam operasional (10.00 - 18.00 WIB), hingga pengenalan bentuk fisik gerobak keliling Kavi Coffee.
4. **Penanganan Hambatan yang Solutif:** Meskipun proses produksi sempat menghadapi hambatan teknis seperti keterbatasan variasi ide, perubahan jumlah slide pada konten "*Apa Kata Mereka?*" dari 3 slide menjadi 2 slide demi menjaga kepadatan visual (*visual*

density), serta keterlambatan jadwal rilis awal akibat kendala internal penulis; seluruh hambatan tersebut berhasil diselesaikan secara solutif melalui diskusi intensif bersama *owner* Kavi Coffee, penjadwalan ulang (*rescheduling*), dan fleksibilitas proses *editing* ulang tanpa mengurangi esensi pesan konten.

5.2 Saran

Demi menjaga keberlanjutan (*sustainability*) performa komunikasi pemasaran digital dan *brand awarness* Kavi Coffee ke depan, penulis merumuskan beberapa saran praktis untuk klien sebagai berikut:

- **Konsistensi Penggunaan SOP Visual:** Tim kreatif atau *owner* Kavi Coffee disarankan untuk terus menggunakan *template* desain Canva yang telah diserahkan. Hal ini penting guna menjaga konsistensi identitas visual (kombinasi warna biru-putih dan tipografi modern) agar karakter brand tetap kuat dan mudah dikenali oleh audiens di Banyumanik dan sekitarnya.
- **Penerapan Content Calendar Secara Disiplin:** Untuk menghindari kekosongan konten atau unggahan yang tidak teratur seperti sebelum proyek ini berjalan, Kavi Coffee perlu mendisiplinkan diri dalam mengisi *content calendar* dan mengunggah konten pada *best time to post* yang telah dianalisis, pukul 11.00–13.00 WIB dan 16.00–18.00 WIB.
- **Optimalisasi Fitur Interaktif Instagram Story:** Mengingat *Instagram Story* memberikan dampak keterlibatan (*engagement*) harian yang tinggi, mitra disarankan rutin menggunakan fitur stiker interaktif (seperti *Q&A*, *polling*, *quiz*) untuk membangun hubungan emosional dua arah yang lebih intim dengan pelanggan.