

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Hasil Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti berkaitan dengan “Strategi Komunikasi Pemasaran Long Road Coffee Hub dalam Menarik Minat Konsumen di Kota Jakarta”, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Publikasi dan Publisitas (*Publication and Publicity*), bentuk kegiatan publikasi dan publisitas yang dilakukan Long Road Coffee Hub dalam menarik minat konsumen di kota Jakarta adalah dengan aksi publisitas yang dilakukan berupa publikasi di akun media sosial instagram berupa konten yang informatif, menarik, serta edukatif mengenai kopi, serta menjalin kolaborasi atau melakukan *pop up* dengan serta menjalin kemitraan dengan beberapa petani kopi maupun perusahaan kopi lainnya semacam ini guna menarik pengunjung atau konsumen.
2. Acara (*Event*), pada kegiatan acara, Long Road Coffee Hub memberikan promosi berupa harga *bundling* kopi dihari spesial salah satunya di saat melakukan acara *pop up* kepada konsumen agar tertarik berkunjung untuk membeli produk kopi ke Long Road Coffee Hub serta bertujuan untuk menarik pengunjung atau konsumen potensial yang memang memiliki minat pada kopi spesialti.
3. Citra (*Image*), pada penerapan kegiatan ini Long Road Coffee Hub menitikberatkan kepada *customer experience* sebagai kekuatan dalam membangun cita yang baik bagi Long Road Coffee Hub dimata publik. Long

Road Coffee Hub melakukan pelayanan maksimal terhadap pengunjung agar tercipta *sense* yaitu konsumen mendapatkan pengalaman yang menarik atas produk atau pelayanan yang diberikan Long Road Coffee Hub. Selain itu *feel*, yaitu konsumen merasa puas atas pelayanan yang berikan Long Road Coffee Hub, yang dilakukan guna membangun *customer experience* yang positif.

4. Pendekatan dan Bernegosiasi (*Lobbying and Negotiating*), Pada kegiatan Pendekatan dan Bernegosiasi yang dilakukan memegang peranan penting bagi Long Road Coffee Hub dalam mengembangkan jaringan, meningkatkan kesadaran merek, mendorong inovasi, membentuk kemitraan yang kuat, dan memicu kolaborasi yang menguntungkan. Dengan pendekatan individual dan keterampilan bernegosiasi yang handal, Long Road Coffee Hub dapat mencapai dampak yang signifikan dalam berbagai aspek bisnisnya.
5. Strategi Komunikasi Pemasaran Long Road Coffee Hub berhasil membangun citra merek yang kuat dan mengintegrasikan berbagai elemen komunikasi untuk menarik konsumen. Dengan pendekatan berkelanjutan, Long Road Coffee Hub menggunakan media sosial, kolaborasi dengan influencer, dan pengalaman konsumen yang unik untuk meningkatkan visibilitas dan keterlibatan. Selain itu, mereka menekankan standar berkelanjutan dan kualitas tinggi dalam produk Long Road Coffee Hub, yang mencerminkan cerita di balik kopi yang dijual, sehingga menarik perhatian konsumen lingkungan dan pecinta kopi.

## 5.2 Saran

Dari penelitian yang telah peneliti lakukan, adapun saran yang dapat diberikan oleh peneliti sesuai dengan hasil pengamatan selama penelitian berlangsung.

### 5.2.1 Bagi Long Road Coffee Hub

1. Dalam memaksimalkan penggunaan media sosial yang beragam, alangkah baiknya jika Long Road Coffee Hub merekrut atau membuat divisi khusus untuk mengelola media sosial Long Road Coffee Hub.
2. Long Road Coffee Hub dapat mempertimbangkan selain melalui publikasi dan publisitas, acara, citra, pendekatan dan bernegosiasi, juga dapat menggunakan Pemberitaan (*News*) Aktifkan saluran berita atau blog di situs web untuk berbagi perkembangan terbaru, inovasi produk, dan pencapaian bisnis Long Road Coffee Hub; Kepedulian pada Komunitas (*Community Involvement*) dengan terlibat secara aktif dalam kegiatan komunitas lokal seperti membersihkan lingkungan, mengadakan acara amal, atau mendukung acara kopi. Ini memperkuat hubungan dengan komunitas, menunjukkan kontribusi positif, dan menciptakan keterikatan emosional; Tanggung Jawab Sosial (*Social Responsibility*) dengan mengimplementasikan program tanggung jawab sosial perusahaan, seperti "Beli Satu Sumbang Satu" di mana sebagian pendapatan didonasikan untuk tujuan amal. Ini menciptakan dampak positif pada masyarakat dan membantu membangun citra positif.
3. Perhatikan frekuensi postingan di media sosial. Setidaknya, *story* atau konten diposting secara rutin sehingga publik akan terbiasa melihat konten dan dapat membangun *brand awareness* secara tidak langsung.

### **5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya**

1. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat melakukan penelitian lebih lanjut terkait strategi Long Road Coffee Hub dengan pemilihan pendekatan dan metode yang lebih baik.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat memberikan informasi dan data yang lebih lengkap dan detail mengenai objek penelitian ini. serta dapat memberikan sumbangsih yang besar bagi masyarakat luas terutama bagi pengembangan ilmu komunikasi.