

## **STRATEGI KONTEN INSTAGRAM @PATRON.ORGANIZER DALAM MEMPROMOSIKAN JASA WEDDING ORGANIZER PATRON WEDDING**

Helen Sonya br Sihaloho

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Email: [helsoloho@gmail.com](mailto:helsoloho@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Media sosial telah menjadi semakin lazim di komunitas global, dan dengan itu, fitur-fiturnya pun menjadi berbeda. Instagram adalah salah satu platform media sosial yang lebih mapan namun masih aktif. Di Indonesia, Instagram masih menjadi salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan. Membangun citra merek dan kehadiran digital dapat dilakukan dengan memanfaatkan kemudahan era modern. Banyak bisnis yang berkonsentrasi pada media sosial karena dianggap mempunyai dampak positif yang signifikan terhadap aktivitas perekonomian. Terutama media sosial Instagram, Instagram menjadi salah satu primadona yang paling unggul dari perusahaan untuk wadah media dalam memasarkan produk dan jasa mereka. Tidak hanya itu, Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang memiliki kemampuan menyebarkan informasi dengan cepat dan luas. Tentunya hal ini dapat dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis untuk mengembangkan dan mendongkrak penjualan produk atau jasanya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Metode penelitian dilakukan untuk memperoleh strategi konten-konten yang diunggah pada feeds Instagram @patron.organizer berdasarkan bauran pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promosi*) melalui media sosial Instagram sebagai media sosial promosi jasa wedding organizer Patron. dari keempat jenis konten yang diposting oleh Instagram Patron Wedding Organizer konten yang memiliki unsur produk dan promosi merupakan konten strategi yang paling sering di unggah oleh Instagram Patron wedding organizer.

**Kata Kunci:** Media Sosial, Instagram , konten promosi , 4P