

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah peneliti mengenai strategi konten Instagram dari Patron *Wedding Organizer* dalam mempromosikan jasa wedding organizer Patron melalui analisis isi konten pada Mei-Oktober 2023 di akun media sosial dari Patron yaitu @patron.organizer, postingan yang ada pada *feeds* Instagram yang Diunggah @patron.organizer pada periode Mei-Oktober sebanyak 108 konten yang telah diunggah, dari banyaknya konten yang diunggah pada feeds Instagram Patron, konten Instagram yang mengandung *Product* berjumlah 59, *Price* berjumlah 3 postingan, *Place* berjumlah 18 postingan, dan *Promotion* 28 postingan.

Postingan yang mengandung product merupakan konten promosi yang kerap kali diunggah oleh Instagram @Patron.organizer. serta hasil dari peneliti yang dilakukan maka kesimpulan dari penelitian strategi konten yang dilakukan Patron Wedding Organizer dengan komunikasi pemasaran yaitu *product*, *price*, *place* dan *promotion* yang secara terkoordinasi melalui media Instagram dengan konten-konten yang telah diunggah pada *feeds* Instagram Patron.

Secara umum, dari Product Patron Wedding Organizer menawarkan mengenai jasa-jasa apa saja yang dapat dilayani oleh jasa *wedding organizer* Patron, berlanjut lagi kepada price, dalam bauran pemasaran price pada media sosial Instagram dari @patron.organizer tidak pernah membuat secara transparan mengenai harga dari penggunaan jasa Patron, namun bukan berarti konten yang diunggah pada @patron.organizer tidak ada, melainkan konten tersebut tetap dibuat dengan kemas caption yang ambigu sehingga tidak menumbulkan perspektif yang buruk ataupun baik terlebih dahulu, buran pemasaran pada *place* pada Patron *Wedding Organizer* dimana lokasi tidak selamanya berbentuk gedung melainkan wadah dimana konsumen dan produser yaitu Patron sendiri dapat melakukan interaksi yaitu media sosial pada Instagram Patron *Wedding Organizer* terakhir bauran pemasaran promosi, Patron *Wedding Organizer* kerap kali membuat *event-event* di Yogyakarta bahkan beberapa kali event tersebut dilirik oleh Tv nasionaln dari pemasaran yang dilakukan Patron *Wedding Organizer* pada akun @patron.organizer

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Patron *Wedding Organizer* menggunakan bauran pemasaran melalui media sosial Instagram dalam melakukan strategi konten promosi sudah baik dan tepat meskipun ada

kekurangan dan kemudian peneliti membuat saranyang dibagi menjadi dua berdasarkan kepentingannya yaitu yaitu saran untuk tim pemasaran marketing Patron *Wedding Organizer* dan juga saran untuk penelitian lebih lanjut yang bersifatakademis

1. Saran untuk tim Pemasaran Patron

Lebih memaksimalkan konten-konten yang akan diunggah pada halaman media sosial Instagram @patron.organizer, memaksimalkan dan memperindah dalam membuat konten-konten foto dan video yang diunggah di Instagram Patron seperti merapikan feeds, penentuan caption yang lebih menarik pada setiap konten-konten yang diposting pada feeds Instagramnya Patron, lebih aktif lagi dalam memposting reels Instagram karna reels Instagram jauh lebih luas jangkauannya dari pada postingan foto dan membuat konten yang informative dengan gaya yang menarik agar terkesan membosankan,

2. Saran Akademis

Membutuhkan peneliti lebih mendalam lagi terhadap strategi konten promosi pada media sosial @patron.organizer secara langsung yang sekiranya data yang dicari lebih mendalam dan memiliki sudut pandang yang beragam-ragam, dibutuhkan

lebih lanjut mengenai efektifitas bauran pemasaran terhadap konten-konten yang telah di posting pada feeds Instagram @patron.organizer