

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian penelitian terhadap data yang berhasil diperoleh dari penelitian telah peneliti lakukan di PT. Ismaya Group dengan judul “Strategi Iklan Media Sosial Instagram dalam meningkatkan jumlah pengunjung *Event Musik We The Fest 2019*”. Maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa Ismaya Live selaku pihak penyelenggara *event* musik *We The Fest* memiliki strategi – strategi dalam mempromosikan *event* musik *We The Fest*. Selain menggunakan strategi iklan media sosial instagram, penggunaan jasa *Influencer* peneliti nilai sangatlah berpengaruh dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung. Penggunaan media sosial instagram peneliti nilai sangat efektif guna meningkatkan jumlah pengunjung yang hadir karena media sosial instagram memiliki berbagai fitur yang menarik dan menunjang untuk mempromosikan *event* musik *We The Fest* itu sendiri. Hal ini didasarkan oleh adanya fitur untuk memposting foto dan juga video yang memungkinkan bisa menarik perhatian masyarakat/*followers*.

Dalam mempromosikan *event* musiknya, ISMAYA GROUP selaku promotor *We The Fest* yang menggunakan strategi iklan media sosial Instagram membutuhkan informasi berupa konten yang dinilai dapat menarik perhatian masyarakat dan *followers* yang melihatnya. Maka dari itu perancangan dalam strategi iklan media sosial Instagram sangatlah dibutuhkan. Dalam perancangan strategi ini harus melalui berbagai macam proses sebelum pada akhirnya dipublikasikan ke masyarakat dan *followers*. Perancangan strategi iklan media sosial Instagram dimulai dengan melakukan diskusi perencanaan terkait dengan mengetahui posisi untuk menyusun strategi, lalu memulai proses penentuan langkah – langkah maupun taktik yang akan dilakukan. Setelah penyusunan strategi telah dinilai menjadi lebih maksimal dan bagus untuk disampaikan ke masyarakat, barulah konten – konten yang dinilai unik telah dibuat, dapat disebar luaskan atau di publikasikan masyarakat/*followers*.

Penggunaan strategi iklan media sosial instagram tentunya pihak penyelenggara berusaha untuk dapat meningkatkan jumlah pengunjung *event* musik *We The Fest* pada tahun 2019. Dapat peneliti lihat dari konten yang diberikan pihak penyelenggara terhadap calon pengunjungnya dengan memberikan informasi yang dinilai lengkap dan sesuai dengan kebutuhan. Dengan

memberikan pelayanan yang baik serta penggunaan tampilan visual yang menarik di dalam media sosial instagram yang pihak penyelenggara lakukan terhadap *event* musik *We The Fest* diharapkan mampu meningkatkan jumlah pengunjungnya di tahun 2019.

## 5.2 Saran

Berdasarkan analisis dan kesimpulan yang peneliti lakukan mengenai penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Media Sosial Instagram dalam meningkatkan jumlah pengunjung *Event* Musik *We The Fest* 2019” ini maka dapat di ambil saran bagi ISMAYA GROUP selaku promotor, yaitu dalam hal mempromosikan *event* musik terutama dalam strategi pemasaran menggunakan media sosial instagram harus terus ditingkatkan agar tetap menjadi pilihan utama bagi para konsumen untuk mendapatkan informasi mengenai *event* dari ISMAYA. Dalam meningkatkan jumlah pengunjung konten-konten yang dibuat pun juga harus disesuaikan kebutuhan pengunjung. Selalu memberikan inovasi strategi yang unik dalam memasarkan *event* musiknya pun peneliti harap dapat selalu dilakukan oleh pihak ISMAYA GROUP selaku penyelenggara.