

BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan uraian penelitian terhadap data yang diperoleh dari hasil penelitian sebagai mana yang telah peneliti lakukan di PT. Ismaya Group dengan judul “Strategi Iklan Media Sosial Instagram dalam meningkatkan jumlah pengunjung *Event Musik Djakarta Warehouse Project*”. Maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa Ismaya Live selaku promotor *event* musik Djakarta *Warehouse Project* memiliki perkembangan yang lebih maju dibandingkan tahun sebelumnya yaitu tahun 2017 dalam mempromosikan *event* musik tersebut. Selain menggunakan strategi iklan media sosial Instagram, penggunaan jasa *Influencer* sangatlah berpengaruh dalam meningkatkan promosi *event* Djakarta *Warehouse Project* dalam meningkatkan jumlah pengunjung. Penggunaan media sosial Instagram sangat efektif untuk meningkatkan jumlah pengunjung yang datang karena media sosial Instagram memiliki berbagai fitur yang menarik dan menunjang untuk mempromosikan sebuah *event* musik, hal ini disebabkan oleh adanya fitur untuk memposting foto dan juga video yang memungkinkan bisa menarik perhatian masyarakat/*followers*.

Dalam mempromosikan *event* musiknya, Ismaya Live selaku promotor Djakarta *Warehouse Project* yang menggunakan strategi iklan media sosial Instagram membutuhkan informasi berupa konten-konten yang menarik perhatian masyarakat dan *followers* yang melihatnya, maka dari itu perancangan pembuatan konten dalam strategi iklan media sosial Instagram sangatlah dibutuhkan. Dalam perancangan pembuatan konten ini harus melalui berbagai macam proses sebelum pada akhirnya disebar atau di publikasikan ke masyarakat dan *followers*. Dalam prosesnya, perancangan konten strategi iklan media sosial Instagram dimulai dengan melakukan diskusi dengan tim Ismaya Live terkait dengan konten yang akan dibuat, lalu memulai proses pengerjaan konten atau produksi baik dengan foto ataupun video dan terakhir masuk ke proses editing agar hasil konteng yang

nanti didapatkan menjadi lebih maksimal dan bagus untuk disampaikan ke masyarakat, terakhir barulah konten yang telah dibuat dapat disebar luaskan atau di publikasikan masyarakat/*followers*.

Dengan penggunaan strategi iklan media sosial Instagram tentunya Ismaya Live berusaha untuk dapat meningkatkan jumlah pengunjung *event* musik Djakarta *Warehouse Project* pada tahun 2018. Dapat dilihat dari konten yang diberikan Ismaya Live terhadap konsumennya dengan memberikan informasi yang lengkap dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Dengan memberikan pelayanan yang baik serta penggunaan tampilan visual yang menarik dan rapih di dalam media sosial Instagram yang Ismaya Live lakukan selaku promotor *event* musik Djakarta *Warehouse Project* berharap bisa meningkatkan jumlah pengunjungnya di tahun 2018.

V.2 Saran

Berdasarkan analisis dan kesimpulan mengenai penelitian yang berjudul “Strategi Iklan Media Sosial Instagram dalam meningkatkan jumlah pengunjung *Event* Musik Djakarta *Warehouse Project*” ini maka dapat di ambil saran bagi Ismaya Live selaku promotor, yaitu dalam hal mempromosikan *event* musik terutama dalam strategi iklan media sosial Instagram yang menggunakan media sosial Instagram harus terus ditingkatkan agar tetap menjadi pilihan utama bagi para konsumen untuk mendapatkan informasi mengenai *event* dari Ismaya Live. Dalam meningkatkan jumlah pengunjung konten-konten yang dibuat pun juga harus dengan kebutuhan konsumen dan tampilan visualnya yang tidak berlebihan dalam pemilihan warna agar tetap enak untuk di lihat oleh masyarakat atau pun *followersnya*. Tambahan logo pun juga perlu dilakukan agar menjadi ciri khas tersendiri dari *event* musik Djakarta *Warehouse Project*.