

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penjabaran hasil penelitian pada bab sebelumnya maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa *Content Marketing* di Instagram membantu UFXDesign untuk mendapatkan calon konsumen dan efektifitas *Instagram* sebagai *Content Marketing*. Aldi Founder UFXDesign menerapkan *Content Marketing* sebagai landasan utama untuk berjalannya fungsi konten yang dihasilkan pada *Instagram* supaya mendatangkan calon konsumen. Konten yang menarik dengan melihat perkembangan pasar dari gaya tampilan karya, testimoni dan juga di barengi kualitas konten yang baik juga menjadi salah satu faktor konsumen tertarik untuk menghubungi UFXDesign walaupun unggahan sudah terbilang lampau.

Pakar informan menjelaskan unggahan yang selalu mengikuti gaya masa kini atau yang *relate* dengan kehidupan seorang akan menarik viewer untuk melakukan interaksi walaupun konten sudah lampau. Pelanggan juga mendapatkan dampak dari *Content Marketing* dengan melihat konten yang berkualitas sesuai yang di inginkannya dan ada faktor lain yang berpengaruh yaitu testimonial unggahan juga penempatan fitur yang baik oleh UFXDesign. Data yang di dapat dari hasil wawancara terhadap tiga informan menunjukkan adanya tentang kualitas konten dengan gaya masa kini yang memiliki kekuatan atau karakter dan membuktikan konten yang lampau masih memiliki potensi untuk mendapatkan calon konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil yang diperoleh, UFXDesign memiliki potensi untuk mendapatkan hasil yang maksimal dari kontennya dengan mengunggah secara teratur yang di harapkan itu dapat menjadikan meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Mempertahankan penyusunan konten sangat diperlukan agar unggahan terlihat lebih menarik dan mudah untuk mencari unggahan yang konsumen sukai.

Meskipun dari faktor *Content Marketing* menunjukan adanya titik temu antara pelaku bisnis, konsumen, dan pakar, disarankan untuk menggunakan teori maupun metodologi yang lebih cocok supaya dapat menemukan hal yang lebih baik ladi dan terbaharui.

