

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebagaimana diuraikan di atas maka kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Efektivitas instagram *Ads* sebagai media promosi digital untuk meningkatkan layanan jasa fotografi pada Jenic Studios yang mencakup 4 indikator empati (*Empathy*), persuasi (*Persuasion*), dampak (*Impact*), dan komunikasi (*Communication*) berada pada kategori efektif.
2. Kendala yang dihadapi dalam penggunaan instagram *Ads* sebagai media promosi digital untuk meningkatkan layanan jasa fotografi pada Jenic Studios meliputi (1) kendala teknis, (2) kendala biaya promosi, (3) kendala persaingan dan (4) kendala konten.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan sebagaimana diuraikan di atas maka kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pihak Jenic Studios agar meningkatkan kualitas instagram *Ads* sebagai media promosi digital untuk meningkatkan layanan jasa fotografi.
2. Pihak Jenic Studios agar mencari solusi untuk menghadapi penggunaan instagram *Ads* sebagai media promosi digital untuk meningkatkan layanan jasa fotografi pada Jenic Studios meliputi (1) kendala teknis, (2) kendala biaya promosi, (3) kendala persaingan dan (4) kendala konten.