

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul “Penggunaan Media Sosial Instagram ”ZAP” sebagai Bisnis Perawatan Kulit dalam Melakukan Promosi Iklan di Era Ekonomi Digital”, maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan promosi iklan utama yang perlu dilakukan pada media sosial Instagram dalam memasarkan produk atau *treatment* perawatan kulit yaitu dengan membuat konten iklan yang warnanya selalu konsisten dengan *brand identity* dari suatu *brand*. Memastikan pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak secara singkat, padat, dan jelas agar pesan mudah dipahami bagi pembaca. Gambar suatu konten iklan perlu diperhatikan dengan menyesuaikan pada pesan yang ingin disampaikan. Terakhir, mengikuti konsep dari *brand* itu sendiri, seperti ZAP yang memiliki konsep ceria karena diperuntukkan bagi anak muda.

Kegiatan iklan terbagi dengan dua macam yaitu *soft-selling* dan *hard-selling*. Pada iklan *soft-selling*, ZAP menggunakan jasa dari *influencer* dengan berbagi pengalaman pada saat dan setelah melakukan *treatment* di klinik ZAP atau pada saat menggunakan produk perawatan dan kecantikan ZAP yang selanjutnya ZAP melakukan *repost* pada akun media sosial Instagram ZAP tersebut. Selain itu, iklan *soft-selling* juga dilakukan ZAP dengan mengunggah konten terkait informasi seputar perawatan dan kecantikan melalui akun media sosial Instagramnya. Sedangkan pada iklan *hard-selling*, ZAP lebih menekankan dengan mengunggah konten terkait promo-promo tertentu yang sedang berlangsung pada saat itu melalui jasa iklan yang disediakan pada Instagram.

Kegiatan lainnya yang dilakukan ZAP pada media sosial Instagramnya agar *followers* tetap aktif mengikuti kegiatan yang dilakukan ZAP yaitu seperti konten terkait kuis, *giveaway*, kolaborasi dengan *influencer* ternama, hingga *live* Instagram. Segala kegiatan dilakukan pada media sosial Instagram ZAP secara rutin dalam mengunggah setiap kontennya.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul “Penggunaan Media Sosial Instagram “ZAP” sebagai Bisnis Perawatan Kulit dalam Melakukan Promosi Iklan di Era Ekonomi Digital”, maka peneliti memberikan saran bagi para pembaca penelitian ini sebagai berikut:

a. Saran Praktis:

Peneliti memberi saran kepada akademisi yang menjalankan penelitian tentang promosi iklan di media sosial Instagram untuk lebih memperdalam kajian penelitian terkait pembahasan yang serupa agar dapat dijadikan referensi yang lebih baik bagi peneliti selanjutnya yang memiliki pembahasan penelitian yang serupa juga.

b. Saran Teoritis:

Peneliti memberi saran kepada pebisnis *online* yang berbisnis menggunakan media sosial Instagram untuk lebih bijak dalam memanfaatkan fitur-fitur yang disediakan pada media sosial Instagram tersebut untuk beriklan produk atau jasa yang ingin diiklankan seperti fitur Instagram *Story*, *Feeds*, *Reels*, *Live*, hingga jasa iklan yang disediakan dari Instagram itu sendiri.