

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. PT. Disa Murni Bersaudara menggunakan *digital marketing* di media sosial Instagram dan Tik Tok sebagai cara promosi untuk memperkenalkan layanan perjalanan wisata kepada masyarakat.
2. Konten yang diposting di Instagram dan Tik Tok berupa iklan paket wisata, pengalaman perjalanan pelanggan, informasi mengenai tempat wisata, serta aktivitas *tour* yang sedang berlangsung, sehingga membantu perusahaan menyampaikan informasi ke calon pelanggan dengan lebih luas.
3. Berdasarkan hasil analisis, Instagram menunjukkan hasil yang lebih baik dibanding Tik Tok dengan jumlah tayangan, cakupan akun, dan tingkat interaksi yang lebih tinggi, sehingga mampu menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan paparan merek.
4. Penggunaan *digital marketing* lewat Instagram dan Tik Tok telah membantu PT. Disa Murni Bersaudara dalam meningkatkan *brand awareness*. Berdasarkan hasil analisis, tingkat kesadaran merek yang dicapai berada di tahap *brand recognition*, yaitu saat masyarakat mampu mengenali merek perusahaan melalui nama akun, logo, atau konten yang dipublikasikann.
5. Dalam penerapan *digital marketing*, PT. Disa Murni Bersaudara masih mengalami beberapa masalah, seperti ketidak konsistenan dalam pembaruan konten, interaksi yang kurang pada beberapa postingan media sosial, serta persaingan yang cukup ketat dengan perusahaan *travel* lainnya dalam menarik perhatian pembaca.

5.2 Saran

1. PT. Disa Murni Bersaudara dianjurkan untuk menyusun jadwal pengunggahan konten yang lebih rutin dan teratur di Instagram serta Tik Tok agar informasi perusahaan bisa disampaikan secara terus-menerus kepada para pengguna.
2. Perusahaan harus meningkatkan mutu dan inovasi dari konten yang diterbitkan agar lebih menarik dan bisa meningkatkan partisipasi pengguna di media sosial.
3. PT. Disa Murni Bersaudara dianjurkan untuk membuat lebih banyak konten yang menampilkan pengalaman pelanggan, kegiatan wisata, dan ulasan dari pelanggan agar dapat meningkatkan kepercayaan orang yang ingin membeli produk.
4. Perusahaan harus memaksimalkan penggunaan Tik Tok dengan membuat konten yang lebih kreatif dan mengikuti tren terbaru agar mampu memperluas cakupan dan meningkatkan interaksi dari penonton.
5. Perusahaan sebaiknya mengevaluasi secara rutin kinerja konten media sosial agar bisa mengetahui strategi pemasaran *digital* yang paling efektif dalam meningkatkan kesadaran merek perusahaan.

