

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil observasi dan pembahasan selama kegiatan magang di PT Darul Umroh Al Barokah Tour & Travel Cabang Padang, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. PT Darul Umroh Al Barokah Tour & Travel Cabang Padang telah memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi digital dan komunikasi dengan konsumen melalui platform Instagram, TikTok, dan Facebook. Konten digital yang dipublikasikan terdiri atas konten edukasi, promosi, dokumentasi jamaah, ucapan islami, serta konten video pendek. Penggunaan berbagai jenis konten tersebut membantu perusahaan menyampaikan informasi secara lebih menarik, informatif, dan variatif kepada *audiens*.
2. Tingkat *engagement* konsumen pada media sosial perusahaan menunjukkan hasil yang berbeda pada setiap platform. Berdasarkan hasil observasi, TikTok menjadi platform dengan tingkat *engagement* tertinggi dibandingkan Instagram dan Facebook karena mampu menjangkau *audiens* yang lebih luas melalui konten video pendek. Sementara itu, Instagram efektif digunakan sebagai media *branding* dan komunikasi digital perusahaan, sedangkan Facebook memiliki potensi yang baik dalam menjangkau segmen pasar usia dewasa dan ibu rumah tangga.
3. Penggunaan konten video pendek merupakan strategi konten digital yang paling efektif dalam meningkatkan *engagement* konsumen pada media sosial perusahaan. Konten yang menampilkan dokumentasi jamaah, suasana ibadah

di Tanah Suci, serta video bernuansa religi dan emosional terbukti lebih mampu menarik perhatian dan interaksi *audiens* dibandingkan konten berupa foto atau gambar statis.

4. Selama kegiatan magang berlangsung, penulis turut memberikan usulan pengembangan media sosial berupa pembuatan akun Facebook dan TikTok khusus Cabang Padang. Usulan tersebut diterima dan diterapkan oleh perusahaan sehingga dapat membantu memperluas jangkauan promosi digital serta menjangkau *audiens* yang lebih beragam.
5. Meskipun pemanfaatan media sosial telah memberikan dampak positif terhadap *engagement* konsumen, perusahaan masih menghadapi beberapa kendala dalam pengelolaannya, seperti keterbatasan sumber daya manusia yang menangani media sosial, kurangnya variasi konten, keterbatasan dokumentasi kegiatan jamaah, belum optimalnya konsistensi publikasi konten, serta keterbatasan ide kreatif dalam pengembangan konten digital.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil observasi, pengalaman selama kegiatan magang, serta analisis efektivitas konten digital terhadap *engagement* konsumen di media sosial PT Darul Umroh Al Barokah Tour & Travel Cabang Padang, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. PT Darul Umroh Al Barokah Tour & Travel Cabang Padang diharapkan dapat lebih konsisten dalam mempublikasikan konten digital pada media sosial. Konsistensi publikasi konten perlu dilakukan karena aktivitas unggahan yang terjadwal dapat membantu meningkatkan *engagement* konsumen serta memperluas jangkauan promosi perusahaan.

2. PT Darul Umroh Al Barokah Tour & Travel Cabang Padang diharapkan dapat memperbanyak penggunaan konten video pendek pada Instagram, TikTok, dan Facebook. Berdasarkan hasil pengamatan selama kegiatan magang, konten video cenderung memperoleh jumlah tayangan, *Likes*, komentar, dan interaksi yang lebih tinggi dibandingkan konten berupa gambar atau poster, sehingga dapat menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan *engagement audiens*.
3. PT Darul Umroh Al Barokah Tour & Travel Cabang Padang diharapkan dapat menyediakan sumber daya manusia (SDM) khusus yang bertanggung jawab dalam pengelolaan media sosial dan pembuatan konten digital di kantor cabang. SDM tersebut sebaiknya memiliki kemampuan dalam desain grafis, editing video, fotografi, videografi, copywriting, serta memahami perkembangan tren media sosial dan preferensi *audiens* digital saat ini. Dengan adanya SDM yang kompeten, proses perencanaan, produksi, dan publikasi konten dapat berjalan lebih optimal dan profesional.
4. PT Darul Umroh Al Barokah Tour & Travel Cabang Padang diharapkan dapat meningkatkan kreativitas dalam penyajian konten dengan memanfaatkan fitur-fitur terbaru yang tersedia pada media sosial, seperti video pendek, story interaktif, polling, fitur tanya jawab, live streaming, serta penggunaan audio atau tren yang sedang populer. Langkah ini dapat membantu meningkatkan ketertarikan *audiens* terhadap konten yang dipublikasikan.
5. PT Darul Umroh Al Barokah Tour & Travel Cabang Padang diharapkan dapat memperbanyak variasi jenis konten yang dipublikasikan. Selain konten promosi paket umroh, perusahaan dapat mengembangkan konten berupa testimoni jamaah, dokumentasi keberangkatan dan kepulangan jamaah, kegiatan manasik umroh, edukasi seputar ibadah umroh dan haji, tips persiapan

keberangkatan, informasi perlengkapan umroh, kisah inspiratif jamaah, serta konten interaktif yang melibatkan *audiens*. Variasi konten tersebut dapat meningkatkan kepercayaan calon jamaah sekaligus menjaga ketertarikan *audiens* terhadap akun media sosial perusahaan.

6. PT Darul Umroh Al Barokah Tour & Travel Cabang Padang diharapkan dapat mempertahankan dan mengoptimalkan penggunaan berbagai platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook secara bersamaan. Pemanfaatan beberapa platform sekaligus dapat membantu perusahaan menjangkau segmen *audiens* yang lebih luas karena setiap platform memiliki karakteristik pengguna yang berbeda.

