BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai optimalisasi media sosial dalam menjangkau pasar Travel Safamarwah, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial, khususnya melalui fitur Instagram Ads, memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan visibilitas dan jangkauan promosi travel. Sebelum penerapan iklan digital, aktivitas akun media sosial Travel Safamarwah masih tergolong pasif dan kurang menarik perhatian audiens. Namun, setelah dilakukan promosi menggunakan video promosi berbayar di Instagram, terdapat peningkatan yang nyata dalam hal jumlah pengikut, interaksi pengguna, serta ketertarikan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Selain itu, hasil wawancara menunjukkan bahwa audiens menilai informasi dalam video promosi cukup jelas dan menarik, serta testimoni dalam video mampu meningkatkan kepercayaan terhadap jasa travel. Peningkatan jumlah penayangan video serta adanya respons aktif dari konsumen menandakan bahwa strategi digital marketing melalui media sosial merupakan pendekatan yang efektif dan adaptif dalam mendukung pertumbuhan bisnis, khususnya pada sektor perjalanan ibadah haji dan umrah.

B. Saran

1. Peningkatan kualitas konten promosi

Disarankan agar Travel Safamarwah terus meningkatkan kualitas konten promosi yang ditayangkan di media sosial, dengan memperhatikan format penyampaian (seperti slide atau potongan gambar), durasi, dan kejelasan informasi. Hal ini penting agar audiens dapat dengan mudah memahami isi promosi, meskipun hanya melihat sekilas.

2. Pelatihan dan peningkatan kapasitas digital karyawan

   Mengingat masih rendahnya pemahaman digital di kalangan staf dan pemilik travel, diperlukan pelatihan intensif terkait pengelolaan media sosial dan strategi pemasaran digital. Hal ini bertujuan agar promosi dapat dilakukan secara berkelanjutan dan mandiri.

3. Optimalisasi respon admin media sosial

   Salah satu kendala yang ditemukan dalam penelitian ini adalah kurang responsifnya pihak admin dalam menanggapi pertanyaan konsumen. Oleh karena itu, penting bagi pihak travel untuk memperbaiki sistem komunikasi digital guna menciptakan kesan profesional dan meningkatkan konversi penjualan.

4. Evaluasi pengembangan strategi bebasis data

   Diperlukan evaluasi rutin terhadap performa iklan digital, seperti tayangan, interaksi, dan pertambahan pengikut, agar strategi pemasaran dapat disesuaikan dengan kebutuhan pasar dan tren digital yang terus berkembang