

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dalam konteks penggunaan Digital Marketing sebagai media promosi untuk PT. Sahabat Tour Travel di Palembang, evaluasi yang dilakukan dengan mempertimbangkan indikator dari pandangan Dunn menunjukkan bahwa upaya promosi tersebut telah berjalan cukup baik. Berbagai aspek seperti efektivitas, efisiensi, kecukupan, pemerataan/kesamaan, responsivitas, dan ketetapan telah diterapkan dalam strategi pemasaran digital perusahaan dengan sejalan dengan teori evaluasi yang diusulkan. Namun, evaluasi juga mengungkapkan beberapa area yang memerlukan perbaikan. Konten yang disajikan di platform Instagram dan TikTok perlu ditingkatkan dari segi isi, termasuk deskripsi dan penjelasan yang lebih rinci tentang destinasi dan layanan yang ditawarkan. Kualitas video juga perlu diperhatikan agar dapat memberikan kesan yang lebih profesional dan menarik bagi audiens. Lebih lanjut, pengembangan konten di platform TikTok dan Instagram juga perlu lebih kreatif, dengan memanfaatkan fitur-fitur interaktif dan tren terbaru di media sosial. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan daya tarik konten dan lebih berhasil menjangkau serta memengaruhi audiens yang lebih luas.

Secara keseluruhan, PT. Sahabat Tour Travel Palembang telah menunjukkan langkah positif dalam memanfaatkan Digital Marketing sebagai media promosi. Evaluasi berdasarkan indikator teori Dunn memberikan pandangan yang komprehensif terhadap kinerja dan potensi perbaikan dalam upaya pemasaran digital. Dengan komitmen untuk terus meningkatkan kualitas konten dan kreativitas dalam pengembangan konten di platform-platform digital, perusahaan dapat memaksimalkan manfaat dari strategi pemasaran digital mereka dan terus berada di garis depan dalam industri pariwisata yang semakin kompetitif

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan maka saran penelitian yaitu:

1. Perlu dilakukan perbaikan dalam merancang konten yang lebih detail,
2. Menghadirkan deskripsi lokasi yang jelas, membuat caption yang menarik,
3. Memanfaatkan fitur-fitur seperti hashtag dengan lebih bijak serta menambahkan lagu daerah tujuan destinasi wisata sebagai sound video yang diunggah di Instagram dan TikTok.