

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran pada akun Instagram @javaheritagehotel untuk mempertahankan *brand awareness* dengan menggunakan empat tahapan pada konsep *The Circular Model of SoMe for Social Communication*, maka kesimpulan yang dapat diambil sebagai berikut:

1. Java Heritage Hotel Purwokerto melakukan riset konten untuk mengetahui *trending* di media sosial Instagram yang kemudian dicari relevansinya terhadap pesan produk yang akan dibagikan melalui konten *story*, *feeds*, dan *reels*. Diskusi secara internal dilakukan dengan *Head of Departement* (HOD) untuk mencari konsep konten yang akan dibuat.
2. Penetapan jadwal pembuatan konten, pemilihan *talent*, *content writing*, dan *copywriting* dilakukan oleh Java Heritage Hotel Purwokerto sebagai strategi untuk mempertahankan *brand awareness*.
3. Proses pembuatan konten dilakukan oleh Java Heritage Hotel Purwokerto yang disesuaikan dengan konsep yang sudah direncanakan, pembagian tanggung jawab, serta saling *back up* antar anggota tim yang terlibat. Proses *editing* hingga revisi dilakukan oleh tim sosial media Instagram @javaheritagehotel hingga mendapatkan *approval* untuk diunggah.
4. Evaluasi dilakukan dengan melihat data *insight* melalui *professional dashboard* pada akun Instagram @javaheritagehotel yang memuat data *reach accounts* dan *profile activity*. Jumlah *viewer*, *like*, *share* serta interaksi dua arah yang terjadi pada kolom komentar juga diperhatikan untuk dijadikan bahan evaluasi pada *meeting internal* sehingga *brand awareness* Java Heritage Hotel Purwokerto dapat dipertahankan.

#### B. Saran

Penelitian ini telah memberikan wawasan yang signifikan mengenai strategi komunikasi pemasaran pada akun Instagram @javaheritagehotel untuk mempertahankan *brand awareness*. Meskipun demikian, terdapat beberapa saran

yang dapat diajukan untuk penelitian berikutnya dan Java Heritage Hotel Purwokerto, sebagai berikut:

1. Untuk peneliti selanjutnya: agar dapat memperluas bahasan terkait strategi komunikasi pemasaran berdasarkan pada konsep *The Circular Model of SoMe for Social Communication* di industri perhotelan yang dapat disesuaikan dengan bidang penelitian. Peneliti selanjutnya dapat melakukan komparasi kepada informan eksternal dari industri perhotelan yang diteliti untuk mengelaborasi keberhasilan strategi komunikasi pemasaran terhadap *brand awareness*.
2. Untuk Java Heritage Hotel Purwokerto: agar dapat meningkatkan strategi komunikasi pemasarannya melalui media sosial Instagram @javaheritagehotel dengan memasifkan pengunggahan konten *story*, *feeds*, dan *reels* yang terjadwal sehingga diperlukannya *content calendar*. Tim media sosial Instagram @javaheritagehotel, hendaknya membuat laporan evaluasi bulanan yang terstruktur terhadap konten yang sudah diunggah untuk mengevaluasi strategi komunikasi pemasaran yang sudah dilakukan. Tim media sosial Instagram @javaheritagehotel disarankan untuk dapat memperluas kreativitas konten dalam membagikan pesan produk secara *soft selling* sehingga lebih menarik bagi *followers*.

Dengan melaksanakan penelitian yang berdasarkan pada saran-saran ini, diharapkan bahwa pemahaman mengenai strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan di media sosial Instagram pada industri perhotelan akan semakin mendalam. Hasil dari penelitian ini akan memberikan panduan yang lebih kuat dan kontekstual bagi industri perhotelan dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran di media sosial Instagram untuk mempertahankan *brand awareness*.