

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan rumusan masalah peneliti mengenai penerapan *Social Media Marketing* dalam promosi The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta melalui media sosial Instagram ini, maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa seluruh konten yang diunggah pada laman Feed Instagram @alanayogyakarta merupakan kegiatan promosi baik itu berupa foto maupun video. Serta hasil dari penelitian yang dilakukan maka, kesimpulan dari teori Social Media Marketing pada promosi yang dilakukan oleh The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta yaitu content creation, content sharing, connecting dan community building berjalan dengan baik guna melaksanakan kegiatan promosi melalui media sosial Instagram dengan konten-konten yang di unggah pada *feed Instagram @alanayogyakarta*.

Secara umum, konten yang ditampilkan oleh Hotel Alana pada laman Instagram nya tersebut menawarkan baik produk dan jasa secara soft selling, dan dibagikan pada lama Instagram dan IG Story atau IG reels sesuai waktu yang sudah ditentukan, dengan tone yang menggambarkan bagaimana Alana tersebut. Dengan soft selling yang tidak pernah membuat secara transparan mengenai harga dari kamar, ruang meeting atau fasilitas yang dimiliki oleh Hotel Alana, melainkan dikemas dengan caption ambigu sehingga menimbulkan penasaran pada khalayak yang nantinya akan mencari tahu sendiri mengenai Hotel Alana. Pada bagian Connecting dan Community Building yang berkesinambungan ini dapat dikerjakan dalam satu waktu, seperti contohnya dengan Instagram Ads yang menjadi media iklan yang disediakan oleh Instagram untuk dapat

menyebarkan promosi dan informasi secara lebih luas terutama kepada khalayak yang memiliki minat yang sama.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti memberi saran kepada pihak The Alana Hotel & Convention Center terutama divisi *Marketing Communication*. Peneliti juga memberikan saran kepada para peneliti selanjutnya yang berupaya mengenai *Social Media Marketing* dalam promosi melalui media sosial *Instagram*. Berikut merupakan saran yang diberikan oleh peneliti :

1. Bagi pihak Marketing Communication The Alana Hotel & Convention Center Yogyakarta untuk dapat meningkatkan kualitas konten promosi yang ada seperti meningkatkan cara pengambilan footage, update aplikasi editing, terutama untuk ide-ide pada setiap konten yang akan di publish, sehingga promosi yang dilakukan melalui media sosial Instagram ini mampu menarik perhatian khalayak luas dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang dimiliki.
2. Bagi para peneliti selanjutnya, agar bisa meningkatkan kualitas hasil penelitian mengenai penerapan Social Media Marketing dalam promosi melalui Instagram dengan mengambil sudut pandang yang lain dan menggunakan referensi yang lebih luas.