

## **BAB V KESIMPULAN**

### **5.1 Kesimpulan**

Dari temuan data dan hasil penelitian yang telah dibahas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa brand image pada media sosial Instagram yang dibangun oleh *public relation* hotel Horison Ultima Riss Malioboro Yogyakarta selama periode bulan Januari – Mei tahun 2023 didominasi oleh indikator *strengthness* atau kekuatan yang dimiliki oleh hotel Horison Ultima Riss Malioboro Yogyakarta itu sendiri. Hasil tersebut dapat disimpulkan berdasarkan pengamatan peneliti dalam menganalisis *brand image* berdasarkan tiga indikator *brand image* yakni *strengthness* (kekuatan), *uniqueness* (keunikan), dan *Favorable* (keunggulan). Dari ketiga indikator tersebut hasil paling banyak yang ditemukan peneliti dalam analisis data tersebut adalah indikator *strengthness*, kemudian diikuti *favorable* dan *uniqueness*. Indikator *strengthness* (kekuatan) sendiri pada postingan media sosial Instagram hotel Horison Ultima Riss Malioboro Yogyakarta terdapat *strengthness* (kekuatan) 12 posting, *favorable* (keunggulan) 10 posting, dan *uniqueness* (keunikan) 4 posting.

### **5.2 Saran**

Sebagai salah satu hotel Horison yang memiliki predikat bintang empat dan letaknya yang strategis di antara kawasan Malioboro dan Tugu Pal Putih Yogyakarta, hotel Horison Ultima Riss Malioboro Yogyakarta dapat membuat kesan *feed* lebih terlihat sebagai hotel yang mudah dijangkau kepada audiens instagramnya serta pada foto tersebut dapat diberikan tambahan informasi mengenai hotel tersebut sehingga foto tampilan feed tersebut tidak terlihat kosong dan dapat mendukung kekuatan informasi pada caption, kemudian frekuensi posting di instagram dapat dibuat rutin dan dapat diperbanyak dalam tiap bulannya.