

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan melalui wawancara dengan dua narasumber dari tim komunikasi pemasaran dan satu narasumber dari Field Digital Services Indonesia peneliti menemukan kesimpulan sebagai berikut:

1. Tujuan dari Instagram sebagai media promosi di The Westin Resort Nusa Dua ini nyatanya bukan hanya untuk sekedar memberikan informasi melainkan juga untuk promosi dan membentuk brand awareness. Instagram pada The Westin Resort Nusa Dua juga bukan sebagai media utama promosi melainkan penggunaan Instagram meningkatkan brand awareness dengan didukung fitur boost ads yang dapat menentukan audience dan target pasar. Konten yang diunggah ke Instagram juga harus memiliki caption menarik, dikemas dengan unik dan memiliki jangka waktu berdasarkan promosi di resort dengan begitu dapat dilakukan strategi seperti melakukan kolaborasi dengan *influencer* dan juga mengadakan giveaway maka *Followers* dari The Westin Resort Nusa Dua akan tertarik, tetap mengikuti akun The Westin dan juga akan memberitahu konsumen yang belum mengetahui tentang The Westin Resort Nusa Dua hingga menjadi tahu dan begitu seterusnya.
2. Manfaat dari penggunaan media sosial Instagram pada The Westin Resort Nusa Dua, media sosial Instagram The Westin Resort Nusa Dua memiliki dua puluh sembilan ratus ribu pengikut, banyak tanggapan seperti likes, comment dan direct messages dapat disebut dengan feedback dari konsumen. Sampai sekarang Instagram The Westin Resort Nusa Dua memiliki feedback yang positif dari konsumen / *Followers* pada promosi dan konten lain yang sudah diunggah ke Instagram. *Influencer* juga menjadi salah satu pengaruh yang baik jika dapat mengatur konten yang sesuai dengan brand The Westin, banyak *influencer* yang sudah diundang ke The Westin dan memberikan ulasan yang positif hal ini membuat target pasar The Westin semakin luas dan juga mendatangkan para pengikut baru yang

mengikuti *influencer* tersebut, jadi pengaruh *influencer* akan lebih berpengaruh ke *brand awareness*. Resort juga dapat mengetahui *feedback* secara langsung, keinginan pasar, meningkatkan *website traffic* dan juga SEO tetapi jika tidak hati – hati dalam mengunggah konten akibatnya bisa fatal karena penyebaran informasi di media sosial sangat cepat.

5.2 Saran

1. Penggunaan media sosial Instagram sebagai media promosi di The Westin Resort Nusa Dua Bali sudah cukup baik tetapi ada baiknya jika lebih tingkatkan dan maksimalkan lagi eWOM dalam membangun branding dalam Instagram.
2. Untuk *Followers* 29.202 jumlah *like* dan *comment* satu *post* tanpa boost ads terlalu kecil ada baiknya jika dipikirkan lagi strategi untuk mendapatkan *like* dan *comment* yang lebih banyak tanpa *boost ads*.
3. Pada Platform media sosial Instagram mempunyai banyak fitur yang menarik seperti *Instastory*, *Q&A box*, *polling box* untuk berinteraksi dengan *Followers*, ada baiknya Instagram The Westin Resort Nusa Dua lebih sering menggunakan fitur yang sudah disediakan untuk membangun sebuah *engagement*.