

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI & REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Dari hasil penelitian menggunakan metode analisis visual terhadap unsur denotatif dan konotatif pada akun Instagram Hotel Grand Dafam Braga Bandung memberikan wawasan yang mendalam mengenai pola dan strategi konten yang diadopsi oleh hotel ini. Temuan menunjukkan bahwa Hotel Grand Dafam Braga Bandung secara khusus memusatkan kontennya pada foto-foto promosi fasilitas dan kamar hotel yang direpresentasikan secara realistis. Pendekatan ini tampaknya menjadi langkah strategis yang diambil oleh hotel untuk membangun citra baru, terutama setelah melalui fase rebranding di masa pemulihan pandemi COVID-19. Keputusan untuk menampilkan gambar-gambar yang mencerminkan kenyataan dari fasilitas dan kamar hotel bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas dan transparan kepada calon tamu atau pengunjung potensial.

Melalui penggunaan konten visual ini, Hotel Grand Dafam Braga Bandung berusaha untuk menarik perhatian audiens dengan memberikan pandangan langsung terhadap keindahan dan kenyamanan fasilitas yang mereka tawarkan. Dengan fokus yang konsisten pada promosi fasilitas dan kamar hotel, hotel ini bertujuan untuk memperkuat citra positifnya dan menggambarkan dirinya sebagai destinasi yang menarik dan berkualitas. Hal ini terlihat sejalan dengan tujuan umum dari *rebranding*, yang melibatkan usaha untuk memperbarui dan memperbaiki citra perusahaan.

Selanjutnya, penelitian juga menggambarkan bahwa Hotel Grand Dafam Braga berada dalam fase *relaunching* yang bertujuan untuk memberikan dampak signifikan terhadap persepsi masyarakat umum terhadap perubahan nama melalui konten Instagram. Pendekatan ini tidak hanya terfokus pada pemangku kepentingan internal seperti karyawan dan investor, tetapi juga mencakup pemirsa yang lebih luas, seperti pengunjung potensial, investor eksternal, dan media. Upaya ini dilakukan melalui konten Instagram yang diarahkan untuk meningkatkan pemahaman dan penerimaan merek baru oleh semua pihak yang terlibat.

Pentingnya pendekatan yang diambil oleh Grand Dafam Braga dalam meningkatkan konten media sosial mereka menjadi semakin nyata, terutama ketika melihat dinamika industri perhotelan yang terombang-ambing oleh dampak pandemi. Meskipun menghadapi keterhambatan tersebut, Grand Dafam Braga menunjukkan ketekunan dalam berusaha untuk beradaptasi dengan situasi, termasuk melalui peningkatan konten media sosial mereka. Upaya ini bukan hanya sebagai respons terhadap kondisi eksternal, tetapi juga sebagai bagian dari strategi pemulihan dan pembentukan kembali citra brand di tengah ketidakpastian.

5.2 Implikasi

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan dampak signifikan dalam ilmu pariwisata, khususnya di bidang perhotelan, baik dalam konteks teoritis maupun praktis. Implikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Implikasi teoritis dari penelitian ini menegaskan pentingnya pemahaman denotatif dan konotatif dalam konten media sosial, khususnya melalui analisis unsur visual pada konten Instagram. Hal ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman teoritis tentang komunikasi visual dalam konteks industri pariwisata. Selain itu, hasil penelitian memperkaya teori terkait dinamika rebranding di masa krisis dalam industri pariwisata, menggunakan pemahaman kasus Grand Dafam Braga sebagai acuan.
- b. Implikasi praktis dari penelitian ini terletak pada strategi konten realistik, yang dapat menjadi landasan bagi hotel-hotel di industri pariwisata. Fokus pada foto-foto konten yang realistik memiliki potensi untuk memperkuat kepercayaan calon pelanggan, menciptakan ekspektasi yang jelas, dan berkontribusi positif pada citra merek. Selain itu, adaptasi terhadap kondisi lingkungan, seperti yang terlihat pada rebranding Grand Dafam Braga di masa pemulihan pandemi, memberikan inspirasi bagi hotel-hotel lain untuk merespons perubahan kebutuhan dan harapan pelanggan, menciptakan lingkungan yang responsif, dan meningkatkan daya saing di tengah dinamika industri pariwisata.

5.3 Rekomendasi

Penelitian ini mengungkapkan beberapa keterbatasan dalam perjalanannya. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengembangan untuk penelitian di masa mendatang. Berdasarkan implikasi temuan dari penelitian ini, rekomendasi penelitian yang dapat diusulkan adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian lebih lanjut terkait strategi konten realistis dalam industri pariwisata, khususnya di sektor perhotelan. Studi mendalam tentang dampak konten yang realistis terhadap persepsi pelanggan, kepercayaan merek, dan tingkat keterlibatan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam. Penelitian ini dapat mencakup variasi strategi konten realistis, pengukuran efektivitasnya, dan implementasi dalam berbagai konteks pariwisata.
- b. Penelitian di masa mendatang dapat difokuskan pada dinamika *rebranding* dalam kondisi krisis selain pandemi. Studi lebih lanjut mengenai pengalaman dan strategi hotel-hotel selama masa krisis dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang tantangan, peluang, dan praktik terbaik yang dapat diadopsi oleh industri perhotelan. Rekomendasi penelitian ini dapat melibatkan studi kasus lebih lanjut, survei industri yang lebih luas, dan analisis tren *rebranding* dalam konteks krisis.