BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

VI.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang sudah dilakukan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa, generasi milenial memiliki karakter yang ingin membagian cerita yang menarik dan dapat dibagian ke media sosial. Membagikan pengalaman berwisata ke tempat baru sekaligus menjadi pemasaran konten secara visual yang menarik bagi pengguna media sosial. Suasana kamar yang aesthetic dan *instagramable* memberikan daya tarik bagi generasi milenial dalam memilih kamar hotel.

Kesimpulan didapatkan dari 5 faktor yang mempengaruhi generasi milenial dalam memilih hotel yang *instagramable*. Faktor tersebut meliputi faktor suasana, adanya spot foto, warna, furnitur dan keunikan ruang. Generasi ini menganggap faktor suasana yang diciptakan kamar hotel menjadi faktor terpenting yang membentuk kamar hotel mejadi *instagramable*. Aspek suasana menjadi sangat penting bagi responden karena suasana adalah hal yang pertama kali dirasakan saat mengalami atau melihat suatu ruang. Dari aspek suasana responden dapat memberikan penilaian mengenai kamar tersebut dan kelayakannya untuk dibagikan ke media sosial berupa instagram.

VI.1.1 Suasana

Berdasarkan analisis pada hasil kuisioner yang membahas mengenai kamar hotel, generasi milenial tertarik kepada suasana kamar yang terkesan *aesthetic*, *homy* dan memberikan kenyamanan. Kenyamanan dalam ruangan juga didukung oleh adanya pencahayaan dalam kamar, pencahayaan yang baik dapat memberikan kesan nyaman, baik dari penahayaan alami maupun pencahayaan buatan. Pemilihan warna dan penataan furnitur juga mempengaruhi ketertarikan generasi milenial, seperti furnitur yang tertata dengan rapi dan warna yang terang membuatnya terkesan bersih dan luas. Kamar hotel yang bersih, luas dan rapi membantu memberikan kesan visual dan dapat menjadi spot foto dengan beberapa objek foto, sehingga dapat dikatakan *instagramable* dan dapat dibagikan ke media sosial.

VI.1.2 Spot Foto

Generasi milenial tertarik pada ruangan kamar dengan adanya bukaan yang lebar, yang memberikan *view* baik pemandangan alam maupun kota. Dengan adanya bukaan yang besar, cahaya matahari alami dapat dengan mudah masuk dalam ruangan. Adanya cahaya

matahari alami yang cukup sangat membantu pengguna untuk mengabadikan suasana ruangan, karena banyak objek terlihat dengan jelas, baik itu furnitur, material, tekstur maupun elemen arsitektural lain didalamnya. Kesatuan antara tema kamar dan furnitur didalamnya harus memiliki kesatuan agar dapat dijadikan menjadi objek foto maupun background foto. Elemen dekoratif juga penting untuk menambah kesan estetik kamar dan dapat digunakan sebagai background foto, elemen dekorasi baiknya memiliki karakteristik sehingga pengguna dapat mengabadikan momen bahwa ia pernah menginap di hotel tersebut.

VI.1.3 Warna

Generasi milenial lebih memilih ruang kamar yang memiliki warna-warna yang terkesan menyatu atau memiliki tema. Penggunaan warna earth tone atau warna tema bumi, menjadi pilihan generasi ini karena dapat menambah kesan estetik kamar. Keberadaan warna netral juga penting bagi responden, untuk menempatkan hiasan dinding atau dekorasi, agar membuatnya menjadi *point of view*. Penggunaan warna pencahayaan yang warm atau hangat juga diminati oleh generasi milenial, seperti lampu *warm white* dan cahaya matahari alami, karena dapat memberikan kesan nyaman dalam ruangan.

VI.1.4 Furnitur

Generasi milenial merasa nyaman dengan penataan furnitur yang rapi dan sesuai dengan standart ruang, jarak antar furnitur yang mempertimbangkan sirkulasi sehingga pengguna dapat leluasa beraktivitas dalam ruangan. Furnitur yang unik dengan material kayu, detail-detail yang unik dan colorful memberi kesan estetik serta menambah ketertarikan generasi milenial. Adanya dekorasi dinding berupa mural maupun karya seni dapat menambah *focal point* dalam ruangan. Kesesuaian furnitur dengan tema ruang juga perlu diperhatikan karena menciptakan kesatuan dalam ruang. Selain itu furnitur custom juga menambah pengalaman baru bagi generasi milenial karena sifatnya yang multifungsi dan sesuai kebutuhan.

VI.1.5 Keunikan

Generasi milenial tertaik dengan konsep atau tema ruangan yang simple dan memiliki kenyamanan visual. Kesatuan antara pemilihan warna, penataan furnitur, bukaan yang lebar dan dekorasi yang tepat juga menarik bagi generasi milenial. Penggunaan material

kayu di furnitur memberikan kesan estetik. Menurut generasi milenial suasana yang terang, pencahyaan yang cukup dan furnitur yang memadai aktifitas pengguna sudah dapat dikatakan *instagramable*.

VI.2 Saran

Saran yang dapat diambil dari hasil penulisan ini adalah usulan kepada Pelaku Bisnis perhotelan di Yogyakarta agar mempertimbangkan pamasaran menggunakan *Instagram* dan mempertimbangkan aspek *instagramable*. Aspek *instagramable* dapat membantu mendapatkan pelanggan, terutama pelanggan generasi milenial yang kerap membagikan pengalaman berwisata ke media sosial.

Terdapat beberapa hal yang perlu menjadi pertimbangan pelaku bisnis perhotelan seperti:

1. Pertimbangan suasana pada ruangan, generasi milenial tertarik kepada suasana kamar yang terkesan *aesthetic*, *homy* dan memberikan kenyamanan. Suasana dapat diciptakan dari pencahayaan alami dan buatan, direkomendasikan ruangan kamar mendapatkan pencahayaan alami. Pencahayaan harus dikonsep agar tidak menyilaukan dan nyaman. Penataan furnitur harus ditata dengan rapi dan pemilihan warna material usahakan menggunakan material dengan warna cerah.
2. Ruangan harus memiliki setidaknya satu tempat/ *view point* yang dapat menjadi spot foto. Spot foto dapat berupa pemandangan kota atau landscape, background dinding yang dimural, elemen dekoratif seperti karya seni yang di pajang di dinding, lampu yang unik, maupun perabot furnitur kustom.
3. Ruangan harus memiliki konsep yang matang, warna berperan penting pada suasana dan kenyamanan ruang. Penggunaan earth tone dapat menjadi alternatif untuk warna pada dinding, funriture maupun material. Penggunaan warna *earth tone* atau warna tema bumi, menjadi pilihan generasi ini karena dapat menambah kesan estetik kamar.
4. Furnitur juga menjadi hal yang penting untuk dipertimbangkan. Furnitur harus sesuai dengan tema ruangan, contohnya seperti konsep industrial maka peggunaan furnitur menggunakan material unfinish seperti besi, kayu, beton dan lain-lain. Selain kerapian pertimbangkan juga jarak kenyamanan pada masing-masing

furnitur agar ruangan tetap nyaman untuk beraktifitas. Furnitur kustom juga dapat menjadi opsi untuk mengisi ruangan, seperti meja kustom.

5. Generasi milenial sangat tertarik pada suatu hal yang baru, keunikan yang ditawarkan didalam ruangan kamar dapat menjadi opsi untuk menarik pelanggan. Keunikan tersebut berupa konsep ruang yang simpel dan nyaman secara visual.

BAB VII. REFERENSI

Alfari, S. (2017, Desember 07). *Konsep Desain Arsitektur Industrial*. Diambil kembali dari www.arsitag.com: https://www.arsitag.com/article/konsep-desain-arsitektur-industrial

Alfari, S. (2017, April 07). *Mengenal Lebih Dalam Desain Rumah Arsitektur Minimalis Modern*. Diambil kembali dari www.arsitag.com: https://www.arsitag.com/article/category/pengetahuan-dasar

BPS. (2020). *STATISTIK PEMUDA INDONESIA 2020.* Badan Pusat Statistik.

Ching, F. D. (1996). *Ilustrasi Desain Interior.* Jakarta: Airlangga.

Dwiputra, R. (2013). Preferensi Wisatawan Terhadap Saran Wisata di Kawasan Wisata Alam Erupsi Merapi. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota, Vol. 24 No. 1*, 35-48.

Edwin Adrianta Surijah, d. (2017). Membedah Instagram : Analisis Isi Media Sosial Pariwisata Bali. *Intuisi Jurnal Psikologi Ilmiah* .

Fatanti, M. N., & Suyadnya, I. W. (2011). Beyond User Gaze: How Instagram Creates Tourism Destination Brand? P. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* .

Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif.* Jakarta: Bumi Aksara.

Kotler, P. (2005). *Manajemen Periklanan: Analisis, Perencanaan dan Pengendalian Jilid 1.* Jakarta: Erlangga.

Kugler, C. (2007). *Interior Design Considerations And Developing The Brief.* Sydney. Australia: CK Design International.

Mitton , M., & Nytuen, C. (2016). *Residential Interior Design: A Guide To Planning Spaces (3rd Edition).* Wiley Professional Development (P&T).

Noor, M. U. (2019). wawasan dalam hastag : telusur informasi wisata halal melalui hastag #wisatahalal di Instagram. *Jurnal Pariwsiata Terapan, Vol. 3, No. 1* , 55-65.

Odop, N. (2006). *Design Rumah Minimalis.* Yogyakarta: MedPress.

Semiawan, C. R. (t.thn.). *Metode Penelitian Kualitatif.* Grasindo.

Sulastiyono, A. (2006). Manajemen Penyelenggaraan Hotel.

Sunaryo, T. (2004). Psikologi untuk Keperawatan. 98.

Susanti, M., & Zulfebrigdes. (2019). Efektivitas Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Bisnis. *Prosiding Manajemen Komunikas*, 611.

The Impact of Social Media on Travel Inspiration. (2017, january 18). Diambil kembali dari Olapic: https://www.olapic.com/resources/the-impact-of-social-media-on-travel-inspiration_blog-p1aw-f1tr-v1th-t1sm/#:~:text=The%20Impact%20of%20Social%20Media%20on%20Travel%20Inspiration,even%20paper%20maps%20to%20navigate%20their%20latest%20destination.

Wiweka, K., & Wachyuni, S. S. (2019). Perilaku Berwisata Wisatawan Generasi Milenial di Jakarta pada Era Revolusi Indiusri 4.0. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*.

Yupardi, H. T., & Noorwatha, I. D. (2019). Instagramable Interior: Studi Preferensi Tampilan Estetik dan Kreatif Interior Tempat Kuliner untuk Generasi Milenial. *Seminar Nasional Sandyakala* , 46-55.

Zarella, D. (2010). The social media marketing book . *Sebatosol, CA: O'Reily Media Inc.*