



Otel İşletmelerinin Instagram Paylaşımlarının İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi (Investigation of Instagram Postings of Hotel Businesses by Content Analysis Method)

* Kamil ÇELİK^a , Cenk BORA^b 

^a Bartın University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Management Information Systems, Bartın/Turkey

^b Bartın University, Institute of Graduate Studies, Department of Management Information Systems, Bartın/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 26.10.2021

Kabul Tarihi: 20.12.2021

Anahtar Kelimeler

Sosyal medya

Instagram

Otel

Kurumsal iletişim

Öz

Gelişen teknoloji beraberinde birçok yenilik getirmiştir. Bu yeniliklerden biri de kullanımı her geçen gün artan sosyal medya platformlarıdır. Türkiye’de en çok kullanılan sosyal medya platformlarından biri Instagram’dır. Instagram otel işletmeleri tarafından genellikle reklam, tanıtım ve pazarlama aracı olarak görülmektedir. Ayrıca, otel işletmeleri müşterileriyle iletişim kurmak, etkileşime geçmek ve marka farkındalığı oluşturmak için de Instagram’dan faydalanmaktadır. Bu çalışmanın temel amacı, İstanbul ilinin Beşiktaş ilçesinde yer alan lüks sınıf 7 otel işletmesinin Instagram gönderilerini içerik analizi ile incelemektir. Bu amaca yönelik incelenen oteller Conrad İstanbul Bosphorus Hotel, Çırağan Palace Kempinski İstanbul Hotel, Four Seasons Hotel Bosphorus, Raffles İstanbul Hotel, Shangri-La Bosphorus Hotel, Swissotel the Bosphorus ve The Ritz-Carlton İstanbul Hotel’dir. Bahsi geçen otellerin resmi Instagram hesaplarından 01-31 Ekim 2021 tarihleri arasında paylaşılan toplam 122 gönderinin içerik analizleri gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın sonucunda araştırma dahil edilen otel işletmelerinin en fazla Tesis ve Marka Tanıtımı ve Mekân Hizmet ve Olanak Tanıtımı kategorilerinde paylaşım yaptıkları, en az Bölge Tanıtımı ve Sosyal Sorumluluk, Farkındalık kategorilerinde paylaşımlar yaptıkları tespit edilmiştir. Ayrıca araştırmaya dahil edilen tüm otel işletmelerinin gönderi paylaşım sayıları bakımından yetersiz oldukları görülmüş ve daha fazla paylaşım yapmaları gerektiği tavsiye edilmiştir.

Keywords

Social media

Instagram

Hotel

Corporate communications

Abstract

Developing technology has brought many innovations with it. One of these innovations is social media platforms, the use of which is increasing day by day. One of the most used social media platforms in Turkey is Instagram. Instagram is generally seen as an advertising, promotion, and marketing tool by hotel businesses. In addition, hotel businesses use Instagram to communicate with their customers, interact and create brand awareness. The main purpose of this study is to analyze the Instagram posts of 7 luxury class hotel businesses in the Beşiktaş district of Istanbul province with content analysis. The hotels examined for this purpose are Conrad İstanbul Bosphorus Hotel, Çırağan Palace Kempinski İstanbul Hotel, Four Seasons Hotel Bosphorus, Raffles İstanbul Hotel, Shangri-La Bosphorus Hotel, Swissotel the Bosphorus, and The Ritz-Carlton İstanbul Hotel. Content analyzes of a total of 122 posts shared between 01-31 October 2021 from the official Instagram accounts of the mentioned hotels were carried out. As a result of the study, it was determined that the hotel businesses included in the research shared the most in the Facility and Brand Promotion and Venue Service and Opportunity Promotion categories, and they shared the least in the Regional Promotion and Social Responsibility, Awareness categories. In addition, it was seen that all hotel businesses included in the study were insufficient in terms of the number of post sharing and it was recommended that they should share more.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: kamilcelik86@gmail.com (K. Çelik)

DOI: 10.21325/jotags.2021.921