

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

IV.1 Kesimpulan

Penulis sebagai bagian dari tim marketing komunikasi pada perusahaan perhotelan Surabaya Suites Hotel telah melakukan pekerjaan sesuai dengan ketentuan kontrak awal yaitu melakukan pembuatan konten media sosial meliputi video, poster dan foto. Penulis dalam pekerjaannya membuat konten media sosial telah melakukan tugasnya dengan baik meliputi proses pembuatan konten video dan foto untuk keperluan seluruh media sosial Surabaya Suites Hotel. Selain itu penulis juga melakukan *take* video dan foto kamar untuk *e-commerce* penyedia jasa penginapan. Penulis dalam hal ini harus bisa menampilkan foto yang menarik, video yang memperlihatkan seluruh bagian kamar secara *detail* walaupun dengan waktu yang singkat. Pembuatan feed Instagram juga harus menyesuaikan dengan Instagram hotel.

Berdasarkan penjelasan dari penulis mengenai media sosial dan pembuatan desain, maka penulis menarik kesimpulan bahwa Surabaya Suites Hotel telah menyadari pentingnya konten media sosial dalam proses penjualan produk. Selain itu perusahaan juga menyadari bahwa dalam membuat desain perlu diperhatikan detail-detail video dan foto untuk menyampaikan pesan kepada konsumen. Dengan adanya perusahaan yang sadar akan hal-hal tersebut,

dapat memudahkan konsumen menerima pesan yang telah perusahaan berikan melalui media sosial dan menambahkan pemasukan *insight* untuk media sosial Surabaya Suites Hotel.

IV.2 Saran

Kerja praktik yang dilakukan selama 60 hari/tiga bulan diperusahaan Surabaya Suites Hotel, tanpa mengurangi rasa hormat, penulis juga ingin memberikan beberapa saran untuk kemajuan Surabaya Suites Hotel. Mulai dari cara pengambilan *footage* foto dan video untuk lebih detail sehingga konsumen lebih tertarik untuk menggunakan jasa dan mengetahui detail-detail kamar yang tersedia.

Kemudian penulis juga memberikan saran mengenai lingkup konsumen, selama melakukan kerja praktek konsumen yang paling banyak menggunakan jasa adalah orang dengan rata-rata umur 30-60 tahun ke atas yang menggunakan jasa nya untuk perjalanan bisnis, dalam hal ini hotel harus menggunakan media sosial untuk memperluas pasar dengan cara membuat konten yang menarik untuk kalangan anak muda untuk melakukan *stayaction di* Surabaya Suites Hotel.

DAFTAR PUSTAKA :

Buku :

Cahyono, A. S. (2020). Fikih Media Sosial Di Indonesia. *PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT*, 5(2), 202–225.
<https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>

Dr. M. Anang Firmansyah, S.E., M. . (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran* (Issue July). <https://www.researchgate.net/publication/342644678>

Widya, L. A. D., & Darmawan, A. J. (2016). Bahan Ajar Kursus Dan Pelatihan Desain Grafis. In *Pengantar Desain Grafis* (Issue 1).

Jurnal :

Kurnianti, A. W. (2017). Komunikasi Pemasaran Transportasi Online NGuberJEK. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 1(1), 69–84.

Susanti, S., Gunawan, W., & Sukaesih, S. (2019). Pengembangan Pemasaran Bordir Dan Kelom Geulis Tasikmalaya Melalui Media Sosial. *ENGEMBANGAN PEMASARAN BORDIR DAN KELOM GEULIS TSIKMALAYA MELALUI MEDIA SOSIAL Santi*, 2(3), 248.
<https://doi.org/10.24198/kumawula.v2i3.25256>