

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

IV.1. Kesimpulan

Dalam pelaksanaan kegiatan kerja praktik, penulis mendapatkan kesempatan selama 3,5 bulan untuk merasakan bergabung menjadi bagian dari *Tim Marketing* sebuah hotel. Dimana seorang Marketing Communication hotel tidak hanya bertanggung jawab pada promosi di sosial media, melainkan juga bertanggung jawab untuk mendokumentasikan acara yang ada di hotel sebagai bahan promosi.

Aktivitas yang penulis lakukan pada divisi *Marketing Communication* adalah kegiatan yang berkaitan dengan sosial media Instagram dan Tiktok @harrisgubeng yang meliputi pembuatan draft visual konten per bulan, eksekusi konten video (mulai dari perekaman, pengeditan, pembuatan *caption* hingga pengunggahan), dokumentasi acara dan *handle* beberapa *event* internal hotel. Semua aktivitas yang dilakukan oleh penulis di HARRIS Hotel & Conventions Gubeng Surabaya sesuai dengan tugas seorang *marketing* yaitu sebagai media promosi.

IV.2. Saran

Srbelumnya penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada HARRIS Hotel & Conventions Gubeng Surabaya karena telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menjadi bagian dari

HARRIS sebagai *trainee*. Saran yang dapat diberikan oleh penulis sebagai seorang *trainee* adalah agar *Tim Marketing Communication* HARRIS Hotel & Conventions Gubeng Surabaya terus dapat mempertahankan kinerja, kesolidan serta *workflow* tim yang sudah sangat pas dengan berbagai *jobdesk* yang ada pada *tim marketing*. Serta meningkatkan kembali fasilitas serta peralatan yang digunakan dalam office agar menunjang pengerjaan tugas yang lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook* . Mediakita .
- Fuchs, C. (2021). *Social Media: A Critical Introduction* (C. Fuchs, Ed.; 3rd Edition). Sage Publications Ltd.

Jurnal

- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>
- Ningsih, D. D. S., & Maika, M. R. (2020). Strategi Bauran Pemasaran 4P Dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 693. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1464>
- Panggita, A. A. (2021). The Implementation of IMC Tools on Marketing Communication in Niche Market @kedaionyi During Covid-19 Pandemic. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 14(2), 145–156. <https://doi.org/10.29313/mediator.v14i2.8100>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common* , 3(1), 71–80.
- Saputra, A. (2019). SURVEI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DI KALANGAN MAHASISWA KOTA PADANG MENGGUNAKAN TEORI USES AND GRATIFICATIONS. *BACA: JURNAL DOKUMENTASI DAN INFORMASI*, 40(2), 207. <https://doi.org/10.14203/j.baca.v40i2.476>
- Syahreza, M. F., & Tanjung, I. S. (2018). MOTIF DAN POLA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI KALANGAN MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI UNIMED. *Jurnal Interaksi* , 2(1), 61–84.
- Taan, H., Lesmana Radji, D., Rasjid, H., & Indriyani. (2021). Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 4(1), 315–330. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i1.1268>
- Theodora, N. (2021). Relationship Between Integrated Marketing Communication and Brand Equity. *International Journal of Social Science and Business*, 5(2), 278–283. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJSSB/index>

Tulasi, D. (2012). *MARKETING COMMUNICATION DAN BRAND AWARENESS. Humaniora*, 3(1), 215–222.

Zilfania Rizal, V. (2019). Komunikasi Pemasaran Media Sosial Instagram Pada Toko Kue Selebriti Bandung Makuta (@Bandungmakuta) Terhadap Kesadaran Merek. In *Jurnal Komunikasi* | (Vol. 4, Issue 1).

Internet

Kemp, S. (2023, February 9). *Digital 2023: Indonesia* . Data Reportal .
<https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>

TikTok. (2023). *Staying Up To Date With Features* . TikTok .
<https://www.tiktok.com/creators/creator-portal/en-us/tiktok-creation-essentials/staying-up-to-date-with-features/>