

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V. 1. Kesimpulan

Social media menjadi pilihan utama untuk melakukan komunikasi pemasaran oleh Sheraton Surabaya Hotel and Towers. Seiring berkembangnya jaman, komunikasi pemasaran yang dulunya dijalankan melalui media konvensional, sekarang sudah bergeser menggunakan *social media*, salah satunya Facebook. Pada Facebook ini, Sheraton Surabaya Hotel and Towers dapat mempromosikan macam-macam produk maupun jasanya dengan menggunakan berbagai bentuk komunikasi pemasaran, baik itu *advertising, sales promotions, direct marketing, publicity/public relations, interactive/internet marketing*, serta *personal selling*.

Pada perjalanan Facebook, strategi yang dilakukan oleh Sheraton Surabaya Hotel and Towers, yaitu membuat sebuah perencanaan dalam menjalankan proses perjalanan Facebook, membuat percakapan dan interaksi dengan *customer*, mengetahui dan mengerti siapa *customer*-nya, melakukan analisis di mana target berada, memberikan nama platform yang kredibel, dan melakukan sebuah penataan atau *design* yang menarik pada akun Facebook.

Hal yang terpenting dan perlu diperhatikan dalam menjalankan komunikasi pemasaran melalui Facebook adalah permainan visual, karena hal tersebut merupakan kunci utama untuk menarik perhatian para *customer* atau Facebook *user* agar mau *me-like, follow*, atau bahkan melakukan sebuah pembelian produk maupun *booking room*. Peran *public relations* yang dilakukan oleh divisi *marketing*

communication bertujuan untuk membuat sebuah hubungan baik dan membentuk image di mata *customer*.

V. 1. Saran

Melalui penelitian ini, penulis menyarankan kepada pihak divisi *marketing communication* Sheraton Surabaya Hotel and Towers untuk dapat memaksimalkan beberapa penggunaan fitur-fitur yang ada di Facebook, yaitu *facebook groups* dan *social ads & polls*. Selain itu, akan lebih baik apabila divisi *marketing communication* dapat lebih aktif memanfaatkan fitur *facebook message*, di mana fitur tersebut dapat digunakan untuk melakukan *personal selling*. Divisi *marketing communication* harusnya dapat lebih aktif melakukan pengiriman pesan mengenai informasi-informasi produk ataupun jasa Sheraton Surabaya Hotel and Towers kepada para *customer* dan Facebook *user*.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Barger, Christopher. 2012. *The Social Media Strategist: Build a Successful Program from the Inside Out*. United States of America: McGraw-Hill.
- Belch, George E & Belch, Michael A. 2003. *Advertising and Promotion (An Integrated Marketing Communications Perspective)—sixth edition. The McGraw-Hill Companies*.
- Berger, Arthur Asa. 2000. *Media and Communication Research Methods*. California: Sage Publication, Inc.
- Bungin, Burhan. 2010. *PENELITIAN KUALITATIF: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Daymon, Christine & Holloway, Immy. 2012. *Metode-metode Riset Kualitatif dalam Public Relations dan Marketing Communications*. Yogyakarta: Penerbit Bentang.
- Ellsworth, Jill H & Ellsworth, Matthew V. 1994. *The Internet Business Book*. Canada: John Wiley & Sons, inc.
- Gregory, Anne. 2004. *Publik Relations dalam Pratik*. Jakarta: Erlangga.
- Goldman, Jeremy. 2013. *Going Social: Excite Customer, Generate Buzz, and Energy Your Brand with the Power of SOCIAL MEDIA*. New York: Congress Cataloging.
- Herlambang, Susatyo. 2014. *Basic Marketing (Dasar-Dasar Pemasaran) Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*. Yogyakarta: Pustaka Baru.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Kitchener. 2010. *Online Communication Strategy*. Canada: City of Kitchener.
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Moleong, Lexy J. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Noegroho, Agoeng. 2010. *Teknologi Komunikasi*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Ruslan, Rosady. 2012. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi (Konsepsi dan Aplikasi)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Shimp, Terence A. 2007. *Advertising, Promotion, and other aspects of Intergrated Marketing Communications*. California: Thomson Corporation.
- Silalahi, Ulber. 2012. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Revika Aditama.
- Soemanagara. 2008. *Strategi Marketing Commnication (Konsep Strategis dan Terapan)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Stafford, Marla R & Faber, Ronald J. 2005. *Advertising, Promotion, and New Media*. New York: M.E. Sharpe, Inc.

Jurnal

- Fowdar, Rooma Roshnee R., Fowdar Sooraj. 2013. *The Implications of Facebook Marketing for Organizations*. *Contemporary Management Research*. 9 (1), 73-84.

Intenet

- Duggan, Maeve, dkk. 2015, 09 Januari. *Social Media Update 2014*. PewResearchCenter.com. Diakses pada tanggal 21 Febuari 2015 dari <http://www.pewinternet.org/2015/01/09/social-media-update-2014/>.
- Lukman, Enricko. 2013, 31 Oktober. Laporan: inilah yang dilakukan 74,6 juta pengguna internet Indonesia ketika online. *Technasia.com* [online]. Diakses pada tanggal 6 Januari 2015 dari <http://id.technasia.com/tingkah-laku-pengguna-internet-indonesia/>.

- Maulana, Aqmal. 2014, 22 September. TNS: Facebook Tetap jadi Sosial Media dengan Interaksi Tertinggi di Indonesia. *Metrotvnews.com*. Diakses pada tanggal 6 April 2016 dari <http://teknologi.metrotvnews.com/read/2014/09/22/295099/tns-facebook-tetap-jadi-sosial-media-dengan-interaksi-tertinggi-di-indonesia>.
- Nistanto, Reska K. 2014, 22 September. Facebook Ungkap Jumlah Penggunaanya di Indonesia. *Kompas.com*. Diakses pada tanggal 21 Februari 2015 dari <http://tekno.kompas.com/read/2014/09/22/15205237/Facebook.Ungkap.Jumlah.Penggunaanya.di.Indonesia>.
- Pangkey, Deisy A. 2014, 17 Oktober. Perkembangan Public Relations Secara Global. *Komunikasi.us* [on-line]. Diakses pada tanggal 11 Februari 2015 dari <http://komunikasi.us/index.php/course/15-komunikasi-teknologi-dan-masyarakat/2596-perkembangan-public-relation-secara-global>.
- Pranata, Rudi. 2014, 24 Mei. Peluang Industri ICT: Teknologi Informasi dan Komunikasi Pemacu Kemajuan Bangsa. *Komunikasi.us* [on-line]. Diakses pada tanggal 11 Februari 2015 dari <http://komunikasi.us/index.php/course/perkembangan-teknologi-komunikasi/1854-peluang-industri-ict-teknologi-informasi-dan-komunikasi-pemacu-kemajuan-bangsa>.
- Saladdin, Revy. 2015, 05 Februari. Pemanfaatan Kemajuan Teknologi Komunikasi Digital di Industri Periklanan. *Komunikasi.us* [on-line]. Diakses pada tanggal 11 Februari 2015 dari <http://komunikasi.us/index.php/course/15-komunikasi-teknologi-dan-masyarakat/2728-pemanfaatan-kemajuan-teknologi-komunikasi-digital-di-industri-periklanan>.

Wawancara

- Atmantoro. Ketua Korwil Perhimpunan Hotel & Restoran Indonesia Jatim & DIYogyakarta dan Direktur Lembaga Sertifikasi Profesi Pariwisata Nasional. (Retno, Pewawancara. Wawancara pada tanggal 4 & 6 Maret 2015)

Kusuma, Amanda D. Marketing Communication Manager of Sheraton Surabaya Hotel and Towers. (Retno, Pewawancara. Wawancara pada tanggal 28 Juli 2016 dan 23 November 2016)

Sumampouw, Hana M. Marketing Communication Executive of Sheraton Surabaya Hotel and Towers. (Retno, Pewawancara. Wawancara pada tanggal 28 Juli, 04 Agustus, 24 Oktober, dan 22 November 2016)

Soraya, E. Marketing Communication Manager of Sheraton Surabaya Hotel and Towers. (Retno, Pewawancara. Wawancara pada tanggal 28 Februari & 25 November 2015)