

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **IV.1 Kesimpulan**

Pada kesempatan ini, penulis dapat terlibat dan melakukan kerja praktik di HARRIS-POP! Hotels & Conventions Gubeng Surabaya selama tiga bulan. Selama tiga bulan ini, penulis memperoleh banyak wawasan baru dan pengalaman yang tidak dapat tergantikan. Wawasan seperti dinamika kerja pada bidang *hospitality*, wawasan mengenai divisi *marketing communication*, dan masih banyak lagi. Tantangan pada dunia kerja ini yakni kemampuan adaptasi yang tinggi dan pemenuhan tanggung jawab atas tugas yang diberikan.

Aktivitas yang penulis lakukan pada divisi *Marketing Communication* meliputi kegiatan dalam media sosial yaitu berupa pembuatan konten, unggah konten, dan interaksi dengan konsumen. Penulis melakukan beragam pembuatan konten baik dalam bentuk *E-Flyer*, *Reels*, *Stories*, dan IG TV. Seluruh konten yang penulis buat diunggah pada Instagram @harrisgubeng dan @seventeenlounge. Aktivitas selain media sosial, penulis juga melakukan beragam kegiatan lain seperti menjadi model video dan foto, pembuatan kartu ucapan, *placemate*, pembuatan logo, dan persiapan untuk setiap *wedding event*. Semua aktivitas yang dilakukan sesuai dengan *Job Description* divisi *Marketing Communication* Harris-POP! Hotels & Conventions Gubeng Surabaya yaitu sebagai Tim Komunikasi dalam mengkomunikasikan beragam produk, layanan, program, promosi yang dilakukan kepada publik.

Pada saat kerja praktik, penulis menemukan sebuah krisis yang dihadapi oleh HARRIS-POP! Hotels & Conventions Gubeng Surabaya. Dari krisis ini, penulis memperoleh wawasan mengenai apa itu *management crisis*, tidak hanya sekedar teori namun lebih terhadap pengaplikasiannya di dunia nyata khususnya perhotelan. Strategi yang digunakan oleh divisi *marketing communication* untuk mengatasi masalah selain melakukan klarifikasi yakni memperbarui cara promosi di Instagram, mulai dari isi konten dan konsepnya.

#### **IV.2 Saran**

Sebagai seorang *trainee* di HARRIS-POP! Hotels & Conventions Gubeng Surabaya, penulis memberikan sedikit saran yang diharapkan dapat berguna untuk evaluasi hotel kedepannya. Diharapkan HARRIS-POP! Hotels & Conventions Gubeng Surabaya dapat terus mempertahankan citra baik yang telah dibangun serta memperbaiki dan meningkatkan fasilitas hotel, khususnya untuk peralatan yang digunakan oleh *staff*.

Peralatan-peralatan yang akan menunjang kinerja khususnya pada divisi *marketing communication* yang sangat amat membutuhkan peralatan seperti kamera, perlengkapan dokumentasi lainnya, sehingga diharapkan nantinya divisi *marketing communication* akan menghasilkan konten promosi dan publikasi berupa foto dan video dengan kualitas yang lebih bagus lagi. Hal ini akan sangat membantu divisi-divisi lainnya terutama dalam hal promosi di sosial media sehingga dapat menarik pasar yang lebih luas lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Coombs, W. T. (2015). *Ongoing Crisis Communication Planning, Managing, and Responding*. SAGE Publications.
- Fill, C., & Turnbull, S. (2016). *Marketing Communications Discovery, Creation, and Conversations*. Pearson education Limited.
- Griffin, A. (2014). *Crisis, Issues and Reputation Management*. Kogan Page Limited Apart.
- Kasali, R. (2014). *Manajemen Public Relations Konsep dan Aplikasinya di Indonesia* (4th ed.). PT Pustaka Utama Grafiti.
- Kriyantono, R. (2017). *Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal*. Kencana.
- Morissan. (2020). *Manajemen Public Relations Strategi Menjadi Humas Profesional*. Kencana.
- Ruslan, R. (2020). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*. PT. Rajagrafindo Persada.

### Internet

- Bridestory. (n.d). HARRIS-POP Hotels & Convention Gubeng. Diakses pada 11 Oktober 2022 melalui <https://www.bridestory.com/id/harris-pop-hotels-convention-gubeng>