

BAB IV PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diberikan oleh Praktikan selama menjalankan kegiatan Kerja Profesi di Hotel THE 101 Bogor Suryakencana adalah :

1. Sebagai seorang *Marketing Communication*, Praktikan dapat mengetahui dan mempelajari kegiatan perhotelan dalam industri *hospitality*. Tim *Marketing Communication* memiliki akses untuk melihat seluruh kegiatan hotel, salah satunya adalah kegiatan seluruh departemen yang kemudian dapat dijadikan sebagai acuan dalam pembuatan program, penulisan *press release*, penulisan *caption*, dan kegiatan lainnya yang dapat memberikan informasi kepada publik terkait Hotel THE 101 Bogor Suryakencana.
2. Praktikan mendapatkan pengalaman, pengetahuan, serta wawasan mengenai kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Divisi *Marketing Communication*.
3. Praktikan dapat mengetahui proses perencanaan, produksi, implementasi dan kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Divisi *Marketing Communication* dalam memasarkan dan mempertahankan citra perusahaan.
4. Di masa pandemi saat ini, Hotel THE 101 Bogor Suryakencana memiliki kepedulian lebih terhadap kebersihan hotel, di mana dilakukan kebersihan dan sterilisasi secara berkala untuk mencegah penularan virus COVID-19.
5. Praktikan mendapatkan pengalaman dan pembelajaran dalam mengelola tahapan perencanaan dan pengimplementasian proses produksi sebuah konten, baik konten media sosial maupun konten pada *promotion tools* yang digunakan oleh perusahaan, di mana setiap media dan *promotion tools* yang digunakan memiliki cara komunikasi yang berbeda, baik dari segi bahasa atau pun pada visual yang diberikan.

6. Dalam membuat sebuah konten, perlunya mengetahui bagaimana cara menyajikan konten yang tepat dan sesuai dengan target *audience* dan *goals* perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari visi misi perusahaan dan bagaimana seorang *Marketing Communication* mempelajari target *audience* perusahaan untuk mengembangkan konten-konten yang akan dibuatnya.
7. Praktikan dapat mempelajari dan merasakan secara langsung bagaimana proses pembuatan suatu program yang dibuat berdasarkan riset kebutuhan pasar dan kapasitas yang dimiliki oleh perusahaan. Dalam membuat suatu program, perlunya melihat kebutuhan pasar dan kapasitas atau keunggulan yang dimiliki oleh perusahaan. Hotel THE 101 Bogor Suryakencana memiliki keunggulan dalam cita rasa kulinernya, maka dari itu dibuatlah program *101 Easy Eats & 101 Easy Drinks* dengan konsep berbagi resep makanan untuk meningkatkan *engagement* dan *traffic* pada media sosial dan *website* Hotel THE 101 Bogor Suryakencana.
8. Praktikan mendapatkan wawasan dalam menulis sebuah *caption* untuk setiap konten yang dibuat, baik untuk *feeds* Instagram, *information signage*, hingga berbagai bentuk *promotion tools* yang dibuat untuk memasarkan suatu program perusahaan. Untuk mengembangkan cara penulisan sebuah *caption*, praktikan tidak hanya berpaku pada objek yang ditampilkan, melainkan merubah fokus pada suasana yang diberikan dalam gambar dan cerita apa yang dapat disampaikan.
9. Praktikan mendapatkan pembelajaran dalam menulis sebuah *press release*, membuat konsep promo, serta pembuatan program hotel. Di mana dalam pelaksanaannya penulisan kutipan pada *press release* tidak hanya berpaku pada kutipan pihak internal melainkan dapat berupa kutipan yang diberikan oleh pihak eksternal seperti *Influencer* dan para tamu atau pengunjung untuk hasil yang lebih variatif dan pada pembuatan konsep promo dan program hotel terdapat konsep penulisan yang berbeda pada setiap media yang digunakan.
10. Dalam menjalin relasi dengan media, tepatnya menangani dan mengawasi proses *shooting* yang dilakukan, perlunya memiliki

kesigapan dalam memenuhi kebutuhan *shooting*, baik dengan mensterilkan lokasi agar tidak terjadinya kerumunan, hingga pemantauan protokol kesehatan yang dilakukan selama proses *shooting* berlangsung.

11. Praktikan mendapatkan wawasan dan pengetahuan mengenai industri *hospitality*, di mana dalam dunia perhotelan seluruh staf dituntut untuk terus memberikan pelayanan terbaik untuk para tamu dan pengunjung. Selain memberikan senyuman dan sapaan setiap bertemu dengan tamu dan pengunjung, seluruh staf wajib menawarkan dan memberikan bantuan kepada para tamu dan pengunjung yang kiranya membutuhkan pertolongan. Hal ini pun berlaku pada sesama staf Hotel THE 101 Bogor Suryakencana yang kemudian berpengaruh pada bagaimana cara praktikan beretika, bertutur kata, dan menghargai sesama.
12. Hotel THE 101 Bogor Suryakencana memberikan pelatihan secara berkala kepada seluruh staf mengenai informasi seputar hotel dan program hotel, hingga simulasi dan pelatihan penanggulangan bencana.
13. Praktikan mendapatkan pengalaman dan pengetahuan mengenai cara menggunakan APAR.

4.2 Saran

Terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan oleh Praktikan untuk Divisi *Marketing Communication* pada Hotel THE 101 Bogor Suryakencana, diantaranya :

1. Perlunya merekrut lebih banyak sumber daya manusia pada Divisi *Marketing Communication* untuk membantu meningkatkan kualitas program yang direncanakan melalui kegiatan *brainstorming* dengan para anggota, sehingga dapat memberikan berbagai saran dan ide-ide kreatif yang dapat membangun citra perusahaan.
2. Perlunya memiliki konsistensi dalam pengambilan gambar dan video, serta pemilihan fon dalam memproduksi konten *story* Instagram, di mana hal ini dilakukan agar visual konten *story* Instagram Hotel THE

101 Bogor Suryakencana dapat mencerminkan dan menggambarkan perusahaan.

3. Perlunya meningkatkan kualitas dan konsistensi visual pada setiap konten yang akan diunggah di media sosial dan *promotion tools* yang digunakan oleh perusahaan.

Selain memberikan saran pada perusahaan, berikut adalah saran yang dapat disampaikan oleh Praktikan untuk perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, diantaranya :

1. Sebagai seorang *Marketing Communication*, perlunya memiliki *skill* dalam dunia teknologi, seperti penggunaan *software online* dan berbagai aplikasi yang dapat membantu menunjang kualitas pekerjaan.
2. Dalam menyediakan informasi yang bernilai, perlunya memberikan data yang akurat terkait suatu pembahasan. Seorang *Marketing Communication* perlu memiliki keterampilan dalam mencari sumber informasi sebagai data pendukung yang kredibel.
3. Berkegiatan dalam memproduksi berbagai kebutuhan konten dan pemasaran, seorang *Marketing Communication* perlu memiliki keterampilan dalam menggunakan aplikasi *editing*, seperti Adobe Photoshop, Adobe Lightroom, dan Adobe Premiere Pro.