

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

IV.1 Kesimpulan

Berdasarkan kegiatan kerja praktik yang telah dilaksanakan pada Divisi Sales & Marketing di Bess Mansion Hotel Surabaya, khususnya dalam bidang pembuatan konten media sosial *Instagram*, dapat disimpulkan bahwa peran *content creator* memiliki kontribusi yang penting dalam mendukung kegiatan promosi dan pemasaran hotel melalui media digital.

Selama pelaksanaan magang, aktivitas *content creator* meliputi beberapa tahapan dalam proses produksi konten, yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Pada tahap pra produksi, kegiatan yang dilakukan meliputi perencanaan ide konten, penentuan konsep visual, penyusunan jadwal produksi, serta penentuan lokasi pengambilan gambar yang sesuai dengan kebutuhan promosi hotel. Tahap ini menjadi dasar penting agar proses produksi konten berjalan lebih terarah dan efektif.

Selanjutnya pada tahap produksi, *content creator* melakukan proses pengambilan foto dan video yang menampilkan berbagai fasilitas hotel, kamar, restoran, maupun kegiatan atau *event* yang berlangsung di Bess Mansion Hotel Surabaya. Kegiatan ini dilakukan dengan memperhatikan aspek visual, pencahayaan, serta komposisi agar konten yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik dan menarik bagi audiens.

Tahap terakhir yaitu Pasca Produksi, yang meliputi proses *editing* foto dan video, penambahan elemen visual, penulisan caption, serta penyesuaian format konten sebelum dipublikasikan pada akun *Instagram* resmi hotel. Melalui tahap ini, konten yang telah diproduksi dapat dikemas secara lebih menarik dan sesuai dengan strategi komunikasi pemasaran hotel.

Secara keseluruhan, kegiatan kerja praktik ini memberikan pengalaman dan pengetahuan yang lebih mendalam mengenai proses produksi konten media sosial dalam

industri perhotelan. Selain itu, kegiatan ini juga memberikan pemahaman tentang bagaimana media sosial, khususnya *Instagram*, dapat dimanfaatkan sebagai sarana promosi yang efektif untuk meningkatkan brand awareness dan menarik minat calon tamu hotel.

IV.2 Saran

Berdasarkan pengalaman yang diperoleh selama pelaksanaan kerja praktik, terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak perusahaan maupun bagi pelaksanaan kerja praktik di masa yang akan datang.

Diharapkan Bess Mansion Hotel Surabaya dapat terus meningkatkan strategi pemasaran digital melalui media sosial, khususnya *Instagram*, dengan memperbanyak variasi konten yang lebih kreatif, interaktif, dan mengikuti tren media sosial yang sedang berkembang. Selain itu, konsistensi dalam mengunggah konten juga perlu diperhatikan agar engagement dengan audiens dapat terus meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Silalahi, R., & Suparman, A. (2022). Strategi pengelolaan konten media sosial dalam meningkatkan engagement *Instagram*. Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar.
- Praditya, D., & Hadiyanto. (2023). Proses produksi konten digital pada media sosial *Instagram*. Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain dan Media.
- Faturachman, A., & Yusalina. (2021). Strategi produksi konten media sosial dalam komunikasi digital. Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar.
- Maulana, R. (2022). Produksi konten digital untuk media sosial sebagai strategi komunikasi pemasaran. Jurnal Ilmiah Nusantara.
- Wahyudi, D. (2022). Pengelolaan konten *Instagram* dalam membangun brand image. Reputasi: Jurnal Public Relations.
- Hidayat, R., & Lestari, D. (2021). Pengelolaan interaksi audiens pada media sosial oleh *content creator*. Jurnal Komunikasi Interaktif.
- Kurniawan, A., & Pratama, B. (2022). Strategi *content creator* dalam komunikasi pemasaran digital. Jurnal Komunikasi Bisnis.
- Putra, M., & Wijaya, R. (2022). Peran *content creator* dalam produksi konten media sosial. Jurnal Ilmu Komunikasi.
- Rahmawati, N. (2023). Peran *content creator* dalam membangun brand image melalui media sosial. Jurnal Media dan Komunikasi Digital.
- Sari, D., & Nugroho, A. (2021). *Content creator* sebagai profesi dalam ekosistem media digital. Jurnal Komunikasi dan Media Digital.