

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

IV.1 Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan pada bagian sebelumnya, penulis melakukan kerja praktek di *Grand City Convex* Surabaya terhitung dari tanggal 1 Maret 2014 hingga 31 Juli 2014, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

- a. Setiap *event* yang berlangsung di *Grand City Convex* Surabaya, harus dipilah oleh *marketing communications*. *Event* tersebut harus mampu mendukung citra *first in its class Grand City Convex* dan *my city my destination* dari *Grand City Mall*.
- b. Divisi *Marketing Communications* di *Grand City Convex* Surabaya bergerak sebagai teknisi komunikasi serta fasilitator komunikasi. Tugas mereka utamanya adalah sebagai jembatan antara manajemen *Grand City Convex* Surabaya dengan para klien, khususnya dalam hal sewa ruangan atau *venue* di *Grand City Convex* Surabaya.
- c. Divisi *marketing communications* di *Grand City Convex* Surabaya juga harus bersinergi dengan *marketing communications* di *Grand City Mall* Surabaya, khususnya dalam hal pengaturan *event* dan hubungan dengan media.
- d. *Marketing communications* di *Grand City Convex* Surabaya juga ditarget *revenue* tiap tahunnya. Namun target *revenue* tersebut tidak menjadi patokan bagi kinerja *marketing communications*. Tetapi menjadi bahan evaluasi bagi *management* berkenaan dengan strategi yang akan diambil berikutnya.

IV.2 Saran

Tanpa mengurangi rasa hormat, penulis ingin memberikan saran-saran untuk manajemen *Grand City Convex* Surabaya serta seluruh staff di dalamnya. Sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan untuk memajukan dan mengembangkan *Grand City Convex* sendiri menjadi semakin lebih baik dari sebelumnya. Berikut saran yang dapat ditulis oleh penulis :

- a. Mengembangkan dan meningkatkan hubungan dengan media, yakni dengan mengikutsertakan kawan-kawan media dalam *event Grand City Convex* Surabaya atau dengan mengadakan *event* khusus untuk beramah-tamah dengan media. Hal ini untuk meningkatkan efek publisitas positif terhadap *Grand City Convex* Surabaya.
- b. Mengembangkan kegiatan dokumentasi pemberitaan di media massa (elektronik maupun cetak) mengenai *Grand City Convex* Surabaya dan pesaing-pesaingnya.
- c. Membangun *event* khusus untuk membina hubungan dengan para klien.

DAFTAR PUSTAKA

- Cutlip, Scott dkk. 2011. *Effective Public Relations* : Edisi Kesembilan. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Hill, Chris. 2009. *Marketing Communications : Interactivity, Communities and Content – Fifth Edition. England : Pearson Education Limited*
- Wasesa, Silih Agung dkk. 2010. *Strategi Public Relations : Membangun Pencitraan Berbiaya Minimal dengan Hasil Maksimal*. Jakarta : Gramedia