

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

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

Hotel Royal Regantris Cendana pada bagian *Sales & Marketing* sudah melakukan kegiatan Produksi dan pengelolaan media Instagram Hotel royal regantris Surabaya meskipun belum maksimal. Dimana teori-teori diatas sudah dilaksanakan dengan baik dan terlaksana semua baik dari pra produksi, produksi, post produksi. Baik dari penglolaan media Instagramnya dari *share, optimize, manage, dan engage* sudah terlaksana dengan baik meskipun belum maksimal.

Aktivitas tersebut kebanyakan dilakukan di media sosial Instagram dimana cukup berjalan baik meskipun Hotel Royal Regantris Cendana lebih berfokus pada kegiatan secara offline seperti *sales call*. Selain itu, Aktivitas tersebut sangat berkaitan dengan teori yang digunakan yaitu teori Produksi dan pengelolaan untuk menyalurkan pesan dari perusahaan menuju para calon dan juga konsumen Hotel Royal Regantris Cendana Surabaya di media sosial mereka.

## IV.2 Saran

Saran berikut adalah saran bagi perusahaan Hotel Royal Regantris Surabaya oleh penulis:

1. Aktivitas yang dilakukan Hotel Royal Regantris Surabaya sebagai *Sales & Marketing* sudah cukup baik, tetapi alangkah baiknya jika perusahaan mengoptimalkan sumber daya manusia yang ada dalam divisi *Sales & Marketing* supaya dapat meng-cover seluruh jam kerja dimana Hotel Royal Regantris Hotel Royal Regantris Surabaya adalah Hotel yang sangat cocok digunakan untuk kegiatan entertainment dan kebutuhan *entertainment* perhotelan tidak pernah ada habisnya.

2. divisi marketing komunikasi benar-benar harus dibuat per-cluster Hotel diharapkan sosial media Hotel bisa lebih aktif dan lebih sering upload supaya Hotel lebih bisa terdengar lebih luas daripada sebelumnya. Selain itu, divisi marom cluster juga bisa membantu dalam editing dan pengambilan video untuk media sosial.

## DAFTAR PUSTAKA

### JURNAL

- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>
- Maulana, F. (2018). Analisis Produksi Program Berita Indonesia Morning Show di News and Entertainment Television. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 11(2), 58. <https://doi.org/10.14421/pjk.v11i2.1423>
- Nasution, A., Mulyani, S., Shahri Maulana, A., & Rizky Silvana, F. (2023). PERENCANAAN DAN PENGENDALIAN PROGRAM MARKOMBUR DI TVRI SUMATERA UTARA. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 1(2), 60–65. <https://doi.org/10.59581/harmoni-widyakarya.v1i2.416>
- Susanti, S., & Standi, K. (n.d.). *Manajemen Produksi Program “Anak Indonesia” di TVRI Jawa Barat*. <http://ranahkomunikasi.fisip.unand.ac.id/>
- Wahyudin, A. (n.d.). *IMPLEMENTASI PRODUKSI PROGRAM ACARA “TEKNOTANI” DI LPP TVRI YOGYAKARTA*.