

BAB V

SIMPULAN

5.1 Simpulan

Skripsi berbasis karya *product profile* yang dibuat dengan judul “*The Art of Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel*” memberikan berbagai pembelajaran. Proses pembuatan karya melewati berbagai tahapan mulai dari pra-produksi, produksi, dan pasca produksi yang tidak hanya melibatkan konsep, namun praktik secara langsung di lapangan kerja. Dari berbagai tahapan yang dilaksanakan, penulis mampu mengetahui tujuan dari karya yang dibuat yaitu meningkatkan *brand awareness* perusahaan di pasar yang kompetitif melalui strategi komunikasi pemasaran kreatif. Pengalaman pembuatan karya memperluas pengetahuan terutama pada pengembangan *product profile* yang efektif, relevan, dan sesuai dengan standar perusahaan internasional bagi para target audiens.

Dari pembuatan karya berupa *product profile*, didapatkan kesimpulan bahwa karya video dan *marketing collateral* memberikan dampak pada peningkatan *brand awareness* Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel sesuai pada evaluasi yang dilakukan. *Brand awareness* yang disampaikan dan ditingkatkan oleh Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel berupa hotel ini merupakan hotel di bawah Marriott International yang memiliki fasilitas bintang lima dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada para tamu. Hal ini adalah karena keunggulan yang dimiliki oleh Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel ditunjukkan pada hasil karya *product profile* yang dibuat. Tujuannya adalah untuk meningkatkan *brand awareness* perusahaan pada masyarakat dan untuk membuat konten komunikasi pemasaran yang menarik seperti para kompetitor sejenisnya.

Video karya yang diproduksi berupa empat video yang mencakup tiga video berdurasi satu menit untuk setiap videonya serta satu video yang memiliki durasi empat menit. Masing-masing dari video tersebut memiliki tema yang berbeda-beda, namun dengan satu tujuan yaitu menunjukkan kepada masyarakat tentang keunggulan fasilitas serta layanan yang disediakan sehingga mampu meningkatkan *brand awareness* masyarakat terhadap Sheraton Grand Jakarta Gandaria City hotel.

Ketiga video yang berdurasi satu menit fokus pada membahas fasilitas kamar, Anigre Restaurant, serta pelayanan dari karyawan yang dimana ketiga hal ini merupakan elemen penting bagi Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel. Ketiga video yang dibuat pada karya ini menunjukkan hasil *insight* Instagram yang baik bila dibandingkan dengan konten-konten sebelumnya. Untuk video berdurasi empat menit, membahas tentang pengalaman keseluruhan saat seseorang menjadi tamu di Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel mulai dari kamar penginapan, fasilitas unggulan, restoran, sampai pelayanan yang memberikan pengalaman yang baik. Video yang ditayangkan saat *sales call* ini juga berhasil memberikan visualisasi yang lebih nyata kepada perwakilan perusahaan lain yang ingin mengadakan acara di Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel.

Karya lainnya yang diproduksi berupa *marketing collateral* yaitu poster, *flyer*, serta *point of purchase*. Isi dari *marketing collateral* berupa penjelasan tentang fasilitas unggulan serta pelayanan premium yang ditawarkan oleh Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel mulai dari Rp 2.000.000,00 per malam untuk kamar penginapannya yang dikemas sesuai dengan penggunaannya. *Marketing collateral* yang dibuat mencantumkan *call to action* agar masyarakat yang tertarik dapat langsung mengunjungi *website official* www.sheratongrandjakarta.com untuk mendapatkan informasi dan melakukan reservasi hotel agar mendapatkan penawaran eksklusif. Poster yang dibuat disebarluaskan kepada masyarakat melalui fitur Instagram Story untuk menjangkau lebih banyak audiens dengan penawaran berbagai foto fasilitas hotel yang dikemas dengan visual menarik. Poster yang diunggah secara rutin ini berhasil dalam meningkatkan awareness sesuai dengan inisghtnya yang lebih tinggi dibandingkan konten-konten poster Instagram Story sebelum adanya karya ini.

Flyer pada *point of sales* diletakkan disetiap meja resepsionis Gandaria City Mall yang berlokasi terhubung dengan Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel dengan lalu lintas pengunjung tinggi agar tamu bisa melihat penawaran dan layanan yang ditawarkan. Kegiatan kerjasama pertama kali dilakukan ini dan terbukti berhasil dalam meningkatkan *brand awareness* dengan memanfaatkan lokasi kedua

perusahaan ini yang menyambung. Melalui kerjasama ini, maka kedua perusahaan dapat membuka peluang untuk kembali melakukan kerjasama di masa yang akan datang.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Untuk mendukung pengetahuan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara, diharapkan mampu menambah pembelajaran pada mata kuliah yang diajarkan. Materi yang dapat dipertimbangkan untuk ditambah adalah tentang konsep identitas *brand* pada mata kuliah *Creative Media Production*. Konsep materi tersebut sangat penting untuk dipelajari oleh mahasiswa terutama dalam pembuatan aset konten perusahaan agar dapat menciptakan strategi komunikasi yang tepat.

Untuk dapat membuat aset komunikasi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan, maka identitas perusahaan harus tercerminkan. Konsep dari identitas *brand* mencakup nilai-nilai yang diterapkan perusahaan, nilai-nilai yang ingin disampaikan kepada masyarakat luas, dan juga visual dari perusahaan. Dengan menambahkan pelajaran tentang identitas *brand* pada mata kuliah *Creative Media Production*, maka mahasiswa akan mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam terhadap bagaimana cara identitas *brand* dapat diimplementasikan pada aset-aset untuk strategi komunikasi yang dilaksanakan. Materi tentang identitas *brand* juga mampu membantu mahasiswa dalam memahami tujuan dari pemasaran yang dilakukan sehingga mampu mencapai target masyarakat yang tepat. Pemasaran dengan pembuatan video dan juga marketing collateral mampu dilakukan dengan efektif dan sesuai dengan target pemasaran serta target masyarakat bila mahasiswa memahami identitas dari *brand*.

5.2.2 Saran Praktis

Dari pembuatan karya yang dilakukan, Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel diharapkan dapat menerapkan strategi pemasaran dengan membuat konten pemasaran kepada masyarakat luas, khususnya pada konten media sosial. Walaupun dengan adanya *brand guidelines* media sosial yang harus diikuti, namun kreativitas dalam pembuatan konten media sosial harus tetap dilakukan. Dengan

tidak membatasi kreativitas, maka konten media sosial perusahaan dapat dimaksimalkan sebagai salah satu cara pemasaran secara digital untuk meningkatkan *brand awareness*.

Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel juga diharapkan secara konsisten membuat konten-konten video berkualitas di media sosialnya terutama Instagram. Dengan membuat konten yang menunjukkan keunggulan fasilitas dan pelayanan yang diberikan kepada tamu, maka akan mampu meningkatkan *brand awareness* serta minat masyarakat. Hal ini diharapkan mampu dilakukan karena dampak media sosial yang besar bagi penggunanya bila digunakan dengan aktif dan dari pembuatan konten yang berkualitas.

Selain dari pembuatan video konten berkualitas, Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel diharapkan mampu mengimplementasikan pesan yang disampaikan dari *marketing collateral*. Pesan yang disampaikan adalah hotel ini mengutamakan keunggulannya yaitu fasilitas yang lengkap, kenyamanan tamu, dan pelayanan yang diberikan. Pembuatan konten-konten *marketing collateral* tersebut mampu menumbuhkan hubungan emosional antara hotel dengan masyarakat juga dengan tetap mengedepankan kreativitas dengan mengikuti *brand guidelines* media sosial perusahaan.

Dari pembuatan karya video dan *marketing collateral*, perusahaan lain pada industri perhotelan berbintang lima mampu menjadikannya sebagai acuan strategi komunikasi pemasaran serupa. Strategi komunikasi pemasaran yang mengutamakan konsistensi pesan dan pembuatan konten berkualitas terbukti mampu meningkatkan *brand awareness* dari perusahaan. Dengan menerapkan strategi tersebut, perusahaan mampu memiliki citra perusahaan yang lebih kuat di pasar yang semakin kompetitif. Tidak hanya mampu meningkatkan efektifitas pemasaran yang dilakukan, perusahaan juga menciptakan kesan yang lebih bermakna bagi calon tamu.