

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Bab ini menguraikan kesimpulan, saran, dan implikasi dari berbagai tanggung jawab yang telah dijalankan oleh Data Executive, Front Desk, serta peran tambahan lainnya seperti Finance & Administration dalam pelaksanaan karya bidang bersama Artotel Gajahmada Semarang. Pembahasan ini berfokus pada dua acara yang diselenggarakan, yaitu *Opening Art Exhibition: My Little World* oleh Sri Lestari Pujiastuti dan *The Phantom Frequencies: The Haunted Gallery*. Kesimpulan dalam bab ini merangkum pencapaian target serta evaluasi yang digunakan untuk menilai keberhasilan Data Executive, Front Desk, serta Finance & Administration dalam menjalankan tugasnya. Sementara itu, saran yang diberikan bertujuan sebagai masukan dan rekomendasi bagi klien maupun pihak terkait lainnya guna meningkatkan efektivitas di masa mendatang. Selain itu, bab ini juga membahas implikasi dari penerapan ilmu komunikasi dalam berbagai aspek pekerjaan yang dilakukan oleh Data Executive, Front Desk, serta Finance & Administration, yang berkontribusi terhadap kelancaran dan keberhasilan acara.

#### **5.1 Kesimpulan**

Secara keseluruhan, pelaksanaan Karya Bidang bersama Artotel Gajahmada Semarang berlangsung dengan lancar. Acara dimulai dengan *Opening Art Exhibition: My Little World* oleh Sri Lestari Pujiastuti pada 25 Oktober 2024 dan mencapai puncaknya dengan *The Phantom Frequencies: The Haunted Gallery* pada 31 Oktober 2024. Seluruh tim menjalankan tugasnya dengan baik, didukung oleh koordinasi yang efektif sehingga target yang ditetapkan dapat tercapai. Meskipun menghadapi beberapa tantangan selama proses perencanaan dan pelaksanaan, Data Executive mampu mengatasinya melalui strategi yang adaptif serta komunikasi yang efektif dengan tim, klien, dan pengunjung. Hal ini berkontribusi dalam pencapaian objektif atau *Key Performance Indicator* (KPI) yang telah ditetapkan. Selain itu, strategi pemanfaatan atribut brand seni melalui peran Data Executive dan Front Desk terbukti berdampak signifikan dalam menjangkau serta meningkatkan

keterlibatan pasar Gen Z. Hal ini terlihat dari demografi pengunjung yang hadir di kedua acara, yang mayoritas berusia antara 19 hingga 22 tahun.

Peran Data *Executive* menjadi faktor kunci dalam memastikan bahwa keputusan strategi pemasaran berbasis data dapat diimplementasikan secara efektif. Melalui riset audiens, analisis keterlibatan media sosial, serta evaluasi performa event, ditemukan bahwa media sosial, terutama Instagram, menjadi platform utama dalam menarik perhatian dan membangun interaksi dengan Generasi Z. Kampanye yang berbasis pada pengalaman interaktif, seperti event bertema khusus dan aktivasi komunitas, berhasil meningkatkan engagement serta memperkuat positioning Artotel sebagai hotel berbasis seni dan *lifestyle*. Disisi lain, *Front Desk* juga menjadi aspek penting dalam mendukung kesuksesan event, terutama dalam membangun first impression yang positif terhadap pengunjung. Dimana, *Front Desk* berhasil menjadi pusat informasi dan juga sebagai bagian dari strategi pengumpulan data audiens, sehingga mendapatkan evaluasi yang lebih akurat terhadap kepuasan dan respons pengunjung terhadap acara yang diselenggarakan.

Dalam aspek keuangan, tim *Finance* mampu mengelola anggaran secara efisien dengan memastikan setiap pengeluaran tetap terkendali sesuai dengan batas yang telah direncanakan. Strategi optimalisasi yang diterapkan memungkinkan seluruh kebutuhan acara tetap terpenuhi tanpa mengorbankan kualitas. Efektivitas dalam pengelolaan dana ini turut mendukung kelancaran penyelenggaraan acara dan memaksimalkan hasil yang dicapai. Selain itu, tim *Administration* berperan penting dalam memastikan kelancaran koordinasi dan pengelolaan dokumen. Seluruh proses administratif, termasuk penyusunan dan finalisasi perjanjian kerja sama dengan berbagai pihak, telah dilaksanakan sesuai prosedur. Data pengunjung terdokumentasi dengan baik oleh tim, sehingga dapat menjadi bahan evaluasi untuk meningkatkan efektivitas program di masa mendatang.

Keberhasilan pelaksanaan Karya Bidang bersama Artotel Gajahmada Semarang menjadi bukti bahwa sinergi tim, pemanfaatan data yang tepat, serta strategi eksekusi yang terarah memainkan peran krusial dalam mencapai target yang telah ditetapkan. Meskipun menghadapi berbagai tantangan dalam proses perencanaan dan pelaksanaan, setiap tim mampu beradaptasi dan menyusun solusi yang efektif, sehingga acara dapat berjalan dengan lancar dan memberikan

pengalaman yang berkesan bagi pengunjung. Dengan hasil yang telah dicapai, acara ini bukan hanya sekedar memenuhi ekspektasi, tetapi juga memberikan wawasan berharga untuk pengembangan strategi event di masa mendatang. Pembelajaran dari pengalaman ini dapat dijadikan pijakan untuk menciptakan konsep yang lebih kreatif, meningkatkan efektivitas operasional, serta memperkuat positioning Artotel sebagai destinasi seni dan *lifestyle* yang semakin relevan bagi audiensnya. Diharapkan setiap event yang diselenggarakan dapat terus berkembang, menghadirkan pengalaman yang lebih interaktif, dan memberikan dampak yang lebih besar bagi komunitas serta industri kreatif secara keseluruhan.

## 5.2 Saran

Berikut merupakan beberapa saran yang dapat disampaikan kepada institusi, klien, ataupun pihak lain yang akan menggunakan rangkaian acara serupa :

1. Bekerja sama dengan pihak lain, seperti Artotel Gajahmada Semarang, dalam peran sebagai data *executive* dapat menjadi strategi yang efektif untuk memahami target pasar dengan lebih mendalam, sehingga mendukung penyelenggaraan acara yang lebih tepat sasaran.
2. Proses registrasi di front desk menggunakan metode digital seperti Google Form lebih baik dibandingkan dengan pencatatan manual menggunakan kertas. Penggunaan *Google Form* lebih efektif karena dapat mengurangi kesalahan input data, mempercepat proses pendaftaran, serta mempermudah penyimpanan dan pengelolaan data.
3. Dalam pelaksanaan kegiatan, dapat terjadi perubahan atau tantangan yang tidak terduga di luar rencana awal. Oleh karena itu, koordinasi yang baik antara tim dan klien menjadi hal yang penting untuk memastikan komunikasi tetap berjalan dengan lancar, sehingga setiap penyesuaian dapat dilakukan secara efektif dan kegiatan tetap berlangsung sesuai tujuan.
4. Dalam merencanakan dan menjalankan sebuah acara dengan menggunakan data dalam mengumpulkan informasi, diperlukan pembuatan *tracker* yang disesuaikan dengan masing-masing jobdesk. Hal ini bertujuan untuk memantau progres secara sistematis serta mengukur ketercapaian target

dengan lebih akurat, sehingga setiap aspek pelaksanaan acara dapat dievaluasi dan dioptimalkan secara efektif.

### 5.3 Implikasi

Berdasarkan hasil analisis dan evaluasi yang telah dilakukan dalam pelaksanaan event *The Phantom Frequencies: The Haunted Art Gallery* dan *Opening Art Exhibition My Little World*, dapat disimpulkan bahwa pendekatan berbasis data dalam memahami preferensi dan perilaku target pasar Gen Z sangat efektif, sehingga ARTOTEL Gajahmada Semarang perlu mengoptimalkan pengolahan data audiens guna menciptakan strategi pemasaran yang lebih relevan dan berkelanjutan. Selain itu, keberhasilan event tematik yang memiliki daya tarik visual serta interaktif menunjukkan bahwa penyelenggaraan acara yang konsisten dan sesuai dengan budaya serta tren Gen Z dapat memperkuat *brand attribute* ARTOTEL sebagai hotel berbasis seni, yang selanjutnya dapat didukung dengan strategi digital marketing yang lebih inovatif melalui pemanfaatan *user-generated content*, *interactive campaigns*, serta kolaborasi dengan komunitas digital dan *nano-influencer* untuk meningkatkan engagement audiens dalam jangka panjang. Lebih lanjut, peran *front desk* sebagai titik awal interaksi pengunjung perlu dioptimalkan dengan pendekatan yang lebih komunikatif dan interaktif, didukung oleh pelatihan bagi staf serta pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, sementara dalam aspek pengelolaan anggaran, evaluasi menunjukkan bahwa strategi alokasi dana yang tepat dapat memberikan hasil maksimal tanpa mengorbankan kualitas acara, sehingga diperlukan pendekatan berbasis data serta kemitraan strategis dengan sponsor dan komunitas guna mendukung keberlanjutan event di masa mendatang, yang pada akhirnya dapat membantu ARTOTEL Gajahmada Semarang memperkuat posisinya sebagai destinasi seni dan gaya hidup yang lebih menarik bagi target pasar Gen Z.