

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai Strategi *Marketing Public Relations* Holywings Dalam Mempertahankan Kepercayaan Pengunjung Pada Masa Pandemi Covid-19. Maka kesimpulan yang peneliti dapatkan sebagai berikut :

1. Dalam definisi permasalahan yang terjadi dan dihadapi saat ini bahwa *Marketing Public Relations* Holywings melihat dari beberapa aspek diantaranya, dalam segi menentukan Faktor yang menjadi sebab dari menurunnya kepercayaan pengunjung Holywings yakni Pandemi Covid-19. Kemudian dalam menentukan masalah tersebut yang dilakukan oleh *Marketing Public Relations* Holywings melihat dari data-data pengunjung Holywings sebelumnya, karena dengan arus perkembangan zaman saat ini holywings terus berusaha berinovasi dan menyesuaikan dengan keadaan yang ada, *Marketing Public Relations* Holywings memutuskan untuk melakukan perubahan dengan mengandalkan dari segi digital dalam menyampaikan suatu pesan informasi kepada pengunjung, memanfaatkan media internet dan sosial media seperti Instagram, Tiktok sebagai alat komunikasi Holywings juga sebagai tempat menarik minat pengunjung dan promosi produk Holywings.

2. Dalam Perencanaan dan Program yang dilakukan oleh *Marketing Public Relations* Holywings hal yang pertama dilakukan adalah dalam menentukan keputusan pada kondisi seperti sekarang adanya Pandemi Covid-19. Dengan melihat apa saja yang dibutuhkan *Customer* atau Pengunjung Holywings untuk tetap bisa mempertahankan kepercayaannya kepada Holywings, dimana keputusan ini merupakan suatu hal yang sangat penting dalam suksesnya program tersebut, selanjutnya dalam perencanaan dan penyusunan program tersebut setelah memutuskan Digital dan Media yang menjadi suatu program Holywings.
3. Dalam melakukan Aksi dan Komunikasi *Marketing Public Relations* Holywings berdasarkan dalam tindakan yang dilakukan dengan melakukan survei pengunjung sekaligus pendekatan komunikasi, dan komunikasi yang dipublikasikan melalui digital dan media secara cepat tersebar luas sampai kepada pengunjung Holywings, dengan program yang sudah Holywings lakukan terciptanya suatu perubahan pada saat Pandemi Covid-19 terjadi.
4. Dalam Evaluasi Program, *Marketing Public Relations* Holywings dapat dilihat berdasarkan dari program-program sebelumnya. Sehingga hal tersebut dapat menjadi bahan acuan untuk memaksimalkan dari program-program yang dibuat sekarang menjadi lebih baik lagi untuk kedepannya, Holywings harus terus berusaha berinovasi, berkreatif, dan terus menyesuaikan dengan situasi dan kondisi yang terjadi.

Berdasarkan keempat mikro yang sudah dijelaskan di atas, maka Strategi *Marketing Public Relations* Holywings untuk mempertahankan kepercayaan

pengunjung dapat dilihat dalam menentukan masalah yang terjadi di Pandemi Covid-19 ini. Perencanaan dan Program dapat dilakukan dengan menentukan permasalahan sehingga munculah suatu penentu keputusan yang sudah dilihat dari survei apa yang sedang terjadi dilapangan seperti Pandemi Covid-19, dengan melakukan perubahan-perubahan di era digital saat ini, dan dalam melakukan tindakan *Marketing Public Relations* Holywings untuk menyampaikan suatu penyampaian pesan informasi, mempertahankan kepercayaan pengunjung, menarik minat pengunjung, promosi produk Holywings, dan untuk menstabilkan pendapatan Holywings telah tercapai lancar sesuai yang diharapkan. Pengunjung Holywings juga merasakan perbedaan juga perubahan Holywings sebelum dan sesudah adanya dampak pandemi Covid-19 seperti kenyamanan baik pelayanan maupun kemudahan yang diberikan oleh Holywings, agar suatu kepercayaan terus bisa bertahan pada masa pandemi Covid-19. Dengan hasil Analisa penelitian Holywings memasuki tahun 2021 pendapatan dan kepercayaan pengunjung untuk berkunjung ke Holywings mulai normal walaupun tetap harus memperhatikan protokol kesehatan yang sudah diterapkan oleh pihak Holywings dan oleh pihak pemerintahan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang sudah diperoleh, maka peneliti memiliki saran-saran berikut :

1. Saran bagi *Marketing Public Relations* Holywings sebaiknya dalam program-programnya lebih diperdalam lagi, supaya lebih menarik kepercayaan pengunjung dan Holywings bisa memberikan apa saja yang diinginkan oleh pengunjungnya.
2. Dalam Perencanaan dan Program tentu berpaku pada kondisi yang terjadi saat ini yaitu Pandemi Covid-19, harus terus bisa menyesuaikan dengan keadaan saat ini dan perlu dipertahankan yang sudah terjalin baik.
3. Sebaiknya *Marketing Public Relations* Holywings terus untuk mempertahankan dan mengembangkan baik program-program lama maupun program-program yang baru diterapkan melalui evaluasi agar program tersebut hasilnya bisa semakin baik.
4. Dalam kondisi adanya wabah Pandemi Covid-19 ini Holywings harus terus mengutamakan Kesehatan bagi para pengunjungnya, dengan memberikan pelayanan, kenyamanan, dan kepercayaan terbaik Holywings supaya bisa terus bertahan dalam situasi dan kondisi apapun.