

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan mengenai Strategi Komunikasi Divisi *Marketing Communication* Hotel The Papandayan Bandung Melalui Kegiatan *Wedly In Love* Dalam Menarik Minat *Client* nya dengan menggunakan metode kualitatif studi deskriptif, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. **Komunikator** Divisi *Marketing Communication* The Papandayan Hotel memberikan informasi dengan melakukan promosi digital agar pesan tersampaikan kepada target atau sasaran *client*. Informasi ini untuk menyampaikan adanya kegiatan *wedding showcase* di The Papandayan Hotel Bandung memperlihatkan *best venue* untuk *wedding* dengan berbagai pilihan vendor yang ikut berpartisipasi menampilkan jasa dan produk mereka dalam kegiatan tersebut.
2. **Media** yang digunakan yaitu Metro TV, media partner seperti radio dan media cetak digital, *baligho*, T Banner, media sosial dan pakai sponsor ads atau Facebook Ads. Hal ini digunakan dengan tujuan menjangkau lebih banyak yang dapat melihat informasi event atau kegiatan tersebut.
3. **Pesan** yang disampaikan memerlukan target dan sasaran, target atau sasaran pada kegiatan *Wedly In Love* tersebut yaitu target demografi seperti usia seseorang yang akan menikah dan orangtua yang memiliki anak yang akan menyelenggarakan pernikahan.

4. **Evaluasi** yang dilakukan setelah ketika kegiatan sudah selesai melibatkan para vendor yang terlibat dalam kegiatan tersebut. Saat evaluasi pembahasan yang dibahas mengenai keberhasilan dan kekurangan kegiatan pada saat dilaksanakan. Terkait hal tersebut kegiatan Wedly In Love memiliki target deal 10 closing, namun yang tercapai hanya sampai 3 closing.
5. **Strategi Komunikasi** meliputi peranan komunikator Divisi *Marketing Communication* yang memberikan informasi tepat sasaran terhadap *client*, melalui media yang ditentukan dengan target demografi yang sesuai dengan tujuan kegiatan. Melakukan evaluasi setelah kegiatan berakhir melibatkan para vendor untuk melihat hasil akhir yang telah dicapai, sehingga dapat menilai kelebihan serta kekurangan saat kegiatan berlangsung. Strategi Komunikasi yang dilaksanakan Divisi *Marketing Communication* The Papandayan Hotel dianggap telah berfungsi menarik minat *client*, terbukti dengan 60 tamu yang hadir di hari pertama melewati hasil screening lewat pendaftaran formulir online, dan mendapatkan closing sebanyak 3 closing selama kegiatan dilaksanakan.

5.2 Saran

Sudah selayaknya bagi sebuah penelitian untuk memberikan sesuatu yang berguna terutama bagi perusahaan yang diteliti. Berikut ini saran yang peneliti berikan setelah melakukan penelitian:

5.2.1 Saran Bagi Divisi Marketing Communication The Papandayan Hotel

1. Akan lebih baik jika Divisi *Marketing Communication* menambahkan media yang lebih banyak, dengan tujuan menjangkau sasaran client yang lebih luas lagi.
2. Divisi *Marketing Communication* The Papandayan Hotel sebaiknya menggunakan sosial media tambahan sebagai bahan promosi digital yang lebih populer saat ini.

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih baik dalam melakukan penelitian, khususnya penelitian mengenai pelayanan publik.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperbanyak lagi bahan referensi untuk mendapatkan ilmu pengetahuan yang baru dan dapat menambah wawasan yang lebih luas lagi bagi peneliti.

