

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.5 Kesimpulan

Strategi Komunikasi Hotel D'Best Dalam Membangun Hubungan Baik Dengan Masyarakat Sekitar Di Kota Bandung, diawali melalui perencanaan yang disusun, pelaksanaan yang ditata sedemikian rupa, pemeriksaan terhadap program yang terlaksanakan, peningkatan program yang sudah terlaksanakan, dan evaluasi program-program.

1. Perencanaan

Hotel D'Best telah berhasil merencanakan program-program *community relations* yang menarik dan mudah diikuti oleh masyarakat. Hotel D'Best ini telah secara efektif membangun hubungan baik atau positif dengan masyarakat sekitar melalui berbagai inisiatif yang dirancang untuk mendukung dan melibatkan komunitas lokal. Keberhasilan ini menunjukkan komitmen Hotel D'Best terhadap tanggung jawab sosial perusahaan dan peran aktifnya dalam mendukung kesejahteraan komunitas. Dengan program-program yang direncanakan dan diimplementasikan dengan baik, Hotel D'Best berhasil memperkuat citra perusahaan, meningkatkan loyalitas masyarakat, dan menciptakan dampak positif yang berkelanjutan di lingkungan sekitarnya.

2. Pelaksanaan

Hotel D'Best telah berhasil menjalankan rencana yang efektif untuk menjalin hubungan yang harmonis dan positif dengan komunitas sekitar. Melalui berbagai program yang diimplementasikan, Hotel D'Best mampu meningkatkan kepercayaan dan dukungan dari masyarakat, memperkuat citra hotel, serta menunjukkan komitmen mereka terhadap tanggung jawab sosial. Keberhasilan dalam pelaksanaan ini juga mencerminkan kemampuan Hotel D'Best dalam mendengarkan kebutuhan komunitas dan memberikan kontribusi yang berarti, yang pada akhirnya berdampak positif bagi hotel dan masyarakat sekitarnya.

3. Pemeriksaan

Hotel D'Best yang telah berhasil merencanakan program-program *community relations* menunjukkan bahwa Hotel D'Best ini memiliki pendekatan komunikasi yang efektif dan terstruktur. Strategi komunikasi yang diterapkan terbukti mampu mengidentifikasi dan memahami kebutuhan serta harapan komunitas, sehingga program-program *community relations* dapat dirancang dengan tepat sasaran dan relevan. Keberhasilan ini mencerminkan kemampuan Hotel D'Best dalam menyampaikan pesan yang konsisten, membangun kepercayaan, dan memperkuat hubungan dengan masyarakat. Secara keseluruhan, strategi komunikasi yang baik ini berkontribusi pada kesuksesan program-program *community relations* dan mendukung reputasi positif hotel di mata publik.

4. Peningkatan

Hotel D'Best telah berhasil merencanakan program-program *community relations* menunjukkan adanya perkembangan positif dalam pendekatan hotel terhadap hubungan masyarakat. Hotel D'Best telah mendemonstrasikan kemampuan yang meningkat dalam mengidentifikasi dan merespons kebutuhan komunitas sekitarnya. Strategi komunikasi yang ditingkatkan ini telah memungkinkan hotel untuk lebih efektif menyampaikan inisiatif dan nilai-nilai mereka kepada publik, serta membangun hubungan yang lebih kuat dengan pemangku kepentingan lokal.

5. Evaluasi

Berdasarkan keberhasilan Hotel D'Best dalam merencanakan program-program *community relations*, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan oleh hotel tersebut telah efektif dalam mencapai tujuannya. Hotel D'Best telah berhasil mengidentifikasi kebutuhan masyarakat setempat dan menyelaraskannya dengan tujuan mereka, yang menunjukkan pendekatan yang matang dalam perencanaan program. Keberhasilan ini juga mengindikasikan adanya komunikasi yang baik antara hotel dan pemangku kepentingan, termasuk masyarakat lokal. Strategi komunikasi yang diterapkan kemungkinan telah membantu dalam membangun citra positif hotel di mata publik, yang pada gilirannya dapat meningkatkan reputasi dan loyalitas pelanggan. Evaluasi berkelanjutan tetap penting untuk memastikan program-program tersebut terus relevan

dan efektif dalam jangka panjang. Keberhasilan ini dapat menjadi landasan yang kuat bagi Hotel D'Best untuk terus mengembangkan dan memperbaiki program *community relations* mereka di masa depan, serta memperkuat posisi mereka sebagai entitas bisnis yang bertanggung jawab sosial dalam industri perhotelan.

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi *community relations* yang diterapkan oleh Hotel D'Best memiliki dampak yang signifikan dalam memperkuat citra dan reputasi perusahaan di tingkat industri perhotelan karena telah membangun hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar. Melalui tahap perencanaan, pelaksanaan, pemeriksaan, peningkatan, dan evaluasi yang terstruktur. Hotel ini mampu menciptakan sinergi antara kepentingan bisnis dan sosial, yang tidak hanya meningkatkan hubungan baik dengan masyarakat lokal tetapi juga memberikan kontribusi pada berkelanjutan bisnis jangka panjang. Strategi ini membuktikan bahwa peran aktif perusahaan dalam tanggung jawab sosial mampu memberikan nilai tambah yang strategis bagi pertumbuhan bisnis di sektor industri perhotelan.

5.2 Saran

5.2.1 Saran bagi Hotel D'Best

Saran untuk Hotel D'Best untuk terus meningkatkan kualitas dan jangkauan program *community relations* dengan cara melakukan riset mendalam tentang kebutuhan masyarakat setempat, memperkuat kolaborasi dengan pemangku

kepentingan lokal, mengembangkan program-program yang berkelanjutan dan berdampak jangka panjang, serta secara proaktif mengalokasikan anggaran khusus untuk inisiatif *community relations* di tahun-tahun mendatang, yang mana alokasi dana ini sebaiknya direncanakan secara strategis dengan mempertimbangkan proyeksi pertumbuhan bisnis hotel dan potensi manfaat yang dapat diperoleh dari hubungan masyarakat yang semakin kuat, sehingga Hotel D'Best dapat memastikan bahwa mereka memiliki sumber daya yang cukup untuk melaksanakan program-program yang ambisius dan bermanfaat, sekaligus membangun reputasi yang lebih baik sebagai perusahaan yang bertanggung jawab sosial dan menjadi contoh terbaik dalam industri perhotelan dalam hal keterlibatan dengan komunitas lokal. Dan juga peneliti menyarankan agar Hotel D'Best mempertimbangkan untuk mendirikan divisi Humas yang akan fokus pada pengelolaan komunikasi, penanganan hubungan media, serta strategi promosi yang lebih efektif. Dengan adanya divisi humas ini, hotel dapat memastikan bahwa pesan dan citra positifnya disampaikan dengan konsisten dan professional kepada publik dan calon tamu.

5.2.2 Saran bagi peneliti selanjutnya

1. Pilihlah topik penelitian yang relevan dan menarik: Pilih topik penelitian yang relevan dengan perkembangan terkini di bidang komunikasi dan menarik minat peneliti serta masyarakat luas.
2. Gunakan metode penelitian yang tepat: Pilih metode penelitian yang sesuai dengan tujuan penelitian dan pertanyaan penelitian yang diajukan.
3. Perluas sampel penelitian: Usahakan untuk memperluas sampel penelitian agar dapat mewakili populasi yang lebih luas.

4. Gunakan alat analisis yang tepat: Pilih alat analisis yang sesuai dengan jenis data yang dikumpulkan.
5. Tinjau literatur yang relevan: Lakukan tinjauan literatur yang komprehensif untuk memahami penelitian terdahulu yang telah dilakukan di bidang yang sama atau terkait.
6. Sertakan implikasi praktis: Selain memberikan kontribusi teoritis, sertakan juga implikasi praktis dari hasil penelitian.
7. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperdalam penelitian ini dengan melibatkan sampel yang lebih luas atau menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk mengukur secara lebih objektif dampak program *community relations*.
8. Peneliti masa depan dapat mengeksplorasi peran teknologi digital dalam strategi *community relations*, terutama penggunaan media social dan platform digital lainnya dalam membangun hubungan yang lebih kuat dengan komunitas lokal atau masyarakat sekitar.