BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan deskripsi dan implementasi mengenai Strategi *Public Relations* Hotel Jayakarta Bandung Dalam Mempromosikan Kamar Hotel Kepada Para Pengunjungnya, maka dapat disimpulkan :

1. Pencarian data yang dilakukan *Public Relations* Hotel Jayakarta Bandung dalam mempromosikan kamar hotel kepada para pengunjungnya adalah mempersiapkan perlengkapan-perlengkapan promosi dan media sebagai media penyampaian pesan kepada tamu, dengan cara mengkaji atau menganalisa tentang kebutuhan *(Trend)* yang sekarang berkembang. Setelah trendnya diketahui dibuatlah *flyer* tentang harga-harga kamar, membangun network, memperbanyak *data base* tamu,dibuat setiap 3 bulan sekali dan melakukan pendataan *statistic* mengenai tamu-tamu yang datang. Selain itu juga dengan mengadakan program *sales call* dan *In house salling.*
2. Perencanaan yang dilakukan *Public Relations* hotel Jayakarta Bandung dalam mempromosikan kamar hotel kepada para pengunjungnya adalah dengan melakukan program rutin seperti, *sales call, in house promo, sales blitz,* dan *sms blast.* Program-program ini merupakan sarana yang efektif untuk menjalin hubungan yang harmonis dan dinamis secara berkesinambungan.
3. Komunikasi yang dilakukan dalam mempromosikan kamar hotel, *Public Relations* Hotel Jayakarta Bandung menggunakan komunikasi yang

diaplikasikan dari perencanaan sebelumnya melalui system saluran komunikasi dua arah (*Two way communication*), jenis komunikasinya adalah Komunikasi Interpersonal *(Interpersonal Communication)* dan bentuk pesan dari komunikasi tersebut adalah *informative* dan *persuasive*. Selain menggunakan bentuk pesan *informative* dan *persuasive, Public Relations* juga perlu membangun kepercayaan pengunjung dan konsumen terhadap Hotel Jayakarta Bandung.

4. Evaluasi yang dilakukan *Public Relations* Hotel Jayakarta Bandung dengan menyediakan *guest comment* disetiap meja *restaurant, caffe, coffe shop* dan didalam kamar hotel. Evaluasi dilakukan secara rutin setiap satu bulan sekali diadakan suatu *training* bagi karyawan hotel dan diadakan *daily briefing* pada setiap *outlet* dan setiap satu bulan sekali diadakan *departemental meeting* yang berguna untuk mengetahui masalah-masalah yang dihadapi, *complain* dari para tamu sekaligus mencari pemecahan masalah tersebut.
5. Strategi *Public Relations* Hotel Jayakarta Bandung dalam mempromosikan kamar hotel kepada para pengunjungnya sudah berjalan dengan baik dilihat dari banyaknya pengunjung hotel yang semakin hari semakin bertambah.

5.2 Saran

5.2.1 Saran untuk Hotel Jayakarta Bandung

1. Bisnis yang bergerak di bidang perhotelan yang termasuk dalam industry jasa harus lebih meningkatkan fasilitas dan kualitas pelayanan kepada tamu-tamu yang datang, sebagai contoh bagian kasir yang akan lebih menarik jika posisi dan letaknya tidak jauh dari pintu masuk hotel.
2. Pihak perusahaan sebaiknya memberikan semacam *rewards* berupa kenaikan gaji bulanan kepada karyawan yang lebih memberikan kontribusi yang tinggi dalam meningkatkan hunian kamar hotel, agar para karyawan lebih termotivasi dalam menjalankan tugasnya masing-masing sehingga pelayanan yang diberikan dapat memuaskan tamu maupun pelanggan.
3. Dalam melakukan promosi khususnya periklanan, pihak hotel yang selama ini penyajian kegiatan periklanan lebih bersifat *temporary*, dimana ditayangkan apabila ada acara-acara tertentu sebaiknya dilaksanakan lebih *intensif* lagi yaitu menambahkan pemasangan iklan di media massa dan media elektronik seperti *televisi*, lebih harus melakukannya secara *continue* dan berkesinambungan. Sehingga masyarakat luas mengenal dan selalu teringat pada Hotel Jayakarta Bandung.

5.2.2 Saran untuk Mahasiswa Peneliti Selanjutnya

Pengalaman dan pengetahuan yang peneliti dapatkan dari penelitian ini membuat peneliti dapat memberikan saran untuk setiap mahasiswa agar dapat menentukan masalah yang sedang banyak dibicarakan di masyarakat supaya nantinya lebih mudah mendari data untuk kelengkapan penelitian. Selain itu penentuan judul sangat penting dalam penelitian, jadi disarankan untuk mengambil judul penelitian yang lebih sempit lagi penentuan variabelnya harus tepat supaya mudah dalam penyusunannya.