

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti kepada hotel Alana mengenai strategi komunikasi departemen sales dan marketing dalam mengembangkan kreativitas staff selama masa pandemi covid-19. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi komunikasi yang digunakan Alana untuk mengembangkan kreativitas staff nya yaitu dengan melakukan perencanaan komunikasi secara strategis melalui tahapan-tahapan sesuai dengan tujuan dan diimbangi dengan model komunikasi yang tepat dapat membantu meningkatkan kreativitas.

Keterlibatan komunikasi hubungan dengan menitikberatkan pada kepercayaan dan kedekatan psikologis membantu proses kreatif para staff dalam hal semangat kerjasama untuk memunculkan serta menghasikan ide-ide kreatif secara kolektif. Faktor lain dari berkembangnya kreativitas staff yaitu keadaan pandemi covid-19, situasi sulit ini membantu peningkatan kreativitas staff sales dan marketing, hal ini sejalan dengan prinsip proses kreatif dimana terdapat aktivitas yang mendukung terwujudnya kreativitas.

Dengan demikian, maka strategi komunikasi departemen sales marketing dalam mengembangkan kreativitas staff selama masa pandemicovid-19 yaitu dengan tetap berpedoman pada visi-misi yang disampaikan menggunakan model komunikasi hubungan salah satunya melalui proses kreatif karyawan berdasarkan situasi dan aktivitasatau kegiatan kreatif.

B. Saran

1. Bagi Hotel Alana

- a. Mengingat Alana merupakan salah satu hotel dibawah naungan Archipelago, maka segala bentuk strategi komunikasi yang terjalin seperti visi misi mengikuti Archipelago, sehingga Alana tidak dapat dengan mudah mengubah atau melakukan amandemen berdasarkan situasi yang terjadi. Maka sebaiknya Alana menyiapkan aturan tidak tertulis yang dapat dipatuhi para staff nya sebagai bentuk kepatuhan serta penguatan terhadap identitas Alana.
- b. Pengembangan kreativitas staff di Alana sendiri merupakan bentuk kerjasama kolektif hal ini diakarenakan Alana merupakan usaha penjualan jasa, sehingga kreativitas individu bukan menjadi hal utama bagi Alana. Kedepan nya ditengah persaingan industri kreatif dan pariwisata Alana juga perlu memperhatikan perkembangan kreativitas masing-masing individu sebagai aset perusahaan di masa depan.

2. Bagi Masyarakat

- a. Hotel adalah salah satu tempat terjadinya interaksi satu manusia dengan manusia lain. Di masa sulit seperti pandemi saat ini, saya harap masyarakat tidak lagi takut atau khawatir secara berlebihan jika ingin menginap di hotel. Hal ini karena berbagai tindakan pencegahan yang telah dilakukan oleh pihak Hotel untuk menjaga serta melindungi kesehatan para customer nya telah dilakukan secara maksimal. Sehingga tidak ada alasan lagi bagi customer untuk takut datang ke hotel.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif sehingga dapat memberikan penjabaran secara mendalam mengenai strategi komunikasi departemen sales dan marketing hotel Alana dalam mengembangkan kreativitas staff selama masa pandemi covid-19. Untuk peneliti selanjutnya penelitian ini juga dapat diubah bentuk menjadi bentuk penelitian kuantitatif dengan melihat korelasi antara strategi komunikasi kepemimpinan yang digunakan dengan perkembangkn kreativitas staff.

Tema lain yang masih memiliki korelasi erat dari penelitian ini yang dapat dijadikan acuan oleh peneliti seanjutnya adalah tema terkait kepemimpinan situasional dalam mengembangkan kreativitas staff. Untuk beberapa contoh penelitian diatas yang dapat dilakukan oleh peneliti selanjutnya, maka pilihan responden yang digunakan adalah karyawan Alana dengan instrumen dalam bentuk angket atau quisioner.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Yudi. Oktaria, Yetti. 2017. *Komunikasi dalam Perspektif Teori dan Praktik*. Deepublish: Yogyakarta
- Amir, Taufiq, M. 2017. *Perilaku Organisasi*. hal 66. Kencana: Jakarta
- Bungin, Burhan. cet.4, Maret 2010. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. hal 104-115. Kencana Prenada Media Group : Jakarta
- Duha, Timotius. 2018. *Perilaku Organisasi*. hal 104. Deepublish: Yogyakarta
- Fadhli, Aulia. 2017. *Manajemen Stewarding Pariwisata Dan Perhotelan*. Hal 5. Gava Media: Yogyakarta
- Hardjana, Andre. 2016. *Komunikasi Organisasi: Strategi dan Kompetensi*. Hal 22. Kompas Media Nusantara: Jakarta
- Haryono. 2015. *Dahsyatnya Pengelolaan Sumber Daya Manusia dalam Bisnis Perhotelan*. Hal 466. Bhuana Ilmu Populer: Jakarta
- Komar, Richard. 2014. *Hotel Management*. Hal 115. PT Grasindo: Jakarta.
- Kustini, Henny. 2017. *General Hotel Management*. Hal 9. Deepublish: Yogyakarta.
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Hal 246. Prenada Media Group: Jakarta
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Masa Kini*. Hal 8. Kencana: Jakarta
- Muri, Yusuf. Januari 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Hal 407. Kencana: Jakarta
- Romli, Khomsahrial. 2014. *Komunikasi Organisasi*. Hal 11. Grasindo: Jakarta.
- Statistik Hotel dan Akomodasi lain nya di Indonesia*. Tahun 2018. ISSN: 1829-9350. No. Publikasi: 06330.1901. BPS RI: Jakarta
- Siyoto, Sandu. Sodik, Ali. Juni 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Hal 76. Literasi Media Publishing: Yogyakarta
- Sulaksono, Hari. 2015. *Budaya Organisasi dan Kinerja*. Hal 89. Deepublish: Yogyakarta

Surokim. 2016. *Riset Komunikasi: Strategi Praktis Bagi Peneliti Pemula*. Hal 244. Prodi Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Budaya (FISIB) Universitas Trunojoyo Madura (UTM) dan Elmatara Yogyakarta: Jawa Timur

Suryadi,Edi.2018.*Strategi Komunikasi Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global*.Hal 5.Remaja Rosdakarya:Bandung

ARTICLE & JURNAL

Ahmad, Burhan Badari. Helpris, Estawasta, dan Umar, Halim.Tahun 2020. *Journal of Strategic Communication*. Memaknai Strategic Communication. E-ISSBN 2686-1992. Vol 11, No.1, Hal 1-11. <https://journal.univpancasila.ac.id/index.php>

Di, Yang. Feng, Wei, dan Yuan, Xin. 2010. Effect of Transactional Leadership, Psychological Empowerment and Empowerment Climate on Creative Performance Of Subordinate:A Cross-level study.. Higher Education Press and Springer- Verlag. *Front. Bus. China* 2010, 4(1): 29-46. <https://www.springeropen.com/>

Eunike, Panambunan. Farlane, dan Sifrid, Monica Kezia.September 2018. *Analysing The Influence Of Creativity And Innovation Of Employee On Development Of Maqna Hotel Gorontalo*. *Jurnal EMBA* .ISSN 2303-1174. Vol.6 No.4, Hal 3593-3602. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/>

Farshad, Morshini. Hashem, Pazhouhesh, dan Mehdi, Darini. 2011. Relationship between Employee's Innovation (creativity) and time management. *Jurnal procedia Social and Behavioral Science*. 1877-0428. Hal 201-213. <https://www.researchgate.net/publication/>

Hadi, Suffian. Hamzah, Mohammad Rezal, dan Manaf, Norhayati Abd. 2014. *Leadership:Communicating Strategically in the 21st Century* oleh. *Jurnal procedia social and behavioral science*. 1877-0428. Published by Elsevier Ltd. <https://www.sciencedirect.com/science/article>

Malik, Dedy Dhamaluddin. 2018. *Leadership Communication: Three Model Approaches*. *Jurnal atlantis press*. Vol 307. ISSN 2352-5398. <https://www.atlantis-press.com/procedings/sores>

Muftitma, Ardiansyah. Desember 2020. *Strategi Komunikasi Kepemimpinan & Manajemen dengan konsep LCCVASE (Listening, Clarifying, Confirming, Verifying, Action-Solving, Evaluating)*. *Jurnal Ilmu Usluhuddin, Adab dan Dakwah* oleh, ISSN:2715-6273 Vol 2, No 2. <https://jurnalfuad.org/index.php/islah/index>

WEBSITE & MEDIA SOSIAL

[https://www.kompas.com/tren/berdasarkan data worldometers](https://www.kompas.com/tren/berdasarkan-data-worldometers) diakses Tanggal 1 Oktober 2020

<https://covid19.go.id/p/berita/infografis-covid> diakses Tanggal 19 Oktober 2020

<https://www.kemendikbud.go.id/> diakses Tanggal 5 Oktober 2020

<https://www.cnbcindonesia.com/news/> diakses Tanggal 5 Oktober 2020

<https://image.app.goo.gl/>, diakses tanggal 7 September 2020

<https://www.alanahotels.com/>, diakses pada 7 Nov 2020

<https://images.app.goo.gl/LPDgC6ByzuYsBcR8> diakses pada 13 Maret 2021

<https://www.starjogja.com/>, diakses pada 13 Maret 2021

Akun instagram @alanayogyakarta, diakses pada 10 Maret 2021

Akun instagram @alanayogyakarta, diakses pada 6 Maret 2021

Akun instagram @awied_arya, diakses pada 6 Maret 2021