

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis pada marketing public relations The Alana Yogyakarta & Convention Center, dimana hasil yang diperoleh penulis mengenai aktivitas *marketing public relations* The Alana Yogyakarta Hotel & Convention Center dalam meningkatkan minat pengunjung pada masa pandemi Covid-19. Marketing public relations The Alana Yogyakarta telah melakukan aktivitas dalam meningkatkan minat pengunjung pada masa pandemi Covid-19 secara efektif dan efisien yakni melalui publikasi, identias media, penyelenggaraan dan pelaksanaan *event* atau acara, merancang dan menyampaikan sebuah berita dan pidato, berperan serta dalam kegiatan aktivitas social, dan melakukan *sponsorship* agar kegiatan berjalan sesuai dengan harapan *marketing public relations* dan juga manajemen perusahaan. *Marketing public relations* The Alana Yogyakarta Hotel & Convention Center juga telah menerapkan segala aktivitas sesuai dengan prosedur yang dimiliki pada manajemen perusahaan dan jaringan hotel Archipelago International.

Namun *marketing public relations* The Alana Yogyakarta selama masa pandemi Covid-19 belum pernah melaksanakan *event* besar yang diselenggarakan melalui kepanitiaan sendiri karena kurangnya tim *marketing* yang ada di The Alana Yogyakarta. Melalui hal tersebut The Alana Yogyakarta khususnya *marketing public relations* lebih memilih untuk mengencangkan ikat pinggang karena kondisi perekonomian yang belum stabil pada masa pandemic dan *marketing public relations* juga tidak menemukan keberanian dan ketertarikan dalam membuat event besar selama masa pandemic Covid-19. Bukan berarti *marketing public relations* tidak memiliki ide-ide yang menarik dan partisipasi yang sangat penting dalam pelaksanaan aktivitas yang dilakukan baik secara sendirinya maupun dengan beberapa pihak eksternal dalam menjalin kerjasama.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis pada penelitian, terdapat beberapa saran yaitu :

- A. Bagi The Alana Yogyakarta Hotel and Convention Center

- 1) Dengan melesatnya perkembangan zaman dan banyaknya inovasi terbaru baik dalam produk kamar maupun hidangan yang akan dipasarkan, The Alana Yogyakarta harus tetap dapat melakukan promosi yang jauh lebih menarik lagi khususnya dalam pembuatan konten foto dan video, desain dengan hasil kualitas dokumentasi yang lebih jernih dan presisi.
- 2) Melalui aktivitas yang telah dilakukan oleh Ibu Wiwiwed selaku Director of Marketing yang merangkap sebagai public relations dan marketing public relations yang di damping oleh desain graphic seharusnya sudah menambah anggota tim marketing sehingga tidak kesulitan dalam menjalankan aktivitasnya terutama jika ingin melaksanakan event tersendiri yang diciptakan oleh The Alana Yogyakarta Hotel & Convention Center dan juga aktivitas lainnya yang memerlukan lebih dari dua orang sehingga dapat meringankan tugas yang diembankan.

B. Bagi Masyarakat

- 1) Dengan semakin melesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi maka masyarakat diharapkan dapat menjadi pribadi yang aktif dan kreatif khususnya dalam berkomunikasi sehingga masyarakat dapat menggali dan mengasah keahlian yang dimiliki sehingga menjadikan hal tersebut sebagai kemampuan positif yang dimiliki tentunya.
- 2) Melalui perkembangan teknologi khususnya pada penggunaan sosial media khususnya pada masa pandemi Covid-19 masyarakat harus lebih melek akan pengetahuan dalam melakukan aktivitas pada sosial media terutama dalam melakukan pemasaran dimana sosial media tidak memiliki batasan dalam menyampaikan pesan dan informasi penting didalamnya justru dapat meningkatkan kemampuan dan kreativitas sehingga dapat memberikan dampak positif kepada masyarakat luas dan membentuk sebuah merek dan citra dalam aktivitas yang dilakukan secara positif.

C. Bagi Penelitian Selanjutnya

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif melalui observasi, wawancara yang dilakukan secara mendalam dalam menggali informasi kepada narasumber khususnya untuk mengetahui aktivitas

marketing public relations The Alana Yogyakarta Hotel & Convention Center dalam meningkatkan minat pengunjung pada masa pandemi Covid-19. Pada penelitian selanjutnya terdapat sejumlah informasi dan pengetahuan yang dapat digali secara luas dan mendalam seperti strategi marketing public relations dalam meningkatkan kualitas kinerja, cara marketing public relations atau perusahaan dalam membentuk dan mempertahankan citra perusahaan.