BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi *public relations* HW Hotel Padang dalam meningkatkan jumlah pengunjung hotel dan membangun citra positif. Data diperoleh dengan melakukan wawancara langsung kepada pihak *public relations* HW Hotel Padang serta mengumpulkan *review* pengunjung yang telah merasakan pelayanan HW Hotel Padang.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pihak hotel menggunakan strategi yang dianggap berbeda untuk melakukan promosi serta menjalin komunikasi dengan publik agar dapat menarik minat pengunjung dan dapat membangun citra positif dari HW Hotel Padang dari masyarakat. Strategi yang digunakan juga memanfaatkan efek psikologis dari pelanggan, dimana pelanggan akan merasa senang jika dispesialkan, yaitu dengan menginat nama mereka serta memberi kejutan di hari ulang tahunnya. Tidak luput pula dari perhatian hotel untuk menggunakan media sosial yang sedang banyak dimanfaatkan saat ini seperti *twitter,path,instagram dan facebook*, juga media lawas seperti koran dan radio. Pihak hotel terlihat telah melakukan evaluasi atas strategi yang telah digunakan nya. Hal ini terlihat pada identifikasi evaluasi program serta unsur "*with what effect*" pada model *Braddock.* Hasilnya, kebijakan tersebut mendapat respon baik dari pengunjung. Citra positif juga terbentuk dari

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

hal-hal teknis seperti posisi hotel, makanan dan keramahan staff yang di lakukan HW Hotel Padang saat ini sehingga menarik minat pengunjung hotel kembali.

5.2 Saran

Dalam uraian kesimpulan di atas maka penulis memberikan saran-saran yang di berikan dapat membantu HW Hotel Padang dalam mengahadapi kendala pada saat melaksanakan kegiataan public relations agar dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan membangun citra positif, berikut saran-saran yang dapat di berikan :

1. disarankan kepada pihak hotel agar lebih memperhatikan evaluasi terhadap kebijakan yang telah dilakukan. Sebab evaluasi inilah yang akan menjadi kunci keberhasilan strategi yang telah diterapkan oleh *public relations* HW Hotel Padang. Apabila strategi telah berjalan dengan baik, tentunya patut untuk dipertahankan. Namun apabila strategi yang diterapkan gagal, diperlukan strategi lain yang lebih akurat dan efektif yang dapat dilakukan oleh pihak hotel.
2. kepada penelitian lain disarankan untuk melakukan wawancara yang lebih mendalam, tidak hanya kepada pihak hotel saja, melainkan juga kepada pihak masyarakat serta secara khusus kepada pengunjung HW Hotel Padang untuk mengetahui efek yang didapatkan serta *feedback* yang diberikan secara langsung dari pengguna layanan HW Hotel Padang.