

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian analisis hasil penelitian yang telah dilakukan maka peneliti memperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Dalam melakukan aktivitas *media relations*, *public relations* Whiz Prime Hotel Padang menggunakan aktivitas *media relations* dengan memanfaatkan media cetak, media elektronik, hingga media online. Pemanfaatan media cetak dilakukan dengan menjalin kerja sama melalui surat kabar terkemuka di Kota Padang, selain media cetak kegiatan *media relations* juga dilakukan dengan menggunakan media elektronik seperti dengan memanfaatkan radio dan televisi lokal. Dalam rangka mendapatkan wilayah promosi yang lebih luas *public relations* Whiz Prime Hotel Padang juga melakukan kegiatan promosi dengan menggunakan media online seperti dengan menggunakan platform media online yaitu sosial media. Dan pada kegiatan khusus (*special event*) yang berjalan di tengah pandemi Covid-19 dilakukan daring melalui aplikasi “*zoom meeting*” kepada para *stakeholders/media*.
2. Pola komunikasi yang terbentuk pada Whiz Prime Hotel Padang dalam aktivitas *media relations* di tengah pandemi Covid-19 yaitu pola komunikasi Y dan pola komunikasi lingkaran. Pada pola komunikasi Y untuk eksternal perusahaan, sedangkan pada pola komunikasi lingkaran pada internal perusahaan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan diatas maka dapat diberikan beberapa saran yang dapat bermanfaat bagi:

1. Bagi *public relations* diharapkan untuk terus meningkatkan peran mereka dalam menjaga dan mendorong peningkatan *image* Whiz Prime Hotel Padang dengan cara mengoptimalkan lagi beberapa aktivitas *media relations* pada Whiz Prime Hotel Padang. Serta pada setiap aktivitas *media relations* juga membutuhkan perencanaan yang matang dan pengevaluasian atas berbagai kegiatan sebagai acuan pengembangan aktivitas *media relations* pada Whiz Prime Hotel Padang.
2. Bagi kemajuan studi Ilmu Komunikasi Universitas Andalas, perlu diperbanyak lagi kajian mengenai ruang lingkup pekerjaan Humas (Hubungan Masyarakat)/PR(*Public Relations*) khususnya pada aktivitas *media relations* dalam membantu kegiatan promosi suatu perusahaan, karena keberadaan media dianggap penting dalam peningkatan citra atau reputasi perusahaan.
3. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat menggali lebih dalam dan mengevaluasi aktivitas *media relations* efektif yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan dalam menjaga *corporate image* pada suatu keadaan krisis.

