



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang implementasi taktik Marketing Public Relations pasca *rebranding* yang dilakukan Bandara International Hotel. Peneliti dapat memaparkan simpulan sebagai berikut:

1. Dalam proses pengenalan kembali hotel pasca *rebranding*, strategi komunikasi yang digunakan oleh Bandara International Hotel adalah melakukan perubahan tampilan pada hotel serta membangun kedekatan dengan stakeholdernya. Hal ini dilakukan Bandara International Hotel dalam upaya membentuk image baru di mata publik. Bandara International Hotel melakukan beberapa implementasi taktik Marketing Public Relations seperti *event and sponsorship, press conference, penggunaan social media* dan juga *exhibition*. Hal ini dilakukan Bandara International Hotel untuk mengedukasi *public* bahwa telah terjadi *rebranding* dari Sheraton Bandara Hotel menjadi Bandara International Hotel. Dengan proses wawancara langsung yang peneliti lakukan, diketahui bahwa Bandara International hotel telah melakukan beberapa taktik MPR seperti *event dan sponsorship, penggunaan social media dan press conference* untuk meningkatkan *awareness* publik terhadap keberadaan hotel. *Event dan sponsorship* yang dilakukan hotel ini dapat dikatakan berhasil dikarenakan tamu yang hadir melebihi target atau ekspektasi mereka. Penggunaan *social media* menjadi *platform* yang sangat efektif dilakukan untuk menyampaikan informasi

seputar hotel, sehingga publik. *Wedding Exhibition* pun menjadi salah satu taktik yang menjadi andalan bisnis perhotelan untuk secara tidak langsung memperkenalkan hotel tersebut secara luas. Selain itu, Bandara International Hotel pun melakukan *press conference*. Hal ini dilakukan sebagai awal pengenalan hotel kepada publik. Sejauh ini, peneliti menilai hotel telah melakukan implementasi taktik dengan baik, namun pemanfaatan *MPR tools* lainnya belum semua dilakukan dengan maksimal.

2. Perencanaan PR yang dilakukan hotel telah hampir sesuai dengan tahapan perencanaan PR yang dimiliki Whalen, namun terdapat beberapa tahapan yang belum dilaksanakan dengan baik dikarenakan saat ini hotel masih dalam tahapan transisi seperti tahapan evaluasi. Secara *brand*, hotel ini masih berada pada tahapan *unaware of brand*, hal ini dikarenakan ruang lingkup penyebaran informasi serta publikasi yang minim sehingga belum banyak orang yang mengetahui eksistensi hotel tersebut. Namun dalam praktiknya, hotel ini tetap mengalami peningkatan secara *awareness*, hal ini dapat terlihat dari jumlah *followers social media* mereka yang mengalami peningkatan walaupun tidak dalam jumlah yang besar serta event-event yang mereka laksanakan. apalagi ditambah dengan bantuan event-event serta program-program yang telah dilakukan. Implementasi taktik MPR yang dilakukan Bandara International Hotel terlihat sangat membantu hotel ini dalam proses *rebranding* terlebihnya dalam aksi edukasi kepada pasar untuk memperkenalkan dan menginformasikan bahwa mereka bukan lagi Sheraton Bandara Hotel walaupun belum maksimal.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil temuan yang diperoleh, ada beberapa saran yang dapat peneliti berikan secara akademis dan praktis untuk penelitian selanjutnya.

### 5.2.1 Akademis

Saran secara akademis bagi penelitian selanjutnya yang membahas hal serupa, peneliti dapat menggunakan metode kuantitatif untuk mengukur efektivitas taktik Marketing Public Relations pasca *rebranding* yang dilakukan suatu perusahaan.

### 5.2.2 Praktis

1. Perusahaan diharapkan mengadakan evaluasi dengan tujuan untuk mengetahui dampak dari taktik yang digunakan, sehingga perusahaan dapat mengetahui apa saja hal yang perlu ditingkatkan dalam implementasi taktik selanjutnya.
2. Diharapkan Bandara International Hotel lebih memperbanyak penggunaan media sosial. Hal ini dikarenakan media sosial merupakan *platform* dengan dampak yang besar dalam membangun *awareness* sehingga dapat menjadi wadah yang efektif untuk perusahaan memperkenalkan *rebranding*.

Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi salah satu acuan serta pertimbangan untuk perusahaan jika akan melakukan implementasi taktik Marketing Public Relations kembali yang pastinya berdasarkan

konsep serta tahapan-tahapan yang tepat sehingga menciptakan hasil yang maksimal sesuai dengan goals serta objektif yang ditargetkan.



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA