



### **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

Dari hasil wawancara terhadap seluruh narasumber dan didukung oleh sumber lain yaitu dokumen-dokumen, maka dalam bab ini peneliti menarik kesimpulan yang juga mengacu atau merujuk pada tujuan penelitian ini , antara lain:

1. SPH sudah memakai dan memanfaatkan berbagai kanal dari bauran komunikasi pemasaran. Semua kecuali media TV, dan Billboard. Namun di antara semua kanal tersebut, yang paling diunggulkan adalah *personal selling* di mana mereka secara langsung menjalani komunikasi yang sifatnya *face to face*, dalam berbagai bentuk kegiatan. Salah satunya adalah kegiatan *sales blitz*, dan *sales call*. Dengan memasarkan jasa SPH secara tatap muka, tim *marketing* lebih leluasa dalam mempersuasi targetnya dan hal itu dibuktikan dengan mampunya SPH meningkatkan tingkat okupansi melalui cara tersebut. Selain *personal selling* juga ada *advertising* yang dianggap sangat efektif. Hal ini difaktori oleh visualisasi dari materi iklan yang ada, sehingga dapat menarik perhatian dari publik. Dengan gitanya melaksanakan berbagai kegiatan periklanan, maka SPH membanjiri *market* dengan informasi-informasi yang disampaikan melalui

media-media iklan tersebut. Dapat dikatakan SPH telah mengarah pada perencanaan strategi komunikasi yang efektif. Namun karena ada kanal-kanal komunikasi yang terlihat kurang maksimal dilakukan. Disisi lain komunikasi pemasaran yang dilakukan SPH pada akhirnya membuahkan hasil yang cukup baik, meskipun belum semaksimal mungkin, karena ada beberapa pencapaian yang diharapkan masih kurang berhasil. Seperti peningkatan *awareness* yang masih *stagnant*, terkait dengan pemahaman publik terhadap Hotel Sintesa Peninsula masih terbatas. SPH masih indetik sebagai Hotel untuk pertemuan bisnis.

2. Merujuk pada hasil wawancara penulis dengan PR *Counselor*, maka disimpulkan, SPH cukup aktif dalam memainkan peran PR. Disatu sisi peran PR SPH yang sangat luas dan strategis inidisisi lai menimbulkan bias dan sudah tidak pada wadah PR yang ideal dalam menjalankan fungsi dan perannya sebagai *public relation* dari sebuah perusahaan. Karena PR sama sekali tidak terjun secara langsung dalam kegiatan penjualan sperti yang dilaksanakan oleh tim PR SPH, melalui kegiatan *sales call*, dan *sales blitz*. Peran PR secara umumnya bersifat *technician communicator*.

U M N

## 5.2 Saran

Sehubungan dengan simpulan yang telah dijabarkan sebelumnya, terdapat beberapa saran yang semoga bermanfaat bagi SPH, yaitu :

1. SPH dalam menggerakkan kanal-kanal komunikasi pemasarannya haruslah maksimal pada setiap masing-masing kanalnya. Dalam menitikberatkan pada kanal komunikasi pemasaran tertentu, tentunya bukan menjadi persoalan, dalam hal ini adalah *personal selling* dan *advertising*. Akan tetapi akan lebih baik bila kanal komunikasi andalan tersebut juga didukung oleh kanal komunikasi lain secara maksimal.
2. Dalam praktik pemanfaatan PR diharapkan dapat disesuaikan dengan wadah dari seorang PR itu sendiri. Karena setiap divisi yang ada memiliki *job descriptionnya* sehingga hal ini tidak menciptakan *overlap* antara divisi yang terkait. Meskipun PR mencapai sasaran-sasaran *marketing* namun PR sama sekali tidak terjun langsung dalam kegiatan penjualan. Hal sebenarnya baik dalam meningkatkan tingkat okupansi namun akan sangat berdampak pada pelaksanaan peran baik itu tim *sales* yang ada maupun tim PR. Sehingga diharapkan peran dari PR SPH tidak lagi sebatas *technician communicator*.