

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Simpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian yang dilakukan mengenai Strategi Komunikasi Public Relations The Papandayan Hotel dalam Mempertahankan Reputasi Perusahaan (Studi Kasus Xperium Rep Up) dengan menggunakan konsep strategi komunikasi pada *macro level*, *meso level* dan *micro level* yang ditulis oleh Holtzhausen, The Papandayan Hotel memiliki semua level dan apabila terjadi kendala pada salah satu level juga sudah ada solusinya. Melalui PHRI (Persatuan Hotel Restaurant Indonesia), semua aspirasi dan kendala yang dialami oleh hotel dapat tersampaikan dengan baik. The Papandayan Hotel berada di Kota Bandung, Jawa Barat maka tergabung dalam PHRI Jawa Barat. Lalu, model yang dikemukakan oleh Glen M. Broom dan Bey Ling Sha, yaitu Xperium Rep Up sudah menjalankan piramida tersebut dengan baik. Dari beberapa strategi komunikasi yang dilakukan *public relations* dalam mempertahankan reputasi perusahaannya, tetapi ada yang tidak sampai pada *outcomes*, yaitu penerimaan keterangan apakah pesan surel yang dikirimkan kepada tamu dan media melalui Xperium Rep Up sudah terbaca serta diterima atau belum tidak dapat dilihat melalui Xperium Rep Up, melainkan menggunakan *tools* lainnya. Dengan kata lain, Xperium Rep Up mampu mengirim pesan surel yang sudah tersegmentasi tetapi tidak bisa melihat keefektifan pesan tersebut. Xperium Rep Up menjalankan perencanaan strategi dimulai dari *inputs*, *outputs*, *out-takes* dan *outcomes*.

Dalam perencanaan *inputs*, Xperium Rep Up menyediakan ulasan dan survei yang bisa diisi oleh tamu untuk menerima kritikan dan pujian terkait The Papandayan Hotel. Xperium Rep Up juga mampu mengumpulkan ulasan-ulasan serta data diri para tamu dari Online Travel Agents dan Guest Feedback Feed Survey dan menganalisa reputasi kompetitor. Dalam tahap *outputs*, Xperium Rep Up mampu menerima ulasan-ulasan tersebut baik dari Reviews

maupun Guest Feedback Feed Survey disertai nilainya. Berdasarkan data-data yang didapatkan pada tahap pertama, The Papandayan Hotel melakukan penawaran khusus bagi para tamu berupa diskon, *event* dan sebagainya yang lebih tersegmentasi. Ulasan-ulasan positif maupun negatif disertai nilai yang diberikan oleh tamu bisa secara langsung dilihat pada Xperium Rep Up. Tahapan *out-takes* yaitu keseluruhan ulasan-ulasan positif dan negatif dari Online Travel Agents dan Guest Feedback Feed Survey akan direspon oleh The Papandayan Hotel melalui Xperium Rep Up dengan template yang sudah ditentukan sesuai dengan kategori ulasannya.

Kemudian, pada tahap terakhir yaitu *outcomes* berupa keseluruhan ulasan yang diterima dari Property Management System (PMS) disertai nilai Net Promotor Score (NPS) yang berbeda, dikumpulkan lalu diolah ke Customer Relationship Management (CRM) untuk filterisasi tamu - tamu yang lebih tersegmentasi untuk keperluan penawaran, kemudian dari keseluruhan NPS dihitung sehingga menghasilkan Online Reputation Management Score (ORM). Pada konsep mengenai lima cara utama dalam menghadapi ancaman reputasi secara daring yang dikemukakan oleh Pownall Charlie yaitu *communicate, negotiate, leave, minimize* dan *remove* menunjukkan bahwa tidak semua cara diterapkan oleh The Papandayan Hotel.

Pada cara *communicate*, The Papandayan Hotel membalas ulasan-ulasan negatif maupun positif pada Xperium Rep Up dan untuk menjalin hubungan yang baik dengan konsumen, mereka mengadakan penawaran - penawaran khusus dan diskon. Apabila ada masalah yang dialami oleh tamu, The Papandayan Hotel meminta maaf dan mencoba memperbaikinya jika masalah tersebut dilakukan oleh pihaknya. Namun, jika masalah tersebut bukan kesalahan dari pihaknya, maka yang akan dilakukan permintaan maaf saja melalui Xperium Rep Up. Dalam merespons ulasan yang bersifat positif, The Papandayan Hotel mengucapkan terima kasih. *Negotiate* dilakukan The Papandayan Hotel dengan membuat kompromi berupa diskon saat menginap kembali, pengembalian dana dan *complimentary*. The Papandayan Hotel tidak pernah menerapkan cara *leave* untuk tidak memberi tanggapan bahkan

meninggalkan ulasan-ulasan yang disampaikan para tamu mengenai ketidaknyamanan selama menginap karena mereka berkomitmen untuk menghadapi masalah tersebut dan mencari solusi di setiap permasalahan yang ada. Kemudian, *minimize* tetap dilakukan oleh The Papandayan Hotel dengan memperbanyak ulasan yang bersifat negatif tersebut bisa tertutup sehingga perhatian publik teralihkan. Adanya ulasan mengenai fitnahan yang tidak terbukti pada Xperium Rep Up The Papandayan Hotel tetap merespons dengan menjelaskan bahwa hal tersebut tidak benar adanya dan meminta pemberi ulasan menghapus ulasan itu dengan sendirinya. Namun, jika secara kekeluargaan tidak berhasil, maka akan menempuh jalur hukum. Itulah cara *remove* yang dilakukan oleh The Papandayan Hotel.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Berdasarkan penelitian yang dilakukan berjudul “Strategi Komunikasi *Public Relations* The Papandayan Hotel dalam Mempertahankan Reputasi Perusahaan (Studi Kasus Xperium Rep Up), saran saya adalah penelitian selanjutnya harus bersifat kualitatif. Penelelitian selanjutnya dilakukan untuk mengetahui bagaimana manfaat dari strategi komunikasi *public relations* dalam membangun, mengelola, dan mempertahankan reputasi perusahaan secara daring mengikuti perkembangan teknologi.

5.2.2 Saran Praktis

Saran untuk Xperium Rep Up dalam menjalankan Strategi Komunikasi *Public Relations* adalah berdasarkan konsep yang dikemukakan oleh Glen M.Broom dan Bey-Ling Sha dari *inputs* sampai dengan *outcomes*, Xperium Rep Up harus lebih memiliki aktifitas *Public Relations* yang bervariasi dalam mempertahankan reputasi perusahaan secara daring. Misalnya, melalui Xperium Rep Up bisa mengirim surel ke media-media tetapi tidak bisa mengetahui apakah pesan tersebut sudah

dibaca atau belum pada Xperium Rep Up sudah bisa filterisasi, sangat disayangkan apabila pada aktifitas tersebut tidak terjadi *outcomes* serta meskipun ada pemberitahuan mengenai ulasan terbaru dari Guest Feedback Feed juga ada pemberituannya. Selain itu, penting bagi perusahaan untuk menyediakan platform khusus untuk mengumpulkan kritikan yang disampaikan para tamu mengenai masing-masing departemen yang harus ditingkatkan dan apa saja yang sudah ditingkatkan agar lebih diperhatikan dan tidak terulang kembali di kemudian hari.

