

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

ARTOTEL Surabaya dengan mengusung konsep hotel butik yang bertemakan seni kontemporer Indonesia, dengan bekerja sama dengan beberapa artis lokal Indonesia untuk memperkenalkan seni bukan hanya untuk nasional saja melainkan dapat menunjukkan sampai internasional. *Public Relations* (PR) yang bertanggung jawab akan komunikasi yang dilakukan perusahaan baik untuk pihak internal maupun eksternal. Sehingga PR harus memiliki beberapa program yang nantinya akan dapat mengkomunikasikan sesuai visi dan misi dari sebuah perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa strategi *Public Relations* yang digunakan oleh ARTOTEL Surabaya dalam mengkomunikasikan *corporate identity* kepada publik eksternal adalah sebagai berikut: Pencarian Data Terkait Pembuatan Program *Public Relations* ARTOTEL Surabaya yang berupa observasi dan isu sosial yang terjadi dalam kurun waktu tertentu, sehingga muncul sebuah *event* untuk menjawab hasil temuan dari observasi dan isu sosial yang ada.

Melakukan Perencanaan dalam Program *Public Relations* yang dilakukan merupakan cara PR untuk melakukan promosi sebelum *event* dimulai dan menentukan siapa saja yang terlibat di dalam acara tersebut. Dengan melakukan sesuai dengan visi dan misi serta target sasaran yang ditujukan. Proses Komunikasi yang dilakukan *Public Relations* ARTOTEL Surabaya melalui promosi yang dilakukan melalui *talkshow* di radio-radio

dan menggunakan media sosial *Instagram* untuk memberikan informasi sekaligus mengajak publik untuk datang ke ARTOTEL Surabaya. Dokumentasi acara dan melakukan *story* di *Instagram* juga menjadi salah satu cara komunikasi.

Memonitoring Setelah Acara disini PR ARTOTEL melakukan evaluasi setelah acara selesai dan dilakukan bersama tim. Perihal yang dibahas di evaluasi tentunya kendala-kendala yang terjadi selama proses pembuatan acara hingga acara selesai, dimaksudkan guna dapat menjadi pembelajaran untuk program berikutnya agar kesalahan tidak terulang kembali dan PR akan mengevaluasi melalui klipping pers dan berbagai pesan yang dilakukan oleh beberapa media massa yang telah bekerja sama dengan ARTOTEL Surabaya. Tidak hanya itu saja, melainkan membuat sebuah laporan tentang media sosial. Dalam strategi ini, semuanya saling berkaitan satu sama lain. Sehingga menghasilkan dampak yang sesuai dengan harapan PR sendiri. Berbagai kegiatan acara diadakan oleh ARTOTEL Surabaya, membuat publik pun merasa lebih tahu ARTOTEL Surabaya merupakan hotel yang mengangkat tema seni Indonesia. Sehingga menimbulkan adanya *guest repeater* di ARTOTEL Surabaya.

V.2 Saran

V.2.1 Saran Akademik

Dalam penelitian ini, peneliti meneliti mengenai Strategi *Public Relations* ARTOTEL Surabaya dalam mengkomunikasikan *corporate identity* kepada publik eksternal. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat memperdalam lagi mengenai cara *Public Relations* mengkomunikasikan *corporate identity* kepada publik eksternal.

V.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil analisis terhadap Strategi *Public Relations* ARTOTEL Surabaya dalam mengkomunikasikan *corporate identity* kepada publik eksternal, peneliti melihat bahwa pada tahap komunikasi, karena PR ARTOTEL hanya satu orang saja itu membuat terlihat kesusahan jika sudah menjalanin sebuah acara. Proses komunikasi kepada publik khususnya media, akan terganggu oleh adanya dokumentasi di media sosial. Sehingga membuat menjalin hubungan dengan publik sedikit terganggu.

DAFTAR PUSTAKA

About ARTOTEL.2012

Ardianto,Elvinaro.2014.*Handbook of Public Relations Pengantar Komprehensif*.Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Argenti, Paul A.2010.*Komunikasi Korporat*.Jakarta:Salemba Humanika

Bajari,Atwar.2014.*Media Public Relations; Pendekatan Studi Kasus Cyber Public Relations Sebagai Metode Kerja PR Digital*.Yogyakarta: Graha Ilmu

Margono, Sumardi, Sigit Astono,Sri Murtono.2007.*Apresiasi Seni 3 – Seni Rupa & Seni Teater*.Ghalia Indonesia Printing (E-Book)

Moleong,Lexy J.2016.*Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Oliver, Sandra.2007.*Public Relations Strategy*.Erlangga

Sugiyono.2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta cv

Soemirat, Soleh, Elvinaro Ardianto.2016.*Dasar-Dasar Public Relations*.Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Westcott, Alessandri Sue, Todd Alessandri.2004. *Promoting and Protecting Corporate Identity:The Importance of Organizational and Industry Context*.Corporate Reputation Review 7.3.

Yin, Robert K. 2015. *Studi Kasus: Desain dan Metode*. PT Raja Grafindo

Persada: Jakarta

Yoeti, Oka A. 2003. *Hotel Public Relations*. Jakarta: PT Perca

Media Online :

<https://www.google.co.id/amp/properti.kompas.com/amp/read/2014/08/26/195609021/Dalam.Dua.Tahun.Surabaya.Bangun.16.Hotel>. Diakses pada 27 Oktober 2017, 15.45

<https://id.beritasatu.com/home/menjemput-tamu-di-titik-nol/109314>

Diakses pada 4 November 2017, 10:35

<http://www.beritasatu.com/figur/227931-merasakan-dunia-bawah.html>

Diakses pada 22 November 2017, 09:58

<https://m.youtube.com/watch?v=K5MApVVbk10> Diakses pada 14

Desember 2017, 10:00

<http://m.harnas.co/2016/04/15/pesona-seni-budaya-di-hotel-butik> Diakses

pada 18 Desember 2017, 09:00

<http://swa.co.id/next-gen/eratus-radjimin-suguhkan-seni-kontemporer-di-hotel> Diakses 18 Desember 2017, 11:15

<http://www.kemenperin.go.id/artikel/15421/Menperin:-Gaya-Hidup->

[Dorong-Industri-Kopi-Tumbuh](http://www.kemenperin.go.id/artikel/15421/Menperin:-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kopi-Tumbuh) Diakses 8 Januari 2018, 19:20

<https://www.jawapos.com/radarbojonegoro/read/2017/10/04/17357/jadi-favorit-senam-ini-bikin-aura-perempuan-tambah-cantik> Diakses 8 Januari 2018, 19:30

<http://id.beritasatu.com/home/harapan-untuk-penyandang-mental-disabilitas/168830> Diakses pada 8 Januari 2018, 20:00