

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Media promosi yang digunakan di lingkungan Hotel Santika BSD City diantaranya, poster, banner, flyer, TV Promo dan *Guest TV*. Sedangkan media promosi yang bersifat eksternal media diantaranya, *website* Santika, majalah, koran, dan brosur yang dibagikan pada saat kegiatan *Sales Call*.

Aspek pertama pemanfaatan yaitu pemanfaatan sebagai teknologi mesin telah terlaksana yaitu memanfaatkan teknologi mesin cetak dan teknologi komunikasi dan media *online* untuk menciptakan media promosi. Aspek pemanfaatan yang kedua, yakni pemanfaatan sebagai tutor, dapat dilihat bahwa pemanfaatan media promosi Hotel Santika telah berperan dalam menunjukkan segala informasi yang mampu mengarahkan pengunjung sehingga mereka mengetahui kegiatan apa saja yang ada didalam hotel.

Aspek pemanfaatan yang ketiga yaitu pemanfaatan sebagai pengubah prilaku, yakni media promosi mencoba merubah *mindset* pengunjung tentang suasana hotel yang internasional menjadi lebih tradisional. Aspek pemanfaatan yang keempat yaitu pemanfaatan sebagai motivasi belajar, maksudnya *Public Relations* menggunakan media promosi untuk mengevaluasi apakah media promosi yang digunakan telah tepat sasaran atau perlu mengubah segala sesuatunya agar menjadi lebih baik lagi.

Aspek kelima dari teori pemanfaatan yaitu pemanfaatan sebagai alat berfikir dan memecahkan masalah. Perencanaan kegiatan promosi yang dilakukan telah difikirkan secara matang dan terkonsep agar strategi promosi *Public Relations* dapat dijalankan secara maksimal dan dapat meraih tujuan yang dikehendaki yaitu menciptakan identitas perusahaan serta meraih profit.

Pemanfaatan media promosi yang dilakukan oleh *Public Relations* Hotel Santika BSD City terbilang cukup efektif dan efisien dimana media promosi yang digunakan telah mencakup publik internal dan eksternal dari pengunjung hotel.

V.2 Saran

Pemanfaatan media promosi di dalam lingkungan Hotel Santika BSD City sudah cukup variatif, namun alangkah lebih baiknya apabila pemanfaatan media promosi dapat lebih intensif sehingga isi pesan dari media promosi tersebut dapat diserap lebih baik bagi para pengunjung.

Penempatan media promosi seperti poster di koridor hotel dirasa kurang tepat karena sangat sedikit calon pengunjung yang dapat melihat poster tersebut. Sebaiknya poster di koridor dipindahkan ke tempat yang lebih terlihat seperti di area lobby ataupun di area mezanin.

Pemanfaatan *website* yang telah dilakukan oleh pihak hotel dan sistemnya sudah terbilang baik dimana perusahaan selalu memperbaharui isi dari *website* perusahaan. Namun terkadang postingan lama mengenai promosi yang telah usai dijalankan tidak kunjung dihapus sehingga dapat memberikan informasi yang salah kepada calon pengunjung dan pengunjung maka sebaiknya kepengurusan *website* harus dilaksanakan dengan lebih baik.

Kekurangan dari Hotel Santika BSD City adalah kamarnya yang terlalu kecil. Sebaiknya kamar hotel ditata ulang agar memberikan ruang yang lebih luas. Selain itu letaknya yang bersebelahan dengan Mall membuat hotel terkadang mendapatkan kebisingan dari acara yang diadakan oleh Mall. Sebaiknya hotel memberikan peredam suara pada setiap ruangan yang terkoneksi langsung dengan mall agar kebisingan dapat ditanggulangi.