

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian Manajemen *Event* Malam Tahun Baru 2024 sebagai Strategi Marketing Public Relations Java Heritage Hotel, kesimpulan yang dapat diambil sebagai berikut:

1. *Event* Malam Tahun Baru 2024 bertajuk “*Java Heritage The Greatest Show*” merupakan aktivitas *marketing public relations* sebagai sarana komunikasi yang dilakukan untuk penguatan branding perusahaan. Penyelenggaraan *event* malam tahun baru 2024 melibatkan strategi *marketing public relations* melalui manajemen *event* yang berjalan dengan baik yang terdiri dari empat tahap, yaitu riset, perencanaan & pemrograman, aksi dan komunikasi serta evaluasi.
2. Meskipun *event* berjalan dengan baik, ada beberapa hal yang belum dilakukan oleh Java Heritage Hotel yakni riset dan evaluasi secara lebih terstruktur dan sistematis. Adapun hal yang dilakukan sebagai prioritas utama dalam manajemen *event* Java Heritage Hotel, yaitu publikasi secara masif dan terencana. Pada program komunikasi, pesan pada promosi *event* dilakukan untuk mendapatkan perhatian publik (*Attention*), mempertahankan minat (*Interest*), membangkitkan hasrat (*Desire*), dan meraih tindakan (*Action*) untuk menghasilkan respons pembelian yang positif. Pengemasan konten disebarluaskan melalui media komunikasi dalam bentuk media cetak dan media digital untuk mempublikasikan keseluruhan acara malam tahun baru 2024 baik pra *event*, *event* dan pasca *event* dengan tujuan untuk menguatkan *branding* Java Heritage Hotel di mata publik.

#### **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang sudah dijelaskan, saran yang dapat diberikan antara lain:

1. *Event* malam tahun baru merupakan *event* yang biasa diselenggarakan oleh banyak perusahaan baik dalam bidang *hospitality* atau industri yang lainnya. Oleh karena itu, kepada manajemen, disarankan untuk mempertimbangkan kompetitor dalam menyelenggarakan *event* malam tahun baru dengan

melakukan riset eksternal. Hal ini dapat menunjang perencanaan *event* agar dapat dilakukan dengan lebih baik.

2. Evaluasi *event* hendaknya dilakukan secara formal dan sistematis. Hal ini dilakukan agar hasil dari evaluasi dapat digunakan untuk melakukan penilaian terhadap perencanaan dan realisasi *event* dengan lebih terukur.
3. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya melakukan penelitian untuk dapat mengetahui seberapa besar pengaruh *event* terhadap penguatan branding perusahaan.

