

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Bedasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai implementasi model *public relations* pada PT. Revolusi Sejuta Rasa dalam mempertahankan loyalitas pelanggan maka kesimpulan dari penelitian ini yaitu tujuan dari karakteristik model *public relations* menggunakan *press agentry model* karena tujuan dari PT. RSR Brew menciptakan produk terbaik dan melakukan publikasi untuk menarik perhatian masyarakat maupun media dengan menyebarkan informasi melalui sosial media dan tour di beberapa kota.

Sifat atau arah komunikasi dari karakteristik model *public relations* dalam penyebaran informasi cenderung menggunakan satu arah yaitu *press agentry model*, tetapi dalam menangani konflik dan keluhan pelanggan PT. RSR Brew menggunakan model *public relations* dua arah yaitu *two-way asymmetric model* dengan melakukan diskusi bersama secara langsung dalam kegiatan yang diadakan oleh PT. RSR Brew tetapi komunikasinya tetap didominasi oleh perusahaan.

Model komunikasi dari karakteristik model *public relations* menggunakan *two-way asymmetric model* dengan PT. RSR Brew sebagai sumber pemberi pesan dan publik atau masyarakat sebagai sasaran penerima pesan yang nantinya akan menghasilkan feedback dari penerima pesan karena dilihat dari dialog wawancara yang dijelaskan oleh public relations PT. RSR Brew dijelaskan bahwa dalam menjalin relasi mereka memersuasi dan mensurvey sebelum bertemu pihak eksternal. Hal ini termasuk karakteristik model *public relations two-way asymmetric*.

Penelitian dari karakteristik model *public relations* menggunakan *two-way asymmetric model*. Hal tersebut dikarenakan PT. Revolusi Sejuta Rasa hanya melihat respon dari masyarakat saja. Dalam penelitian ini *founder* PT. RSR Brew mengungkapkan loyalitas pelanggan sangat penting bagi perusahaan oleh karena itu perusahaan bergantung pada *public relations* sehingga sangat mengutamakan pelanggan dan memberikan pelayanan yang sangat baik agar masyarakat atau publik menaruh kepercayaan kepada PT. RSR Brew.

PT. Revolusi Sejuta Rasa atau PT. RSR Brew lebih banyak menerapkan *two-way asymmetric model* dari keempat karakteristiknya, walaupun dua dari keempat karakteristik lainnya menggunakan *press agentry model*.

5.2 Rekomendasi

Bedasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang sudah dibahas, peneliti ingin menyampaikan rekomendasi yang nantinya diharapkan akan bermanfaat bagi pihak – pihak

yang terkait dalam penelitian ini. Harapan peneliti secara akademis agar penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan penelitian lanjutan bagi peneliti yang akan datang. Peneliti selanjutnya dapat menggali lebih dalam mengenai implementasi model *public relations* dan peneliti selanjutnya dapat mengubah subjek dan objek penelitian agar mendapat penemuan baru yang akan sangat bagus dalam pengimplementasian model *public relations*.

Secara praktis, harapan peneliti bagi perusahaan di bidang produsen produk liquid atau yang lainnya hasil dari penelitian ini dapat menjadi acuan dalam menerapkan model komunikasi *public relations* dalam melakukan aktivitas bisnisnya. dapat mengidentifikasi pengaruh apa saja yang menjadi pembentuk loyalitas pelanggan, sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan model *public relations* yang akan diambil oleh perusahaan di waktu yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainnurahmah, S. (2018). Strategi Public Relations “Bina Antarbudaya” Dalam Menarik Minat Siswa Sma Sederajat Untuk Mengikuti Intercultural Program. *repository untagsby*.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Barkah, A., Mardiana, T., & Jappar, M. (2020). Analisis Implementasi Metode Pembelajaran Dalam Masa Pandemi Covid-19 Pada Mata Pelajaran Pkn. *pedagogi Jurnal penelitian pendidikan*, vol 7 no 2.
- Chairy, P. (2021). Analisis Loyalitas Pelanggan Ditinjau Dari Faktor Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Sepeda Motor Ahass 2192. *Juripol*, vol 4 no 1.
- Jamaludin, P. P. (2021). Peranan Motivasi Kerja Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Pada PT Koza Presisi Indonesia Kota Tangerang. *jurnal ilmiah komunikasi bisnis*, vol 7 no 2.
- Jatmiko, R. (2012). Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sebagai anteseden loyalitas pelanggan. *e-journal.umm.ac.id*.
- kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. jakarta: kencana.
- Kriyantono, R. (2017). *Teori-Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal*. kencana.
- Luqman, Y. (2013). Peran dan Posisi Hubungan Masyarakat Sebagai Fungsi Manajemen Perguruan Tinggi Negeri di Semarang. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol 2 no 1.
- lazuardi, A. I. (2017). Gaya Hidup Pengguna Vape (Studi Deskriptif Pada Mahasiswa Universitas Airlangga Kampus B). *Repository.unair.ac.id*.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta.
- Nurtjahjani, F., & Treviana, S. (2018). *Public Relarions Citra dan Praktek*. Malang: Polinema Press.
- Rochmani, D. (2021). Rebranding Implementation Dari Perumahan Istana Candi Mas Regency Menjadi Citra Cemerlang Residence Sebagai Model Public Relations. *Relasi jurnal penelitian komunikasi*, vol 1 no 2.
- Romadhon, M. I., Darmawan, A., & Windiarti, A. (2019). Peran Public Ralations Dalam Membangun Citra Di Atlantis Land Surabaya. *jurnal representamen*, vol 5 no 1.
- Romadhon, M. I., Rohimah, A., & Pradana, B. A. (2019). Implementation Of Public Relatrions Model In Socializing Local Culture To Sumenep's Young Generation. *Metakom Journals*, vol 3 no 2.

Silintowe, Y. B., & Margareta Cahya Christy Pramudita. (2016). Komunikasi Bisnis Lintas Budaya Sekretaris Pada Atasan (Studi Pada Alila Hotel Solo). *jurnal komunikasi*, vol 8 no 2.

Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: literasi media publishing.

Yunus, M. R., & Riatno, E. B. (2019). Peran Public Relation Dalam meningkatkan Citra Perusahaan Melalui Program Corporate Social Responsibility Pada PT. Angkasa Pura I (Persero) Cabang Bandar Udara Frans Kaisiepo Biak. *Copi Susu: Jurnal Komunikasi, Politik & Sosiologi*, vol 1 no 1.

Sejarah Rokok Elektrik, www.rokokelektrik.com/2010/05sejarah-rokok-elektrik.html, diakses pada 8 Februari 2022 pada pukul 10. 45 WIB.

PT. Revolusi Sejuta Rasa, <https://13goesmad.wixsite.com/mysite>, diakses pada 19 Mei 2022 pukul 13.20 WIB.