

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari penelitian yang penulis lakukan tentang bagimana strategi *public relations* dalam *rebranding* hotel Somerset menjadi hotel Verwood, peneliti membuat kesimpulan bahwa untuk melakukan strategi dalam *rebranding* juga harus memperhatikan langkah-langkah yang harus dilakukan terlebih dahulu dan dalam membangun citra baru perusahaan agar langkah tersebut dapat di pahami dan pesan yang di sampaikan dapat sampai oleh masyarakat atau *customer*. Dengan adanya konsep strategi ini maka Verwood Hotel telah melakukan semua konsep dengan baik. Sudah berjalan tiga tahun dalam rebranding dan Verwood Hotel dirasa sudah berhasil melakukan *rebranding* dan membangun citra kembali agar tetap bertahan dan meningkatkan tentang eksistensi dalam dunia *Hospitality Industry*. Dengan harapan menjadi *competitor* terbaik di wilayah Surabaya Barat.

5.2 Rekomendasi

Setelah peneliti melakukan penelitian tentang Strategi *Public Relations* dalam *Rebranding* peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penelitian ini. Maka maka rekomendasi atau saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut :

1. Melalui *Rebranding* masyarakat akan mengenal citra dari Hotel Verwood Sehingga masyarakat memilih Kota Surabaya untuk tempat tinggal, wisata, investasi, tujuan wisata, dan penyelenggaraan kegiatan-kegiatan lainnya.
2. Bagi pembaca mohon lebih selektif lagi jika ingin melakukan strategi *public relations* agar tidak salah dalam mengambil langkah jika ingin melakukan *rebranding*.

Daftar Pustaka

- Adiwijaya, Michael. (2013). Perluasan Merek “*Strategi Jitu Peluncuran Produk Baru*”. *International Research Journal of Business Studies*.
- Agustin, Belinda. (2018) Strategi *Rebranding* El Royale Hotel Bandung (Studi Kasus Mengenai Strategi *Rebranding* Grand Royal Panghegar Menjadi eL Royale Hotel Bandung Dalam Mempertahankan Citra Di Kalangan Pelanggan). Diss. Universitas Komputer Indonesia.
- Aline Wheeler, (8 Agustus 2016) Identitas *Branding* Diakses melalui http://creativeastro.tv/wp-content/uploads/2014/06/AlinaWheeler_DesigningBrandIdentity.pdf diakses tanggal 8/10/2016/19.28
- Amanda, Fransisca. (2013). *Strategi public relations* dalam proses *re-branding hotel* nikko jakarta menjadi pullman Jakarta indonesia. Diss. Universitas Multimedia Nusantara.
- Anisa Istiqomah, Siti, et al. (2015). Strategi *Rebranding* Best Western Premier Hotel Solo Menjadi The Royal Surakarta Heritage (Studi Deskriptif Kualitatif). Diss. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Chubby Rawit, (8 July 2019). *Rebranding* apa dan mengapa itu penting, Diakses melalui <https://chubbyrawit.id/rebranding-apa-dan-mengapa-penting/>
- Cris Pearson, (2010), *Public Relations* Definisi,Fungsi, Tujuan *Public Relations*. Dikases Oleh <https://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/07/public-relation-definisi-fungsi-dan.html>
- Cyber PR, (12 Juli 2017), Strategi *Public Relation* Firsan Nova. Diakses melalui <https://prcfikomupiyai.wixsite.com/website/single-post/2017/07/12/Strategi-Public-Relations>
- Dewi, Mutia, and Marcha Runyke. (2013) "Peran *Public Relations* dalam Manajemen *Event* (Studi Terhadap Peran Public Relations Galeria Mall dan Plaza Ambarrukmo dalam Pengelolaan Event Tahun 2013)." *Jurnal komunikasi* 8.1:79-90.

- Didik, Trisbiantoro. "Modifikasi Nama Logo dan Inovasi Produk Baru sebagai *Rebranding* dan Strategi *Marketing PR* Hotel Inna Simpang Surabaya." *Praktik Public Relations di Era Disruptif PR NOW*.
- Effendi, Onong U. (2002). *Dinamika Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung. PT. Remaja
- Fairuz, Fathiyyah, and Sintar Nababan. (2017). “*Strategi Public Relations (PR) dalam Rebranding New Saphir Hotel Yogyakarta.*” *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi* 1.1:16-25.
- Gunawan, Imam. (2013) "Metode penelitian kualitatif." Jakarta: Bumi Aksara 143.
- Julien Cayla and Eric J.Arnould. 2015. *A Culture Approach to Branding in the Global Market Place.Journal of International Marketing*. Vol. 16. No. 4. ISSN 1069-031X.
- Kartono, Kartini. (2000). Pemimpin dan Kepemimpinan. Bandung. Mandar Maju. Kennedy John E, and Dermawan R Soemanegara. 2006. Marketing Communications. Jakarta. PT. Bhuana Ilmu Populer.
- Kurniawan, Rian, and Joko Sutarso. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam *Branding Hotel Lor In Syariah Surakarta Tahun 2016 (Studi Deskriptif Kualitatif Branding Hotel Lor In Syariah di Surakarta Tahun 2016)*. Diss. Universitas Muhamadiyah Surakarta.
- Liestari, Haifa Arum. (2016) *Strategi Public Relations (PR) dalam Rebranding di PT Asuransi Jiwasraya Semarang*. Diss. Fakultas Ilmu Komunikasi UNISSULA.
- Mohammad Insan Romadhan . Maret 2020 Membangun Citra Budaya Masyarakat Sumenep Melalui Festival Musik Tong-Tong. *Meta Communication;Journal Of Communication Studies*
- Nurhandono, Indra. (2009), "Strategi Komunikasi Rebranding Melalui IMC (Studi Kasus Tentang Strategi Komunikasi Dalam Pergantian Merek *Quality Hotel Solo* Menjadi *The Sunan Hotel Solo*).
- Putra, Gema Alfa. (2016). *Branding 101 – Pengetahuan Dasar dan Definisi Branding*.

Rachmat Kriyantono, Ph.D. (2006). Teknik Praktis Riset Komunikasi, Disertai Contoh Praktis Riset Media, *Public Relations, Advertising*, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran.

Rahmat, Jalalludin.2004. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya. Soemanegara. 2006. *Strategic Marketing Communication* (Konsep Strategi dan terapan). Bandung. PT. Alphabeta.

Razali Yunus, (2 Oktober 2018), Teori Belajar Sibernetik dan Implementasinya dalam Pelaksanaan Diklat. Journal of Education Science Vol. 4 No. Universitas Ubudiyah Indonesia e-ISSN : 2615-5338

Rian Kurniawan, 2016, Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Branding Hotel Lor Syariah, Diakses melalui <https://www.google.co.id/#q=Strategic+Branding:+What+is+the+online+tourism+promotional+material+saying+about+Portugal./dia>kses tanggal 14/4/2016/13.15

Rosdakarya

Susanti, Emilia. (2014). Strategi *Public Relations* Dalam Meningkatkan Citra Organisasi." Jurnal Administrasi Perkantoran (JPAP) 2.2.

Tanenbaum, Rikki. (2006). Multy *Brand Hopitality Operations Branding Strategies*. *Journal of Brand Management*.