

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian data di lapangan dan pembahasan, pendekatan ini berbicara kualitatif sebagai metodologi penelitiannya, yakni penelitian yang bertujuan untuk menjalankan fenomena melalui pengeumpulan data sedalam-dalamnya. Penelitian ini dilakukan di Kota Jakarta Selatan yaitu di Pejaten Mall yang berjudul *Peranan Public Relation Dalam Mempertahankan Kerjasama Dengan Tenant Outlet (Food and Beverage)*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dan bersifat deskriptif. Berdasarkan uraian pada hasil penelitian dan pembahasan di atas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dalam melakukan sebuah hubungan untuk mempertahankan kerjasama antara *Public Relation* dengan *Tenant Outlet F&B*, maka *Public relations* mengedepankan pelayanan dan kerjasama yang baik disertai dengan upaya secara optimal yang dilakukan oleh *Public Relations* Pejaten Mall.
2. Peranan *Public Relation* dalam melakukan hubungan kerjasama dengan *Tenant* Marugame Udon, Hoka – Hoka Bento, dan Steak 21 sudah di laksanakan secara optimal seperti sebagai konseptor, stage manager, fasilitator komunikasi (*writing media release*), fasilitator proses pemecahan masalah (*problem solving process fasilitator*) dan teknisi komunikasi (*publisitas dan media relations*) hingga dapat mempertahankannya hingga sekarang, terhitung selama 6 tahun lamanya.
3. *Public Relation* Pejaten Mall memiliki hubungan kerjasama dengan banyak pihak internal maupun eksternal. *Public Relation* Pejaten Mall yang terlibat dalam pelaksanaannya, bidang tanggung jawab bagian *Public Relation* adalah komunikasi, pengiriman surat ke *tenant* tentang kondisi baru atau *invoice*, kunjungan ke *tenant*, juga jika terjadi kendala di bidang pelayanan, membuat berita acara untuk segala *schedule* kegiatan, *meeting* dengan vendor, *tenant* atau pun pihak berkepentingan lainnya

4. Faktor pendorong dari mitra bisnis untuk mempromosikan di Pejaten Mall yaitu dengan melakukan kegiatan baik secara internal dan eksternal dalam sebuah organisasi yang akan membantu segala aktivitas dalam berbagai tujuan organisasi yang ada dilingkungan di Pejaten Mall. Adapun yang dimaksud dengan kegiatan internal seperti membuat *event* di Pejaten Mall. Adapun kegiatan eksternal yaitu kegiatan di luar Pejaten Mall.
5. Department *Public Relation* Pejaten Mall sebagai fasilitator komunikasi yang dimana peranan sebagai penghubung komunikasi antara pihak pengelola Pejaten Mall dan *tenant*, pemecah masalah, Peranan *Public Relation* disini adalah untuk memfasilitasi proses penyelesaian masalah dari *tenant*. Dalam peranan teknisi komunikasi, *Public Relation* Pejaten Mall mengemban tugas yang berkaitan dengan keterampilan teknis komunikasi.
6. Dengan adanya peranan *Public Relation* yang dilibatkan dalam pengelolaan *event*, Pejaten Mall dapat menyebarkan informasi yang dimiliki tentang *event* kepada publik melalui semua peranan yang dijalankan oleh *Public Relation*. Di tahun-tahun yang akan datang tentunya peranan *public relation* juga pasti akan berkembang sesuai dengan perkembangan teknologi dan *Public Relation* Pejaten Mall mampu untuk terus menjalankan perannya lebih baik lagi.

5.2. Saran

Berdasarkan data-data, temuan-temuan, dan hasil penelitian yang diperoleh melalui penelitian, terdapat beberapa saran sebagai kesempurnaan dan kelengkapan penulisan skripsi penulis, yaitu:

1. Saran segi Praktis
 - a. PR diharapkan harus memastikan bahwa komunikasi tidak hanya satu arah dari manajemen mall ke tenant, tetapi juga sebaliknya. Hal ini akan membantu membangun hubungan yang saling menguntungkan dan memperkuat kepercayaan antara kedua belah pihak.

- b. Diharapkan dapat membangun kepercayaan yang sangat penting dalam hubungan antara manajemen mall dan tenant adalah kepercayaan. PR harus terus berusaha membangun kepercayaan dengan cara konsisten, transparan, dan komunikatif.

2. Saran Segi Teoritis

- a. Disarankan bagi peneliti selanjutnya agar dapat melakukan penelitian dengan sumber lain yang melihat urgensi ilmu komunikasi (teori komunikasi) khususnya pada profesi public relation sejalan dengan interpretasi keadaan global

