

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini penulis mengelompokan menjadi dua kategori yaitu, kesimpulan dan saran, bagian kesimpulan berisi tentang intisari dari hasil penelitian, sedangkan bagian saran berisikan tentang masukan-masukan baik itu untuk perusahaan dan juga Divisi Media Relations di Mal Revo Town.

5.1 Kesimpulan

Sebagaimana sesuai dengan fokus penelitian ini yaitu tentang bagaimana peran Media Relations Revo town dalam Membangun *brand image* baru pasca *re-branding* menjadi Revo Town, metode penelitian deskriptif kualitatif, menggambarkan penelitian yang menyeluruh secara konferhensif, untuk permasalahan tersebut penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan study kasus. Dalam menentukan informan, ditentukan berdasarkan informasi dilapangan, setelah penulis melakukan penelitian akhirnya penulis menentukan enam informan salah satunya sebagai *key informan* yang ada di Mal Revo Town.

Berdasarkan hasil wawancara dari keseluruhan informan penulis melihat peran yang dijalani divisi media relations Mal Revo Town berjalan dengan baik sesuai dengan Uraian tentang *media relations* itu bisa dilihat keterkaitannya untuk membentuk pengertian *media relations*. Pertama, *media relations* itu berkenaan dengan media komunikasi. penulis menyimpulkan bahwa ada 3 (tiga) peran media relations Revo Town untuk membangun *brand image* baru pasca pergantian nama

mal Bekasi Square menjadi Revo Town, tiga kegiatan yang dilakukan media relations mal Revo Town pada *customer* yaitu, Kegiatan Publikasi Nama Mal Revo Town Melalui Media, Membuat Program Acara Dalam Rangka Menjalin Hubungan Baik Kepada Customer, Kegiatan Media Relations pada Sosial Media.

Tiga kegiatan tersebut bersifat berkesinambungan tidak hanya karena pergntian nama tapi memang itu dilakukan mengingat banyaknya persaingan pada bisnis mal di kota bekasi, ketiga kegiatan tersebut penulis dapat katakana berhasil dan sangat berjalan dengan baik, hasil yang menunjukkan bahwa pengunjung merasakan apa yang ingin disampaikan oleh MANajemen Revo Town melalui Sivis Media Relations.

Peran Media Relations Mal Revo Town penulis dapat menyimpulkan dalam penelitian ini yaitu dalam membangun *brand image* baru pada *customer* sangat didominasi dengan kegiatan dvisi media relations, pelaksanaan kegiatan juga berjalan dengan baik, mengaktifkan media sosial hingga publikasi melalui media massa yang bertujuan untuk membangun image baru pada pengunjung serta masyarakat, hampir rata-rata informan menjawab kegiatan divisi media relations Mal Revo Town sudah berjalan dengan baik, sehingga terciptanya pula hubungan baik antara Mal Revo Town dengan *customer* dan para penyewa tempat.

5.2 **Saran**

Penulis melihat dari hasil penelitian yang penulis jalankan, Mal Revo Town hanya saja menambah kegiatan yang lebih menarik, karena dari semua fasilitas sudah sangat mendukung untuk dijadikan tempat kumpul bersama para masyarakat bekasi. Penggunaan media yang digunakan ditambah untuk lebih menyebarluaskan Mal Revo

Town yang baru ini agar khalayak dapat lebih banyak yang mengetahui tentang konsep baru mal munafit ini, terlebih dari semua kegiatan divisi media relations Revo Town sudah cukup baik, evaluasi mengenai tanggapan konsumen juga perlu diperhatikan karena kritik dan saran harus tetap di olah oleh Revo Town untuk kemajuan perusahaan yang tetap terus eksis dan dijadikan tempat pilihan terbaik oleh masyarakat.

