

**STRATEGI HUMAS RAIL TRANSIT SUITE GAMBIR
DALAM MEMPERTAHANKAN JUMLAH PENGUNJUNG
DI MASA PANDEMI COVID-19**

Aisyah Luthfiah Safira; Liza Dwi Ratna Dewi

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Budi Luhur

E-mail: aisyahlthfiahsafira@gmail.com; liza.dwiratna@budiluhur.ac.id

ABSTRACT

The presence of Coronavirus Disease 2019 (Covid-19) has changed the world in a short time and a difficult time for people who is doing business. This study aims to analyze in depth how the Gambir Rail Transit Suite Public Relations strategy in maintaining the number of visitors during the Covid-19 pandemic. This study uses the theoretical basis of two ways symmetrical by James E. Grunig. The method used in this research is descriptive with a qualitative approach. The research subject is the Public Relations of PT. Tourism Train, Manager of Rail Transit Suite Gambir, and Marketing Communication as key informants and informants. The object of the research is the Gambir Rail Transit Suite Public Relations strategy in maintaining the number of visitors during the Covid-19 pandemic. The results of this study indicate that the PR strategy carried out by Rail Transit Suite Gambir uses the theory of two ways symmetrical (two-way communication). The strategy carried out by Rail Transit Suite Gambir is to provide questionnaires or questions directly by officers to visitors during check-out, distribute brochures to train passengers at Gambir Station and through social media platforms such as Instagram, Facebook, and Twitter by reposting and respond to audiences regarding the Gambir Rail Transit Suite. Rail Transit Suite Gambir in collaboration with the Hotel Association of the Republic of Indonesia and ministries so that people on duty stay at the Rail Transit Suite Gambir.

Keywords: Strategy, Public Relations, Visitors

PENDAHULUAN

Pada masa pandemi Covid-19 salah satu sektor usaha yang berdampak cukup berat adalah bisnis perhotelan. Ketidak pastian kondisi bisnis membuat perusahaan haruslah memiliki strategi bisnis yang tepat dan fleksibel dalam berstrategi agar perusahaan dapat mencapai target yang diinginkan. Salah satunya adalah usaha jasa perhotelan.

Tahun 2020 hingga 2021 merupakan tahun yang menguji hampir semua sektor kehidupan, termasuk sektor pariwisata yang menyebabkan penurunan jumlah pengunjung hotel. Adanya pandemi *Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)* yang menyerang seluruh dunia. *World Health Organization (WHO)* sendiri mendefinisikan pandemi sebagai situasi ketika populasi seluruh dunia ada kemungkinan akan terkena infeksi ini dan berpotensi sebagian dari mereka jatuh sakit. (<https://news.detik.com/berita/d-4935658/ini-arti-pandemi-yang-who-tetapkan-untuk-virus-corona>, 2020).

Pandemi Covid-19 memang menghambat semua kegiatan, termasuk di Rail Transit Suite Gambir, akan tetapi aktivitas bisnis perhotelan di Rail Transit Suite Gambir tidak harus berhenti. Selain itu, di era *new normal* perlu diperketat protokol kesehatannya, seperti memakai masker, rutin menggunakan *handsanitizer*, selalu membersihkan kamar dengan lebih ekstra, mengecek suhu setiap pengunjung, dan selalu menjaga jarak.

Menurut data dari Persatuan Hotel dan Restorasi Indonesia, selama bulan Maret 2020 penurunan pengunjung hotel turun hampir 60 sampai 70 persen, tentu saja pendapatan hotel

merosot tajam (Syaifudin, 2021). Dalam mendapatkan strategi yang baik setiap perusahaan harus berusaha semaksimal mungkin membuat komunikasi yang dapat menjalin hubungan untuk mencapai pengunjung baru dengan berbagai strategi. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang matang agar mendapatkan perhatian dan hati masyarakat.

Pengunjung merupakan hal yang penting bagi hotel Rail Transit Suite Gambir. Untuk mendapatkan pengunjung yang banyak, Humas Rail Transit Gambir perlu mengadakan berbagai cara yang dapat menarik pengunjung, dalam menentukan strategi yang tepat agar hotel Rail Transit Suite Gambir mampu bertahan. Selain itu, fasilitas dan pelayanan hotel juga sangat berpengaruh bagi para pengunjung. Menurut Hasri (2018) Jumlah pengunjung yang besar bukan satu-satunya indikator yang bisa membuat sebuah perusahaan bisa bertahan atau memenangkan kompetisi dalam bisnis. Indikator pentingnya adalah bagaimana sebuah perusahaan itu membina hubungan yang berkelanjutan.

Tabel 1.
Jumlah Pengunjung Rail Transit Suite Gambir
Periode 2019-2020

Bulan	Tahun	Pengunjung (orang)
Oktober	2019	2.095 orang
November	2019	1.950 orang
Desember	2019	1.968 orang
Januari	2020	1.739 orang
Februari	2020	1.543 orang
Maret	2020	786 orang
April	2020	343 orang
Mei	2020	1.271 orang
Juni	2020	20 orang
Juli	2020	170 orang
Agustus	2020	345 orang
September	2020	324 orang
Oktober	2020	359 orang
November	2020	578 orang
Desember	2020	432 orang

Dalam masa pandemi Humas menjadi salah satu harapan. sehingga Humas harus menciptakan strategi yang tepat dan efektif untuk memperoleh hasil yang maksimal dan sesuai harapan masyarakat (Elyus, 2021). Humas di sinilah yang bekerja secara umum guna menjadikan Rail Transit Suite Gambir untuk keberhasilan perusahaannya. Dengan kata lain melalui pendekatan yang dilakukan Humas dalam mengkomunikasikan segala informasi mengenai perusahaan atau organisasi dalam bentuk yang bertujuan untuk membentuk kepuasan pengunjung dan kepercayaan positif terhadap perusahaan yang pada akhirnya membantu perusahaan dalam mencapai tujuannya.

Data menunjukkan Rail Transit Suite Gambir mengalami penurunan jumlah pengunjung sejak pandemi *Covid-19*. Rail Transit Suite Gambir masih belum dapat memaksimalkan jumlah pengunjungnya kembali seperti saat sebelum terjadinya pandemi *Covid-19*. Selain itu, para penumpang kereta api di Stasiun Gambir pun sangat berpengaruh terhadap Rail Transit Suite Gambir, karena jika stasiun tidak berjalan dampaknya akan berimbas terhadap Rail Transit Suite

Gambir. Maka dari itu Humas Rail Transit Suite Gambir harus memutar otak agar hotel tersebut tidak sepi pengunjung.

Target dari Rail Transit Suite Gambir yaitu masyarakat kelas menengah dan kelas atas. Meskipun targetnya merupakan kelas menengah dan kelas atas, Rail Transit Suite Gambir memiliki kelas hotel dengan harga relatif tidak mahal dengan tipe kamar Male Pod Shared.

Hal yang menjadi daya tarik dari Rail Transit Suite Gambir adalah hotel yang sangat strategis bagi para penumpang kereta api yang ingin transit maupun bagi yang ingin transit ke bandara. Penumpang bisa beristirahat maupun bermalam di hotel tersebut dan tidak perlu khawatir untuk tertinggal kereta. Rail Transit Suite Gambir juga memiliki *Shower and Locker* untuk memudahkan dan menambah kenyamanan bagi para penumpang kereta api yang hanya ingin membersihkan badan setelah melakukan perjalanan jauh.

Maka bukan perkara yang mudah bagi perusahaan ini untuk mempertahankan jumlah pengunjung di masa pandemi *Covid-19*, karena dari banyaknya pesaing bisnis perhotelan yang ada di Jakarta. Seperti yang dikatakan oleh Sani, seorang praktisi Humas harus memiliki kemampuan membaca tren dalam masyarakat, serta dapat menyelaraskan antara informasi kehumasan dengan dinamika sosial di dalam masyarakat (Kadirasman, 2021).

Jumlah pengunjung merupakan bagian penting bagi sebuah perusahaan yang bisa dijadikan tolak ukur kesuksesan setiap perusahaan. Setiap perusahaan memiliki strategi masing-masing untuk mendatangkan pengunjung baru, dengan cara menyediakan fasilitas-fasilitas yang sesuai dengan harapan, keinginan, dan kebutuhan para pengunjung serta mengadakan promosi-promosi yang untuk menarik minat pengunjung.

Kepuasan pengunjung berkaitan erat dengan mutu. Mutu mempunyai dampak langsung pada prestasi fasilitas dan dengan juga dengan kepuasan pengunjung. Bila fasilitas jauh lebih rendah ketimbang dengan harapan pengunjung, maka konsumen akan merasa tidak puas. Bila prestasi melebihi harapan, pengunjung fasilitas akan merasa puas. Kuncinya adalah memenuhi harapan pengunjung dengan prestasi perusahaan (Bhudhiarty, 2018).

Sebuah usaha bisnis yang sukses tidak akan bertahan lama kalau ia hanya berfokus pada menyenangkan orang yang sudah menjadi pelanggan. Bisnisnya tidak akan berkembang dan pada akhirnya akan “mati” karena bagaimanapun pelanggan lama sedikit demi sedikit akan berkembang karena banyak hal. Begitu juga sebuah usaha yang hanya mengandalkan pada pelanggan baru dan lupa menjaga pelanggan lama. Perlahan tapi pasti bisnisnya akan meredup ([Konsep Mendatangkan Pengunjung Baru, Mempertahankan Pengunjung Lama – Maniak Menulis](#) diakses pada 05 April 2021, pukul 20.26).

KERANGKA TEORI

Strategi Humas

Strategi Humas menurut Rosadi Ruslan, bahwa “Strategi Humas adalah *alternative* optimal yang dipilih untuk di tempuh guna mencapai tujuan Humas dalam rangka suatu rencana Humas (Dwinanda, 2021) . “Strategi Humas berkaitan erat dengan rencana jangka panjang dan keberhasilan dalam rangka mencapai sebuah tujuan. Tujuan dari perusahaan tidak jauh-jauh dari visi dan misi yang diampunya. Visi dan misi tersebutlah yang mendasari terciptanya strategi dikehidupan dalam sebuah perusahaan (Kusuma, 2018) .

Two Ways Symmetrical

Model *Two Ways Symmetrical* (simetris dua arah) menggambarkan suatu komunikasi propaganda atau kampanye dua arah timbal balik yang berimbang. Model ini menggunakan teknik komunikasi untuk dapat memecahkan atau menghindari suatu konflik dan memperbaiki pemahaman publik secara strategis. Model ini dapat diterima dan dianggap lebih etis dalam penyampaian pesan atau informasi melalui teknik komunikasi yang dapat membujuk *persuasive communication* untuk membangun saling pengertian konvergen, pemahaman, dan mempercayai antara kedua belah pihak sehingga saling menguntungkan bagi kedua belah pihak juga ([Model Simetris Dua Arah Two way Symmetrical Model \(123dok.com\)](#), (diakses pada 05 April 2021) .

Grunig dan White (dalam Butterick) mengklaim bahwa *the two ways symmetrical model* menekankan pentingnya komunikasi dua arah dan menekankan peran praktisi Humas untuk memenuhi kepentingan publik sekaligus menjadi penasihat pihak manajemen. Model ini lebih didasarkan pada pendekatan negosiasi dan bukan pada penekanan kekuasaan yang dimiliki pihak organisasi terhadap publiknya untuk memenuhi kebutuhan organisasi semata. Dengan demikian, menurut Grunig dan White praktisi Humas dapat mendukung organisasi dalam mencapai tujuan tanggung jawab sosial perusahaan hanya bila menerapkan *the two ways symmetrical model* (Budianto, 2020). “Model *Two Ways Symmetrical* ini merupakan model yang ideal, karena praktisi Humas lebih berperan sebagai mediator antara organisasi dan publik mereka. *Two Ways Symmetrical* adalah hubungan yang saling mendukung dan saling menguntungkan untuk mendukung pekerjaan masing-masing (Apriyani, 2020). “Model *Two Ways Symmetrical* menekankan bahwa komunikasi memiliki nilai sekaligus dapat menjadi senjata dalam sebuah organisasi” (Sari & Hardianti, 2021).

Dalam teori model ini komunikasi dua arah yang jujur menjadi bagian yang sangat penting dan memposisikan kedua pihak yang berkomunikasi dalam kedudukan seimbang. Tujuan model ini adalah mempresentasikan sebuah model yang menyeimbangkan kepentingan pribadi dengan kepentingan publik atau konsumen yang sama-sama saling membutuhkan (Amanda, 2020).

Menurut Kriyanto, *Two Ways Symmetrical* berfungsi untuk bernegosiasi antara organisasi dengan publik. Organisasi tidak hanya menerima umpan balik tetapi juga merespon positif. Dengan kata lain model ini beranggapan publik bukan sebatas menerima yang pasif tetapi publik juga mengubah peran sebagai sumber. (Yuana & Witarti, 2021).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu, “metode penelitian yang memanfaatkan data kualitatif dan dijabarkan secara deskriptif, kerap digunakan untuk menganalisis kejadian, fenomena, atau keadaan secara sosial. ([Mengenal Jenis Penelitian Deskriptif Kualitatif pada Sebuah Tulisan Ilmiah - Hot Liputan6.com](#), 2021). Melalui penelitian ini peneliti ingin mengumpulkan data sebanyak-banyaknya melalui sumber yang terbatas jumlahnya.

Hal ini untuk memperoleh data dari informan secara mendalam tentang strategi Humas secara umum yang dilakukan dalam mempertahankan jumlah pengunjung di masa pandemi *Covid-19*. Menggunakan deskriptif kualitatif untuk menggali data supaya lebih akurat dan memperoleh gambaran sejelas-jelasnya mengenai strategi Humas Rail Transit Suite Gambir dalam mempertahankan jumlah pengunjung di masa pandemi *Covid-19*.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara secara mendalam dan observasi. Wawancara secara mendalam dilakukan dengan Humas PT. Kereta Api Pariwisata sebagai *key informan*, *Manager* Rail Transit Suite Gambir sebagai *informan*, dan *Marketing Communication* sebagai *informan*. Observasi yang dilakukan yaitu dengan mengecek media sosial Rail Transit Suite Gambir. Selain itu mengumpulkan data melalui jurnal-jurnal terdahulu dan buku-buku yang sejenis, guna mendapatkan data-data yang dibutuhkan.

Proses validasi yang dilakukan yaitu dengan menggunakan triangulasi sumber, dengan membandingkan atau mengecek ulang kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda-beda. Proses tersebut digunakan untuk mengetahui bagaimana strategi Humas Rail Transit Suite Gambir dalam mempertahankan jumlah pengunjung di masa pandemi *Covid-19*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, guna mendapatkan hasil yang relevan, data dan informasi yang terkait dengan tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana Strategi Humas Rail Transit Suite Gambir dalam mempertahankan jumlah pengunjung di masa pandemi *Covid-19*. Peneliti melakukan analisa berdasarkan hasil wawancara dengan *key informan* dan *informan*. Ilud Siregar selaku Humas PT. Kereta Api Pariwisata sebagai *key informan*, Syarifah Safia selaku *Manager* Rail Transit Suite Gambir sebagai *informan*, dan Veronica Judith selaku *Marketing Communication* sebagai *informan*. Serta melakukan pengumpulan data seperti dokumen perusahaan PT. Kereta Api Pariwisata dan Rail Transit Suite Gambir yang dapat mendukung penelitian ini.

Humas adalah untuk mendukung segala kinerja marketing, terutama dalam menciptakan kebutuhan para pengunjung melalui beberapa aktivitas yang dilakukan. Menurut Jefkins, Hubungan Masyarakat adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana baik baik itu kedalam maupun keluar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan yang spesifik yang berlandaskan saling pengertian (Nurhadi, 2020). Strategi Humas berkaitan erat dengan rencana jangka panjang dan keberhasilan dalam rangka mencapai sebuah tujuan. Tujuan dari perusahaan tidak jauh-jauh dari visi dan misi yang diampunya. Visi dan misi tersebutlah yang mendasari terciptanya strategi dikehidupan dalam sebuah perusahaan (Kusuma, 2018). Strategi Humas Rail Transit Suite Gambir yaitu mewujudkan dengan memberikan pelayanan terbaik, mulai dari promosi harga yang menarik dengan kegiatan publikasi untuk menyampaikan informasi kepada publiknya, Rail Transit Suite Gambir juga menawarkan kemudahan dan kenyamanan pemesanan dimana saja dan kapan saja.

Peneliti menggunakan teori *two ways symmetrical* oleh James E. Grunig untuk mendapatkan hasil yang berstruktur dalam penelitian ini. Melalui teori tersebut, peneliti akan menjelaskan proses strategi Humas Rail Transit Suite Gambir dalam mempertahankan jumlah pengunjung di masa pandemi *Covid-19*.

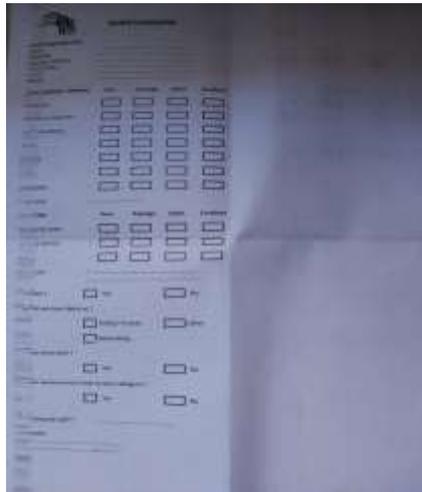
Sebelum perusahaan dapat memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen dan konsumen dapat memberikan nilai yang positif terhadap perusahaan, maka dimulai dari memberikan pelayanan terbaik terhadap pengunjung terlebih dahulu. Jika konsep ini tidak disepakati oleh perusahaan, pelayanan terhadap konsumen juga akan terganggu dan dapat menurunkan citra perusahaan dan penjualan produk.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran terhadap *two ways symmetrical*. Jika perusahaan telah sesuai dengan teori *two ways symmetrical*, kemungkinan besar

perusahaan dapat memberikan pelayanan terbaik terhadap konsumen. Selain itu, penelitian ini diharapkan menjadi langkah pertama untuk mencari solusi antara perusahaan dengan pengunjung. Untuk jangka waktu yang panjang, agar perusahaan dapat bertahan disegala situasi dan kondisi.

Two Ways Symmetrical untuk menciptakan komunikasi dua arah yang jujur yang menjadi bagian penting dan memposisikan kedua belah pihak yang memiliki komunikasi yang seimbang. *Two ways symmetrical* berfungsi untuk bernegosiasi antara organisasi dengan publik. Organisasi tidak hanya menerima umpan balik tetapi juga merespon positif (Yuana, 2018). Model *Two Ways Symmetrical* ini merupakan model yang ideal, karena praktisi Humas lebih berperan sebagai mediator antara organisasi dan publik mereka. *Two Ways Symmetrical* adalah hubungan yang saling mendukung dan saling menguntungkan (Apriyani, 2020).

Rail Transit Suite Gambir melakukan komunikasi dua arah melalui kegiatan memberikan kuesioner kepada pengunjung dan pengunjung dapat memberikan saran dan kritik terhadap Rail Transit Suite Gambir, serta membagikan brosur-brosur kepada penumpang kereta api di Stasiun Gambir.



Gambar 1. Kuesioner Rail Transit Suite Gambir

Menggunakan kuesioner bertujuan untuk mengumpulkan informasi dengan memberikan daftar pertanyaan yang harus dijawab oleh responden. Pertanyaan-pertanyaan tersebut berdasarkan pengalaman menginap di Rail Transit Suite Gambir dimata pengunjung. Selain itu melakukan kegiatan di media sosial, dimana para khalayak dapat bertanya, memberi saran dan kritik, serta dapat membagikan pengalaman menginap di Rail Transit Suite Gambir dan menggunakan brosur bertujuan untuk membagikan informasi kepada calon pengunjung atau pengunjung agar mengetahui keberadaan Rail Transit Suite Gambir.

Walaupun Rail Transit Suite Gambir sudah melakukan komunikasi dua arah yang baik dengan pengunjung, tetapi Rail Transit Suite Gambir belum dapat memaksimalkan ulasan atau komentar dari pengunjung terkait Rail Transit Suite Gambir di media sosial. Seharusnya untuk membentuk komunikasi dua arah yang baik Rail Transit Suite Gambir harus mampu mengedepankan pelayanan terhadap pengunjung. Serta pengunjung akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.



(Sumber: <https://www.instagram.com/kawisata/>, diakses pada 17 Juni 2021 pukul 09.41)

Gambar 2
Komunikasi Dua Arah Rail Transit Suite Gambir dan Pengunjung
Di Media Sosial

Tugas Rail Transit Suite Gambir memberikan layanan penginapan kepada pengunjung kereta api dan memberikan layanan terbaik untuk pengunjung Rail Transit Suite Gambir dengan menyediakan fasilitas yang nyaman dan aman. Tingkat kepuasan pengunjung atas suatu pelayanan dapat diukur dengan membandingkan antara harapan pengunjung terhadap kualitas pelayanan yang diinginkan dengan kenyataan yang diterima atau dirasakannya.

Selain memberikan pelayanan terbaik terhadap pengunjung, Rail Transit Suite Gambir juga memanjakan para pengunjung dengan adanya *Shower and Locker* yang tersedia untuk memudahkan dan menambah kenyamanan bagi para penumpang kereta api yang hanya ingin membersihkan badan setelah melakukan perjalanan jauh. Serta, *Shower and Locker* juga bisa digunakan untuk menitipkan barang bawaan jika berada di Stasiun Gambir dengan aman dan harganya terjangkau. Serta Rail Transit Suite Gambir memberikan promo-promo yang menarik untuk mendapatkan minat para pengunjung. Kemudian media yang digunakan oleh Rail Transit Suite Gambir untuk menyampaikan informasi dan promosi adalah media sosial dan media cetak.



Gambar 3. Brosur Rail Transit Suite Gambir

Rail Transit Suite Gambir dituntut untuk mampu menerapkan strategi untuk mempertahankan jumlah pengunjung dengan cara melakukan kegiatan promosi-promosi baik melalui media sosial maupun media elektronik. Kegiatan yang dilakukan haruslah kreatif untuk menarik para peminat serta membuat khalayak umum yang semula tidak mengetahui menjadi tahu.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan penulis di Rail Transit Suite Gambir dengan judul Strategi Humas Rail Transit Suite Gambir Dalam Mempertahankan Jumlah Pengunjung di Masa Pandemi *Covid-19*, penulis menyimpulkan :

Rail Transit Suite Gambir adalah perusahaan yang bergerak di bidang perhotelan transit. Keberadaan hotel tersebut untuk menunjang penumpang yang akan berangkat atau baru tiba dan ingin beristirahat di Stasiun Gambir. Rail Transit Suite Gambir menganggap pengunjung adalah aset perusahaan yang sangat penting. Agar dapat mempertahankan jumlah pengunjung, maka Rail Transit Suite Gambir melakukan strategi Humas agar dapat mempertahankan jumlah pengunjung.

Kesimpulan dapat dipaparkan dari hasil yang dilakukan oleh penulis dengan *key informan* dan *informan* adalah sebagai berikut :

1. Strategi yang dilakukan oleh Humas Rail Transit Suite Gambir dalam mempertahankan jumlah pengunjung adalah dengan mewujudkan keinginan para pengunjung dengan memberikan pelayanan terbaik, memberikan rasa nyaman dan aman saat menginap di Rail Transit Suite Gambir, serta memberikan promosi harga yang menarik dengan kegiatan publikasi untuk menyampaikan informasi kepada publiknya, Rail Transit Suite Gambir juga menawarkan kemudahan dan kenyamanan bagi pengunjung untuk pemesanan dimana saja dan kapan saja.
2. Komunikasi dua arah yang dilakukan Rail Transit Suite Gambir kepada pengunjung adalah dengan cara memberikan kuesioner atau pertanyaan secara langsung oleh petugas saat melakukan *check-out*, pertanyaan tersebut berisikan tentang bagaimana pengalaman saat berinap di Rail Transit Suite Gambir, maka pengunjung akan merasa puas dengan pelayanan di hotel tersebut, membagikan brosur-brosur kepada penumpang kereta api di Stasiun Gambir, Selain itu, Rail Transit Suite Gambir melakukan kegiatan komunikasi dua arah

melalui *platform* media sosial, dengan cara me *repost* dan merespon khalayak terkait Rail Transit Suite Gambir.

3. Bentuk dan alat kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh Humas Rail Transit Suite Gambir dalam upaya mempertahankan jumlah pengunjung adalah dengan melakukan publikasi di media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter. Serta untuk strategi internal dengan memberikan promo.
4. Rail Transit Suite Gambir dapat mempertahankan jumlah pengunjung di masa pandemi *Covid-19*, karena pada saat pandemi Rail Transit Suite Gambir di kontrak oleh Persatuan Hotel Republik Indonesia untuk memwadhahi para tenaga kesehatan untuk berinap di Rail Transit Suite Gambir. Kemudian beberapa bulan kemudian Rail Transit Suite Gambir sudah bisa untuk di sewa lagi secara umum. Dengan memberikan informasi di media sosial seputar Rail Transit Suite Gambir dan memberikan diskon spesial kepada pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

Amanda, "Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan", *Jurnal Advis*, Vol.01, No.01, 2020, Hlm. 133. (<http://jurnal.umt.ac.id/index.php/ADVIS/article/view/4000>).

Apriyani, Elma, dkk. 2020. "Komunikasi *Two-Way Symmetric* Dalam Menjalinkan Hubungan *Public Relations* Dengan Media (Studi Pada Humas Pemerintah Kabupaten Gowa)". *Jurnal Washiyah*.(1)3.

Bhudiharty, Susy. "Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pengunjung Objek Wisata *Farmhouse Lembang*", *Jurnal Management & Accountint Expose*, Volume : 02 No.01, 2018, Hlm. 14. (<http://jurnal.usahid.ac.id/index.php/accounting/article/view/93>).

Budianto, Anugrah Agus Budianto. "Peran Humas PT. Multi Harapan Utama Dalam Pelaksanaan Program *Corporate Social Responsibility (CSR)* Di Kecamatan Loa Kulu Kabupaten Kutai Kartanegara", *eJurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.08, No.01, 2020, Hlm. 236. ([https://ejournal.ilkom.fisipunmul.ac.id/site/wpcontent/uploads/2020/03/eJournal%20Ilmu%20Komunikasi%20\(03-15-20-05-23-11\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisipunmul.ac.id/site/wpcontent/uploads/2020/03/eJournal%20Ilmu%20Komunikasi%20(03-15-20-05-23-11).pdf)).

Dwinanda, Okky dan Liza Dwi Ratna Dewi, "Strategi Hubungan Masyarakat Perusahaan Umum Lembaga Penyelenggara Navigasi Penerbangan Indonesia (*Perum LPPNPI*) Dalam Memperkenalkan Lembaga Melalui Publikasi Website *airnavindonesia.co.id*", *Jurnal Panterai*, Vol.05, No.01, 2021.

Apriyani, Elma, dkk. 2020. Komunikasi *Two-Way Symmetric* Dalam Menjalinkan Hubungan *Public Relations* Dengan Media, Studi Pada Humas Pemerintah Kabupaten Gowa. *Jurnal Washiyah*.(1)3.

Elyus, Dinda Septiana 2021. "Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Era Pandemi *Covid-19*". *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*.(9)2. 282.

Hasri, Novrianti. 2018. "Strategi Indosat Mempertahankan Pelanggan Melalui Program *Customer Relationship Management*". *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*. (3)2. 72.

Kadarisman, Ade. 2021. "Government *Public Relations* Dalam Pengembangan Pariwisata Masa Pandemi *COVID-19* di Geopark Ciletuh". *Jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran*. (5)2.

Kusuma, Fitriana. "Instagram dan Twitter Sebagai Strategi Humas PT *Jasa Marga (PERSERO) TBK* Dalam Meningkatkan Pelayanan", *Jurnal Communications Science and Islamic Da'wah*, Volume : 02 No.02, 2018. (<https://www.jurnalfai-uikabogor.org/index.php/komunika/article/view/424>).

Muktar, 2013. Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif. Jakarta: GP Press Group.

Nurhadi, Zikri Fachrul. 2020. "Strategi Humas Online Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Pelayanan Administrasi Kependudukan (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Disdukcapil Kabupaten Garut)". *Jurnal Precious*. (1)1. 31

Syaifudin, Rizal, dkk. 2021. "Strategi Hotel Branding Akibat Pandemi Covid-19 Studi Kasus Pada Hotel Bintang Empat dan Lima Di Provinsi Banten". *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*.(1)1. 246.

Sari, Genny Gustina dan Gasela Hardianti, "Implementasi Excellence Public Relations dalam Pengelolaan Konflik oleh Energi Mega Persada Bentu Limited", *Journal of Strategic Communication*. Vol.11, No.02, 2021, Hlm. 73 (<http://journal.univpancasila.ac.id/index.php/coverage/article/view/2017>)

Yuwana, Astri dan Denik Iswardani Witarti, "Strategi Humas Direktorat Jendral Pajak Dalam Mensosialisasikan Program Tax Amnesty Melalui Website Pajak.go.id", *Jurnal Panterai*, Vol.02, No.03, 2018. (<http://jom.fikom.budiluhur.ac.id/index.php/Pantarei/article/view/307>).

<https://news.detik.com/berita/d-4935658/ini-arti-pandemi-yang-who-tetapkan-untuk-virus-corona>,
(diakses pada 14 November 2020, 10.09).

[Konsep Mendatangkan Pengunjung Baru, Mempertahankan Pengunjung Lama – Maniak Menulis](#), (diakses pada 05 April 2021, pukul 20.26)

[Model Simetris Dua Arah Two way Symmetrical Model \(123dok.com\)](#),