

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian preferensi ini dapat disimpulkan bahwa media publikasi milik Humas Pemkot Surabaya yang mendapat pilihan pertama paling banyak adalah *Instagram @surabaya*, *Facebook Bangsa Surabaya*, dan *Website humas.surabaya.go.id*. Hasil ini didapat karena menurut responden tiga media publikasi tersebut paling aktif dan memiliki konten yang menarik dalam memberitakan Kota Surabaya. Untuk *Instagram @surabaya* mayoritas digunakan oleh laki-laki dengan usia 17-25 tahun dengan pendidikan minimal SMA dibandingkan oleh perempuan. Untuk *Facebook Bangsa Surabaya* banyak digunakan oleh laki-laki dengan usia 17-45 tahun dengan pendidikan minimal SMA. Untuk *Website humas.surabaya.go.id* banyak digunakan laki-laki usia 17-35 tahun dengan pendidikan minimal SMA.

Selanjutnya, untuk media publikasi yang paling tidak dipilih adalah Twitter @banggasurabaya, Youtube Bangsa Surabaya, dan Majalah Gapura. Hal ini disebabkan karena kini pengguna Twitter telah beralih ke media sosial yang lain sehingga tidak terlalu memperhatikan akun Twitter miliknya. Untuk Youtube, menurut responden Humas Pemkot Surabaya kurang bisa mempromosikan Youtube Channel mereka ke masyarakat sehingga hanya memiliki *subscribers* yang sangat sedikit padahal pengakses Youtube cukup banyak. Pada Majalah Gapura, permasalahan yang dihadapi adalah kurangnya distribusi Majalah Gapura saat ini sehingga tidak banyak responden yang membaca majalah tersebut.

V.2 Saran

Peneliti akan memberikan saran mengenai penelitian preferensi masyarakat Surabaya terhadap media publikasi milik Humas Permkot Surabaya berupa saran praktis dan akademis :

V.2.1 Saran Akademis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan di masa mendatang akan ada penelitian lain dengan tambahan yang lebih bervariasi untuk menambah keilmuan mengenai preferensi.

V.2.2 Saran Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi perusahaan serupa mengenai preferensi media publikasi. Peneliti juga ingin memberi beberapa masukan:

1. Untuk Humas Pemkot Surabaya, pada media publikasi yang disukai oleh masyarakat, harus lebih ditingkatkan lagi dalam pembuatan konten.
2. Untuk media publikasi yang kurang mendapat perhatian, harus diberi tindakan tegas oleh Humas Pemkot Surabaya. Jika ingin dimaksimalkan lagi, maka harus lebih di promosikan dan diperkenalkan kepada masyarakat agar ada keinginan untuk mengakses. Jika tidak, maka perhatian dapat difokuskan ke media publikasi yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

Cutlip, Scott M., Allen H Center, dan Glen M. Broom. 2009. *Effective Public Relations*. Edisi Kesembilan. Terjemahan. Jakarta:Kencana

Danandjaja.2012. Metode Penelitian Sosial. Yogyakarta. Graha Ilmu

Darmastuti, Rini. 2007. *Etika dan E-PR*.Yogyakarta: Penerbit Gava Media

Hidayat, Dasrun. 2014. *Media Public Relations*.Yogyakarta: Graha Ilmu

Hurlock, Elizabeth. 1980. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Penerbit Erlangga

Jefkins, Frank dan Yadin.2004. *Public Relations*. Jakarta, Erlangga.

Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi; Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*.Jakarta:Kencana Prenadamedia Group

McQuail, Dennis. 1997. *Audience Analysis*. California:Sage Publications

Nurudin, M.Si. 2010. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta . Raja Grafindo Persada

Rakhmat, Jalaludin.2008. *Psikologi Komunikasi*. Bandung:Remaja Rosdakarya.

Sari, Betty Wahyu Nila. 2012. *Humas Pemerintah*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Sari, Endang S. 1993. *Audience Research*. Yogyakarta. Andi Offset

Silalahi, Ulber. 2012. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung:Refika Aditama

Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi, 1989. *Metode Penelitian Survei*. LP3ES, Jakarta.

Vivian, John. 2010. *Teori Komunikasi* Edisi kedelapan, Jakarta: Prenada Media Grup.

Tankard, James dan Severin Werner. 2010. *Teori Komunikasi*, Jakarta: Prenada Media Grup.

INTERNET:

www.facebook.com/pg/HumasPekotSurabaya

www.dispendukcapil.surabaya.go.id

Agung, Bintoro (2017) Fitur Baru Facebook, Bungkam Unggahan Menyebarkan Teman. CNN Indonesia [on-line] diakses pada 25 September 2017 pukul 14.48 dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20170919070941->

[185242619/fitur-baru-facebook-bungkam-unggahan-menyebalkan-teman/](https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20171004182640-185-246125/lebih-interaktif-instagram-sediakan-fitur-polling/)

Anggraini, Arvina (2017) Lebih Interaktif, Instagram Sediakan Fitur Polling. CNN Indonesia [on-line] diakses pada 24 Oktober 2017 pukul 20.10 dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20171004182640-185-246125/lebih-interaktif-instagram-sediakan-fitur-polling/>

Winarso, Bambang (2017) Apa Itu Instagram, Fitur dan Cara Menggunakannya?. Daily Social [on-line] diakses pada 24 Oktober 2017 pukul 20.05 dari <https://dailysocial.id/post/apa-itu-instagram>

PENELITIAN TERDAHULU

Santoso, Daniel. (2015). “*Preferensi Masyarakat Surabaya dalam Menggunakan Media Sosial*”. Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Clara, Inestya Pratama. (2012). “*Preferensi Lansia di Surabaya dalam Menggunakan Media Massa*”. Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Airlangga

WAWANCARA

Data wawancara Dominikus, tim Humas Pemkot Surabaya pada 5 Oktober 2017.

Data wawancara Freelance, responden pada 17 Desember

Data wawancara Mahasiswa, responden pada 19 Desember 2017

Data wawancara Ibu Rumah Tangga, responden pada 2 Desember 2017

Data wawancara Mahasiswa, responden pada 5 Desember 2017

Data wawancara Mahasiswa, responden pada 27 Desember 2017

Data wawancara Pegawai Swasta, responden pada 16 Desember 2017

Data wawancara Dosen, responden pada 21 Desember 2017

Data wawancara Mahasiswa, responden pada 12 Desember 2017