

Bab V

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas maka terdapat beberapa kesimpulan yang akan disampaikan oleh penulis, diantaranya adalah peneliti mendapatkan hasil uji hipotesis dengan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel, maka dengan begitu dapat disimpulkan H₀ ditolak dan H₁ di terima. Dalam hipotesis tersebut menunjukkan bahwa Terpaan Pemberitaan Covid-19 berpengaruh terhadap Tingkat Pengetahuan masyarakat Sidoarjo. Dari penjelasan diatas dapat di jelaskan secara rinci bahwa penelitian ini hipotesisnya diterima, data yang yang tercakup sudah memenuhi kriteria. Selain televisi juga menjadi alternative masyarakat Sidoarjo dalam melihat berita. Hal tersebut semakin dapat dipercaya dan semakin menarik untuk penelitian ini juga dapat membuktikan bahwa Kabupaten Sidoarjo masyarakatnya sudah banyak mengkonsumsi lewat media Internet.

Responden yang menjadi sampel penelitian ini adalah mereka yang sudah layak dan masuk kedalam tahapan pertanyaan saringan pada saat mengisi kuisioner. Dimana pertanyaan saringan tersebut terdiri dari responden merupakan warga di Sidoarjo yang mengetahui dan melihat berita di media massa yaitu dari media televise, cetak/koran hingga media internet, dimana didominasi oleh usia 15-25 tahun berjenis kelamin laki-laki dan perempuan yang didominasi oleh laki-laki, dengan

pekerjaan mayoritas pegawai swasta dan mahasiswa/pelajar dan juga berpendidikan terakhir di dominasi SMA sederajat dan Sarjana. Dari banyaknya jumlah indicator terdapat durasi yang mendominasi terpaan media itu sendiri pada media massa, sedangkan tingkat pengetahuan didominasi oleh banyak orang yang mengetahui pemberitaan tersebut.

V.1 Saran

V.2.1 Saran Akademis

Sebaiknya penelitian selanjutnya dapat meneliti lebih lanjut mengenai hal-hal lain yang berkaitan dengan Terpaan pemberitaan dan tingkat pengetahuan, karena menurut peneliti banyak media ini memiliki sudut pandang yang menarik untuk diteliti sebagai sarana informasi. Dapat menggunakan metode penelitian kualitatif – studi kasus untuk mendapatkan hasil yang maksimal dengan kedalaman informasi yang didapat agar menjadi penelitian yang lebih menarik namun dalam.

V.2.2 Saran Praktis

Sebaiknya Media Massa lebih menambahkan kelengkapan informasi di program-program acara yang dimiliki sehingga lebih bervariasi. Selain variasi, sebaiknya menyesuaikan juga apa kebutuhan masyarakat setempat agar dapat memenuhi apa yang masyarakat luas butuhkan. Selain aspek pengetahuan dan informasi, mungkin media setiap segmennya memberikan *tips and trick* buat menunjang dipermasalahan ini.

Daftar Pustaka

Buku

Rakhmat, Jalaludin. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Umar, Husein. 2002. *Metode Riset Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES, 2008.

Notoatmodjo S. Pendidikan dan perilaku kesehatan. Dalam : Notoatmodjo S, editor. *Ilmu kesehatan masyarakat*. Jakarta : PT Rineka Cipta ; 1997

Jefkins, Frank. 2003. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.

Ruslan, Rosady. 2007. *Manajemen Humas dan Media Komunikasi (Konsepsi dan apalikasi)*. Jakarta: Rajawali Pers.

Ruslan, Rosady. 2011. *Etika Kehumasan, Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

Jefkins, Frank. 1996. *Public Relations*, Edisi Keempat, Erlangga, Jakarta.

Ruslan, Rosady. 2010. *Metode Penelitian : Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

Krisyantono, Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai contoh praktis riset media, public relation, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*, Kencana Pranada Media Group, Jakarta, 2007

Iriantara, Yosol. 2004. *Manajemen Strategis Public Relations*. Jakarta: Ghalia

Jefkins, Frank. 1992. *Public Relations* (Edisi Keempat). Jakarta : Erlangga

Ruslan, Rosady. 2003. *Metode Penelitian PR dan Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Jurnal

- Andrini, Susi. 2018. *Peran CSR Awards terhadap Citra Perusahaan dalam Komunikasi antar Budaya*, Jurnal Komunikasi, Vol.3 : 1
- Astuti Zebua, Winda. 2019. *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) pada Program Pinkvoice oleh Starbucks Indonesia dalam Membangun Citra*, Jurnal Perspektif Komunikasi, Vol.3 : 1
- Eka Ningtyas, Dewi. *Hubungan Program CSR (Corporate Social Responsibility) Mudik Lebaran Gratis terhadap Citra Perusahaan PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk*, Journal of the Communication. Vol.4 : 2
- Hurriyati, Ratih dan Santi. 2010. *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Corporate Image PT.Bank Negara Indonesia, Tbk*, Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis. Vol.9: 18
- Novella Yunatan, Claudia. 2016. *Pengaruh Corporate Social Responsibility “Alfamart Class” di SMK PGRI 3 Malang terhadap Citra Perusahaan Alfamart*, Jurnal EKomunikasi. Vol.4 : 1
- Megayanti, Nita dan Abdul. 2009. *Pengaruh Program Corporate Social Responsibility (CSR) dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT.Telkom Kandatel Yogyakarta*, Jurnal Komunikasi, Vol.3 : 2
- Nugraheni, Yuli dan Anastasia. 2019. *Dinamika Sikap Warga atas Program CSR Bank Sampah Gunung Anyar Surabaya*, Jurnal Komunikati. Col.3: 1
- Primadini, Intan. 2016. *Pengaruh Advertorial mengenai CSR dalam Pembentukan Citra Merk (Studi pada Advertorial “Lifebuoy berbagai Sehat” di Harian Kompas*, Jurnal Ultimacomm.Vol.8 : 2
- Rasyid, Anuar dan Amiruddin. 2015. *Komunikasi dalam CSR Perusahaan : Pemberdayaan Masyarakat dan Membangun Citra Positif*, Jurnal Mimbar,

Vol.31 : 2

Qona'ah, Siti. 2017. *Progam Corporate Social Responsibility PT Sharp Electronics Indonesia melalui Pemberdayaan Masyarakat “Kebun Gizi” di desa Sirnabaya Teluk Jamber Kabupaten Karawang Jawa Barat*, Jurnal Komunikasi. Vol.VIII : 1

Soyusiawaty,dewi dan Fajr.2017. *Strategi Humas dalam Menjalin Good Relationship dengan External Stakeholders UAD*, Jurnal Komuniti. Vol.VIII : 2

Herlina, Asri. 2012. *Pemanfaatan Corporate Social Responsibility (CSR) Bagi Peningkatan Kualitas Hidup Manusia Indonesia*, Jurnal Aspirasi. Vol.III: 2

Suparno dan Wicaksono. 2013. *Model Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Melalui Program Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Industri Rokok Di Kudus*. Jurnal Fakultas Hukum UMK. Vol.6:2