

BAB V

PENUTUP

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai tingkat pengetahuan siswa SMA di Surabaya mengenai *brand* baru Universitas Dinamika yang telah dilakukan oleh peneliti mendapatkan beberapa hasil kesimpulan. Hasil penelitian tingkat pengetahuan mengenai indikator *brand* yaitu nama, logo, dan kisah adalah tinggi sedangkan untuk hasil dari tingkat pengetahuan siswa SMA di Surabaya mengenai slogan Universitas Dinamika adalah rendah.

Hasil dari tingkat pengetahuan yang paling tinggi dari keempat elemen *brand* Universitas Dinamika adalah tingkat pengetahuan mengenai nama merek dari Universitas Dinamika. Sedangkan untuk hasil tingkat pengetahuan mengenai slogan Universitas Dinamika “*Dynamic Movement Towards Excellence*” memiliki perbedaan dengan brand elemen yang lainnya karena terbilang pada tingkat pengetahuan yang rendah. Sebagian besar responden yang memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi merupakan siswa SMA jenis kelamin perempuan yang memiliki rentang usia 18 – 19 Tahun. Pengetahuan mengenai brand baru Universitas Dinamika dianggap penting untuk usia 18 – 19 Tahun karena dengan usia remaja akhir mereka bisa melihat atau tertarik mengenai Universitas Dinamika dan berkeinginan melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi karena mereka sudah pernah mengetahui sebagian kisah,

nama, logo dan slogan dari salah satu perguruan tinggi yang ada di Surabaya yaitu Universitas Dinamika.

IV.2. Saran

IV.2.1. Saran Praktis

Untuk meningkatkan tingkat pengetahuan terkait slogan Universitas Dinamika yaitu “*Dynamic Movement Towards Excellence*”, Universitas Dinamika dapat menambahkan slogan tersebut pada setiap postingan sosial media resmi seperti Instagram atau Facebook saat ingin memberikan informasi terbaru terkait Universitas Dinamika, supaya dapat membantu meningkatkan pengetahuan siswa SMA di Surabaya mengenai slogan dari Universitas Dinamika.

Selain itu Universitas Dinamika juga dapat lebih membagikan informasi seputar Universitas Dinamika kepada masyarakat dan khususnya siswa SMA di Surabaya yang akan melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi agar posisi dari identitas *brand* Universitas Dinamika semakin kuat pada benak siswa SMA di Surabaya.

IV.2.2. Saran Akademis

Besar harapan peneliti agar penelitian ini dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian yang akan datang yang berkaitan dengan fenomena yang sama tetapi melalui

metode, jenis penelitian, dan pendekatan yang berbeda sehingga terdapat berbagai pandangan dari jenis penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Butterick, K. (2012). *Pengantar Public Relations Teori dan Praktik* (N. Hasfi (ed.)). PT RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Effendy, U.O. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. PT. Citra Adtya Bakti. Bandung.
- Engel, J.F., Blackwell, D.R., & Miniard, W.P. (1994). *Perilaku Konsumen (6ed)*. Binarupa Aksara, Jakarta.
- Jefkins, F., & Yadin, D. (2003). *Public Relations* (N. Mahanani (ed.); Edisi Kelima). PT. Gelora Aksara Pertama.
- Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teori-Teori Public Relations Perspektif Barat dan Lokal*. PT Fajar Interpratama Mandiri. Jakarta.
- Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teknis Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif* edisi kedua. Kencana Prenadamedia Group. Jakarta.
- Kriyantono, Rachmat. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group. Jakarta.
- Kotler, Philip., & Pfoertsch, Waldemar. (2006). *B2B Brand Management*. Heidelberg: Springer Berlin.
- Rangkuti, F. (2022). *The Power of Brands*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Ruslan, Rosady. (2016). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Ruslan, Rosady. (2003). *Metode Penelitian Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Silalahi, Ulber. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. PT Refika Aditama. Bandung.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Shimp, T.A. (2003). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu (ed 5)*, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Sr Assumpta. R, M. (2005). *Dasar Dasar Public Relations*. PT. Grasindo, anggota Ikapi, Jakarta, 2002.
- Wasesa Agung, S., & Macnamara, J. (2013). *Strategi Public Relations*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wawan & Dewi. (2017). *Teori & Pengukuran Pengetahuan, Sikap, dan Perilaku*

Manusia. Nuha Media. Yogyakarta.

Woolf, N. H., & Silver, C. (2017). *Public Relations Strategies and tactics*. In *Qualitative Analysis Using NVivo: The Five-Level QDA Method*. Pearson Education Limited. England.

Jurnal

Budi, F., Goenawan, F., & Prodi, V. M. (2020). Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya terhadap Brand Identity TikTok. *Jurnal E-Komunikasi*, Vol. 8 No. 1.

Linando, Jennie. (2013). Tingkat Pengetahuan Karyawan JW Marriott Hotel Surabaya Terhadap Brand Identity Perusahaan. *E-Komunikasi Universitas Kristen Petra*, Vol. 1 No. 2.

Muzellec, L., & Lambkin, M. (2006). Corporate rebranding: Destroying, transferring or creating brand equity? *European Journal of Marketing*, Vol. 40 (7–8), 803–824. <https://doi.org/10.1108/03090560610670007>

Nabila Inaz, N. (2018). PENGARUH PERUBAHAN LOGO (REBRANDING) TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PADA PT BANK BRI TBK. Vol. 2 No. 1, 117–126.

Nastain, M. (2017). Branding Dan Eksistensi Produk (Kajian Teoritik Konsep Branding Dan Tantangan Eksistensi Produk). *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, Vol. 5 No. 1, 14–26. <https://doi.org/10.12928/channel.v5i1.6351>

Pratama, M. I. (2015). Pengaruh Rebranding Terhadap Citra Bank Jambi Pada Nasabah. *Jurnal Kajian Komunikasi*, Vol. 3 No. 2, 140–147. <https://doi.org/10.24198/jkk.vol3n2.5>

Prayudi, & Juanita, J. (2013). Strategic Corporate Communication dalam Proses Repositioning dan Rebranding. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, Vol. 2 No. 2, 159–175. <https://doi.org/10.24002/jik.v2i2.248>

Rahmat abidin, A., & Abidin, M. (2021). Urgensi Komunikasi Model Stimulus Organism Response (S-O-R) Dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran. *Al-Iltizam: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, Vol. 6 No. 2, 74. <https://doi.org/10.33477/alt.v6i2.2525>

Santoso, P. Y., & Toruan, R. R. M. L. (2018). Strategi Marketing Public Relations Dalam Rebranding Hsbc Indonesia Untuk Membentuk Brand Awareness. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, Vol. 1 No.1, 1–14. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom/article/view/512>

Sari, R. P. M. (2020). Strategi Public Relations Dalam Upaya Membangun Citra Pt. Prudential Life Assurance. *Pustaka Komunikasi*, Vol. 3 No. 2, 164.
<https://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom/article/view/1015>

Internet :

Jumlah Penduduk Kota Surabaya Tahun 2019 Dispendukcapil Surabaya.go.id [Online] Diakses pada tanggal 15 April 2022 dari <http://dispendukcapil.surabaya.go.id/berita/483-jumlah-penduduk-kota-surabaya>

Data Pokok Pendidikan Kota Surabaya Jenjang SD, SMP, dan SMA Tahun 2021 Dapo Kemdikbud [Online] Diakses pada tanggal 15 April 2022 dari <https://dapo.kemdikbud.go.id/sp/2/056000>

Jumlah Guru, Sekolah dan Murid Jenjang Pendidikan SMA Kota Surabaya [Online] jatim.bps.go.id Diakses pada tanggal 13 April 2022 dari <https://jatim.bps.go.id/statictable/2021/09/04/2211/jumlah-sekolah-guru-dan-murid-sekolah-menengah-atas-sma-di-bawah-kementerian-pendidikan>

Fiy (2021, 16 Desember) Memaksimalkan Teknologi Untuk Alam Universitas Dinamika Sabet Juara 1 Eco Campus [Online] dinamika.ac.id Diakses pada tanggal 27 Desember 2021 dari <https://www.dinamika.ac.id/read/dmedia/242/memaksimalkan-teknologi-untuk-alam-undika-sabet-juara-1-eco-campus>

Faiz (2021, 26 Agustus) 10 SMA di Surabaya Boleh Tatap Muka Terbatas [Online] jatim.idntimes.com Diakses pada tanggal 3 Juni 2022 dari <https://jatim.idntimes.com/news/jatim/ardiansyah-fajar/10-sma-di-surabaya-boleh-tatap-muka-terbatas/3>

Instagram

Universitas Dinamika. <https://www.instagram.com/universitasdinamika/>

TikTok

<https://www.tiktok.com/@undikaofficial>

Wawancara :

Adi, Ryan (16 Februari 2022) Wawancara dengan Kepala Bagian Humas Universitas Dinamika.

Nia, SMAN 9 (12 April 2022) Wawancara dengan murid Sekolah Menengah Atas.

Jundi, SMAN 7 (15 April 2022) Wawancara dengan murid Sekolah Menengah Atas.

Cindy, SMA ST. Agnes (12 April 2022) Wawancara dengan murid Sekolah Menengah Atas.

Siska, SMAN 15 (12 April 2022) Wawancara dengan murid Sekolah Menengah Atas.

Angelina, SMA Trimurti (15 April 2022) Wawancara dengan murid Sekolah Menengah Atas.

Alfikar, SMA Ipiems (16 April 2022) Wawancara dengan murid Sekolah Menengah Atas.

Antonio, SMAN 3 (15 April 2022) Wawancara dengan murid Sekolah Menengah Atas.

Vero, SMAN 7 (16 April 2022) Wawancara dengan murid Sekolah Menengah Atas.

Novan, SMAN 3 (15 April 2022) Wawancara dengan murid Sekolah Menengah Atas.