BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab IV, dapat disimpulkan bahwa keseluruhan tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya mengenai *event* Mandi Busa melalui publisitas di Ciputra *Waterpark* Surabaya menghasilkan tingkat pengetahuan yang sedang. Pada indikator pernyataan mengenai pengetahuan produk, pengetahuan merk dan citra, selanjutnya pengetahuan harga dihasilkan tingkat pengetahuan sedang, dan yang terakhir adalah pengetahuan pembelian yang satu-satunya dihasilkan tingkat pengetahuan tinggi.

Billboard menjadi media publisitas dalam kelompok *Above The Line* (ATL) yang memiliki nilai tertingi diantara media ATL lainnya serta *flyer* yang sebagai satu-satunya media *Below The Line* (BTL). Berdasarkan hasil analisis, hal tersebut dapat terjadi karena *billboard* merupakan sarana untuk mempublikasikan suatu produk baik itu berupa barang, jasa, atau *event* seperti yang ada pada penelitian ini. Tidak menutup kemungkinan bahwa responden yang sebagian besar memilih *billboard* karena banyaknya *billboard* di jalan raya, dengan berbagai macam ornamen, warna, dan lain sebagainya yang ada di dalamnya dapat menarik perhatian untuk dilihat, tidak terkecuali *billboard* mengenai *event* Ciputra *Waterpark* Surabaya. Oleh sebab itu, kesimpulan terakhir yang dapat ditarik dari penelitian "Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya Mengenai Event Mandi Busa Melalui Publisitas Di Ciputra *Waterpark* Surabaya" adalah sedang.

V.2. Saran

Berdasarkan dari hasil tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya mengenai *event* Mandi Busa melalui media publisitas adalah sedang, maka dapat dikatakan bahwa masyarakat Surabaya masih dapat mengetahui informasi yang ada dalam media publisitas dari Ciputra *Waterpark* Surabaya mengenai Mandi Busa dengan cukup baik. Oleh sebab itu, peneliti mengemukakan saran baik dari segi akademis maupun saran praktis, dan diharapkan dapat menjadi acuan atau referensi bagi perusahaan lainnya khususnya yang bergerak di sektor pariwisata serta bagi siapa saja yang membutuhkan referensi dari penelitian ini atau jika akan melakukan penelitian dengan bahasan yang sejenis.

V.2.1. Saran Akademis

Penelitian dengan judul "Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya Mengenai Event Mandi Busa Melalui Publisitas Di Ciputra Waterpark Surabaya" diharapkan mampu memberikan pedoman dan referensi baik dari teori-teori yang diambil, metodologi penelitian, hasil analisis dan pembahasan serta tabel-tabel yang digunakan sebagai data pelengkap penelitian, bagi mahasiswa/i yang mengambil penelitian dengan tema dan bahasan yang serupa dengan penelitian ini agar dapat dikembangkan dan kekurangan yang ada dapat disempurnakan kembali pada waktu yang mendatang.

V.2.2. Saran Praktis

Ciputra *Waterpark* Surabaya sebagai salah satu tempat wisata wahana air yang berada di Surabaya dan merupakan satu-satunya *waterpark* yang terbesar di Surabaya. Saran ini dibuat agar dapat lebih mengembangkan lagi publikasi *event* sebagai produk dari Ciputra *Waterpark* khususnya *event* Mandi Busa agar masyarakat Surabaya dapat mengetahui bahwa Mandi Busa merupakan *event* yang hanya diselenggarakan di sana dan merupakan *event* menarik untuk dikunjungi. Terlebih mengenai lokasi publisitas event tersebut yang lebih diperluas terutama pada media luar ruang seperti *billboard* dan *videotron*, agar keseluruhan masyarakat tahu dan tertarik mengunjungi Ciputra *Waterpark* Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

SUMBER BUKU:

Blackwell, Roger D., Miniard, Paul W., Engel, James F. 2001. *Consumer Behavior*. *9th Edition*. United States of America: Harcourt College Publishers.

Butterick, Keith. 2012. *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik* [Ed. 1 Cet. 1]. Jakarta: Rajawali Pers.

Cutlip, Scott M., et al. 2011. *Effective Public Relations* [Ed. 9 Cet. 4]. Jakarta: Kencana.

Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Engel, James F., Blackwell, Roger D., Miniard, Paul W. 1994. *Perilaku Konsumen* [Ed. 6 Jilid 1]. Jakarta: Binarupa Aksara.

Hurlock, Elizabeth B. 1999. *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan* [Ed. 5 Cet. 7]. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kotler, Phillip dan Keller, Kevin L. 2012. *Marketing Management. 14th Edition*. England: Pearson Education Limited.

Kriyantono, Rachmat. 2008. *PR Writing: Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*. Jakarta: Kencana.

Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran* [Ed. 1 Cet. 6]. Jakarta: Kencana.

Morissan, M.A. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Notoatmodjo, S. 2007. *Pengantar Pendidikan Kesehatan dan Ilmu Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineke Cipta.

Rahardjo, Turnomo. 2011. *Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi* [Edisi Revisi]. Yogyakarta: Mata Padi Pressindo.

Roman, Kenneth dan Maas, Jane. 2005. *How to Advertise: Third Edition*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Ruslan, Rosady. 2014. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi & Aplikasi.* (rev. ed). Jakarta: Rajawali Pers.

Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Silalahi, Ulber. 2012. *Metode Penelitian Sosial* [Cet. 3]. Bandung: Refika Aditama.

Simamora, Bilson. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen* [Cet. 2]. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

West, R., & Turner, L. H. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi* [Ed. 3]. Jakarta: Salemba Humanika.

SUMBER NON BUKU:

Ciputra Surya Group Tbk. PT. 2012. *Annual Report* Ciputra. Retrieved February 2015. www.ciputrasurya.com/annual-reports

Ciputra Surya Group Tbk. PT. 2013. *Annual Report* Ciputra. Retrieved October 2015. *Annual Report* Ciputra. www.ciputrasurya.com/annual-reports

R.W., Raymundus Rikang. 2014. *Libur Sekolah, Taman Rekreasi Banjir Pengunjung*. Retrieved February 2015 from http://bisnis.tempo.co/read/news/2014/06/22/090587095/libur-sekolah-taman-rekreasi-banjir-pengunjung

Rahayu, Siwi. 2015. *Ciputra Waterpark, Waterpark Terbesar Asia Tenggara*. Retrieved November 2015 from http://www.pegipegi.com/travel/ciputra-waterpark-terbesar-di-asia-tenggara/

Redaksi Kabar Bisnis. 2014. *Tambah wahana baru, Ciputra Waterpark siapkan Rp3 miliar per tahun*. Retrieved February 2015 from

http://www.kabarbisnis.com/read/2851026/tambah-wahana-baru--ciputra-waterpark-siapkan-rp3-miliar-per-tahun.

Sukarno, Bedjo. 2011. Jurnal Eksplorasi Vol XXIII "Persepsi Masyarakat Tentang Keberadaan *Videotron* di Manahan Surakarta". Retrieved December 2015

MSE, Andy. 2010. *Macam-Macam Media Promosi (2)*. Retrieved Mei 2016 from http://andy.web.id/macam-macam-media-promosi-2.php.

Redaksi Utero Advertising. 2012. *Kelebihan dan Kekurangan Media Iklan*. Retrieved Mei 2016 from http://www.uterogroup.com/news/kelebihan-dan-kekurangan-media-iklan.app.