

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian, peneliti dapat menyimpulkan :

1. Menurut indikator Tipe Media, secara jangkauan pemberitaan mengenai Pemkot Surabaya lebih dominan pada media cetak regional. Hal ini baik dikarenakan media regional akan lebih mudah untuk menyebarkan informasi. Sedangkan konten pemberitaan yang menarik mengenai Pemkot Surabaya adalah mengenai *news* atau hal-hal yang terjadi di Kota Surabaya. Hal ini dikarenakan *news* merupakan berita yang lebih sensasional dibanding lainnya.
2. Menurut indikator *Prominence*, letak pemberitaan mengenai Pemkot Surabaya dominan terletak pada bagian isi bukan pada halaman utama sebuah media cetak. Hal ini terjadi karena berita mengenai Pemkot Surabaya masih kurang menarik untuk dijadikan sebagai daya tarik utama sebuah media cetak. Sedangkan pada foto hasil penelitian menyatakan masih terlalu minim dikarenakan keberadaan foto penting untuk menjadi daya tarik pembaca.
3. Menurut indikator *Positioning*, bila menganalisa teknik penulisan berita dapat dilihat masih banyak teknik penulisan yang kurang tepat. Hal ini dikarenakan penulisan media cetak yang terbatas jika dibandingkan dengan media tulis seperti *online*. Walaupun begitu secara nilai berita, berita yang ada selalu memiliki lebih dari satu nilai berita. Dikarenakan berita mengenai Pemerintah Kota Surabaya akan selalu memiliki nilai

bagi warga Kota Surabaya. *Lead* yang dominan adalah *What Lead* dikarenakan pemberitaan yang ada sering kali berupa berita langsung. Struktur berita yang berupa piramida terbalik membantu pembaca untuk cepat dalam memahami inti berita.

4. Menurut indikator *Share of Voice*, pemilihan narasumber cukup beragam walaupun sering kali masih dirasa kurang tepat. Tetapi pada setiap bagian paling tidak selalu ada bagiannya masing-masing, walaupun dominasi dari walikota sendiri masih ada. Hal ini dikarenakan walikota merupakan tokoh yang dirasa memahami segala hal yang terjadi dan dapat dipercaya oleh warga Kota Surabaya.
5. Humas Pemkot Surabaya cukup berhasil dalam menjadikan Walikota sebagai sosok pemimpin yang menjual bagi pers. Serta menjadi sumber utama sebelum pers ingin mendapat berita dari Walikota. Hal ini dikarenakan banyak berita yang membahas mengenai Walikota dan saat pers menghubungi Humas Pemkot Surabaya untuk dapat berhubungan dengan Walikota.

V.2. Saran

V.2.1. Saran Akademis

Penelitian ini dengan segala kekurangan dan keterbatasannya, memungkinkan terdapat kurang tajamnya analisis yang dapat diberikan. Kecenderungan berita yang diteliti tidak langsung dari surat kabar melainkan dari kliping membuat ada beberapa poin-poin yang hilang. Penelitian ini kedepannya dapat lebih ditingkatkan menggunakan pendekatan eksplanatif sehingga dapat menguji lebih dalam mengenai hubungan ataupun perbedaan. Selain itu keberadaan media *online* juga turut menghadirkan surat kabar *online* yang juga dirasa perlu untuk dilakukannya pengawasan. Indikator konten pemberitaan pun masih terdapat kekurangan dimana seharusnya pemilihan konten lebih diperhatikan lagi terhadap berita-berita pemerintahan, karena berita pemerintahan berbeda dengan berita yang ada pada umumnya.

V.2.2. Saran Praktis

Terdapatnya kesenjangan yang cukup besar pada penempatan berita yang cukup sedikit ditempatkan di halaman utama kiranya dapat menunjukkan bahwa masih banyaknya kekurangan ketertarikan masyarakat terhadap Pemerintah Kota Surabaya. Selain itu kurang detailnya kliping yang dilakukan menyebabkan hilangnya data penting berupa foto/gambar pada artikel.

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu media tinjauan dan evaluasi, bagi Humas Pemerintah Kota Surabaya agar dalam melakukan *Media Monitoring & Media Content Analysis* nantinya dapat lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Argenti, Paul A. 2010. *Komunikasi Korporat*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Darmastuti, Rini. 2012. *Media Relations Konsep, Strategi & Aplikasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- DeVito, Joseph. 2007. *The Interpersonal Communcation Book*. 11th. Boston: Pearson Education, Inc.
- Eriyanto. 2011. *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kusumaningrat, Hikmat, and Purnama Kusumaningrat. 2009. *Jurnalistik Teori dan Praktik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mukarom, Zainal, and Muhibudin Wijaya Laksana. 2015. *Manajemen Public Relation Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat*. Bandung: Pustaka Setia.
- Mulyana, Deddy. 2011. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. 15th. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana.

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

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

Yunus, Syarifudin. 2010. *Jurnalistik Terapan*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Zaenuddin. 2007. *The Journalist*. Jakarta: Prestasi Puspakarya.

Sumber Jurnal

1. Macnamara, Jim (2005). *PR Metrics How To Measure Pubic Relations and Corporate Communication*.