

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **V.1. Kesimpulan**

Melalui Berdasarkan hasil temuan dan pembahasan yang diperoleh oleh peneliti, tingkat pengetahuan pengunjung mengenai *event* “Fresh 5k” melalui publisitas Bandar Djakarta Surabaya adalah tinggi. Tingkat pengetahuan yang paling tinggi adalah pengetahuan harga. Terpaan terbanyak yang mengetahui *event* “Fresh 5k” melalui publisitas yaitu media sosial *Instagram*, setelah itu *Facebook* dan *Whatsapp*.. Pada penelitian ini juga ditemukan yang mengikuti *event* ini pada usia 15-29 tahun, tetapi hasil yang didapat pekerjaan yang paling tinggi adalah pegawai/karyawan. Pegawai/karyawan biasanya cenderung hari Minggu digunakan untuk istirahat tetapi ternyata mereka lebih tertarik untuk mengikuti *event* “Fresh 5k” untuk olahraga. Sehingga tabulasi silang antara tingkat pengetahuan dengan jenis kelamin laki-laki, usia 15-29 tahun dan pekerjaan pegawai/karyawan adalah tinggi.

#### **V.2. Saran**

Berdasarkan dari hasil penelitian yang menyatakan bahwa tingkat pengetahuan pengunjung mengenai *event* “Fresh 5k” di Bandar Djakarta Surabaya adalah tinggi. Maka dari itu, peneliti ingin memberikan saran sebagai berikut:

1. Secara akademis, penelitian ini belum sempurna. Maka dari itu, peneliti ini dapat digunakan sebagai panduan dasar untuk penelitian selanjutnya mengenai *event* Colour Run lainnya. Kemudian untuk penelitian selanjutnya dapat menganalisis dengan objek lainnya seperti sikap atau opinin yang lebih mendalam dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif atau juga pendekatan penelitian kualitatif lainnya.
2. Secara praktis, bagi restoran Bandar Djakarta Surabaya, pe'neliti ingin memberikan saran mengenai *event* yang diadakan. acara “Fresh 5k” sangat menarik perhatian sebagian warga Surabaya bahkan hingga sampai Luar Negeri mengetahui acara tersebut. Untuk menarik perhatian banyak orang, marketing komunikasi Bandar Djakarta Surabaya sebaiknya lebih memperluas publisitas melalui mediana seperti media cetak seperti koran, majalah, papan billboard sehingga menambah informasi ke khalayak yang lebih luas. Meskipun tingkat pengetahuan pengunjung tinggi, tetapi ada beberapa pengunjung tidak mengetahui informasi seputar *event* dari media sosial atau media cetak.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Ardianto, Elvinaro.2008.*Public Relations pendekatan praktis untuk menjadi Komunikator, Orator, Presenter dan Juru Kampanye Handal*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Butteric, Keith. 2013. *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik* [Ed. 1 Cet.1]. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Cutlip, ScottM., et al. 2011. *Effective Public Relations* [Ed.9 Cet. 4].Jakarta: Kencana.
- Effendy, Onong Uchjana. 1993. *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Raya Bakti
- Engel, James .F, Blackwell, Roger D., Miniard, Paul W.1994. *Perilaku Konsumen* [Ed.6 Jilid 1]. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Jubilee Enterprise.2012.*Chatting Tanpa Batas Menggunakan Whatsapp*. Jakarta: PT Elex Media Koputindo.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin L.2012. *Marketing Management 14<sup>th</sup> Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Kriyantono, Rachmat.2008. *PR Writing: Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*. Jakarta: PT Kharisma Putra Utama.

- Kriyantono, Rachmat.2008. *Teknis Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Machfoedz, Mahmud.2010. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakar Ilmu.
- Mulyana, Deddy.2016. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moerdijati, Sri. 2012. *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*. Surabaya: PT Revka Petra Media.
- Notoatmodjo, Soekidjo.2007. *Promosi Kesehatan & Ilmu Perilaku*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Ruslan, Rosady.2010. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT Grafarindo Persada.
- Ruslan, Rosady.2016. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi & Aplikasi*. (rev.ed). Jakarta: PT Grafarindo Persada.
- Silalahi, Ulber.2012. *Metode Penulisan Sosial [Cet.3]*. Bandung: Refika Aditama.
- Sulianta, Feri.2015. *Keajaiban Media Sosial*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Sujarweni, Wiratna .V.2015.*SPSS untuk Penelitian*.Yogyakarta: Penerbit Pustaka Baru Press.

### **Jurnal Online**

Rachmaniar, Renata Anisa (2017). Studi Deskriptif tentang Loyalitas Peserta Group Whatsapp. Departemen of Sociology, Faculty of Social and Political Science.

### **Wawancara**

Daud Pratama (*Marketing Communication* Bandar Djakarta Surabaya, 5 Januari 2018)

Yustinus (Pegawai/ Karyawan, 29 Mei 2018)

Kim ha (Pegawai/Karyawan, 29 Mei 2018)

Cinthia, (Mahasiswa/I, 29 Mei 2018)

Belin (Pegawai/Karyawan, 29 Mei 2018)

Valiska (Wirausaha, 29 Mei 2018)

Monica Mahasiswa/I, 1 Juni 2018)

### **Skripsi**

Melysa, Vena. 2015. Pengetahuan Peserta “5K FUN RUN” Sheraton Surabaya Hotel and Towers. Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.