

## **BAB V**

### **PENUTUP**

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

Berdasarkan hasil temuan dan pembahasan, tingkat pengetahuan pembaca Harian Kompas Surabaya mengenai Kompas.id cenderung tinggi. Responden yang merupakan pelanggan Harian Kompas berdasarkan data tahun 2016 mengetahui secara umum mengenai Kompas.id.

Namun pada indikator pengetahuan pembelian, tingkat pengetahuannya cenderung rendah. Hal ini dikarenakan informasi mengenai Kompas.id pada beberapa media promosi masih dalam tingkat penyebaran informasi atau pengetahuan mengenai Kompas.id.

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

Saran yang diberikan dalam penelitian ini terdiri atas saran akademisi dan saran praktis yaitu sebagai berikut:

1. **Saran Akademis**

Pada penelitian ini, Kompas.id masih baru dalam memasarkan produknya selama setahun terakhir. Sehingga fokus penelitian masih pada tingkat pengetahuan. Diharapkan akan adanya penelitian lanjutan seperti motif penggunaan Kompas.id oleh pelanggan Harian Kompas sehingga dapat

memberikan sumbangan data sebagai referensi kebijakan yang diambil dalam memasarkan Kompas.id lebih efektif.

## 2. Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, saran yang bisa diberikan kepada praktisi Harian Kompas yaitu memfokuskan juga penyebaran informasi mengenai cara pembelian dalam berlangganan Kompas.id. dan meningkatkan informasi mengenai pengetahuan pemakaian sehingga diharapkan dapat meningkatkan jumlah pengakses Kompas.id.

**DAFTAR PUSTAKA****Buku :**

- Azwar, Saifuddin. (2011). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baran, Stanley J. (2008). *Pengantar Komunikasi Massa*, Jilid 1 Edisi 5. Jakarta: Penerbit Airlangga.
- Effendy, Onong Uchjana. (2015). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Engel, James F., Blackwell, Roger D., Miniard, Paul W. (1994). *Perilaku Konsumen*, Edisi Keenam. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Moerdijati, Sri. 2012. *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*. Surabaya: PT Revka Petra Media.
- Mowen, John C dan Minor, Michael. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja.
- Silalahi, Ulber. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*, Edisi Revisi. Bandung: PT Refika Aditama.
- Singarimbun, Masri & Sofian Effendi. (2006). *Metode Penelitian Survai*. Jakarta: LP3ES.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Penerbit CV. Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. (2014). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Edisi Kedua. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.

**Online :**

<https://kompas.id/tanya-jawab/> (Diakses 9 Januari pukul 13.11 WIB)

[https://kominformasi.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan\\_media](https://kominformasi.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media) (Diakses 8 Januari 2018 pukul 12:06 WIB)

<http://tekno.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.capai.132.juta>. (diakses 8 Januari 2018 pukul 12:13 WIB)

<https://apjii.or.id/content/read/39/28/Survei-Penggunaan-Internet-Sektor-Bisnis-2013> (Diakses 10 Januari 2018 pukul 10:27 WIB)

**Penelitian :**

Alexander, Natasha Shannon. (2016). Tingkat Kepuasan Pengakses Website Pemerintah Kota Surabaya [www.surabaya.go.id](http://www.surabaya.go.id). Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dewi, Debora Rosita. (2016). Tingkat Pengetahuan Pengakses Tentang Layanan Pusat Informasi Kompas (PIK) melalui situs [pik.kompas.co.id](http://pik.kompas.co.id). Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

**Wawancara :**

Ardani Hendarta, sebagai *Business Representative Manager* Kantor Biro Jatim Harian *Kompas* (Selasa, 9 Januari 2018)

M. Lutfi Sulaiman, salah satu responden (Sabtu, 2 Juni 2018)

**Sumber Lain :**

Wajah Baru “Kompas” 2018 (2018, 3 Januari). Harian *Kompas*, hal 1, 15

## **LAMPIRAN**