

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan dan pembahasan yang diperoleh oleh peneliti, tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya mengenai event mlaku mlaku nang Tunjungan melalui media sosial Instagram @aslisuroboyoy adalah tinggi. Tingkat pengetahuan paling tinggi adalah lokasi. Pada penelitian ini juga ditemukan yang paling tinggi mengikuti event ini pada usia 18-24 tahun, tetapi hasil yang didapat pekerjaan yang paling tinggi adalah wiraswasta. Wiraswasta cenderung menggunakan event-event tertentu digunakan sebagai liburan termasuk di event mlaku mlaku nang Tunjungan, event yang dilaksanakan ditempat yang strategis dan juga sarat sejarah. Sehingga tabulasi antara tingkat pengetahuan dan jenis kelamin laki-laki, usia 18-24 tahun, dan pekerjaan sebagai wiraswasta adalah tinggi.

V.2. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang menyatakan bahwa tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya mengenai event mlaku mlaku nang Tunjungan melalui media sosial Instagram @aslisuroboyoy adalah tinggi. Maka dari itu peneliti ingin memberikan saran sebagai berikut :

1. Secara akademis, penelitian ini belum sepenuhnya sempurna. Maka dari itu, penelitian ini dapat digunakan sebagai panduan dasar untuk penelitian selanjutnya mengenai *event* mlaku mlaku nang Tunjungan atau *event* lainnya. Karena dalam penelitian ini, penulis hanya memaikan tiga dari lima indikator event yaitu lokasi, kompetisi, dan hiburan saja. Sedangkan penulis tidak memakai indikator event biaya

- dan cuaca. Kemudian untuk penelitian selanjutnya dapat menganalisis dengan objek lainnya seperti sikap atau opini yang lebih mendalam dengan menggunakan pendekatan kuantitatif atau juga penelitian kualitatif lainnya.
2. Secara praktis, bagi pemerintah kota (PEMKOT) Surabaya, peneliti ingin memberikan saran mengenai *event* yang diadakan. *Event* mlaku mlaku nang Tunjungan sangat menarik atau bisa dikatakan *event* yang ditunggu-tunggu khususnya oleh masyarakat Surabaya. Untuk menarik perhatian banyak orang atau pengunjung, Humas Pemkot menjalin hubungan timbal balik dengan media sosial @aslisuroboyo. Seperti memberikan konsep foto atau video untuk ditampilkan atau diposting di akun Instagram @aslisuroboyo, karena pada postingan sebelum-sebelunya beberapa foto atau video merupakan hasil *report* terdahulu. Dan mengingat akun @aslisuroboyo merupakan akun memberikan informasi *event* atau kegiatan seputar Surabaya dari luar Humas PEMKOT Surabaya yang memiliki follower (pengikut) terbanyak, sehingga dapat menarik masyarakat khusus Surabaya untuk berbondong-bondong meramaikan *event* mlaku mlaku nang Tunjungan.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

Anas Sudijono. (2007). *Pengantar Statistika Pendidikan*. Jakarta: Grafindo Persada Raju

Any, Noor. (2009). *Management Event*. Bandung: Alfabeta.

Baran, Stanley J. (2012). *Pengantar Komunikasi Massa Jilid 1 Edisi 5*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama

Budiargo, Dian. (2015). *Berkomunikasi Ala NET Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.

Engel, Blackwell, dan Miniard. (1994). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara

Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.

Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.

Lind, D.A., Macrhal W.G., Wathen S.A. (2015). *Teknik-Teknik Statistika dalam Bisni & Ekonomi*. Jakarta: Salemba Empat.

Mulyana, Deddy, (2010). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Notoatmodjo, Soekidjo. (2007). *Promosi Kesehatan & Ilmu Perilaku*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Ruslan, Rosady. (2012). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasinya*. Jakarta: Rajawali Pers.

Silalahi, Ulber. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.

Simamora, Bilson. (2004). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Singarimbun, M., Effendi, S. (1989). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES Indonesia.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif DAN R&D (cetakan ke- 14)*. Bandung: Alfabeta.

Sutriadi, Ridwan. (2017). *Media Sosial Dan Perencanaan Kota*. Bandung: Penerbit ITB

Jurnal :

Widiastini, Andiani, Trianasai. Strategi Pemasaran Pariwisata Di Kabupaten Buleleng, Bali. Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja.

https://scholar.google.co.id/scholar?start=30&q=pemanfaatan+media+sosial+pemasaran&hl=id&as_sdt=0,5&as_vis=1 | diakses 21/04/2018

Umani, Zahrotul. Social Strategy Media Sosial Untuk Promosi Pariwisata Daerah Yogyakarta. FISIP UNDIP.

https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&as_vis=1&q=jurnal+media+sosial&btnG= | diakses 21/04/2018

muttaqin, Zainal. Facebook Marketing Dalam Komunikasi Modern. Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum.

<http://www.journal.unipdu.ac.id/index.php/teknologi/article/view/63/52> | diakses 21/04/2018

situmorang, James R. Pemanfaatan Internet Sebagai New Media Dalam Bidang Politik, Bisnis, Pendidikan, dan sosial Budaya. Universitas Katolik Parahyangan.

<http://journal.unpar.ac.id/index.php/JurnalAdministrasiBisnis/article/viewFile/418/402> | diakses 21/04/2018

Oswan dan Arifin. Fungsi Pedestrian Jalan Tunjangan Dari Sirkulasi Ke Rekreasi : Studi Kasus Berdasarkan Kesejarahan. Universitas Kristen Petra.

<http://ced.petra.ac.id/index.php/ars/article/view/18983> | diakses 21/04/2018

Novita dan Adriyani. Tingkat Pengetahuan Sikap Pedagang Jajan Tentang Pemakaian Natrium Siklamat Dan Rhodamin B. Universitas Airlangga.

<http://journal.unair.ac.id/filerPDF/jupromkes7f1406d13dfull.pdf> | diakses 21/04/2018

Olga, Sandra. Strategi Media Relations Ciputra World Surabaya Dalam Special Event Halloweenation 2013. Universitas Kristen Petra.

<http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/1740/1590> | diakses 21/04/2018

Hidayat dan Giyarsih. Tingkat Pengetahuan Mahasiswa Universitas Gadj Mada Tentang Bahaya Penyakit AIDS. Universitas Gadj Mada.

<http://lib.geo.ugm.ac.id/ojs/index.php/jbi/article/view/21/21> | diakses 21/04/2018

destiana, Salman, dan Rahim. Penerimaan Media Sosial: Kajian Dalam Pelajaran Universiti Di Palembang. Universiti Kebangsaan Malaysia.

<http://ejournals.ukm.my/mjc/article/view/15016/4640> | diakses 21/04/2018

Rusdydi, Ibnu. Pemanfaatan E-Journal Sebagai Media Informasi. Digital.

<http://oaji.net/articles/2015/1937-1430103772.pdf> | diakses 21/04/2018

Sumber Internet:

<http://surabaya.go.id/agenda/40949-mlaku-mlaku-nang-tunjungan>

<https://humas.surabaya.go.id/2018/02/21/ada-yang-beda-di-acara-mlaku-mlaku-nang-tunjungan/>

Instagram/aslisuroboy

facebook/banggasurabaya

<https://www.youtube.com/watch?v=2MjQclbS3D8>

www.surabayakota.bps.go.id

www.google.com

selular.id

Sumber Wawancara :

Jefri Kepala Bidang Pelayanan Informasi Publik Humas Pemkot Surabaya