

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan data penelitian yang telah dilakukan peneliti tentang tingkat pengetahuan penonton di Surabaya mengenai Program acara MTMA di Trans TV, maka didapatkan hasil bahwa tingkat pengetahuan yang dimiliki adalah tinggi. Hal ini dikarenakan skor yang diraih pada penelitian adalah 1,81 dimana tingkat pengetahuan dikatakan tinggi apabila dapat meraih skor diatas 1,49.

Dari seluruh pertanyaan pada kuesioner yang diberikan peneliti tidak ada yang mendapat skor rendah. Dari karakteristik program acara MTMA mulai dari pertanyaan dalam kuesioner nomer 11 sampai 25 semua memperoleh tingkat pengetahuan yang tinggi.

V.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil bahwa tingkat pengetahuan penonton di Surabaya mengenai program acara MTMA di Trans TV adalah tinggi. Peneliti ingin memberikan saran praktis dan akademis. Semoga saran yang diberikan dapat memberi sumbangsih dan masukan positif baik pada pihak Trans TV maupun untuk penelitian selanjutnya.

V.2.1 Saran Praktis

Saran peneliti kepada pihak Trans TV dalam menyampaikan informasi mengenai obyek wisata yang ada di Indonesia melalui program acara MTMA

- Trans TV lebih mempromosikan program acara MTMA melalui internet baik dalam media sosial, ataupun website resmi Trans TV. Sehingga banyak informasi yang didapat mengenai program acara MTMA.

Semoga penelitian ini dapat memberi kontribusi bagi Trans TV agar menjadi lebih baik lagi di masa yang akan datang.

V.2.2 Saran Akademis

Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode kuantitatif yakni penelitian yang menekankan kuantifikasi dan analisis data. Semoga di masa yang akan datang akan ada penelitian lain yang mengangkat fenomena sama namun dilihat dengan pendekatan, jenis, dan metode yang berbeda.

Semoga hasil penelitian ini memberi kontribusi yang berguna dalam ilmu komunikasi dan dalam penelitian-penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ardianto, Erdinaya. 2004. *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Azwar, S. 2002. *Sikap Manusia, Teori, dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin, B. 2001. *Metode Penelitian Sosial: Format Format Kuantitatif & Kualitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Engel, James F. & Blackwell, Roger D. & Miniard, Paul W. 1994. *Perilaku Konsumen: Jilid I*. Jakarta: Binarupa Aksara
- Eriyanto. 2007. *Teknik Sampling: Analisis Opini Publik*. Yogyakarta: LKiS Yogyakarta
- Hasan, I. 2006. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Ismayanti. 2010. *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: Gramedia
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Kuswandi, Wawan. 1996. *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*. Jakarta: PT. Rieke Cipta
- Liliweri, Alo. 1991. *Memahami Peranan Komunikasi Massa Dalam Masyarakat*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- McQuail, Denis. 1991. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga
- Morissan 2008. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Mulyana, Deddy. 2013. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Nasution, S. 2002. *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: Bumi

Aksara

Rakhmat, Jallaludin. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Subroto, Darwanto Sastro. 1992. *Televisi Sebagai Media Pendidikan*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press

Sudijono, Anas. 2001. *Pengantar Statistik Pendidikan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Sumadiria, Haris. 2005. *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media

Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia

Solso, Robert, Otto H. Maclin, dan M. Kimberly Maclin. 2008. *Psikologi Kognitif*. Jakarta: Erlangga

Wahyudi, J. B. 1991. *Komunikasi Jurnalistik: Pengetahuan praktis kewartawanan, surat kabar - majalah, radio dan televisi*. Bandung: Alumni

Zain, Umar Nur. 1992. *Penulisan Feature*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan

Skripsi:

Pingkan Steffi Lopian. 2012. *Strategi Public Relations Trans TV Dalam Membangun Brand Loyalty Oleh Brand Community*

Karina Maulidya Puspito Retno. 2015. *Creative Program Divisi Produksi I Program Infotainment "Insert Pagi" PT. Televisi Transformasi Indonesia (Trans TV) Jakarta*

Sumber Online:

http://www.surabayatourism.com/det_budaya.php?ID=43&lang=1

<http://indriyuliani.com/my-trip-my-adventure/> diakses pada tanggal 9 Mei 2015, pukul 10.00

Mytrans.detik.com diakses pada tanggal 17 Mei 2015, pukul 18.00

Transtv.co.id diakses pada tanggal 12 Mei 2015, pukul 11.00