

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

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

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan masyarakat Surabaya adalah rendah. Pada penelitian ini berdasarkan jawaban dari identitas responden, mayoritas responden mengetahui adanya *special event* Suryanation Motorland di Surabaya, serta mayoritas responden berasal dari jenis kelamin laki-laki dengan rentang usia 20-29 tahun dan memiliki pendidikan terakhir adalah SMA. Mayoritas dari responden yang mengisi kuesioner ini juga sudah termasuk kedalam target pengunjung dari *special event* Suryanation Motorland yang sebenarnya.

Pada kuesioner pengetahuan ini, responden mayoritas menyatakan jawaban tidak tahu sehingga pengetahuan masyarakat di Surabaya mengenai tujuan *special event* Suryanation Motorland ini rendah. Kuesioner ini memiliki lima indikator tujuan *special event*, dari lima indikator yang diajukan peneliti tiga diantaranya mendapatkan persentase yang rendah. Diantaranya adalah indikator publikasi, indikator mempertahankan penerimaan, dan indikator memperoleh rekanan. Dua indikator lainnya mendapatkan persentase tinggi, yaitu pada indikator pengenalan perusahaan dan pengenalan produk, serta indikator citra perusahaan.

Hal tersebut menunjukkan persentase pengetahuan yang rendah, karena indikator yang mendapatkan persentase rendah lebih banyak dibandingkan dengan indikator yang mendapatkan persentase tinggi yaitu sebesar 45% tahu dan 55% tidak tahu.

## **V.2 Saran**

### **V.2.1 Saran Akademis**

Pada penelitian ini memiliki kelemahan pada teknik penarikan populasi dan sampel, sehingga diharapkan pada penelitian selanjutnya ataupun penelitian yang sejenis dapat dengan tepat dalam cara pengambilannya. Selain itu juga untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menurunkan indikator berdasarkan objek yang diteliti dengan lebih jelas dan lebih sesuai dengan topik penelitian.

### **V.2.2 Saran Praktis**

Saran yang diberikan peneliti kepada pihak penyelenggara sebagai evaluasi dan untuk pelaksanaan *special event* Suryanation Motorland selanjutnya agar publikasi mengenai *special event* dilaksanakan minimal 2 bulan sebelum terselenggaranya *event* tersebut. Selain itu *event* yang diselenggarakan lebih banyak mengajak pengusaha-pengusaha yang bergerak dibidang otomotif di Surabaya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Saifuddin. 1995. *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W., 1995. *Perilaku Konsumen (Jilid 2)*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Effendy, Onong U. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Malang: Penerbit Erlangga
- Hurlock, E. B. 1980. *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*, Edisi 5. Jakarta: Erlangga
- Pudjiastuti, Wahyuni. 2010. *Special Event: Alternatif Jitu Membidik Pasar*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Ruslan, Rosady. 2005. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Silalahi, Ulber. 2012. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama
- Wawan A. dan Dewi. 2010. *Teori & Pengukuran Pengetahuan Sikap dan Perilaku Manusia*. Yogyakarta: Nuha Medika
- Website:
- Badan Pusat Statistik Kota Surabaya, 2015. *Surabaya dalam Angka: Surabaya in Figures 2015*. Diakses pada tanggal 15 Desember 2016, Pk. 13.34. <http://www.surabayakota.bps.go.id>
- Furyandi, wike. 2015. *162 Klub Motor Padati Suryanation Motorland 2015 Surabaya*. Diakses pada tanggal 15 Desember 2016, Pk. 14.10.

<http://www.autocarindonesia.com/auto-news/162-klub-motor-padati-suryanation-motorland-2015-surabaya-402749.aspx>

Kemenperin Perindustrian Republik Indonesia. 2016. *Produsen Awasi Efek Gambar Bahaya Rokok*. Diakses pada tanggal 4 Januari 2017, Pk. 23.38. <http://www.kemenperin.go.id/artikel/9516/Produsen-Awasi-Efek-Gambar-Bahaya-Rokok>

Hadi, Okky Zulham. 2015. *Suryanation Motorland 2015 Resmi Dibuka*. Diakses pada tanggal 15 Desember 2016, Pk. 17.10. <http://otorider.com/article/view/suryanation-motorland-2015-resmi-dibuka/ymCrDgrLT3mRUbckqADjC-e66ziBkL-8jSPpqxovfg>

PT. Gudang Garam Tbk. 2013. *Brand: Surya Family – Surya*. Diakses pada tanggal 22 Februari 2016, Pk. 19.20 [http://www.gudanggaramtbk.com/brand/surya\\_family/surya](http://www.gudanggaramtbk.com/brand/surya_family/surya).

Wawancara:

Valeyntino, Reinhard. *Merchandiser Marketing Divisi Community Surya*. *Interview* pada tanggal, 14 Desember 2016, Pk. 15.25.

Hermawan, Ferry. Karyawan Swasta. *Interview* Tanggal 7 April 2017, Pk. 18.23

Oliver, Rexie. Mahasiswa. *Interview* Tanggal 7 April, Pk. 15.48

Clinton, Rican. Mahasiswa. *Interview* Tanggal 5 April, Pk. 15.55