

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan data penelitian yang telah dilakukan peneliti tentang tingkat pengetahuan para pengguna XL di Surabaya mengenai logo baru XL Axiata didapatkan hasil bahwa tingkat pengetahuan yang dimiliki adalah tinggi.

Secara keseluruhan pernyataan pada kuesioner yang dibuat oleh peneliti, menghasilkan tingkat pengetahuan yang tinggi mengenai logo baru XL. Pengetahuan responden mengenai elemen bentuk dan elemen warna memiliki hasil tingkat pengetahuan tinggi jika dibandingkan dengan tingkat pengetahuan responden mengenai elemen tipografi.

V.2 Saran

Peneliti membagi saran untuk peneliti tingkat pengetahuan para pengguna XL di Surabaya mengenai logo baru XL ini menjadi dua aspek, secara akademis dan secara praktis. Saran yang diberikan adalah sebagai berikut,

1. Saran Praktis

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, peneliti ingin memberikan masukan yang positif bagi XL. Untuk meningkatkan pengetahuan logo kepada masyarakat, XL harus memberikan pengetahuan logo yang dimiliki di semua media yang ada, baik pada *website*, media sosial, iklan televisi, poster, baliho, dan brosur. Sehingga masyarakat yang melihat semakin *aware* dengan

logo baru XL. Terutama pada elemen tipografi dari logo XL harus lebih di tonjolkan lagi.

2. Saran Akademis

Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode kuantitatif yakni penelitian yang menekankan pada kuantifikasi dan analisis data. Semoga dimasa yang akan datang akan ada peneliti yang mengangkat fenomena sama tetapi dengan menggunakan pendekatan, jenis, dan metode yang berbeda.

Daftar Pustaka

Buku :

Effendi, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*.

Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

Engel, James F. & Blackwell, Roger D., & Miniard, Paul W. (1994).

Perilaku Konsumen: Edisi Keenam Jilid 1. Jakarta: Binarupa Aksara.

Jefkins, Frank. (1994). *Periklanan*: edisi ketiga. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip & Pfoertsch, Waldemar. 2006. *B2B Brand Management*.
Germany: Springer.

Kriyantono, R. (2006). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.

Notoatmodjo, S. (2003). *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta:
PT Rineka Cipta.

Rustan, Suriyanto. (2009). *Mendesain Logo*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka
Utama

Ruslan, Rosady. 2004. *Metode Penelitian Public Relations dan
Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

Singarimbun, Masri., Effendi Sofian. (1995). *Metode Penelitian Survei*.
Jakarta : PT. Pustaka LP3ES Indonesia.

Vos. M.F (2000). *The Corporate Image Concept: a strategic approach*.
Den Haag : ACC Ede

Online:

Librianty. Ulang tahun ke-18, XL meluncurkan logo baru. Diakses dari:

<http://tekno.liputan6.com/read/2125842/ulang-tahun-ke-18-xl-ganti-logo> / pada: 8 Desember 2015 pukul 09.00 WIB.

Data pengguna XL. Diakses dari

<http://www.jawapos.com/read/2016/02/15/18108/xl-bidik-10-juta-pelanggan-4g-lte> pada: 12 Maret 2016 pukul 20.00 WIB.

Perubahan logo. Diakses dari:

<http://tekno.kompas.com/read/2014/10/28/14275817/xl.axiata.luncurkan.logo.baru> pada: 8 Desember 2015 pukul 10.00 WIB.

<http://idesainesia.com/review-logo-baru-xl-axiata> pada: 7 Mei 2016 pukul 21.00 WIB

Profil perusahaan XL. Diakses dari: <http://www.xl.co.id/> pada: 8 Desember 2015 pukul 10.00 WIB.

Profil pengguna internet indonesia

<http://www.slideshare.net/internetsehat/profil-pengguna-internet-indonesia-2014-riset-oleh-apjii-dan-puskakom-ui>

Data nilai UMR kota Surabaya

<http://regional.kompas.com/read/2015/11/21/05000061/Gubernur.Jatim.Tetapkan.UMK.2016>

Wawancara :

Putro, Corporate Communication XL, Pukul 09.00 WIB. 12 Desember 2015, Kantor XLCenter Surabaya.

Para pengguna XL, Pukul 10.00 WIB. 24 Maret 2016, Kantor XLCenter Surabaya.

Para pengunjung XL, Pukul 10.00 WIB. 24 Mei 2016, Kantor XL Center Surabaya.