

## **BAB V**

### **PENUTUP**

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

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan masyarakat Surabaya mengenai iklan layanan masyarakat #WAKTUNYAKITA adalah tahu. Pada kuisioner pengetahuan ini, masing-masing indikator dinyatakan oleh responden tahu dengan semua pernyataan yang diajukan oleh penulis, sehingga pengetahuan yang dihasilkan adalah tahu dimana kuisioner ini memiliki enam indikator iklan yaitu, *heard word and sound effect, music, seen word, picture, colour, movement*.

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

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

Pada penelitian ini memiliki kelemahan pada teknik penarikan sampel, maka diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat lebih tepat untuk mengambil penarikan sampel. Adapun penelitian ini kurang sempurna, sehingga penelitian selanjutnya mengenai pengetahuan dapat diharapkan menjadi lebih baik dan lebih sempurna.

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

Iklan layanan masyarakat #WAKTUNYAKITA hasilnya sudah cukup baik, banyak masyarakat Surabaya yang mengetahui informasi pada iklan layanan masyarakat tersebut. Maka, NET harus lebih banyak lagi membuat informasinya dan membuat lebih banyak versi agar masyarakat dapat menerima dengan baik dan menerima lebih banyak informasi mengenai apa yang dibuat oleh NET.

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku

Belch G.E & M.A Belch. (2004). Advertising & Promotion and Integrated Marketing Communications Perspective. Sixth Edition: New York: McGraw-Hill/rwin

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

Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W., 1995. Perilaku Konsumen (Jilid 2). Jakarta: Binarupa Aksara

Hurlock, E. B. 1980. Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan, Edisi 5. Jakarta: Erlangga

Kasali, Rhenald. (1995). *Manajemen Periklanan*. Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti

Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Prenadamedia Group

Machfoedz, M. (2009). *Komunikasi Perawatan (Komunikasi Terapeutik)*. Yogyakarta: Ganbika

Morissan. (2015). *Periklanan (Komunikasi Pemasaran Terpadu)*. Jakarta:

Prenamedia Group

Pujiyanto. (2013). *Iklan Layanan Masyarakat*. Yogyakarta: C.V Andi

Offset

Silalahi, Ulber. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika

Aditama

Singarimbun, Masri dan Sofian Efendi. (2006). *Metode Penelitian Survei*.

Jakarta: LP3S

### **Sumber Website**

<http://www.netmedia.co.id/about>

<https://twitter.com/netmediatama/status/917725153395482624>

<http://health.liputan6.com/read/2460330/anak-asuhan-gadget>

<http://news.unair.ac.id/2016/06/01/83-persen-remaja-tidak-bisa-lepas-dari-media-sosial-barang-sehari-pun/>

[liputan6.com](http://liputan6.com)

[apjii.go.id](http://apjii.go.id)