

## **BAB V**

### **PENUTUP**

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

Berdasarkan data penelitian yang telah dilakukan peneliti tentang tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya mengenai program Koridor *Co-working Space* melalui berbagai media komunikasi maka didapatkan hasil bahwa tingkat pengetahuan yang dimiliki adalah tinggi dengan skor yang diraih pada penelitian adalah 0,69.

Dari seluruh pernyataan pada kuesioner yang diberikan peneliti, semua meraih skor tinggi. Dari tiga indikator pengetahuan, yang paling tinggi diraih pada indikator pengetahuan pembelian yaitu pada pernyataan mengenai lokasi Koridor yang berada pada Gedung Siola lantai 3 Jalan Tunjungan Surabaya, lalu kedua adalah indikator pengetahuan produk, dan yang terendah adalah indikator pengetahuan pemakaian.

Media instagram menjadi media yang paling banyak dipilih sebagai sumber informasi mengenai program *Koridor Co-working Space*.

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

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil bahwa tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya mengenai program Koridor *Co-working Space* melalui berbagai media komunikasi adalah tinggi. Peneliti ingin memberikan saran praktis dan akademis.

### V.2.1 Saran Praktis

Saran peneliti kepada Humas Pemerintah Kota Surabaya dalam menyampaikan informasi mengenai program Koridor *Co-working Space* adalah sebagai berikut:

- a. Humas Pemerintah Kota Surabaya dapat lebih meningkatkan kembali sosialisasi mengenai *event* atau kegiatan yang berkaitan dengan *start-up* dan juga *entrepreneurship* dengan memanfaatkan media yang dimiliki, agar masyarakat Surabaya bisa lebih banyak lagi yang mengikuti program yang berkaitan dengan bidang *start-up* maupun *entrepreneurship* sehingga tujuan dari Koridor *Co-working Space* sendiri dapat berjalan dengan baik.
- b. Media website dan juga sosialisasi di kampus menjadi sumber informasi terendah, akan lebih baik lagi apabila semua media yang digunakan Humas Pemerintah Kota Surabaya untuk mempublikasikan program Koridor *Co-working Space* seperti instagram, website, dan juga sosialisasi di kampus ini dapat menginformasikan informasi yang sama, yaitu mulai dari siapa dan tujuan Koridor ini dibangun hingga program-program apa yang ada didalam Koridor. Sehingga seluruh masyarakat Surabaya dari berbagai wilayah dapat mengenal dan mengetahui Koridor *Co-working Space* dengan informasi yang sama.
- c. Surabaya Pusat menjadi wilayah yang memiliki tingkat pengetahuan yang rendah, akan lebih baik lagi apabila dapat menambah media publikasi atau promosi yaitu *Below The Line* dengan tujuan agar masyarakat Surabaya lebih *aware* pada program Koridor *Co-working Space*. Seperti poster, X-banner, spanduk dan masih banyak lagi.

### **V.2.2 Saran Akademis**

Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode kuantitatif yakni penelitian yang menekankan kuantifikasi dan analisis data. Di masa yang akan datang akan ada penelitian lain yang mengangkat fenomena sama namun dilihat dengan pendekatan, jenis, dan metode yang berbeda. Menjadi lebih menarik apabila pada penelitian selanjutnya terdapat penelitian mengenai evaluasi kualitatif yang mendalam tentang program Koridor *Co-working Space*.

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku :

- Ardianto, Elvinaro. (2011). *Handbook of Public Relation*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.
- Cangara, Hafied. (2007). *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Revisi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Effendy, O. (2002). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- \_\_\_\_\_ (2007). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Engel, J. (1994). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Konsumen.
- Hurlock, E. B. (1980). *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan, Edisi 5*. Jakarta: Erlangga.
- Jefkins, Frank (2004). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Lind. A. Douglas, Marchal. G William, Wathen. A. Samuel. (2013). *Teknik-teknik Statistika dalam Bisnis dan Ekonomi Menggunakan Kelompok Data Global, Edisi 13*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyana, D. (2016). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, R. (2017). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

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

\_\_\_\_\_ (2015). *Metode Penulisan Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.

Singarimbun, M., & Effendi, S. (2006). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.

Umar, H. (2002). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Wawan, A. M, Dewi. (2010). *Teori & Pengukuran Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Manusia*. Yogyakarta : Nuha Medika.

Yananda. Rahmat. M, Salamah. Ummi. (2014). *Branding Tempat: Membangun Kota, Kabupaten, dan Provinsi Berbasis Identitas*. Jakarta: Makna Informasi.

### **Sumber Jurnal :**

Binus University Dare to Think. (2012). *Pilar-Pilar Ekonomi Kreatif*. Binus University. 1, 1-10.

Hadi, Ido Prijana. (2009). *Perkembangan Teknologi Komunikasi dalam Era Jurnalistik Modern*. Jurnal Universitas Kristen Petra, 3, 1, 69-84.

Hasan. (2009). *Word-Of-Mouth Marketing Sebagai Bauran Komunikasi Pemasaran*. Jurnal Dinamika Ekonomi Bisnis, 6, 2, 101-112.

Kurnia, Novi. (2005). *Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi*. Jurnal Portal Garuda, 6, 2, 291-296.

- Nurudin. (2013). *Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi*. Jurnal Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 5, 2, 83-93.
- Simarmata, Salvatore. (2014). *Media Baru, Ruang Publik Baru, dan Transformasi Komunikasi Politik di Indonesia*, Research Gate, 3, 2, 18-36.
- Watie, Errika Dwi Setya. (2011). *Komunikasi dan Media Sosial*. The Messenger, 3, 1, 69-75.
- Yahya, Muhammad. (2018). *Era Industri 4.0: Tantangan Dan Peluang Perkembangan Pendidikan Kejuruan Indonesia*. Universitas Negeri Makassar, 1-25.

**Sumber Internet :**

- Data seputar Koridor Co-working Space, diakses dari [www.surabaya.uri.co.id](http://www.surabaya.uri.co.id). Diakses pada tanggal 18 Februari 2018, Pkl 20.50
- Data seputar Koridor Co-working Space, diakses dari [www.humas.surabaya.go.id](http://www.humas.surabaya.go.id). Diakses pada tanggal 18 Februari 2018, Pkl 21.00
- Data seputar Koridor Co-working Space, diakses dari [www.koridor.space](http://www.koridor.space). Diakses pada tanggal 18 Februari 2018, Pkl 21.05
- Data seputar Koridor Co-working Space, diakses dari [www.pesonajatim.com](http://www.pesonajatim.com). Diakses pada tanggal 18 Februari 2018, Pkl 21.05

Data seputar Bangsa Surabaya diakses dari [www.humas.surabaya.go.id](http://www.humas.surabaya.go.id) pada tanggal 13 September 2018, Pkl 23.11

Data pemakaian medsos di Indonesia, diakses dari [www.tekno.kompas.com](http://www.tekno.kompas.com) pada tanggal 17 November 2018, Pkl 20.00

### **Penelitian Terdahulu :**

Andreina, Olivia Marshelin. (2018). *Tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya mengenai program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) melalui website BPJS Kesehatan*. Repository Wima.

Artiyo, Yovica Frestycilia. (2018). *Tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya mengenai informasi special events Honda Safety Riding Kelana Kota Surabaya 2017 PT Mitra Pinasthika Mulia (PT MPM) dan Suara Surabaya melalui berbagai media komunikasi*. Repository Wima.

Felbania, Devina. (2017). *Tingkat pengetahuan karyawan PT Gramedia Asri Media di Surabaya mengenai brand Gramedia*. Repository Wima.