

BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai pengaruh *event drive in senja* terhadap citra *event organizer* katarsis live pada Masyarakat Kota Surabaya, dapat disimpulkan bahwa event Drive In Senja memiliki pengaruh terhadap citra Event Organizer Katarsis live pada masyarakat Kota Surabaya. Yakni, hubungan yang cukup berarti antara event Drive In Senja (Keunikan, perishability, intangibility, suasana pelayanan dan interaksi personal), dan citra (primary impression, familiarity, perception preference, position).

Berdasarkan identitas responden mayoritas responden *event* “Drive In Senja” berumur 17-35 tahun dengan jenis kelamin perempuan, dan memiliki latar belakang pendidikan terakhir SMA dan mayoritas responden adalah mahasiswa/pelajar. Peneliti mendapatkan aspek yang paling menonjol dalam *event* “Drive In Senja” adalah interaksi personal, sedangkan pada citra aspek yang paling menonjol adalah *primary impression* dimana responden terkesan dengan konsep “Drive In Senja”. Dapat disimpulkan bahwa *event* “Drive In Senja” memiliki pengaruh terhadap *event organizer* katarsis live

V.2 Saran

V.2.1 Saran Akademis

Bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian sejenis, peneliti menyarankan untuk melakukan penelitian ini lebih dalam dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Tujuannya adalah agar bisa melihat fenomena serupa dari sisi lain. Apabila dikaitkan dengan penelitian ini, studi kasus dapat dilakukan untuk melihat strategi Katarsis live dalam mempertahankan citranya melalui *event* “Drive In Senja”. Sebab jika penelitian tersebut dilakukan dapat memperkuat penelitian ini sebagai penelitian terdahulu atau memberikan pandangan yang berbeda jika mendapatkan hasil yang berbeda.

V.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti mengajukan saran kepada pihak Katarsis live untuk senantiasa menjaga hubungan baik dan harmonis dengan partisipan atau pihak manapun yang telah terlibat atau terkait dalam *event* “Drive In Senja”. Katarsis live dapat terus mempertahankan performanya dalam mengadakan *event* “Drive in senja” dan semakin memperhatikan detil kecil dari seluruh persiapan yang akan menunjang keberhasilan *event*.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Choirul Fajri, Muhamad Rezza Atthoriq Arya Pratama, D. W., Yani Tri

Wijayanti, Muhammad Najih Farihanto, Dias Regian Pinkan, K., Megantari,

Ayub Dwi Anggoro, Eli Purwati, A. R., Rachmawati Novaria, Fitri Nor

Habiba, A. R. C., Eeng Ratnasari, Agus Naryoso, Yesi Nugraheni, A. M.,

Salsabila Nail Adila, Dasrun Hidayat, Anisti, Eceh Trisna Ayuh, S. E., ...

Enrika Meliany, Aat Ruchiat Nugraha, Evi Novianti, L. K. (2019). *PUBLIC*

RELATIONS DAN PERIKLANAN MENGHADAPI REVOLUSI INDUSTRI

4.0 (F. G. S. Junaedi Fajar, Ed.). Y: Buku Litera Yogyakarta.

Hermawan, A. (2019). *Komunikasi pemasaran* (A. Maulana, Ed.). Jakarta:

Erlangga.

Jefkins, F. (2019). *Public Relation* (Edisi keli; N. Mahanani, Ed.). Jakarta:

Erlangga.

Kriyantono, R. (2016). *Public relation writing teknis produksi media public*

relation dan publisitas korporat (Edisi kedu). Jakarta: PRENAMEDIA

GROUP.

Kriyantono, R. (2020a). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan*

Kualitatif (kedua; I. Fahmi, L. Novita, & Euis, Eds.). Prenada Media Group.

M.F. Vos. (1992). *The Corporate Image Concept* (H. Schoemaker, Ed.).

Wageningen.

- Mukarom, Z. & M. W. L. (2015). *Manajemen public relation panduan efektif pengelolaan hubungan masyarakat* (B. A. Saebani, Ed.). Bandung: CV Pustaka Setia.
- Noor, A. (2017). *Manajemen Event* (Revisi). Bandung: Alfabeta.
- Pratama, B. (2017). *Citra pemerintah di era digital tipologi dan manajemen reputasi* (Turi, Ed.). Yogyakarta: Gava media.
- Rakhmat, J. (2018). *psikologi komunikasi* (Edisi revisi; T. Surjaman, Ed.). Bandung: Simbiosis Rekamata Media.
- Ruslan, R. (2017). *Manajemen public relation & media komunikasi konsepsi dan aplikasi* (Revisi). Depok: RajaGrafindo Persada.
- Silalahi, U. (2009). *metode penelitian sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Soemirat, Soleh & Ardianto, E. (2016). *dasar dasar public relation*. Bandung: Rosdakarya.
- Sugiyono. (2017). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni. (2015). *SPSS UNTUK PENELITIAN* (Florent, Ed.). Yogyakarta.

JURNAL

- Astuti, A. (2019). Perencanaan konsep event festival kampung tangerang dalam membangun citra pada mall cbd ciledug. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 3(2), 86–91. <https://doi.org/10.25139/jkp.v3i2.2000>

- Christina. (2017). Pengaruh Event Honda Di Pekan Raya Jakarta Terhadap Brand Image Produk Motor Honda. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 163–186.
- Harwinda, A., Ikhsano, A., & Komunikasi, I. (2020). Pengaruh Special Event Pembukaan ASIAN GAMES ke-18 Tahun 2018 terhadap Reputasi Ketua Panitia INASGOC. *Komunikasi*, 14(1), 31–42.
- Idawati, I. (2019). Pengaruh Acara Festival Seni Terhadap Citra Sekolah Di Sma Negeri 06 Pekanbaru. *Jurnal Riset Komunikasi*, 2(1), 63–73.
<https://doi.org/10.24329/jurkom.v2i1.44>
- Jacqueline, J., & Kusniadji, S. (2019). Pengaruh Komunikasi Pemasaran melalui Event dan Iklan terhadap Citra Merek Shopee. *Prologia*, 2(2), 363.
<https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3713>
- Karo Karo, P., & Firstyana, A. S. (2021). Pengaruh Sponsorship Pada Event Bingen Fest Terhadap Brand Awareness Authenticity Class Mild. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 141–154.
<https://doi.org/10.30656/lontar.v9i2.3245>
- Mujianto, H. (2018). PERANAN STRATEGI PUBLIC RELATIONS TERHADAP CITRA PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA HOTEL GRAND KOPO BANDUNG). *Ilmu Komunikasi*, 4(2), 65–74.
- Rahayu, S. (2013). Pengaruh Event ESMOD Fashion Festival 2012 Terhadap Citra ESMOD Jakarta. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 12(3), 241–260.

S.K, H. J. R. (2012). *Pengaruh Special Event Pl Fair 2010 Terhadap Pencitraan Sma Pangudi Luhur 1 Jakarta*. XI(4), 378–400.

Septian, R. (2019). Pengaruh Tulisan Ernest Prakasa Mengenai Dr Zakir Naik Di Twitter Terhadap Citra Ernest Prakasa Di Desa Bojonggede. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 176–183. <https://doi.org/10.31294/jkom.v10i2.6386>

Tekwana, P. (2019). Pengaruh Marketing Public Relations Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Rumah Sakit Syafira Pekanbaru. *Jurnal Communiverse (CMV)*, 4(2), 16–29.

INTERNET

Nural. (2020). Drive-In Senja, Nonton Film ala Layar Tancep dalam Mobil.

Retrieved from kincir.com website:

<https://www.kincir.com/movie/cinema/drive-in-senja-nonton-film-mobil-D7XRhb9ZKr8Q>

Ramadhian, N. (2020). Nonton Bioskop dari Mobil di Drive-In Senja, Mulai dari

Rp 200.00-an. Retrieved February 10, 2022, from Kompas.com website:

<https://travel.kompas.com/read/2020/08/13/181000627/nonton-bioskop-dari-mobil-di-drive-in-senja-mulai-dari-rp-200.00-an>