

BAB V

PENUTUP

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan dan pembahasan, tingkat pengetahuan konsumen The Body Shop Surabaya mengenai kampanye *FOREVER AGAINST ANIMAL TESTING* adalah rendah. Konsumen kurang mengetahui secara dalam hal seputar kampanye *FOREVER AGAINST ANIMAL TESTING*. Ketika dirinci berdasarkan indikator pengetahuan produk dan pelaksanaan, hasilnya menunjukkan pengetahuan produk unsur isi dan pengetahuan produk program kampanye hasilnya tinggi. Berbeda pada pengetahuan pelaksanaan isi, pengetahuan produk tujuan kampanye, pengetahuan pelaksanaan tujuan, pengetahuan pelaksanaan program dan pengetahuan produk sasaran kampanye yang memiliki hasil pengetahuan rendah.

Berdasarkan empat unsur kampanye, hasilnya tinggi pada pengetahuan unsur isi saja, sedangkan pada tujuan, program dan sasaran hasilnya rendah. Konsumen mengaku kurang mengetahui terhadap empat unsur yang melekat pada kampanye *FOREVER AGAINST ANIMAL TESTING*. Sehingga menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan konsumen rendah mengenai kampanye *FOREVER AGAINST ANIMAL TESTING*.

V.2. Saran

1. Secara akademis, bagi akademisi yang akan melakukan penelitian selanjutnya, peneliti menganjurkan untuk meneliti kampanye hingga pada sikap konsumen mengenai kampanye. Serta lebih menambah kuota responden agar penelitian bisa lebih digeneralisasi.

2. Secara praktis, peneliti menganjurkan pihak The Body Shop Surabaya untuk lebih menggunakan cara penyampaian informasi yang lebih efektif, yaitu pada gambar yang mengindikasikan kampanye misalkan poster gambar di buat lebih kontras warnanya, agar konsumen yang semulanya tidak tahu menjadi tahu dan yang tidak tertarik menjadi tertarik.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdi Sanyoto. S. 2005. *Dasar-Dasar Tata Rupa dan Desain*. Yogyakarta: Arti Bumi Intaran
- Burhan Bungin. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Komunikasi, Ekonomi, dan kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu sosial lainnya*, Jakarta: Kencana,
- Danandjaja. 2012. *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Effendy. Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti
- Engel, James, F, Roger D. Blackwell, dan Paul W. Miniard. 1994. *Perilaku Konsumen*. Edisi Keenam. Jilid 1. Penerbit Binarupa Aksara. Jakarta
- Frans M. Royan. 2004, Marketing Selebriti “Selebriti dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri”, Alex Media Komputindo, Jakarta.
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty*. Edisi Revisi, Jakarta: Erlangga Kotler 2000
- Juliansyah Noor. 2013. “*Penelitian Ilmu Manajemen, Tinjauan Filosofis dan Praktis*” Cetakan ke-1. Jakarta: Kencana.

- Kotler, P. dan Nancy Lee. 2005. *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- McQuail, Dennis and Sven Windahl. 1993. *Communication Models: For The Study of Mass Communication*. 2 nd Edition. New York: Longman Inc
- Moerdijati, Sri. 2012. *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*. Surabaya: PT Revka Petra Media.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja
- Ratnawati. 2009. *Penelitian Tindakan Dalam Bidang Pendidikan dan Sosial*. Mojokerto : Bayu Media Publishing
- Rosdakarya. Notoatmodjo, S. 2007. *Pendidikan dan Perilaku kesehatan*. Cetakan 2 Jakarta:PT. Rineka Cipta.
- Ruslan Rosady. 2008. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Rajagrafindo Persada. Jakarta.
- Ruslan Rosady. 2010. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Silalahi, Ulber. 2010. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Refika Aditama
- Sherief Salbino 2014, *Buku Pintar Gadget Android Untuk Pemula*, Jakarta: Kunci Komunikasi

- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- Tjiptono. 2006. *Pemasaran Jasa*, Cetakan Kedua. Jawa Timur: Bayumedia Publishing
- Ujang Sumarwan. 2004. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia
- Untung, Hendrik Budi. 2008. *Corporate Social Responbility*, Jakarta: Sinar Grafika.
- Venus, Antar. 2007. *Manajemen Kampanye: Panduan Teoretis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Wimmer, Roger D, Dominick, Joseph R. 2006. *Mass Media Research an Introduction*. Wadsworth Publishing Company. Belmont
- Wittasari, A. Diah. 2008. *Wanita pekerja rentan gila belanja*. Jakarta : Kartini.

Internet

<http://www.thebodyshop.co.id> akses 1 oktober 2017

www.manajemenbisnis.com

<https://swa.co.id/swa/trends/management/the-body-shop-lanjutkan-kampanye-against-animal-testing>. Akses 21 November 2017

<http://www.harpersbazaar.co.id/>

www.yaoutube.com akses 1 oktober 2017

www.facebook.com akses 1 oktober 2017

www.twitter.com akses 1 oktober 2017

www.instagram.com akses 1 oktober 2017

www.amazine.co.id akses 16 Oktober 2017

www.thebodyshop.co.id/ban-animal-testing akses 21 November 2017

http://features.peta.org/cruelty-free-company-search/cruelty_free_companies akses 21 November 2017

<http://koran-sindo.com> akses 21 November 2017

Erfandi. 2009 Pengetahuan dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi,
<http://www.forbetterhealth.wordpress.com>

www.Tokopedia.com (akses 26 Desember 2017).

<http://www.kompas.com/>

<https://www.tempo.co/>

http://www.frontier.co.id/en_US/

<https://swa.co.id/swa/trends/marketing/tren-konsumen-the-body-shop-di-indonesia-bergeser> (akses 29 Desember 2017).

<http://www.nielsen.com/us/en/insights/reports.html>

Wawancara

Wawancara melalui email dengan *PR* The Body Shop pusat Tangerang
11 Desember 2017

Wawancara pada konsumen di *mall* Tunjungan Plaza pada Tanggal 10
November 2017

Wawancara pada konsumen di *mall* The Body Shop Galaxy Mall
Surabaya. Tanggal 11 November 2017

Wawancara pada konsumen di *mall* Tunjungan Plaza pada Tanggal 22-
23 Desember 2017

Wawancara pada konsumen di *mall* The Body Shop Galaxy Mall
Surabaya. Tanggal 24-25 Desember 2017

Wawancara pada leader staff di *mall* The Body Shop Galaxy Mall
Surabaya. Tanggal 25 Desember 2017