

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Secara keseluruhan tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya mengenai *Indihome Fiber* PT. Telkom melalui iklan di media adalah tinggi namun tidak terlalu ekstrem. Hal ini menunjukkan bahwa, globalisasi internet saat ini telah menjadi kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Akses internet dibutuhkan sebagai sarana hiburan atau bahkan untuk kebutuhan insidental seperti pekerjaan. Melalui 400 responden yang telah terpilih secara acak untuk mengisi kuesioner, memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi mengenai *Indihome Fiber* yang terdiri dari layanan telepon rumah, TV kabel dan internet.

Selain itu, media yang paling banyak dilihat oleh responden yang pertama adalah surat kabar, kemudian kedua adalah *banner* dan ketiga adalah *billboard*. Sehingga hal ini menunjukkan dari 400 responden yang diteliti mengenai pengetahuannya tentang *Indihome Fiber* melalui iklan di media, surat kabar sebagai media yang memiliki persentase tertinggi sebagai sumber pengetahuan responden mengenai *Indihome Fiber* menunjukkan segmentasi dari responden yang lebih cenderung tahu mengenai iklan tersebut yakni yang berusia >30 tahun.

Surat kabar dan *billboard* merupakan media *above the line*, sedangkan *banner* adalah media *below the line*. Sehingga dapat disimpulkan dari 400 responden lebih cenderung mengetahui *Indihome Fiber* melalui iklan media *above the line*, yang terdiri dari surat kabar dan *billboard*.

V.2 Saran

Saran peneliti adalah penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian serupa lainnya atau penelitian ini dapat disempurnakan secara lebih baik lagi dikemudian hari. Selain itu, berdasarkan data tingkat pengetahuan dari responden tergolong tinggi, namun dari iklan *Indihome Fiber* mengenai pengetahuan pembelian masih tergolong sedang, terutama pada pernyataan mengenai pembelian dengan menggunakan kartu kredit berlogo visa akan mendapat tambahan bonus masih banyak responden yang tidak tahu. Peneliti mengharapkan dari pihak PT. Telkom tidak hanya menginformasikan pesan iklan tersebut melalui media *billboard* saja namun juga seluruh media yang memungkinkan untuk menampung pesan secara lebih maksimal sehingga responden dapat mengetahui pesan tersebut secara jelas.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Danandjaja, 2012 . *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Dariyo, Agoes. *Psikologi Perkembangan Dewasa Muda*. Jakarta: Grasindo.
- Effendy, O. U. 1993. *Ilmu Teori & Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Effendi, Sofian & Singarimbun, Masri. 2006. *Metode Penelitian Survai*. Jakarta: Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial (LP3ES).
- Engel, J. F, Blackwell, R. D & Miniard, P. W. 1994. *Perilaku Konsumen Edisi Keenam (jilid 1)*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Engel, J. F, Blackwell, R. D & Miniard, P. W. 1995. *Perilaku Konsumen Edisi Keenam (jilid 2)*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Hasan, M. Iqbal. 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hurlock, E. B. 1987. *Perkembangan Anak Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Hurlock, E. B. 1996. *Psikologi Perkembangan Edisi Kelima*. Jakarta: Erlangga
- Jaiz, Muhammad. 2014. *Dasar-dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Jefkins, Frank. 2003. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Kincaid, D. L & Schramm, Wilbur. 1977. *Asas-asas Komunikasi Antar Manusia*. Jakarta: Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial (LP3ES).

- Kotler, Philip & Pfoertsch, Waldemar. 2006. *B2B Brand Management*. Germany: Springer.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Lind, Douglas. A, Marchal, William. G & Wathen, Samuel. A. 2007. *Teknik-teknik Statistika dalam Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyana, Deddy. 2011. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nova, Firsan. 2011. *Crisis Public Relations*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Rangkuti, Freddy. 2002. *The Power of Brands*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ruslan, Rosady. 2003. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu (5th ed.)*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Simamora, Bilson. 2000. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Soehartono, Irawan. 2011. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Soekidjo, Notoatmodjo. 2003. *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: PT. Asdi Mahasatya.
- Supriyanto, Sugeng. 2008. *Meraih Untung dari Spanduk Hingga Billboard*. Yogyakarta: Pustaka Grhatama.

Suryawati, Indah. 2002. *Jurnalistik Teori dan Praktik*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Non Buku

- (t.p.). 2014. *Telkom Speedy 4 kali raih penghargaan Indonesia Best Brand Award* 2014.
Tersedia:<http://bumn.go.id/telkom/berita/466/Telkom.Speedy.4.Kali.Raih.Penghargaan.Indonesia.Best.Brand.Award.2014> (21 Oktober 2015).
- (t.p.). 2015. *Microsoft beri penghargaan untuk Indihome*.
Tersedia:<http://www.indihome.co.id/article/detail/microsoft-beri-penghargaan-untuk-indi-home> (21 Oktober 2015).
- (t.p.). 2015. *Indihome diyakini tembus 1 juta pelanggan*.
Tersedia:<http://surabaya.tribunnews.com/2015/09/21/indihome-diyakini-tembus-1-juta-pelanggan> (21 Oktober 2015).
- Ijs. 2015. *Telkom Raih Banyak Penghargaan di Bulan Juni 2015*.
Tersedia:<http://www.indihome.co.id/article/detail/telkom-raih-banyak-penghargaan-di-bulan-juni-2015-> (21 Oktober 2015).
- Rahmanto, Aditya Panji. 2015. *Telkom Speedy dihentikan, pelanggan dirayu pindah ke Indihome*.
Tersedia:<http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20150520115043-185-54449/telkom-speedy-dihentikan-pelanggan-dirayu-pindah-ke-indihome/> (21 Oktober 2015).
- (t.p.). 2010. *Surabaya dalam angka* 2014.
Tersedia:www.surabayakota.bps.go.id (27 Desember 2015).

Wawancara

Wicaksono, Kukuh (*Public Relations Officer 2 Communication Witel Suramadu*, 12 Oktober 2015).

Wahyudi, Slamet Tri (*Public Relations Officer 2 Communication Witel Suramadu*, 24 Oktober 2015).

Lazuardi, Muhammad Sholichin (*Public Relations Officer 2 Communication Witel Suramadu*, 24 Oktober 2015).

Fredi (Karyawan, 30 April 2016).

Lazuardi, Muhammad Sholichin (*Public Relations Officer 2 Communication Witel Suramadu*, 02 Mei 2016).

Dwi, M. Septian (Pelajar, 27 Mei 2016)

Sidharta, Wisnu (Karyawan, 18 Juni 2016)

Lazuardi, Muhammad Sholichin (*Public Relations Officer 2 Communication Witel Suramadu*, 19 Juni 2016).

Wicaksono, Kukuh (*Public Relations Officer 2 Communication Witel Suramadu*, 19 Juni 2016).

Radit (Mahasiswa, 22 Juni 2016)

Anisa, Silvia (Pelajar, 23 Juni 2016)

Hardian, Faruk (Wiraswasta, 24 Juni 2016)