

BAB V

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Di era perkembangan teknologi komunikasi dan informasi terutama di bidang internet salah satunya media sosial yang cepat ini sangat mempengaruhi cara komunikasi masyarakat. Jenis media sosial sangat beraneka ragam. Dari tahun ke tahun media sosial yang sangat populer digunakan di Indonesia yaitu media sosial *facebook*. Banyak sekali manfaat yang dapat dimanfaatkan dari media sosial *facebook* ini, jika dimanfaatkan dalam ranah pemerintahan bisa disebut juga dengan *cyber public relation* atau *cyber pr*. *Cyber pr* akan sangat efektif digunakan dalam suatu kegiatan penyebaran informasi, publikasi tentang suatu citra, karena hampir seluruh masyarakat menggunakan suatu media sosial atau yang yang disebut *cyber pr* ini.

Di kota Surabaya, pemerintah kota Surabaya bagian humas memanfaatkan keefektivitasan sebuah *cyber pr* dalam sarana penyebaran informasi mengenai sisi-sisi positif tentang kota Surabaya. Hal ini merupakan bagian dari salah satu tugas seorang *public relation* untuk dapat bertahan dan bersaing mengatasi publikasi tentang *city branding* kota Surabaya.

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tingkat efektivitas *cyber pr facebook* Bangsa Surabaya dalam menciptakan *city branding* kota Surabaya sangat efektif hingga mencapai nilai interpretasi skor sebesar 82,45%. Responden dari warga Surabaya yang menjadi anggota dari *cyber pr fanspage facebook* Bangsa Surabaya rata-rata menjawab setuju akan tingkat keefektivitasan *cyber pr facebook* Bangsa Surabaya dalam menciptakan *city branding* kota Surabaya dan masuk dalam kategori sedang. Korelasi antara *cyber pr facebook* Bangsa Surabaya dengan *city branding* kota Surabaya adalah berkorelasi secara signifikan. Kontribusi sumbangan antar kedua variabel sebesar 64,8% dan sisanya 35,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Setiap penambahan angka dari tingkat efektivitas *cyber pr facebook* maka akan terjadi peningkatan pada *city branding* sebesar 0,573. Hasil uji hipotesis, H_a diterima dan H_0 ditolak karena nilai $t_{hitung} 7,885 > \text{nilai } t_{tabel} 1,984$ maka koefisien regresi diterima, dan nilai (sig.) sebesar 0,000 yang berarti efektivitas *cyber pr facebook* Bangsa Surabaya berpengaruh secara signifikan terhadap *city branding* kota Surabaya

4.2 Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan di atas, maka perlu kiranya peneliti mengajukan beberapa rekomendasi kepada beberapa pihak yang dapat dipandang berguna memberikan sumbangan pemikiran bagi penelitian selanjutnya yang lebih baik di masa mendatang sebagai berikut :

1. Humas pemerintah kota Surabaya.

Dilihat dari berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi melalui media sosial yang sangat cepat, maka humas pemerintah kota Surabaya mampu mengimbangi keberadaan antara kemajuan teknologi dengan pemanfaatan untuk kepentingan kota yaitu *city branding* kota Surabaya. Upaya yang dilakukan pemerintah kota Surabaya dalam menghidupkan suatu *cyber pr facebook* untuk warga Surabaya sebagai *city branding* kota Surabaya sudah sangat baik, selanjutnya cukup melakukan penyempurnaan sedikit dalam penyampaian sumber informasi dari segi *city branding* agar dapat meningkatkan kembali kepercayaan dan pengetahuan warga Surabaya tentang kota Surabaya. Untuk saran atau rekomendasi bagi bagian humas pemerintah kota Surabaya, agar lebih memudahkan bagi para calon peneliti yang nantinya ingin meneliti di bagian pemerintahan kota Surabaya dalam memberikan kebutuhan yang diperlukan baik berupa data maupun waktu untuk berdiskusi agar dapat berjalan secara kondusif antara peneliti maupun pemerintah kota Surabaya.

2. Warga Surabaya

Bagi warga Surabaya harus mampu meningkatkan pengetahuan dan kemampuannya serta mampu untuk lebih mengetahui dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi agar tercipta warga Surabaya yang pandai dalam menerima dan memilah informasi mana yang baik dan mana yang buruk. Sehingga warga Surabaya dapat memanfaatkan dengan sebaik-baiknya sebuah media sosial dan bijak dalam menggunakannya.

3. Peneliti Selanjutnya

Rekomendasi kepada penelitian selanjutnya yang akan meneliti tentang efektivitas *cyber pr* dalam menciptakan *city branding* agar menggunakan teknik pengambilan sampel selain yang digunakan peneliti pada penelitian ini, karena dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel incidental atau secara kebetulan. Teknik pengambilan sampel ini jarang digunakan karena merupakan teknik yang sering dihindari dalam sebuah penelitian yang pernah diketahui oleh peneliti. Untuk penelitian selanjutnya bisa menggunakan teknik

pengambilan sampel *cluster*, kuota atau yang lainnya agar dapat diketahui secara lebih detail di tiap daerah yang ada di Surabaya. Selanjutnya bisa meneliti tentang *cyber pr* lainnya dalam menciptakan *city branding* kota Surabaya, misalnya dengan meneliti twitter “Bangga Surabaya”, atau instagram “Bangga Surabaya”. Peneliti berharap agar semakin banyak penelitian mengenai pemanfaatan *cyber pr* untuk *city branding* dengan perspektif yang berbeda dan lebih baru.