

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang berjudul “**Komunikasi Bisnis Antar Pemilik Media Online Pada Media *Publisher Gorontalo***”, maka peneliti menarik kesimpulan dan saran sebagai berikut :

5.1 Kesimpulan

1. Dua alasan yang paling mendasar mengapa terbentuknya Media *Publisher Group Gorontalo*. Dua alasan itu yakni melihat peluang bisnis media *online* itu sendiri dan perkembangan zaman (teknologi informasi).
2. Dalam membangun media *online*, komunikasi verbal menjadi bentuk komunikasi yang lebih banyak daripada komunikasi non verbal dalam membangun dan menjaga relasi bisnis dengan *client* maupun sesama pemilik media di *Publisher Group Gorontalo*.
3. Ide dan gagasan bisnis yang dimiliki oleh para pemilik media *online* di *Publisher* selalu dibahas dalam rapat (pertemuan) terbuka. Jika tidak memungkinkan, ide tersebut dibahas melalui diskusi *via group whatsapp*.
4. Kendala yang paling banyak di hadapai oleh para pemilik media *online* di *Publisher* yakni dalam merekrut Sumber Daya Manusia (SDM) wartawan. Hal ini dipengaruhi oleh gengsi berlebihan orang Gorontalo untuk bergelut di dunia media massa.

5.2 Saran

1. Rata-rata *client* media *online* di *Publisher Gorup* Gorontalo ialah pemerintah. Sehingga disarankan, agar bisa membuka atau mencari *client* di perusahaan-perusahaan swasta yang ada di Gorontalo.
2. Terkait dengan minimnya minat orang Gorontalo untuk terjun ke dunia media, disarankan untuk para pemilik media yang tergabung di *Publisher Group* Gorontalo untuk melakukan *workshop* atau sejenisnya kepada siswa maupun mahasiswa.
3. Untuk cakupan wilayah, disarankan untuk media *online* yang tergabung di *Publisher Group* Gorontalo agar terus meningkatkan kualitas konten untuk bersaing dengan media-media nasional.
4. Kepada instansi pemerintahan, disarankan untuk tidak memandang atau mengklasifikasikan media massa di Gorontalo dalam membuka peluang kerja sama di bidang pemberitaan maupun iklan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Djuroto, Totok. 2002. Manajemen Penerbitan Pers. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy. 2000. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. Solatun. 2013. Metode Penelitian Komunikasi (Contoh-Contoh Penelitian Kualitatif dengan Pendekatan Praktis). Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2016. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Purwanto, Djoko. 2006. Komunikasi Bisnis Edisi Revisi. Bandung : Penerbit Erlangga.

Skripsi:

- Fahmi. 2016. Analisis Framing Pemberitaan Media Online Rakyat Merdeka dan CNN Indonesia dalam Isu Penetapan 19 Pondok Pesantren Penyebar Paham Radikalisme Oleh BNPT. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Husna, Asmaul. 2018. Strategi Komunikasi Bisnis El-Hanief Dalam Upaya Membranding Usaha Konveksi Pertama di Banda Aceh. *Skripsi*. Universitas Negeri Ar-Raniry Darusalam. Banda Aceh.
- Maulidar, Nova. 2018. Model Komunikasi Bisnis Untuk Usaha Kecil dan Menengah Jenis Kasab Di Kabupaten Aceh Besar. *Skripsi*. Universitas Negeri Ar-Raniry. Banda Aceh.
- Solihin, Rajes. 2015. Penerapan Strategi Komunikasi Bisnis Dalam *Positioning* PT. Bank Muamalat Indonesia. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Sativa, Dian. 2010. Media Online dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi. Skripsi. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Satriaji, Muhammad Lalu. 2019. Penerapan Relasi Bisnis dan Kualitas Layanan dalam Meningkatkan Eksistensi Perusahaan pada Penerbit dan Percetakan CV. Sanabil Mataram. Skripsi. Universitas Islam Negeri Mataram. Mataram.

Artike/Internet:

Notoatmodjo. 2010. Penjelasan Teknik *Purposive Sampling* Lengkap Detail.
<https://www.statistikian.com>. 03 Oktober 2019 (22:50).