BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, untuk menjawab pernyataan peneliti seperti yang tertuang dalam Tujuan Penelitian maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Daya Tarik Rasional *www.coca-colaamatil.co.id* oleh Humas PT.Coca-Cola Amatil Indonesia dalam perolehan Informasi Bagi Pengunjungnya di Kota Bandung. telah memberikan manfaat pengetahuan, informasi tentang semua kegiatan dan program yang dilakukan oleh PT. Coca-Cola Amatil indonesia, penyampaiannya melalui gambar *visual, video,audio visual*, foto.selain bermanfaat memiliki fungsi dalam penyampaian informasi. *website* juga memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh pengunjungnya.
2. Daya Tarik Emosional *www.coca-colaamatil.co.id* oleh Humas PT.Coca-Cola Amatil Indonesia dalam perolehan Informasi Bagi Pengunjungnya Di Kota Bandung. *Website* sebagai media komunikasi informasi. Pemilihan tema, gambar dan perpaduan warna pada *website* merupakan salah satu daya tarik dalam menyampaikan informasi. Pengunjung menganggap bahwa tema dan desain *website* tela**h** memiliki kesesuaian dalam penyajiannya, hal tersebut memudahkan pengunjung dalam memahami informasi**.**

3. Daya Tarik Moral *www.coca-colaamatil.co.id* oleh Humas PT. Coca-Cola Amatil Indonesia dalam perolehan Informasi Bagi Pengunjungnya di Kota Bandung. Daya tarik moral isi pesan *website* tersebut memiliki 4 pilar kunci yaitu menjaga dan melestarikan lingkungan, menyediakan beragam pilihan produk kepada pelanggan, mempertahankan budaya kerja yang baik dan nilai-nilai positif di kalangan karyawan kami dan akhirnya berkontribusi pada pembangunan sosial dan ekonomi seluruh masyarakat.
4. Daya tarik Isi Pesan *www.coca-colaamatil.co.id* oleh Humas PT. Coca-Cola Amatil Indonesia dalam perolehan Informasi Bagi Pengunjungnya di Kota Bandung. Pesan yang disampaikan dalam *website* Coca-Cola agar pengunjung dapat mengetahui perkembangan informasi yang ada di Perusahaan PT. Coca-Cola Amatil Indonesia . Hal ini pesan yang di sampaikan berupa pesan informatif dan persuasif. Pesan informatif berupa pesan yang di sampaikan lebih lengkap, aktual, akurat, dan berkualitas dari setiap informasi yang di sampaikan, sedangkan persuasif merupakan pesan informasi untuk menggugah minat pengunjung untuk berbuat positif serta melakukan sesuatu yang baik.

5.2 Saran

Dalam semua penelitian yang telah dilakukan, seorang peneliti harus mampu memberikan suatu masukan berupa saran-saran yang dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memiliki kaitan dengan penelitian yang dilakukan. Adapun beberapa saran yang peneliti berikan setelah melakukan penelitian ini adalah sebagi berikut :

5.2.1 Saran bagi Perusahaan PT.Coca-Cola Amatil Indonesia

1. Perlu peningkatan serta pemberdayaan kemampuan dan pengetahuan baik di bidang teknis penggunaan *website* PT. Coca-Cola Amatil Indonesia, maupun keterampilan pembuatan *website* dalam bentuk berita matang sesuai kaidah jurnalistik bagi para seluruh Staf Bagian Humas sehingga tetap mampu menyajikan tampilan *website* yang menarik
2. membentuk tim operator yang mengelola secara tekhnis pembuatan kabar, produk, promosi dan berita, serta pengontrolan untuk *update* informasi yang dapat menyelesaikan permasalahan teknis sehingga dapat lebih maksimal dan *website* akan lebih menarik lagi.

5.2.2 Saran bagi peneliti selanjutnya

1. Untuk peneliti selanjutnya apabila ingin melakukan kegiatan penelitian dalam bidang komunikasi sebelumnya harus memiliki gambaran tentang apa yang ingin diteliti.Selain itu, peneliti yang akan melakukan penelitian diharapkan memiliki koleksi buku untuk referensi dalam

melakukan penelitian, memahami metode penelitian danmempersiapkan permasalahan sejak dini.

2. Bila ingin melakukan penelitian, diharapkan agar lebih cermat dalam pemilihan pendekatan dan metode yang digunakan karena teknologi kini semakin berkembang dari waktu ke waktu.