

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang bersifat kualitatif melalui analisis deskriptif, maupun bersifat kuantitatif melalui analisis verifikasi dengan menggunakan alat uji statistik, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengolahan data, mengenai tanggapan pemirsa terhadap kualitas program acara Bandung TV yang terdiri dari kualitas teknis, kualitas fungsional, dan citra perusahaan, skor terbesar diperoleh pada dimensi kualitas teknis pada item pertanyaan kualitas gambar Bandung TV. Hal ini dapat dipahami karena hal yang pertama dilihat oleh penonton adalah gambaran visual dari stasiun televisi tersebut, sehingga kualitas gambar mempunyai pengaruh yang sangat besar bagi keputusan menonton pemirsa. Skor terendah diperoleh pada item pertanyaan motto Bandung TV, hal ini dikarenakan hal tersebut kurang menjadi perhatian penonton, penonton cenderung lebih mencermati kandungan/isi acara dibandingkan dengan memperhatikan motto Bandung TV.
2. Berdasarkan pengolahan data mengenai tanggapan pemirsa terhadap loyalitas pemirsa Bandung TV, yang terdiri dari penontonan ulang, penontonan acara yang lain, perekomendasi ke pihak lain, dan kekebalan, di diperoleh skor terbesar pada dimensi kekebalan yaitu pada item pertanyaan keinginan untuk tetap menonton acara Bandung TV. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian

besar pemirsa Bandung TV mempunyai tingkat *immunity* yang tinggi terhadap tayangan program acara di stasiun televisi lain. Skor terendah diperoleh pada dimensi penontonan program acara yang berbeda pada item pertanyaan keinginan untuk menonton acara yang berbeda, hal ini dikarenakan tidak semua pemirsa menyukai program acara di Bandung TV. Tanggapan terhadap tingkat loyalitas pemirsa Bandung TV diperoleh keterangan bahwa Bandung TV memiliki pemirsa yang cukup setia, hal ini terlihat dari tingkatan loyalitas pemirsa Bandung TV yang sebagian besar termasuk dalam kategori *clients*.

3. Berdasarkan pengolahan data mengenai pengaruh kualitas program acara terhadap loyalitas pemirsa, diperoleh kesimpulan bahwa kualitas program acara memberikan pengaruh yang positif terhadap loyalitas pemirsa, selain dipengaruhi oleh kualitas program acara, loyalitas pun dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh dan temuan yang telah dihasilkan, ada beberapa hal yang menjadi rekomendasi berkenaan dengan kualitas program serta loyalitas pemirsa, antara lain:

1. Pada kualitas program acara Bandung TV, khususnya dalam segi kualitas teknis hal yang perlu dicermati adalah mengenai perubahan *setting* atau dekorasi studio, walaupun konsep *setting* studio tiap acara sudah dilakukan perubahan, tetapi inovasi masih tetap perlu dilakukan sehingga diharapkan dekorasi dapat menjadi semakin menarik. Dalam segi kualitas fungsional hal

yang harus diperhatikan oleh Bandung TV adalah mengenai konsep acara Bandung TV, konsep acara Bandung TV harus dibuat berbeda dengan konsep acara stasiun televisi lokal lainnya. Bandung TV harus bisa membuat diferensiasi yang membuatnya berbeda dengan stasiun televisi lokal lain. Perbedaan ini yang nantinya diharapkan dapat menjadi pembeda dan penguat posisi Bandung TV. Dalam segi citra perusahaan hal yang harus diperhatikan oleh Bandung TV adalah mengenai identitas Bandung TV, khususnya yang berkenaan dengan motto perusahaan. Hal itu dikarenakan motto Bandung TV yaitu “Jati Diri Pasundan” sudah dapat memperlihatkan dasar filosofis perusahaan, akan tetapi hal tersebut masih dirasakan kurang menarik bagi pemirsa.

2. Pemirsa Bandung TV merupakan gabungan dari beberapa segmen, sehingga kecenderungan menonton pada tiap segmenpun berbeda-beda., dan hal ini kemudian menjadikan varietas loyalitas sangat beragam tergantung pada segmen tersebut. Dalam kaitannya dengan loyalitas pemirsa, Bandung TV diharapkan mampu untuk dapat meraih semua segmen sehingga dengan demikian Bandung TV mempunyai *bergain position* yang lebih tinggi dibandingkan dengan stasiun televisi lokal lainnya.
3. Untuk penelitian lebih lanjut, peneliti merekomendasikan agar dilakukan penelitian mengenai faktor-faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pemirsa Bandung TV yang tidak diteliti pada penelitian ini, seperti; pengaruh *brand awareness*, *brand image*, ataupun pengaruh kegiatan *experiential marketing* pada program acara Bandung TV.