BAB 5
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari uraian dan penyajian data penelitian mengenai pengaruh *Public Relations* Prasasta Reputation Management terhadap *Brand Awareness* MTV Indonesia 2014, telah penulis kemukakan di bab sebelumnya, maka pada bab ini penulis akan mengemukakan beberapa simpulan dari hasil penelitian, antara lain sebagai berikut:

1. Berdasarkan dari uji *pearson correlation*, terdapat hubungan antara kedua variabel. Hubungan antara *public relations* Prasasta Reputation Management terhadap *brand awareness* MTV Indonesia 2014 yaitu sebesar 0,574 yang tergolong dalam tingakatan hubungan "cukup berarti".

2. Berdasarkan dari uji koefisien determinasi, terdapat pengaruh antara kedeua variabel. Pengaruh antara *public relations* Prasasta Reputation Management terhadap *brand awareness* MTV Indonesia 2014 adalaha sebesar 33% dan 67% di pengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti iklan, *sponsor*, *the power of mouth to mouth* dari penonton, dan lainnya.

5.2 Saran

Pada bagian ini penulis ingin menyampaikan beberapa saran yang telah rangkum dari hasil penelitian yang telah penulis lakukan, dan saran-saran tersebut antara lain:

Saran Akademis:

- Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan atau masukan terhadap para peneliti lainnya untuk mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai Pengaruh *Public Relations* Prasasta Reputation Management terhadap *Brand Awareness* MTV Indonesia 2014 dengan menggunakan pendekatan metodologi penelitian yang lain.

Saran Praktis :

1. Sebaiknya MTV Indonesia menggadakan beberapa event-event yang diminati oleh anak yang dapat menarik perhatian remaja sekarang. Hal ini di harapkan dapat menjadi salah satu hal pendukung untuk meningkatkan brand awareness nya, Karena seperti yang diketahui acara music MTV Indonesia hanya diketahui oleh anak-anak muda 90-an, sedangkan remaja sekarang sudah tidak mengenali apa itu MTV.

2. Meskipun Prasasta Reputation adalah PR eksternal dari MTV Indonesia, akan lebih baik jika Prasasta memberikan beberapa ide-ide kreatif dan inovasi-inovasi kreatif yang dapat meningkatkan *brand awareness* MTV Indonesia 2014 seperti pada MTV Indonesia terdahulu.

Saran Umum:

- Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat mengenai perusahaan Prasasta Reputation Management ataupun terhadap MTV Indonesia 2014.