

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada penenelitian serta uji analisis yang telah dilakukan dalam riset “Efektivitas Media Sosial Instagram Terhadap Personal Branding Generasi Z Masyarakat Yogyakarta”, maka diperoleh kesimpulan yaitu sebagai berikut :

1. Berdasarkan uji T yang telah dilakukan diketahui bahwa nilai sig. dalam penelitian ini yaitu 0,000 yang memiliki nilai lebih kecil dari 0,05. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa variabel X (Media Sosial Instagram) efektif terhadap variabel Y (*Personal Branding*). Selain dengan Uji T, berdasarkan pada Uji F yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa nilai sig. 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dapat disimpulkan dari hasil uji F tersebut bahwa terdapat pengaruh simultan dari variabel X (Media Sosial Instagram) terhadap variabel Y (*Personal Branding*). Efektivitas yang diberikan oleh Media Sosial menunjukkan bahwa Variabel X (Media Sosial Instagram) efektif untuk Generasi Z dalam membangun Variabel Y *Personal Branding*.
2. Berdasarkan uji koefisiensi determinasi dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa diperoleh nilai koefisiensi determinasi atau R Square yaitu 0,325 yang dapat disimpulkan pengaruh efektivitas dari variabel X (Media Sosial Instagram) terhadap variabel Y (*Personal Branding*) adalah sebesar 32,5%. Dimana efektivitas Personal Branding banyak yang dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dari hasil tersebut, disimpulkan bahwa hasil dari penelitian ini adalah efektivitas media sosial instagram kurang begitu mendominasi terhadap Personal Branding Generasi Z Pada Masyarakat Yogyakarta.

5.2 Saran

1. Bagi Instansi

Media Sosial Instagram hendaknya lebih mengembangkan lagi berbagai fitur yang dimiliki untuk terus memberikan kepuasan terhadap pengguna, dimana media sosial instagram diharapkan dapat mempermudah masyarakat khususnya Generasi Z untuk membangun Personal Branding yang sesuai dengan keinginan individu, agar masyarakat dapat mengikuti perkembangan yang ada dengan memanfaatkan fitur pada media sosial instagram.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu mengembangkan penelitian menjadi lebih luas lagi pada faktor-faktor yang lainnya. Selain itu dapat mengambil objek penelitian dengan cakupan yang lebih luas lagi dalam meneliti, dengan hal tersebut akan menambah jangkauan pada penelitian yang dilakukan maupun hasil penelitian nantinya.