

## BAB V PENUTUP

### V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian kesimpulan dari pengaruh penggunaan *social media instagram* program *Broadcasting Class* terhadap *brand awareness* Kelas Penyiar Indonesia ialah terdapat hubungan antara pengaruh *social media instagram* program *Broadcasting Class* terhadap *brand awareness* Kelas Penyiar Indonesia. Hal ini dilihat dari uji korelasi *Pearson Product Moment*. Maka dapat dikatakan bahwa hubungan variabel X (*Social Media*) dengan variabel Y (*Brand Awareness*) berada dalam kategori sangat kuat. Sehingga kekuatan hubungan antara pengaruh *social media instagram* program *Broadcasting Class* terhadap *brand awareness* Kelas Penyiar Indonesia saling berkaitan satu sama lain yang memperkuat hubungan kedua variabel. Peneliti menyimpulkan kesimpulan signifikansi dengan membandingkan t hitung dengan t tabel yaitu: Penentuan dari level of signification, dari t tabel nilainya ditentukan pada tingkat signifikansi 0,10 dan  $df = n-2$ , yaitu  $97 - 2 = 95$ . Dengan demikian t tabel adalah 1,661. Berdasarkan perhitungan tersebut, hasil perhitungan t hitung  $>$  t tabel yaitu  $19,88 > 1,661$ , maka dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti pengaruh penggunaan *social media instagram* program *broadcasting class* berpengaruh terhadap *brand awareness* Kelas Penyiar Indonesia. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa nilai korelasi ( $r$ ) = 0,899 dan nilai r square (yang merupakan pengkuadratan nilai korelasi) yaitu 0,807 artinya adalah besar pengaruh yang ditimbulkan oleh *social media* terhadap *brand awareness*. Jadi besarnya pengaruh penggunaan *social media instagram* program *Broadcasting Class* terhadap *brand awareness* Kelas Penyiar Indonesia sebesar 80,7%, hal ini dapat dilihat dari tingginya masyarakat pengguna media sosial khususnya media sosial *instagram*. Dengan adanya promosi iklan gratis melalui media sosial *instagram* yang dilakukan oleh Kelas Penyiar Indonesia untuk meningkatkan *brand awareness*.

## V.2 Saran

Setelah melakukan penelitian terhadap pengaruh *social media instagram* program *Broadcasting Class* terhadap *brand awareness* Kelas Penyiar Indonesia. Adapun saran yang dapat diberikan oleh peneliti pada penelitian ini sebagai berikut :

Agar lebih gencar melaksanakan sosialisasi tentang program – program yang ada di Kelas Penyiar Indonesia salah satunya *Broadcasting Class* kepada masyarakat luas, agar makin banyak lagi khalayak yang mengetahui tentang apa itu *broadcasting* atau dunia penyiaran. Penulis berharap, Kelas Penyiar Indonesia bisa meningkatkan eksistensi program – program yang sudah ada, agar masyarakat atau khalayak lebih mengetahui dan mengenal program – program tersebut, dengan mengadakan kegiatan/ *event* yang berhubungan dengan target khalayak yaitu pelajar/ mahasiswa. Semoga Kelas Penyiar Indonesia tetap menjaga konsistensi dalam bidang *broadcasting* yang ternama di Indonesia dengan menjadi jauh lebih baik dan berkembang dari sekarang.

