

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **V.1 Kesimpulan**

Berdasarkan data penelitian yang telah dilakukan peneliti tentang tingkat pengetahuan siswa SMK Mater Amabilis jurusan tata busana kelas XI dan XII mengenai isi pesan akun *instagram R2models Management* sebagai media komunikasi didapatkan hasil bahwa tingkat pengetahuan yang dimiliki adalah tinggi berdasarkan kuesioner yang telah dibagikan dengan pengumpulan data serta identitas responden berdasarkan jenis kelamin pria dan wanita.

Hal ini dikarenakan skor yang diraih pada penelitian adalah 1,85 dimana tingkat pengetahuan dikatakan tinggi apabila dapat meraih skor lebih dari 1,79. Dari sebuah pertanyaan pada kuesioner yang diberikan peneliti terdapat beberapa tingkat pengetahuan yang berhubungan dengan pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner bisa diketahui bahwa seberapa besar tingkat pengetahuan responden mengenai isi pesan akun *instagram R2models Management* sebagai media komunikasi dan kebanyakan dari responden menjawab sangat setuju dan setuju dibandingkan dengan netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

## **V.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil bahwa tingkat pengetahuan siswa SMKK Mater Amabilis jurusan tata busana kelas XI dan XII mengenai isi pesan akun *instagram R2models Management* sebagai media komunikasi adalah tinggi. Peneliti ingin memberikan saran praktis dan akademis. Semoga saran yang diberikan dapat memberi masukan yang positif dan baik pada akun *instagram R2models management* maupun untuk penelitian selanjutnya.

### **V.2.1 Saran Praktis**

Saran peneliti kepada akun *instagram R2models management* sebagai media komunikasi dalam menyampaikan informasi. Untuk *R2models Management* dalam menggunakan *instagram* sudah sangat baik semoga kedepannya bisa memberikan suatu informasi dan tetap menshare foto atau video secara rutin kepada *followersnya* agar lebih banyak peminatnya. Semoga penelitian ini dapat menjadi motivasi kepada *R2models management* agar menjadi lebih baik lagi di masa yang akan datang.

### **V.2.2 Saran Akademis**

Saran peneliti dalam penelitian yang berjudul “tingkat pengetahuan siswa SMKK Mater Amabilis kelas XI dan XII jurusan tata busana mengenai isi pesan akun *instagram R2models management* sebagai media komunikasi”. Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode kuantitatif yakni penelitian yang menekankan kuantifikasi dan analisis data. Semoga di masa yang akan datang akan ada penelitian lain yang mengangkat fenomena sama namun dilihat dengan pendekatan, jenis, dan metode penelitian yang berbeda.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Arikunto, Suharsimi, (2006). *Prosedur Penelitian*, Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer.
- Aziz Alimut Hidayat, (2009). *Teknik Analisa Data*. Surabaya: Salemba Media.
- Bungin, B. (2001). *Metode Penelitian Sosial: Format Format Kuantitatif & Kualitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Effendi, M.S. (2006). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Lembaga Penelitian Pendidikan Penerangan Ekonomi dan Sosial.
- Effendi, Onong Uchjana. (2005). *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Hidayat, Atimul, (2009). *Metode Penelitian Dan Teknik Analisis Data*, Jakarta: Salemba Medika.
- Hurlock, E.B. (1997). *Karakteristik Penelitian*. Jakarta: Erlangga.
- James F Engel, R.D. (1994). *Tingkat Pengetahuan*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.

Kotler, Philip. (2012). Edisi Indonesia. Drs. Benyamin Molan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Index.

Kristanto, JB. (2012). *Sosial Media Instagram*. Jakarta : Penerbit Nalar

Mulyana, D. (2010). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Margono, (2004). *Metode Penelitian Pendidikan*, Jakarta: Rineka Cipta.

Notoatmodjo, S. (2003). *Pendidikan dan Perilaku*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Sugiyono, (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif & RND*, Bandung: Alfabeta.

Syaiful, H, (2009). *Teori Komunikasi*, Jakarta: PT. Asdi Mahasatya.

**Online:**

Lestari, (2014). *Media Social Yang Sering Digunakan Responden*. Diakses dari: [www.marketest.com/](http://www.marketest.com/) Pada tanggal 26 April 2014 pukul 11.00 WIB.