

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam Bab V ini, akan dijelaskan mengenai kesimpulan hasil penelitian “Efektifitas Promosi Paparazzi Barbershop Dengan Menggunakan Media Sosial *Twitter*”.

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan mengenai “Penggunaan Media Sosial *Twitter* Sebagai Sarana Promosi Paparazzi Barbershop” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil tanggapan responden mengenai Sub Variabel *Informing* (X_1). Mayoritas responden sebanyak 49 orang atau 49.00% adalah responden yang memiliki Persepsi yang termasuk dalam kategori “Cukup Baik” dan paling sedikit sebanyak 8 orang atau 8.00% adalah responden yang memiliki Persepsi yang termasuk dalam kategori “Kurang Baik”. Dapat ditarik kesimpulan bahwa penggunaan media sosial *twitter* sebagai sarana promosi Paparazzi Barbershop dalam kategori *informing* sudah cukup baik.
2. Hasil tanggapan responden mengenai Sub Variabel *Persuading* (X_2). Mayoritas responden sebanyak 78 orang atau 78.00% adalah responden yang memiliki Persepsi yang termasuk dalam kategori “Cukup Baik” dan paling sedikit sebanyak 8 orang atau 8.00% adalah responden yang memiliki Persepsi yang termasuk dalam kategori

“Kurang Baik”. Dapat ditarik kesimpulan bahwa penggunaan media sosial *twitter* sebagai sarana promosi Paparazzi Barbershop dalam kategori *persuading* sudah cukup baik.

3. Hasil tanggapan responden mengenai Sub Variabel *Reminding* (X_3). Mayoritas responden sebanyak 62 orang atau 62.00% adalah responden yang memiliki Persepsi yang termasuk dalam kategori “Baik” dan paling sedikit sebanyak 7 orang atau 7.00% adalah responden yang memiliki Persepsi yang termasuk dalam kategori “Kurang Baik”. Dapat ditarik kesimpulan bahwa penggunaan media sosial *twitter* sebagai sarana promosi Paparazzi Barbershop dalam kategori *reminding* sudah baik.

5.2 Saran

Layaknya suatu penelitian harus dapat memberikan sesuatu hal yang berarti bagi pengembangan ilmu dan pihak-pihak terkait dengan penelitian ini, oleh karena itu setelah melakukan penelitian terhadap permasalahan ini, penulis memberikan saran, baik secara teoritis (untuk penelitian selanjutnya), maupun secara praktis (untuk pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian ini) yakni sebagai berikut:

5.2.1 Saran Teoritis

1. Penelitian ini mendeskripsikan konsep tujuan promosi yang mana tujuan promosi tersebut meliputi, *informing*, *persuading*, dan *reminding*. Untuk itu diharapkan penelitian selanjutnya dapat

menjelaskan konsep atau variabel lain dari tokoh yang berbeda yang dapat dihubungkan dengan penelitian terkait promosi.

2. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, yakni menjelaskan peristiwa terkait komunikasi, tidak menguji keterkaitan antara variabel. Untuk penelitian selanjutnya yang mengambil objek penelitian yang sama diharapkan juga dapat menguji keterkaitan antar *variabel* dengan menggunakan metode korelasional atau dengan menggunakan metode kualitatif.

5.2.2 Saran Praktis

1. Pada Aspek *informing* diharapkan akun *twitter* Paparazzi Barbershop tidak hanya menginformasikan tentang Paparazzi Barbershop, tetapi juga menginformasikan tentang gaya rambut masa kini, ataupun tips cara merawat rambut agar rambut sehat.
2. Mengingatkan pengunjung mungkin bisa dengan cara kerjasama dengan artis Bandung. Misalnya kerja sama dengan *band* Bandung yang sedang naik daun, sehingga para fans dari *band* tersebut bisa mencoba atau bahkan menjadi pelanggan tetap karena *band* yang mereka idolai pun potong rambut di Paparazzi Barbershop.