

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis mengenai “ Pengaruh Selebgram Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi Stambuk 2017 UINSU Dalam Berbelanja Online”, maka terdapat beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan antara selebgram dan perilaku konsumtif pada Mahasiswi ilmu komunikasi stambuk 2017 UINSU dalam berbelanja online. Berdasarkan uji hipotesis, dapat dinyatakan bahwa terdapat hubungan yang cukup berarti anatar selebgram dan prilaku konsumtif mahasiswi ilmu komunikasi stambuk 2017 UINSU.
2. Dari data penelitian yang ada dapat disimpulkan bahwa responden tertarik kepada selebgram dan berminat membeli produk yang di endorse oleh selebgram karena testimonial yang diberikan oleh selebgram tersebut, foto yang ditampilkan oleh selebgram tersebut.
3. Dari data penelitian dapat disimpulkan bahwa responden setuju bahwa selebgram dapat membuat mereka menjadi konsumtif dan selebgram juga mempengaruhi mereka dalam memutuskan produk yang akan mereka beli.

B. SARAN

Setelah melakukan penelitian tentang Pengaruh Selebgram Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi Stambuk 2017 UINSU Dalam Berbelanja Online. Peneliti memberikan saran untuk beberapa pihak :

1. Bagi Program Studi Ilmu Komunikasi
Penelitian ini dapat menjadi sumbangan ilmu dan pengetahuan ilmu sosial yang baru mengenai adanya pengaruh selebgram terhadap perilaku konsumtif mahasiswi ilmu komunikasi, dengan adanya perubahan-perubahan sosial yang terjadi. Perubahan sosial merupakan salah satu kajian dalam ilmu komunikasi, yang bisa diterapkan dalam proses pembelajaran ilmu komunikasi dan menambah wawasan keilmuan mengenai perubahan cara berkomunikasi pada jaman teknologi saat ini.

2. Bagi Mahasiswa

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat memberikan gambaran kepada seluruh mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sumatera Utara bahwa selebgram dapat memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif, sehingga mahasiswa tidak mudah tertarik ketika melihat produk-produk yang dipromosikan selebgram. Disamping itu diharapkan para mahasiswa mampu mempertimbangkan dengan baik suatu barang sebelum membelinya.

3. Bagi Orang Tua

Adanya penelitian ini diharapkan bisa menjadi pengawas serta kontrol bagi orangtua untuk bisa memperlakukan anak secara bijak dengan memberikan pengarahan-pengarahan kearah yang lebih positif, terutama dalam hal sosialisasi pembentukan perilaku anaknya. Selain itu, orang tua diharapkan bisa menjadi sosok panutan yang baik bagi anaknya.

