

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kampanye *love myself* berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan kepercayaan diri ARMY Bekasi. Hal tersebut ditunjukkan pada hasil uji T (partial) memperoleh *Thitung* sebesar  $10.705 > T_{tabel}$  sebesar 1.987. Lalu hasil yang diperoleh dari nilai signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari standar yang disyaratkan yaitu  $0.000 < 0.05$ , maka hipotesis  $H_a$  dapat diterima dan  $H_0$  ditolak. Berdasarkan hasil tersebut, model regresi linier sederhana dalam penelitian ini terbukti positif dan signifikan. Maka dapat disimpulkan bahwa kampanye *love myself* berpengaruh 56,6% terhadap peningkatan kepercayaan diri ARMY Bekasi.

#### 5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang didapat, peneliti mengusulkan beberapa saran kepada pihak-pihak yang terkait, diantaranya ialah:

1. Buat kegiatan untuk *audience* yang berdampak langsung kepada diri sendiri, seperti membuat tantangan *7 days to love yourself* yang isinya melakukan kegiatan yang bisa bikin sayang sama diri sendiri dan tiap progresnya di *update* lewat media sosial dengan menggunakan *hashtag*.
2. Tidak hanya bahasa Korea dan Inggris saja, sebaiknya sediakan berbagai macam bahasa dalam penyebaran pesan kampanye *love myself* untuk mempermudah *audience* karena tidak semua mampu mengerti isi pesan tersebut.