



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Penelitian berikut ini dilakukan berdasarkan tujuan penelitian untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh antar variabel *social media influencer* (X) terhadap variabel minat donasi (Y) dan juga ingin melihat besarnya pengaruh variabel *social media influencer* (X) terhadap variabel minat donasi (Y), dengan objek penelitian Rachel Venny sebagai *social media influencer* serta sampel penelitian merupakan *followers* dari akun Instagram @rachelvennya.

Kesimpulan yang bisa diambil berdasarkan hasil penelitian ini bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel *social media influencer* (X), terhadap variabel minat donasi (Y), dan sebesar 44,1% minat donasi (Y) dipengaruhi oleh *social media influencer* (X) sedangkan 55,9% minat donasi dipengaruhi oleh faktor lain yang belum terdapat dalam penelitian ini.

#### **5.2 Saran**

Sesuai dengan hasil penelitian yang telah diteliti, diharapkan saran dapat bermanfaat untuk penelitian berikutnya, berikut merupakan saran yang telah dibentuk berdasarkan penelitian ini:

### **5.2.1 Saran Akademis**

Saran ini ditujukan untuk penelitian selanjutnya yang ingin meneliti mengenai *social media influencer* dan minat donasi, penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan aspek-aspek lainnya yang memiliki nilai pengaruh yang lebih besar contohnya seperti meneliti pesan-pesan komunikasi persuasif yang sesuai dengan ajaran *Marketing Communication* yang memengaruhi minat donasi.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Saran ini ditujukan untuk para *social media influencer* perlunya membangun kredibilitas, baik kredibilitas personal maupun pesan yang ingin disampaikan, serta daya tarik yang dimiliki seorang *social media influencer* agar dapat memengaruhi pengikutnya atau khalayak luas dalam aspek tertentu, terutama pada aspek sosial pada aktivitas penggalangan dana atau donasi.