

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menjawab rumusan masalah yaitu melihat apakah ada pengaruh kredibilitas Arief Muhammad terhadap motivasi berwirausaha khususnya pada pengikut Instagramnya yang termasuk pada kategori remaja akhir dan juga meneliti seberapa besar pengaruhnya. Untuk menjawab tujuan penelitian tersebut, hasil penelitian menunjukkan bahwa:

1. Kredibilitas Arief Muhammad yang mencakup *expertise* dan *trustworthiness*, konten yang diberikan dapat diterima mencakup pengikutnya berpengaruh cukup signifikan terhadap motivasi berwirausaha. Hal ini memperlihatkan bahwa pengikut Arief Muhammad termotivasi setelah menerima konten wirausaha yang ada pada akun Instagram @ariefmuhammad. Bila dikaitkan dengan teori, sesuai dengan *ego involvement* dari pengikut yang sudah ditentukan yaitu remaja akhir, maka kredibilitas Arief Muhammad termasuk dalam *latitude of acceptance*, yang mana mereka menganggap Arief Muhammad memiliki kredibilitas dan setiap konten wirausaha yang disampaikan dapat dimaknai secara positif.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh kredibilitas Arief Muhammad terhadap motivasi berwirausaha pada remaja akhir dengan nilai sebesar 26,5%, dan sebesar 74,5% lainnya didukung oleh faktor lain dari hal tersebut seperti ketidakpuasan responden terhadap pekerjaan sebelumnya (faktor daya dorong), dorongan keberhasilan ekonomi, keyakinan pada kemampuan diri, harga diri, tanggung jawab sosial, kebebasan mengelola

bisnis, kesukaan terhadap pekerjaan yang ditekuni (faktor daya tarik). Lalu, pesan yang diberikan Arief Muhammad mengenai wirausaha tidak disampaikan secara langsung karena akun Instagramnya bukanlah akun khusus wirausaha. Sehingga apabila terdapat wadah informasi berupa akun khusus wirausaha, maka hal ini dapat menjadi faktor yang mempengaruhi.

5.2 Saran

Dari hasil analisis yang didapat pada penelitian ini, ada beberapa saran akademis dan saran praktis yang dapat diberikan peneliti pada penelitian ini, yaitu:

5.2.1 Saran Akademis

Saran akademis yang dapat diberikan bagi penelitian selanjutnya adalah melakukan penelitian terhadap faktor yang memengaruhi terciptanya kredibilitas seorang *entrepreneur* yang membagikan pesan melalui media sosial Instagram seperti gaya bahasa yang menarik atau konten berkualitas sehingga khalayak lebih dapat memahami semua pesan yang disampaikan hingga membentuk kredibilitas dari seorang *entrepreneur* itu sendiri.

5.2.2 Saran Praktis

Secara praktis, penelitian ini menyarankan Arief Muhammad selaku influencer dan entrepreneur agar dapat menyampaikan pesan-pesan terkait wirausaha dalam akun khusus agar dapat dikonstruksi secara sosial oleh para pengikutnya. Disarankan juga untuk Arief Muhammad, agar dapat memberikan pesan-pesan berupa kisah jatuh bangun dalam membangun usaha agar dapat memberikan tambahan perspektif terkait pengalaman berwirausaha. Dengan adanya akun khusus untuk wirausaha, Arief Muhammad disarankan juga untuk dapat membangun komunitas daring yang dapat menggabungkan orang-orang dengan motivasi wirausaha yang tinggi, sehingga pengaruh dan kontribusi Arief

Muhammad dapat lebih dirasakan. Lalu, untuk para influencer dan entrepreneur lain, disarankan agar dapat memaksimalkan dan memanfaatkan pengaruh yang dimiliki pada media sosial Instagram untuk menjadi wadah dalam menciptakan konten yang membangun dan memotivasi, khususnya di bidang kewirausahaan.