

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Pada penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dialami, secara akademis yang sudah diungkapkan di Bab I Pendahuluan, yang selengkapnya akan dipaparkan pada bab ini. Melihat hasil pada tabel penelitian, ada 43,1% faktor lain yang menjadi keterbatasan seperti dimensi motivasi wirausaha yang tidak melihat faktor minat usaha, terpaan media sosial dalam daya tarik konten atau faktor lain dari konsep *customer engagement*. Dengan waktu yang singkat dalam penelitian ini maka minimnya dimensi serta variabel yang digunakan untuk mempersempit permasalahan dalam penelitian ini. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk menjawab rumusan masalah dan pertanyaan penelitian yang sudah dirancang yaitu melihat apakah ada pengaruh konten literasi @digitalent.kominfo terhadap motivasi menjadi digital *entrepreneurship* serta melihat hasil seberapa besar pengaruhnya.

Untuk menjawab tujuan penelitian tersebut, maka hasil penelitian menunjukkan bahwa:

1. Hasil penelitian menunjukkan konten literasi yang mencakup dimensi *cognitive*, *emotional*, dan *behavioral/action* tersebut berpengaruh signifikan terhadap motivasi menjadi digital *entrepreneurship*. Bila dikaitkan dengan teori *elaboration likelihood model* yang terdiri dari dua rute pengolahan pesan yang berbeda, jalur sentral mempengaruhi dari segi *motivation*, dan *opportunity* serta jalur *peripheral* yang membuat *followers* untuk mengambil keputusan secara cepat untuk ikut bergabung pada program DTS karena adanya pendekatan emosi dan mental target yang dituju.
2. Setelah menganalisis hasil kuesioner dari responden *followers* @digitalent.kominfo yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh

konten literasi @digitalent.kominfo sebagai daya tarik konten terhadap motivasi menjadi digital *entrepreneurship* atau variabel X terhadap variabel Y dengan hasil nilai sebesar 56.9% dan sebesar 43,1% lainnya adalah faktor di luar dari penelitian ini. Yang berarti tingkatan tersebut sudah cukup signifikan pada penelitian ini.

5.2 Saran

Dari keseluruhan penelitian dan berdasarkan hasil analisis yang didapat sehingga mendapatkan kesimpulan bahwa penelitian ini memiliki pengaruh antar variabel dan sekiranya penelitian ini bermanfaat bagi para pembaca. Selain simpulan, penelitian ini memiliki saran bagi peneliti lain maupun objek penelitian secara akademis dan praktis, sebagai berikut:

5.2.1 Saran Akademis

Untuk penelitian serupa, selanjutnya disarankan untuk meneliti faktor-faktor lainnya dari daya tarik konten yang mempengaruhi motivasi wirausaha, karena pada penelitian ini terdapat 43,1% faktor lain diluar penelitian yang dapat mempengaruhi motivasi wirausaha maupun motivasi menjadi digital *entrepreneurship* khususnya dalam perkembangan ilmu komunikasi kedepannya yang dapat berubah. Faktor-faktor lain yang dapat diteliti untuk penelitian selanjutnya, yaitu daya tarik konten *incentive*, motivasi wirausaha dari dimensi lain, serta keterlibatan *followers* yang menjadi peserta. Yang terakhir, disarankan juga pada penelitian selanjutnya, jika menggunakan rumusan masalah yang sama sebaiknya dilakukan metode penelitian kualitatif untuk menganalisis variabel mengenai konten yang diteliti dari persepektif peserta DTS, kementerian, dan perusahaan atau *startup* sebagai perbandingan atas competitor dari kementerian

5.2.2 Saran Praktis

Secara praktis, berdasarkan hasil analisis dari penelitian ini diperuntukkan untuk objek penelitian, yaitu Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) maupun pemegang akun Instagram @digitalent.kominfo yang menggunakan strategi pemasaran lewat daya tarik konten agar lebih meningkatkan lagi daya tarik konten dari segi *incentive* atau strategi konten yang menciptakan

rasa kedekatan, mendapatkan penghargaan kepada peserta atau *followers* sehingga khalayak yang membaca atau menerima informasi dari konten literasi @digitalent.kominfo tersebut bisa lebih dekat, mudah interaksi lagi dengan narasumber pada program Digital Talent Scholarship (DTS), dan respon yang cepat sangat mempengaruhi interaksi.

Disarankan kepada akun @digitalent.kominfo, untuk lebih mengencangkan lagi konten yang memotivasi *followers* untuk ikut bergabung pada program pelatihan, misalnya dengan cara membuat konten interaksi bersama *followers* seperti meminta saran atau *request* konten apa saja yang diperlukan atau diminati oleh peserta, pengguna Instagram, maupun kaum awam.