

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Berdasarkan penelitian penerapan *digital storytelling* pada akun TikTok @kuliner_bks dalam menjalankan aktivitas promosi kuliner di media sosial, maka peneliti akan mengemukakan beberapa hal yang dapat disimpulkan. Pertama, sebagai penyedia jasa *paid promote*, akun TikTok @kuliner_bks memanfaatkan aplikasi TikTok yang merupakan media interaktif, sebagai media untuk menjalankan aktivitas promosinya. Interaktivitas yang terbangun dalam media sosial TikTok kemudian dimaksimalkan akun TikTok @kuliner_bks dengan menerapkan *digital storytelling* pada aktivitas pemasaran digitalnya.

Penerapan *digital storytelling* dalam kegiatan promosi akun TikTok @kuliner_bks dilihat dari penerapannya menggunakan Model AISAS. *Digital Storytelling* mampu menarik perhatian (*attention*) dan ketertarikan (*interest*) *tenant* (*client*), sehingga membuat *tenant* mencari (*search*) tahu lebih lanjut terkait akun TikTok @kuliner_bks, setelah informasi yang dirasa cukup tahap selanjutnya yaitu *action* (tindakan), pada tahap ini keberhasilan tahap *search* ditandai dengan adanya transaksional antara akun TikTok @kuliner_bks dengan *tenant* (*client*). Terakhir, tahap *share* (berbagi) juga sudah dipenuhi akun TikTok @kuliner_bks. Hal ini dibuktikan dengan adanya pengalaman positif para *tenant*, yakni tercipta kepuasan dan keuntungan yang didapatkan *tenant* dari hasil kerja sama dengan akun TikTok @kuliner_bks. Hal tersebut, membuat *tenant* dengan loyal membagikan atau merekomendasikan pengalaman positifnya menggunakan jasa *paid promote* akun TikTok @kuliner_bks. Bahkan pada tahap ini, *tenant* tak hanya membagikan pengalaman positifnya, kedua *tenant* juga mengaku kerap membagikan unggahan akun TikTok @kuliner_bks kepada rekan-rekannya, meski unggahan tersebut bukan terkait usaha mereka. *Storytelling* yang dilakukan akun TikTok @kuliner_bks sudah memenuhi unsur-unsur keberhasilan kesuksesan *storytelling*, yaitu G.R.E.A.T. (*Glue, Reward, Emotion, Action, Target*).

Kedua, penerapan *digital storytelling* akun TikTok @kuliner_bks dalam menjalankan promosi kuliner, memberikan pengalaman positif yang dirasakan oleh *tenant* yang telah bekerja sama. *Tenant* merasakan adanya pengalaman yang memuaskan dalam melakukan kerja sama dengan akun TikTok @kuliner_bks. *Tenant* menilai, akun TikTok @kuliner_bks mampu mengemas narasi promosi menjadi *storytelling* yang menarik dengan pembawaan *talent* yang ekspresif. *Tenant* mengaku, kepiawaian akun TikTok @kuliner_bks dalam melakukan *digital storytelling* pada aktifitas promosi kulinernya juga memberikan keuntungan, yakni berhasil meningkatkan omset penjualan pada usahanya.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Akademis

Penelitian ini digunakan untuk melihat bagaimana penerapan *digital storytelling* yang dilakukan akun TikTok @kuliner_bks dalam menjalankan kegiatan promosi kulinernya melalui media sosial TikTok. Maka dari itu, saran bagi penelitian selanjutnya agar digunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur sejauh mana dampak dari penerapan *digital storytelling* dalam kegiatan promosi di media sosial.

5.2.2. Saran Praktis

Berdasarkan dari hasil penelitian terhadap penerapan digital storytelling yang dilakukan akun TikTok @kuliner_bks dalam promosi kuliner, maka peneliti ingin memberikan saran kepada akun TikTok @kuliner_bks sebagai berikut:

1. Membuat lebih banyak konten promosi yang mengangkat nilai-nilai *human interest* agar mendapatkan jangkauan audiens yang lebih luas.
2. Menyempurnakan *brand elements* dengan membuat *tagline* agar akun TikTok @kuliner_bks lebih otentik
3. Agar dapat menjaga loyalitas *audiens*, perlu adanya interaksi dengan *audiens*, seperti dengan menjawab pertanyaan yang terdapat pada kolom komentar.
4. Menjalin relasi positif dengan para tenant yang telah bekerja sama.