

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

By Painters adalah bisnis yang dimiliki oleh *entertainer* Erica Ricardo sejak tahun 2020 dan masih eksis sampai sekarang. ByPainters menjual produk melukis dengan angka atau *paint by numbers kit*. Selain TikTok, *brand* ini juga memiliki akun pada media sosial lain seperti Instagram dengan *username* @by.painters. By Painters juga memiliki akun *marketplace* seperti Shopee dan Tokopedia. Akun TikTok @bypainters dibuat tanggal 2 Februari 2021. Sampai saat ini, akun TikTok @bypainters telah mengunggah video sebanyak lebih dari 300 postingan video, Konten video yang memiliki *viewers* yang paling banyak adalah pada postingan kedua sebanyak 3,7 M dengan judul video *nyuci kuas itu capek!*. Tema video @bypainters yaitu tutorial, QnA, *workshop*, *sale*, tips melukis, *painting kit*, *events*, *booth by painters*. By Painters juga memiliki maskot yaitu seekor musang yang kemudian menjadi inspirasi *packaging* baru produk mereka.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada 20 video By Painters ditemukan bahwa seluruh elemen *storytelling marketing* yakni *message*, *conflict*, *character*, dan *plot* diterapkan pada setiap kontennya. Elemen *message* dalam *storytelling marketing* mereka membahas tentang identitas merek, informasi pembukaan *booth* di salah satu *event* yang mereka ikuti, penggunaan produk, pengenalan produk, menawarkan produk, *behind the scene* dalam pembuatan isi konten video, keuntungan menggunakan produk, memperkenalkan *packaging* @bypainters, ulasan positif terhadap video konten @bypainters, dan *workshop* melukis. Kemudian, elemen *conflict* mereka membahas tentang penceritaan akun Instagram By Painters yang diretas, betapa merepotkannya proses membersihkan kuas lukis, kesalahan umum dalam menyebutkan merek By Painters, kolaborasi By Painters dan Citilink untuk menemukan solusi kreatif dan mengatasi kendala-kendala demi memastikan keberhasilan program kerja sama mereka dan persiapan pelaksanaan penyebaran *painting kit* kepada anak-anak di pesawat, kesalahpahaman, kebingungan, keterbatasan waktu, kualitas dan keberagaman produk, keterbatasan pengetahuan, tantangan, menawarkan kesempatan, dan permintaan konsumen. Selanjutnya, elemen *character* yang ditonjolkan adalah Erika Richardo sebagai pemilik, hewan peliharaan Erika, Ash, kuas, Staf Citilink, penumpang pesawat, anak-anak, pelukis By Painters, pengikut By Painters, pengunjung, hingga tim kerja. Dan terakhir *plot* yang digunakan adalah, alur maju dan maju mundur.

Peneliti juga menyimpulkan bahwa elemen *storytelling marketing* yang berperan penting pada konten By Painters adalah plot. Plot dalam konten video dapat membantu menarik perhatian, mempertahankan minat, dan menghasilkan keterlibatan yang kuat dari audiens By Painters. Plot ini mereka gunakan untuk menjaga ketertarikan penonton dari awal hingga akhir video, menciptakan keterlibatan yang dalam, dan pada gilirannya, memengaruhi persepsi dan reaksi penonton terhadap produk mereka.

5.2 Saran

Pada penelitian di masa mendatang, diharapkan mampu memberikan tambahan konsep, teori, atau metode terkait *storytelling marketing*. Misalnya, studi pada tataran persepsi audiens terkait penerapan *storytelling marketing* dapat membantu merek dalam membangun loyalitas konsumennya atau bahkan meningkatkan penjualan mereka. Peneliti juga dapat menggunakan metode campuran dalam mencapai hasil penelitian yang lebih komprehensif.

