

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang berjudul gaya komunikasi dalam *storytelling marketing* Fadil Jaidi pada akun Instagram @fadiljaidi dalam melakukan promosi produk, maka penelitian ini menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut :eraka

Berdasarkan hasil analisis wacana yang dilakukan terdapat deskripsi mengenai konten *storytelling marketing* yang dilakukan Fadil Jaidi dan menggunakan gaya komunikasi, didapatkan beberapa kategori hasil temuan berupa gambar/video unggahan, durasi waktu, topik percakapan, gerakan tubuh, isi konten, suasana pada konten, *emoticon* yang tertera,

Berdasarkan topik percakapan yang didukung oleh gerakan tubuh menunjukkan gaya komunikasi nonverbal, sedangkan isi konten, suasana pada konten dan *emoticon* yang tertera menunjukkan gaya komunikasi verbal dan dikaitkan dengan kategori gaya komunikasi yang dikemukakan Norton, terdapat 6 kategori gaya komunikasi yang lebih sering digunakan Fadil Jaidi dalam melakukan konten *storytelling marketing* diantaranya yaitu *dominan, dramatic, animated expressive, relaxed, friendly, impression leaving*.

Dominan ditandai dengan pada masing-masing konten yang diunggah Fadil lebih mendominasi karakter di setiap cerita yang dilakukan, *dramatic* ditandai dengan pada setiap konten yang diunggah memberikan kesan yang mengandung kiasan, cerita serta permainan suara dalam mendukung jalannya adegan yang

dilakukan, *animated expressive* ditandai dengan adanya gerakan-gerakan tubuh, mimik wajah serta kontak mata yang dilakukan pada saat menjalankan cerita yang sedang dilakukan dalam tujuan mempromosikan produk, *relaxed* ditandai dengan pada setiap kontennya Fadil melakukannya dengan tenang dan tidak terburu-buru, *friendly* ditandai dengan pada setiap konten yang diunggah sangat bersikap positif, adanya saling mendukung antar pemain saat melakukan adegan dan bersikap menyenangkan, *impression leaving* ditandai dengan pada setiap konten yang diunggah dapat memberikan kesan menyenangkan dalam bentuk menghibur para audiens pada konten promosinya di Instagram.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini digunakan untuk melihat bagaimana gaya komunikasi dalam *storytelling marketing* yang dilakukan Fadil Jaidi pada akun Instagram @fadiljaidi, maka dari itu saran bagi penelitian selanjutnya agar menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur sejauh mana dampak dari gaya komunikasi dalam *storytelling marketing* Fadil Jaidi ketika menarik minat audiens dalam kegiatan promosi di media sosial

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan dari hasil penelitian terhadap gaya komunikasi dalam *storytelling marketing* yang dilakukan Fadil Jaidi pada akun Instagram @fadiljaidi, maka peneliti ingin memberikan saran kepada akun Instagram @fadil jaidi sebagai

berikut :

1. Membuat lebih banyaak konten *storytelling marketing* dengan melibatkan side character yang lain
2. Memperpanjang percakapan saat melakukan *storytelling marketing* agar lebih banyak bahasan terkait promosi produk
3. Perbanyak gaya nonverbal agar seimbang dengan gaya verbal yang ditampilkan

