

BAB V

KESIMPULAN KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, jawaban dari rumusan masalah bagaimana gaya komunikasi *content creator* dalam menyampaikan *storytelling* pada konten iklan TikTok menghasilkan beberapa temuan, yaitu gaya komunikasi Sena Farid sebagai *content creator* yang konsisten menggunakan pendekatan *storytelling* dalam konten iklannya di TikTok gaya komunikasi yang ia terapkan cenderung mengarah pada gaya *impression leaving*, *animated expressive*, *dramatic*, dan *friendly*. Penggunaan gaya *animated expressive* dilihat dari kecenderungan kreator dalam menggunakan elemen visual dinamis dan ekspresi non-verbal yang kuat untuk menyampaikan pesan. elemen seperti perubahan ekspresi wajah, gestur tubuh yang ekspresif, hingga perpaduan musik dan potongan video yang menggambarkan suasana emosional tertentu. Sedangkan gaya *impression leaving* terbukti kuat karena banyak audiens memberikan respons positif dan menyatakan keterkaitan emosional dengan konten yang dibagikan. Kemudian *dramatic* terlihat dari bagaimana Sena membangun narasi emosional, permainan intonasi suara, serta penggunaan cerita yang *relatable*. Gaya *friendly* tercermin melalui narasi cerita yang ramah dan pendekatan santai yang membuat audiens merasa dekat. Strategi penyampaian ini membuat *storytelling* dalam konten iklan terasa alami dan tidak terkesan memaksa (*soft selling*), sehingga menghasilkan aksi audiens tanpa memberikan tekanan untuk melakukan pembelian secara langsung. Hal ini juga menunjukkan bahwa pemilihan gaya komunikasi yang tepat dalam *storytelling* berperan penting dalam membangun keterikatan emosional. Sebagai *Content Creator* diperlukan juga fokus pada *micro moments*, penggunaan *comforting visual*, *warm narration*, serta menjaga *clear purpose* dalam *storytelling* juga dapat dijadikan acuan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi pemasaran melalui media sosial.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis data serta kesimpulan mengenai penelitian "Gaya Komunikasi *Content Creator* Melalui *Storytelling* Pada Iklan TikTok", berikut beberapa saran yang dapat diberikan:

5.2.1 Saran Akademis

1. Untuk memperkaya kajian di bidang komunikasi pemasaran digital, penelitian selanjutnya dapat memperluas analisis secara kuantitatif terhadap perbandingan gaya komunikasi beberapa *content creator* dengan berbagai karakter audiens, agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terkait efektivitas gaya komunikasi dalam meningkatkan engagement.
2. Penelitian mendatang juga dapat mengkaji keterkaitan antara gaya komunikasi dalam *storytelling* dengan perubahan perilaku konsumen secara kuantitatif, agar dapat mengukur sejauh mana pengaruh gaya komunikasi terhadap keputusan pembelian.

5.2.2 Saran Praktis

1. Bagi para *content creator*, penting untuk terus menemukan gaya komunikasi yang autentik dan relatable dalam menyampaikan *storytelling*.
2. Bagi *brand*, yang memiliki target audiens dengan kecenderungan memiliki gaya hidup yang dinamis, suka mengeksplorasi tempat baru, terbuka terhadap promo atau penawaran menarik, menyukai konten lifestyle, dan cenderung emosional disarankan untuk memilih *content creator* Sena Farid atau kreator lainnya yang sesuai dengan gaya komunikasinya.