

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian teori dan hasil penelitian yang sudah dilakukan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif dengan analisis Regresi Linier Sederhana mengenai pengaruh *digital storytelling* terhadap *digital customer engagement* (survei terhadap *followers* TikTok Kikiripik Mahren). Data disimpulkan sebagai berikut:

1. Gambaran *digital storytelling* dapat dilihat dari dimensi-dimensinya yang terdiri atas *communicating*, *transmitting value*, *resolving rumors*, dan *triggering acts* yang berada pada garis kontinum kategori cukup positif. Hal ini menggambarkan bahwa pengikut TikTok Kikiripik Mahren memiliki performa yang cukup positif. Dimensi *digital storytelling* yang memiliki kontribusi tertinggi, yaitu *communicating*, selanjutnya dimensi *triggering act*, kemudian dimensi *resolving rumors*, dan dimensi dengan ketercapaian terendah *transmitting value*.
2. Gambaran mengenai *digital customer engagement* dapat dilihat dari dimensi-dimensinya yang terdiri atas *absorption engagement*, *interaction engagement*, *emotional engagement*, *behavior engagement* yang berada pada garis kontinum kategori netral. Hal ini menggambarkan bahwa perlunya Kikiripik Mahren lebih ditingkatkan kembali karena menganal *digital customer engagement* cukup penting dan krusial dalam keberlangsungan bisnis. Dimensi *digital customer engagement* yang memiliki kontribusi tertinggi yaitu *behavior engagement*, selanjutnya *emotional engagement*, kemudian *absorption engagement*, dan dimensi dengan ketercapaian terendah yaitu *interaction engagement*.
3. Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *digital storytelling* terhadap *digital customer engagement* menunjukkan bahwa:

*Digital storytelling* yang terdiri atas *communicating*, *transmitting value*, *resolving rumors*, dan *triggering acts* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *digital customer engagement*. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi-dimensi *digital storytelling* bersama-sama memengaruhi *digital customer engagement* pada *followers* TikTok Kikiripik Mahren.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai Pengaruh *Digital Storytelling* terhadap *Digital Customer Engagement* (Survei terhadap *followers* TikTok Kikiripik Mahren) sebagai berikut:

1. *Digital storytelling* bagi Kikiripik Mahren pada konten TikTok secara keseluruhan cukup baik, tetapi salah satu aspek yang perlu ditingkatkan berdasarkan ketercapaian yang mendapatkan penilaian paling rendah. Dimensi *transmitting value* merupakan dimensi *digital storytelling* yang memiliki persentase ketercapaian terendah dibandingkan dimensi lainnya. Peneliti memberikan rekomendasi memperketat pengawasan terhadap konten yang dibagikan oleh *brand* untuk memastikan bahwa konten *digital storytelling* terdapat aspek *transmitting value* yang dimiliki perusahaan agar tersampainya nilai-nilai dan tujuan merek kepada pelanggan. Rekomendasi lainnya sebagai berikut:
  - a) TikTok Kikiripik Mahren perlu meningkatkan komunikasi yang dalam penyampaiannya memiliki pesan bermanfaat untuk audiens sehingga ketika memerhatikan *storytelling* audiens tidak hanya melihat namun dapat menuju proses keterlibatan pelanggan
  - b) Kikiripik Mahren ketika membuat *storytelling* perlu meninjau kembali struktur bahasa, maksud dan tujuan disampainya cerita agar alur yang terdapat pada *storytelling* mudah dipahami oleh audiens
  - c) Kikiripik Mahren perlu meningkatkan kembali keterampilan dalam menyampaikan nilai-nilai merek yang ingin disampaikan agar audiens dapat memahami dengan baik maksud dan tujuan *storytelling*.

- d) Kikiripik Mahren perlu meningkatkan strategi promosi kembali untuk menciptakan ketertarikan pembelian produk yang dipromosikan agar terciptanya *triggerring act* pada audiens dalam *storytelling*.
2. *Digital customer engagement* secara keseluruhan diperlukan peningkatan mengenal dari garis kontinum memiliki hasil yang netral. Dimensi *interaction* merupakan dimensi *customer digital engagement* yang memiliki persentase ketercapaian terendah dibandingkan dimensi lainnya, padahal dimensi tersebut faktor penting dalam menciptakan nilai bersama antara pelanggan dan perusahaan. Interaksi yang efektif memungkinkan perusahaan untuk memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan serta memberikan kesempatan bagi pelanggan untuk terlibat dalam proses pengembangan produk atau layanan. Rekomendasi lainnya sebagai berikut:
- a) TikTok Kikiripik Mahren perlu mengevaluasi seberapa tinggi grafik intensitas pelanggan dalam menjelajahi informasi yang tersedia untuk menganalisis keterlibatan pelanggan dan dapat meningkatkan kreativitas agar audiens dapat dengan intens menjelajahi TikTok Kikiripik Mahren
- b) TikTok Kikiripik Mahren perlu meningkatkan strategi kreativitas agar pengikut dapat berpartisipasi aktif secara online dalam berdiskusi untuk memberikan masukan atau pesan terhadap brand dalam meningkatkan keterlibatan pelanggan.
3. Hasil penelitian menyatakan bahwa *digital storytelling* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *customer digital engagement*. Dengan demikian, peneliti merekomendasikan kepada Kikiripik Mahren agar senantiasa mempertahankan, mengelola, dan memaksimalkan keberadaan *digital storytelling* melalui komunikasi yang baik, dapat memberikan manfaat untuk *audiens* dan selalu meningkatkan strategi untuk terciptanya *triggerring acts*. Selain itu perlunya *brand* selalu mengukur *customer digital engagement* karena hal tersebut sangat penting dalam keberlangsungan bisnis kedepannya.

### 5.3. Kelemahan Penelitian

Ayuni Nur Fitri, 2024

*PENGARUH DIGITAL STORYTELLING TERHADAP DIGITAL CUSTOMER ENGAGEMENT (SURVEI TERHADAP TIKTOK KIKIRIPIK MAHREN)*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Penelitian ini masih memiliki kelemahan karena dilakukan selama satu waktu (*cross sectional*) sehingga adanya kemungkinan perubahan dalam perilaku pelanggan dan untuk pengembangan selanjutnya bisa menggunakan metode *longitudinal* agar semakin kompleks. Penelitian ini juga hanya mewakili pengikut Kikiripik Mahren secara keseluruhan jumlah, penelitian selanjutnya dapat menambahkan jumlah responden agar semakin menyeluruh. Selain itu, media digital yang menjadi objek penelitian masih hanya satu saja yaitu TikTok, padahal masih banyak *platform* digital yang dapat diteliti dengan variabel yang sama.