

## BAB V

### SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Simpulan

Simpulan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Ada hubungan positif antara variabel aksi ( $X_{1.1}$ ) dengan inisiasi hubungan romantis (Y), namun memiliki korelasi yang lemah.
2. Ada hubungan positif antara variabel komunikasi ( $X_{1.2}$ ) dengan inisiasi hubungan romantis (Y), namun memiliki korelasi yang lemah.
3. Ada hubungan positif antara variabel transmisi nilai ( $X_{1.3}$ ) dengan inisiasi hubungan romantis (Y), yang memiliki korelasi sedang.
4. Ada hubungan positif antara variabel pengetahuan ( $X_{1.4}$ ) dengan inisiasi hubungan romantis (Y), yang memiliki korelasi sedang.
5. Ada hubungan positif antara variabel aspek pencapaian digital ( $X_{1.5}$ ) dengan inisiasi hubungan romantis (Y), namun memiliki korelasi yang lemah.
6. Ada hubungan positif antara variabel aspek kombinasi ( $X_{1.6}$ ) dengan inisiasi hubungan romantis (Y), namun memiliki korelasi yang lemah.
7. Hasil pengujian menunjukkan bahwa ada korelasi positif yang signifikan dan cukup kuat antara *storytelling endorsement* (X) dengan inisiasi hubungan romantis (Y).

#### 5.2 Implikasi

Berdasarkan pada kesimpulan yang menunjukkan adanya hubungan positif antara *storytelling endorsement* dan inisiasi hubungan romantis, diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi kepentingan banyak pihak, baik dalam bidang teoretis maupun praktis sebagaimana disampaikan pada poin berikut:

##### 5.2.1 Implikasi Teoretis

1. Melihat minimnya penelitian dengan topik *storytelling endorsement*, maka peneliti telah memperluas khazanah baru dalam ranah komunikasi. Penelitian ini memberikan gambaran bagaimana *storytelling endorsement* memiliki hubungan dengan inisiasi

hubungan romantis khalayaknya. Penelitian ini mengembangkan penelitian sebelumnya yang meneliti pengaruh *storytelling* tradisional terhadap perilaku khalayak seperti penelitian Pravitaswari (2018) Eristi (2016), Pan & Chen (2019), dan Trisakti (2018).

2. Memperkuat penelitian Harris (2000) yang menunjukkan setiap orang memiliki preferensi yang berbeda dalam melakukan inisiasi hubungan romantis. Beberapa perbedaan dapat dilihat dari jenis kelamin dan gender.

### 5.2.2 Implikasi praktis

1. Adanya hubungan positif antara aksi ( $X_{1.1}$ ) dengan inisiasi hubungan romantis menunjukkan bahwa kreativitas dan ide dalam sebuah *storytelling endorsement* memiliki keterlibatan dengan situasi pengikut Instagram @amazing.
2. Adanya hubungan positif antara komunikasi ( $X_{1.2}$ ) dengan inisiasi hubungan romantis menunjukkan bahwa para pengikut Instagram @amazing dapat merasakan keterlibatan terhadap konflik dan pengembangan karakter tokoh dalam sebuah *storytelling endorsement*, sehingga timbul kepercayaan terhadap cerita tersebut.
3. Adanya hubungan positif antara transmisi nilai ( $X_{1.3}$ ) dengan inisiasi hubungan romantis menunjukkan bahwa *storytelling endorsement* memiliki keterkaitan dengan penanaman nilai – nilai dalam sebuah cerita kepada pengikut Instagram @amazing.
4. Adanya hubungan positif antara pengetahuan ( $X_{1.4}$ ) dengan inisiasi hubungan romantis menunjukkan bahwa terdapat peran atau keterlibatan *storytelling endorsement* dalam memberikan informasi, ilmu, pengetahuan, khususnya mengenai inisiasi hubungan romantis dan produk Fore Coffee yang bermanfaat bagi para pengikut @amazing.
5. Adanya hubungan positif antara aspek pencapaian digital ( $X_{1.5}$ ) dengan inisiasi hubungan romantis menunjukkan bahwa

pemanfaatan media digital berkaitan dengan tanggapan positif para pengikut @amazing yang menyukai *storytelling endorsement*.

6. Adanya hubungan positif antara aspek kombinasi (X<sub>1.6</sub>) dengan inisiasi hubungan romantis menunjukkan bahwa selain menyampaikan cerita, *storytelling endorsement* memiliki kaitan dengan faktor ekonomi dan psikologis para pengikut Instagram @amazing.
7. Adanya hubungan positif antara *storytelling endorsement* dengan inisiasi hubungan romantis menunjukkan bahwa isi cerita atau pesan dalam *storytelling endorsement* Fore Coffee memiliki keterkaitan dengan perilaku atau cara inisiasi hubungan romantis pengikut instagram @amazing.

### 5.3 Rekomendasi

Rekomendasi penelitian ini adalah sebagai berikut.

#### 1. Bagi Akademisi

Penelitian ini masih bersifat dasar sebab hanya mengukur keterhubungan antara kedua variabel. Ada lebih banyak peluang untuk memperdalam topik *storytelling endorsement* maupun inisiasi hubungan romantis. Diantaranya, mencari pengaruh *storytelling endorsement* terhadap perilaku khalayak, pengaruh *storytelling endorsement* dengan branding, atau meneliti tentang personal branding seorang *storyteller*.

#### 2. Bagi akun instagram @amazing

Penggunaan metode *storytelling* sebagai *endorsement* memberikan dampak yang sangat bagus terhadap pengikut @amazing. Apabila @amazing terus menggunakan cerita atau kisah dalam *endorsement*-nya, maka hal ini bisa menjadi *personal branding* yang kuat. Alexander Thian dapat mengeksplorasi beragam cerita yang dapat dikemas menjadi *storytelling endorsement* yang menarik.

#### 3. Bagi Perusahaan

Melihat tanggapan responden yang menyukai bentuk *storytelling endorsement* Fore Coffee, nampaknya strategi ini dapat diperhitungkan

untuk memasarkan produk atau jasa. Selain itu, adanya hubungan yang terjalin antara nilai yang terkandung dalam cerita terhadap khalayak dapat dimanfaatkan untuk menanamkan nilai – nilai perusahaan di mata khalayak.