

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji adanya pengaruh dari *emotional storytelling* dalam video Revitalisasi Bumi Bali terhadap citra destinasi wisata Bali berdasarkan pengalaman berkunjung penonton. Berdasarkan 60 responden yang terdiri dari responden yang belum pernah ke Bali dan responden yang pernah ke Bali serta sudah mengikuti kegiatan eksperimen dengan treatment menonton video Revitalisasi Bumi Bali, penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut.

Pertama, ditemukan bahwa *Emotional Storytelling* dalam video *branding* Revitalisasi Bumi Bali memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Citra Destinasi Wisata Bali dengan Sig kedua kelompok responden sebesar 0,001 dan 0,008 yang dimana keduanya lebih kecil dari 0,05.

Kedua, hasil penelitian melalui persamaan regresi menunjukkan bahwa jika *Emotional Storytelling* memiliki nilai 0, maka sikap akan konstan di angka 22,478 untuk responden yang belum pernah ke Bali dan 33.570 untuk responden yang pernah ke Bali.. Sehingga jika nilai *Emotional Storytelling* meningkat satu poin, maka Citra Destinasi Wisata Bali akan mengalami kenaikan angka sebesar 0,377 untuk responden yang belum pernah ke Bali dan 0,219 untuk responden yang pernah ke Bali. Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pengalaman berkunjung tidak banyak mempengaruhi citra destinasi wisata Bali.

Ketiga, Video *branding* Revitalisasi Bumi Bali dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif cenderung diarahkan untuk menciptakan citra yang baik bagi destinasi Bali dengan menarik perhatian penonton melalui metode *Emotional Storytelling* sekaligus melihat perbedaan pengaruh apabila penonton memiliki pengalaman berkunjung yang berbeda. Namun dari hasil penelitian membuktikan bahwa citra Bali itu sendiri sudah kuat

tanpa perlu dipicu sehingga yang tidak memiliki pengalaman berkunjung ke Bali pun mempunyai pandangan citra yang sama dengan yang memiliki pengalaman berkunjung.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Akademis**

Saran dari sisi akademis, penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan dari segi teori, objek penelitian, data-data, dan analisis penelitiannya, namun peneliti memiliki harapan bahwa peneliti selanjutnya yang ingin melanjutkan dan memperdalam penelitian ini dapat mengembangkan penelitian seputar *emotional storytelling* dan diterapkan ke kasus-kasus penelitian yang lebih beragam.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Saran yang dapat peneliti berikan selama penelitian ini untuk Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif adalah memperdalam tahap riset situasi destinasi wisata agar dapat membedakan ciri khas masalah suatu destinasi wisata dengan masalah destinasi wisata lainnya. Dengan riset yang lebih mengerucut maka akan terlihat lebih menarik dan menyentuh sisi emosional penonton.

