

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan pengaruh unsur *Emotional Storytelling* pada video “*The Heartbeat of Toba*” terhadap citra destinasi Danau Toba berdasarkan segmentasi generasi dan jenis kelamin. Untuk memenuhi kedua tujuan tersebut, metode penelitian yang ditentukan peneliti adalah metode eksperimental yang dilakukan terhadap 60 orang responden, kategori generasi (X, Y, dan Z) dan jenis kelamin (laki-laki dan perempuan). Semua responden telah memenuhi syarat utama, yaitu tidak pernah mengunjungi Danau Toba sebelumnya. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, simpulan yang didapatkan adalah sebagai berikut:

- a) Tidak ditemukannya perbedaan yang signifikan antara responden berjenis kelamin laki-laki dan perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa aspek *Emotional Storytelling* dalam video *the Heartbeat of Toba* tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan dalam menciptakan gambaran citra destinasi pada responden dengan perbedaan jenis kelamin. Setelah mendapatkan *treatment* berupa menonton video, responden menunjukkan gambaran citra destinasi yang relatif sama jika dibandingkan antara responden laki-laki dengan perempuan.
- b) Terdapat perbedaan yang signifikan pada setiap generasi di dalam penelitian ini. Hasil analisis menunjukkan bahwa aspek *Emotional Storytelling* dalam video *the Heartbeat of Toba* memberikan peran yang berbeda-beda dalam menciptakan gambaran citra destinasi pada setiap responden dengan perbedaan generasi. Setelah mendapatkan *treatment* berupa menonton video, responden menunjukkan gambaran citra destinasi yang berbeda-beda.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, terdapat beberapa saran yang dapat diterapkan secara akademis dan praktis sebagai berikut.

5.2.1 Saran Akademis

Pertama, peneliti selanjutnya direkomendasikan untuk mengkaji lebih lanjut tentang penyebab terjadinya persamaan citra destinasi yang timbul dari responden laki-laki dan perempuan berdasarkan *emotional storytelling* dalam sebuah video promosi. Kedua, penelitian selanjutnya perlu memperhatikan keseimbangan jumlah responden dalam setiap kelompok eksperimen serta penyebaran domilisi responden agar hasil penelitian dapat menunjukkan angka yang lebih konkret dan merata. Ketiga, peneliti selanjutnya direkomendasikan untuk menguji menggunakan metode eksperimen yang lain, seperti *pretest posttest design*, dan atau menggunakan dua atau lebih video dengan ciri yang sama atau berbeda sehingga dapat menghasilkan luaran yang lebih luas.

5.2.2 Saran Praktis

Saran yang dapat direkomendasikan kepada Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, khususnya dalam mempromosikan destinasi super prioritas adalah menerapkan unsur *emotional storytelling* dalam video promosi, tetapi dengan segmentasi target audiens yang lebih mengerucut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan akan citra destinasi yang timbul di benak khalayak diantara generasi X, generasi Y, dan generasi Z. Oleh karena itu, peneliti menyarankan Kemenparekraf untuk membuat berbagai macam video berbeda yang disesuaikan dengan kategori generasi audiens agar dapat membentuk citra destinasi yang sesuai dengan generasi masing-masing. Kemenparekraf diharapkan lebih memperhatikan faktor bahasa, penampilan visual, dan tema narasi secara khusus untuk kelompok generasi X.