

5. KESIMPULAN

Dalam penelitian ini, rumusan masalah yang diajukan adalah bagaimana penerapan storytelling pada konten TikTok MyTelkomsel. Berdasarkan hasil analisis terhadap video berjudul Do's and Don'ts Ramadhan: Biar Puasa Makin Berkah, penulis menemukan bahwa video tersebut mengandung tiga elemen utama dalam digital storytelling, yaitu elemen naratif, media digital, dan interaktivitas atau engagement. Ketiga elemen ini berperan penting dalam membangun struktur cerita serta menyampaikan pesan kampanye secara efektif kepada audiens.

Elemen naratif terlihat dari cara video menyajikan dua situasi kontras: perilaku yang dianjurkan (Do's) dan perilaku yang sebaiknya dihindari (Don'ts) selama bulan Ramadan. Struktur cerita ini dibuat ringkas, tetapi cukup kuat untuk menyampaikan pesan serta secara naratif, video ini menggunakan plot twist untuk memberikan kesan komedi dan tidak terduga bagi penonton. Sementara itu, elemen media digital tampak melalui kombinasi teks, visual, dan audio yang menarik dan selaras dengan gaya komunikasi khas TikTok. Elemen-elemen tersebut digunakan sebagai alat untuk memperkuat penyampaian pesan, khususnya dalam membedakan antara Do's dan Don'ts dalam kehidupan sehari-hari selama berpuasa.

Namun, pada aspek interaktivitas atau engagement, video ini dinilai belum maksimal. Meskipun berhasil menarik banyak penonton, tingkat keterlibatan audiens, seperti komentar, diskusi, atau reaksi relevan terhadap isi video, tergolong rendah. Hal ini menunjukkan bahwa penonton cenderung hanya mengonsumsi konten secara pasif tanpa terdorong untuk berinteraksi lebih lanjut. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa meskipun video ini telah menerapkan prinsip-prinsip digital storytelling secara cukup efektif dari sisi naratif dan media digital, namun masih perlu ditingkatkan pada aspek engagement agar komunikasi dua arah antara brand dan audiens dapat tercipta lebih optimal.