

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti melalui proses pengumpulan data, pengolahan data hingga proses analisis data dapat diambil kesimpulan terdapat penerapan unsur elemen komunikasi visual yakni tipografi, warna, fotografi dan videografi, layout, dan logo serta *message appeals* yakni *information appeal*, *emotional appeal*, dan *mix appeal* yang termasuk dalam strategi media komunikasi visual pada konten video TikTok *@ebsfmdaebakclub* periode Oktober-November 2023.

Konten video yang diunggah *@ebsfmdaebakclub* lebih banyak menggunakan tipografi jenis sans serif pada teks judul dan isi pesan dengan tampilan sederhana, bersih agar memudahkan *audience* membaca informasi yang ada pada konten. Pencahayaan dan warna yang digunakan pada konten video TikTok *@ebsfmdaebakclub* yakni warna shade, hue, dan tint sehingga menciptakan kombinasi yang sesuai dengan identitas visual dari EBS FM Surabaya. Selain itu video pada akun TikTok *@ebsfmdaebakclub* menampilkan komposisi visual yang dinamis dan menarik. Penggunaan layout yang tepat serta variasi sudut pengambilan gambar memberikan visualisasi yang memperkuat pesan yang ingin disampaikan. Peletakan logo pada setiap

video konten TikTok @*ebsfmdaebakclub* memberikan keunikan dan branding identitas perusahaan kepada pengguna TikTok.

Selain itu, berdasarkan penerapan unsur *message appeals* pada konten video akun TikTok @*ebsfmdaebakclub* pada periode Oktober-November 2023 lebih banyak menggunakan unsur daya tarik rasional dengan menyajikan informasi seputar fakta unik idol dan industri musik K-pop. Penyampaian informasi secara logis dan informatif memudahkan audiens memahami isi konten video sehingga mendapatkan *engagement* yang paling tinggi dibandingkan dengan kategori *message appeals* yang lain. EBS FM Suarabaya juga menerapkan unsur *emotional appeals* pada konten video TikTok dengan konten emosi berupa empati, sedih, inspirasional, dan euforia untuk menarik perhatian *audience*. Konten dengan unsur emosi yang membangkitkan empati dan sedih lebih banyak disukai *audience* dibandingkan dengan konten dengan euforia bahagia. Sementara konten dengan penggabungan daya tarik rasional dan emosional ternyata juga memiliki *engagement* yang lebih tinggi dibandingkan konten yang mengandung daya tarik rasional saja. Sedangkan konten video dengan unsur *emotional appeals* secara keseluruhan mendapatkan *engagement* yang paling rendah dibandingkan kategori yang lain.

Konten video di akun TikTok @*ebsfmdaebakclub* menunjukkan strategi komunikasi visual dengan menerapkan unsur elemen komunikasi visual dan daya tarik pesan yang efektif dalam menarik dan mempertahankan perhatian audiens. Elemen visual yang profesional dan menarik, dipadukan dengan pesan yang emosional,

rasional, dan kombinasi rasional dan emosional berhasil menciptakan konten yang tidak hanya informatif tetapi juga menghibur dan mendapatkan engagement yang tinggi. Pendekatan ini dapat dijadikan model bagi akun-akun lain yang ingin meningkatkan kualitas dan daya tarik konten mereka di platform media sosial.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi EBS FM Radio Surabaya penerapan elemen komunikasi visual dan *message appeals* pada konten video akun TikTok *@ebsfmdaebakclub* harus senantiasa diperhatikan dan dikembangkan agar pesan yang disampaikan dapat diterima oleh audiens sehingga akan memberikan dampak positif kepada media radio EBS FM Surabaya.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan memperluas objek dengan menambah jumlah populasi yang diteliti, menambah kategori lain diluar kategori yang telah diteliti yang dapat menjadi penemuan terbaru.