

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.2 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *storytelling travel vlogger* terhadap citra destinasi pariwisata pada *vlog Explore Pulau Madura* oleh Leonardo Edwin, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. Dimensi alur berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra destinasi Pulau Madura. Alur cerita yang disusun secara sistematis, memiliki urutan yang jelas, serta mampu menghubungkan setiap bagian cerita secara runtut memudahkan penonton memahami informasi mengenai destinasi. Penyampaian cerita yang terstruktur dapat berkontribusi dalam membentuk persepsi positif terhadap Pulau Madura sebagai destinasi wisata.
2. Dimensi karakter berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra destinasi Pulau Madura. Karakter Leonardo Edwin sebagai *travel vlogger* yang menampilkan pengalaman perjalanan secara autentik, komunikatif, dan aktif berinteraksi dengan masyarakat lokal mampu meningkatkan kepercayaan penonton terhadap informasi yang disampaikan, sehingga memberikan kontribusi dalam pembentukan citra destinasi yang positif.
3. Dimensi pesan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra destinasi Pulau Madura. Pesan yang disampaikan secara konsisten sepanjang cerita mengenai potensi wisata, budaya, sejarah, serta kehidupan masyarakat Madura mampu memberikan pemahaman baru kepada penonton.

Penyampaian pesan tersebut berkontribusi dalam membentuk persepsi yang lebih positif terhadap citra destinasi Pulau Madura.

4. Dimensi konflik berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra destinasi Pulau Madura. Penyajian berbagai tantangan selama perjalanan, seperti kendala transportasi maupun kondisi perjalanan yang berubah, memberikan kesan bahwa pengalaman yang ditampilkan bersifat nyata dan autentik. Hal tersebut meningkatkan kredibilitas cerita sehingga mampu memperkuat citra destinasi dalam pikiran penonton.
5. *Storytelling* yang terdiri atas dimensi alur, karakter, pesan, dan konflik secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra destinasi Pulau Madura. Keempat dimensi tersebut saling melengkapi dalam membentuk pengalaman menonton yang informatif, menarik, dan bermakna sehingga mampu membentuk citra destinasi secara positif. Selain itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,478 menunjukkan bahwa *storytelling* mampu menjelaskan 47,8% variasi citra destinasi Pulau Madura, sedangkan 52,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut.

1. Saran Praktis

- a. Bagi *travel vlogger*, hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh dimensi *storytelling* yang meliputi alur, karakter, konflik, dan pesan berpengaruh positif terhadap pembentukan citra destinasi. Oleh karena itu, dalam pembuatan konten

perjalanan disarankan tidak hanya berfokus pada penyajian visual destinasi, tetapi juga memperhatikan penyusunan alur cerita yang runtut, menampilkan karakter yang autentik, menghadirkan dinamika perjalanan secara alami, serta menyampaikan pesan yang jelas dan konsisten. Penerapan keempat dimensi tersebut diharapkan mampu meningkatkan kualitas *storytelling* serta membangun citra destinasi yang lebih positif dalam pikiran penonton.

b. Bagi pengelola destinasi wisata dan pemerintah daerah Pulau Madura, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menyusun strategi promosi pariwisata berbasis media digital. Kolaborasi dengan *travel vlogger* atau kreator konten yang mampu menerapkan *storytelling* secara efektif dapat dimanfaatkan untuk memperkenalkan potensi wisata, budaya, sejarah, serta kehidupan masyarakat lokal kepada khalayak yang lebih luas. Strategi promosi yang dikemas dalam bentuk cerita yang autentik diharapkan mampu meningkatkan daya tarik sekaligus memperkuat citra positif destinasi Pulau Madura.

2. Saran Akademis

a. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi mempengaruhi citra destinasi, seperti *electronic word of mouth (e-WOM)*, kualitas konten, kredibilitas *travel vlogger*, atau minat berkunjung, mengingat hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *storytelling* menjelaskan 47,8% variasi citra destinasi, sedangkan 52,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

- b. Penelitian selanjutnya juga disarankan menggunakan objek penelitian yang lebih beragam, baik pada *travel vlogger*, platform media sosial, maupun destinasi wisata yang berbeda, sehingga hasil penelitian dapat dibandingkan dan memperkaya kajian mengenai pengaruh *storytelling* terhadap citra destinasi dalam konteks pariwisata digital.
- c. Selain menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian selanjutnya dapat menerapkan pendekatan *mixed methods* atau kualitatif agar mampu menggali lebih mendalam mengenai alasan penonton memberikan penilaian terhadap setiap dimensi *storytelling* serta memahami proses terbentuknya citra destinasi secara lebih komprehensif.