

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Komunikasi persuasif dalam membangun kepercayaan pengguna *Tinder* diterapkan secara berbeda oleh setiap individu. Adapun faktor yang memengaruhi perbedaan tersebut antara lain wawasan, pemahaman, serta kemampuan komunikator dan komunikan dalam menyampaikan pesan, menerima pesan, dan memberikan umpan balik. Meskipun demikian peneliti menemukan adanya beberapa kesamaan dalam penerapan komunikasi persuasif yang dilakukan oleh pengguna *Tinder*, antara lain :

- a. Mengatur profil yang memikat guna menarik perhatian calon *matches*. Biasanya dilakukan dengan menampilkan foto dengan wajah yang rupawan, tubuh yang indah, menyertakan hobi yang menarik atau banyak digemari, mengisyaratkan pekerjaan dan/atau latar belakang pendidikan yang bonafide, serta gaya hidup yang berkesan positif. Bio profil yang cukup panjang menyenangkan untuk dibaca, karena dapat memunculkan rasa ingin tahu tentang calon *matches*. Penulisan bio menggunakan bahasa asing juga mampu menarik perhatian calon *matches* lantaran dipandang sebagai sebuah keterampilan yang tidak mudah dimengerti maupun dikuasai.
- b. Bercakap-cakap mengenai topik yang digemari dan dikuasai, baik oleh komunikator maupun komunikan, agar tetap memiliki pemahaman yang sama. Penggunaan bahasa yang bersahabat dan mudah dimengerti dapat kian mendorong ketertarikan untuk mengenal satu sama lain lebih jauh dan dalam.
- c. Pemanfaatan konteks situasi dan kondisi yang tepat. Komunikator yang berpengalaman biasanya mampu menilai komunikan dengan baik, dan oleh karenanya pandai melihat celah psikologis seperti dorongan dan kebutuhan dalam diri *matches*

dan memanfaatkannya untuk membujuk atau merayu komunikan, agar bersedia melakukan instruksi komunikator. Terlebih kepada perempuan yang lebih mudah terpengaruh secara emosional.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas dan beberapa hasil uraian penelitian pada bab sebelumnya berkaitan dengan komunikasi persuasif dan kepercayaan, maka terdapat beberapa saran yang dapat peneliti berikan terkait dengan penelitian ini, antara lain sebagai berikut :

1. Bagi pengguna *Tinder*

Sadari bahwa dalam platform daring seperti *Tinder*, banyak hal mungkin terjadi lantaran berbagai realita dapat disamarkan melalui media komunikasi. Pandang hal tersebut sebagai sebuah kelebihan yang memudahkan, tanpa intensi merugikan pengguna lain. Jangan mudah terbuai dengan tampilan yang hanya “apik” dari luar, tetapi kebenarannya masih diragukan. Pahami cara menggunakan aplikasi *Tinder*, pola komunikasi yang terjadi di dalamnya, karakteristik para penggunanya, serta fitur-fitur apa saja yang disuguhkan, terutama fitur yang dapat meningkatkan keamanan seperti “*block*” dan “laporkan”. Pandailah memilah dan memroses pesan yang baiknya disampaikan maupun dihindarkan dari lawan bicara. Jangan terburu-buru dalam menjalin dan mengembangkan hubungan, jika komunikasi persuasif dapat digunakan untuk menyamarkan realita, komunikasi persuasif juga dapat digunakan untuk mengungkap realita. Implementasi komunikasi persuasif di *Tinder* bukan merupakan suatu strategi yang mutlak, namun sangat berguna apabila diterapkan secara tepat, sesuai dengan kebutuhan setiap pengguna.

Para pengguna *Tinder* dapat melakukan implementasi komunikasi persuasif yang peneliti paparkan dengan memasang profil yang memikat, berbincang mengenai

topik yang digemari kedua pihak, serta memanfaatkan konteks situasi yang tepat. Namun perlu diingat bahwa dalam membangun kepercayaan, perlu adanya proses yang mungkin membutuhkan waktu lebih panjang. Besarnya upaya yang perlu dilakukan pun berbeda-beda pada setiap pengguna, sesuai dengan tujuan masing-masing.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Sebagai bahan referensi Ilmu Komunikasi Unika Soegijapranata Semarang, peneliti menyarankan untuk lebih mendalami kajian bidang psikologi komunikasi, komunikasi persuasif, dan *Computer Mediated Communication (CMC)*. Sehingga penelitian selanjutnya dapat menyuguhkan pemahaman yang lebih matang mengenai komunikasi persuasif yang diterapkan oleh pengguna *Tinder* maupun subjek penelitian lainnya.

