

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terkait teknik komunikasi persuasif pada kegiatan TikTok *Live Shopping* pada akun @erigo.store, ditemukan beberapa kesimpulan yang dapat menjawab rumusan masalah. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah kegiatan *live shopping* telah menjadi kegiatan berbelanja *online* yang baru dan lebih interaktif. TikTok menjadi salah satu wadah bagi para pelaku usaha untuk mempromosikan dan menjual produknya. Erigo menjadi salah satu *brand* yang memanfaatkan TikTok sebagai wadah untuk memperluas peta penjualan produknya. Salah satu aspek yang penting dari sebuah promosi adalah keberhasilan dari komunikator untuk mempersuasi para komunikannya agar mau membeli produk tersebut. Teknik komunikasi persuasif yang diterapkan oleh Erigo dilakukan secara verbal dan non verbal. Secara verbal, *host* menjelaskan produk dengan menggunakan kalimat-kalimat persuasif. Secara non verbal, ekspresi wajah dari *host* tidak datar, intonasi suara yang dikeluarkan jelas karena dibantu dengan mikrofon eksternal, dan gerakan tubuh *host* juga aktif ketika menjelaskan kelebihan produk dengan memperlihatkan detail produk pada layar *smartphone*. Teknik komunikasi persuasif yang diterapkan oleh akun @erigo.store memiliki dampak bagi pemasaran produknya. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa penjual menggunakan 5 teknik komunikasi persuasif yaitu teknik *transfer*, teknik

bandwagon, teknik *planting*, teknik, *appeals to humor*, dan teknik *effect of repetition*. Kelima teknik tersebut ditemukan seluruhnya dan memiliki dampak bagi kegiatan *live shopping* Erigo. Dampak yang dihasilkan yaitu berupa keputusan pembelian dari para penonton yang dapat dilihat berupa notifikasi pembelian pada ruangan *live* yang terletak di atas kolom komentar. Kemampuan komunikator dalam *live* tersebut juga memiliki dampak terhadap citra positif *brand* Erigo, karena penjual dalam *live* tersebut memiliki kemampuan komunikasi yang baik dan tidak membosankan.

5.2 Saran

Teknik komunikasi persuasif yang dilakukan oleh akun @erigo.store dapat dikatakan berhasil karena dapat mempersuasi para penontonnya untuk membeli produk yang dijual. Berdasarkan hasil rangkuman di atas, berikut disampaikan beberapa saran yang dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya yang membahas mengenai teknik komunikasi persuasif pada kegiatan *live shopping*:

1. Peneliti selanjutnya dapat mengkaji lebih detail mengenai teknik komunikasi persuasif yang digunakan dalam kegiatan *live shopping*.
2. Bagi Erigo diharapkan dapat memberikan asisten *host* agar kegiatan *live* dapat berjalan dengan baik.
3. Bagi para pelaku usaha dapat memanfaatkan kegiatan TikTok *live shopping* sebagai wadah untuk menjual dan mempromosikan produknya karena kegiatan *live shopping* lebih efektif dan efisien.
4. Bagi para pembaca diharapkan dapat menjadi tambahan pengetahuan terkait kegiatan *live shopping* yang dilakukan pada media sosial.