

Bagaimana penerapan strategi komunikasi persuasif melalui *live streaming* Facebook pada *Online Shop* Alvhie Collection?

2. Mencatat dan memberi kategori seluruh ucapan yang mengandung pesan persuasif menjadi kalimat dalam *live streaming*.
3. Mencari data berupa pesan yang bersifat persuasif dengan cara mengklasifikasi ucapan ke dalam bentuk kalimat berdasarkan pada tiga strategi komunikasi persuasif milik Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball Roceach.
4. Melakukan pengecekan atau pemeriksaan kembali terhadap data yang telah dikategorikan menjadi penerapan strategi komunikasi persuasif.
5. Pekerjaan akhir dari keseluruhan teks (sumatif).
6. Interpretasi hasil yaitu menganalisis hasil setiap kategori dan dijadikan sebagai jawaban pada penelitian.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini, peneliti akan memberikan jawaban terkait Penerapan Strategi Komunikasi Persuasif *Online Shop* Alvhie Collection melalui *live streaming*nya di Facebook yang dilakukan pada Tanggal 14 Januari 2023. Jawaban dari rumusan masalah penelitian ini dipaparkan dalam bentuk tabel (*Tabel 4.1, Tabel 4.2, Tabel 4.3*) yang memuat kalimat dengan pesan persuasif. Kalimat-kalimat tersebut merupakan bahasa yang digunakan oleh *host live* Alvhie Collection sepanjang kegiatan *live streaming* berlangsung yaitu 3 jam 7 menit. Penggunaan bahasa yang mengandung pesan persuasif kemudian ditranskrip secara menyeluruh, dianalisis dan dikategorisasi berdasarkan tiga strategi komunikasi persuasif milik Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball Roceach.

Peneliti melakukan pengumpulan data secara berkala sepanjang tanggal 20-23 Februari 2023 dengan membagi kegiatan *live streaming* yang berdurasi 3 jam 7 menit menjadi 6 bagian, setiap bagian berdurasi 30 menit. Dalam proses pengumpulan data, peneliti mencatat terdapat total 127 bahasa yang mengandung pesan persuasif selama waktu *live streaming* berlangsung, yang kemudian bahasa tersebut ditranskrip menjadi kumpulan kalimat. Kalimat-kalimat tersebut merupakan bentuk dari strategi komunikasi persuasif Alvhie Collection yang telah dianalisis dan dikategorisasi menggunakan tiga strategi komunikasi persuasif milik Melvin L. DeFleuar dan Sandra J. Ball Roceach.

Berdasarkan pada kerangka pikir yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, penerapan strategi komunikasi persuasif *Online Shop* Alvhie Collection di Facebook ini akan dibagi menjadi tiga pembahasan utama, yaitu :

1. Penerapan Strategi Psikodinamika

2. Penerapan Strategi Persuasi Sosiokultural
3. Penerapan Strategi the Meaning Construction

4.1 Gambaran Umum

Alvhie Collection merupakan *online shop* yang menggunakan media sosial Facebook sebagai tempat mereka untuk berbisnis. Produk yang dipasarkan adalah berbagai jenis pakaian, khususnya pakaian anak laki-laki dan perempuan. Hal menarik yang diangkat oleh peneliti adalah Alvhie Collection menggunakan fitur *live streaming* yang ada di Facebook untuk memasarkan produknya. Fitur *live streaming* ini menjadikan fungsi komunikasi persuasif semakin nyata digunakan oleh masyarakat khususnya pedagang individu kecil di media sosial untuk mengatasi kesulitan serta meningkatkan penjualan. Mereka semua ditantang dalam tren pasar *online* saat ini agar fungsi komunikasi persuasif dapat diterapkan dengan baik menggunakan strategi sehingga mampu mencapai keberhasilan.

Peneliti meyakini bahwa Alvhie Collection memiliki strategi komunikasi persuasif yang baik apabila dilihat dari segi eksistensinya di Facebook. Selama periode observasi, peneliti beberapa kali mengikuti kegiatan *live streamingnya* dan memberikan kesimpulan bahwa banyak bahasa persuasif yang digunakan mampu mempengaruhi orang lain untuk membeli produknya. Melihat keberhasilan Alvhie Collection dalam menjual produk menggunakan fitur *live streaming* Facebook, peneliti ingin secara khusus mengetahui penerapan strategi komunikasi persuasif mereka. Strategi komunikasi persuasif ini akan dianalisis menggunakan tiga strategi

yaitu, Psikodinamika, Persuasi Sosiokultural dan *the Meaning Construction* milik Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball Roceach.

4.2 Profil *Online Shop* Alvhie Collection



Gambar 4.1 Profil Facebook Alvhie Collection
Sumber : <https://www.facebook.com/vivie.vianitha22>

Alvhie Collection pertama kali memulai bisnis *online shopnya* di Facebook pada Tahun 2017. Ia mengawali bisnisnya menggunakan *live streaming* yang pada saat itu pengguna Facebook belum banyak menggunakan fiturnya. Perkembangan Facebook semakin cepat menandai bahwa penggunaan fitur *live streaming* ini semakin diminati banyak orang dari tahun ke tahun, khususnya pedagang individu kecil seperti Alvhie Collection. Berlokasi di Jakarta Selatan, Alvhie Collection memiliki konsumen yang tersebar dari banyak daerah di Indonesia, dengan

segmentasi pasar kebanyakan adalah wanita dewasa. Alvhie Collection merupakan pedagang individu kecil yang menggunakan *live streaming* sebagai mata pencaharian utama. Ia menggunakan akun Facebook pribadinya sebagai laman utama (<https://www.facebook.com/vivie.vianitha22>) untuk melakukan *live streaming*. Biasanya, *live streaming* dilakukan pada malam hari sekitar pukul 20.00 dan berdurasi 2 hingga 3 jam. Pada saat *live streaming* sedang berlangsung, *host live* akan dibantu oleh beberapa admin dibelakang layar untuk membantu proses pencatatan produk yang laku terjual.



Gambar 4.2 Video *Live Streaming* Alvhie Collection
Sumber : <https://www.facebook.com/vivie.vianitha22>

Produk utama yang ditawarkan adalah pakaian dewasa laki-laki dan perempuan, pakaian anak laki-laki dan perempuan dari usia bayi hingga remaja. Pakaian merupakan bentuk dari *fashion* yang diminati banyak orang sehingga

Alvhie Collection berusaha menjaga eksistensinya melalui produk-produk yang lengkap, selalu baru dan mengikuti perkembangan pasar. Saat *live streaming*, *host live* akan secara berurutan menampilkan pakaian yang akan ditawarkan kepada penonton.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Selamat sore customer ku,
Saksikan nanti malam kami
LIVE BAJU DEWASA

Siapa yg udah pada nungguin
nih,yuk pedagang boleh
merapat... harga sudah pasti
sangat **GROSIRRR**

Barang baru datang, ada
-daster daster murce &
putri ayu
-kaos cowo
-stelan & daster arab
-stelan pergi
-celana
impor,nagita,pinkdase
-celana plisket
-tunik & atasan rajut
-atasan & switer
(standar-jumbo)
-gamis dewasa
-celana jeans (**stengah 8 malam**)
-piama tidur
Dan masih banyak lagi
Yuk buruan mrapat nanti
malam

LIVE JAM 19.30
(**stengah 8 malam**)

MINAL AIDZIN WALFAIDZIN
Mohon Maaf Lahir Dan Batin..

PERDANA LIVE LAGI..
Malem ini LIVE JAM 20.00 WIB

EDISI LIVE BAJU DEWASA
SANTAI !!! HARGA SUPER GROSIR !!!

- ✓ Leging polos premium 34k
- ✓ Leging bludru premium 37k
- ✓ Leging Dior premium 37k
- ✓ Kulot plisket pendek 19k
- ✓ Kulot plisket panjang 24k
- ✓ Celana bludru rajut premium 55k
- ✓ Dres fidur korea 30k
- ✓ Cp tidur korea 31k - 41k
- ✓ Piyama katun CP 36k
- ✓ Outer Rajut 36k
- ✓ Outer syakila 35k
- ✓ Daster payung 25k
- ✓ Daster panjang 33k - 45k
- ✓ Kulot plisket Lidi 27k
- ✓ Set long tunik 85k
- ✓ Set CP rayon 34k

Masih banyak lagi barang kami..
pedagang merapat..
ECERAN RASA GROSIR !!!

Jangan sampe ketinggalan !!!
LIVE JAM 20.00

**LIVE BAJU ANAK DAN
CELANA ANAK JAM
20.00 ya**

Barang baru datang yuk
yang sayang anak,
pedagang merapat nanti
malam yah

Live di **Ini ya**

ALVHIE COLLECTION -
BERKENDANG

Vhiiie Anitha D'mickey (Grosir pakaian
harga grosir!!!)

Yang belum Transfer belum bs order diu
Makasih

Gambar 4.3 Produk-Produk Alvhie Collection
Sumber : <https://www.facebook.com/vivie.vianitha22>

4.3 Penerapan Strategi Komunikasi Persuasif Video *Live Streaming* Alvhie Collection di Facebook

Pada tahap pengumpulan data, peneliti mencatat sebanyak total 127 bahasa yang mengandung pesan persuasif pada video *live streaming* Alvhie Collection.

Pengumpulan data dilakukan pada video *live streaming* yang dilaksanakan pada Tanggal 14 Januari 2023 (<https://fb.watch/iFW1-0pHDK/>) dengan durasi *live* yaitu 3 jam 7 menit. Bahasa persuasif tersebut ditranskrip ke dalam bentuk teks berupa kalimat yang terpenggal sebanyak 127 kalimat. Peneliti mencatat kalimat tersebut tersusun secara berurutan berdasarkan pada durasi waktu *live streaming*.



Gambar 4.4 *Live Streaming* 14 Januari 2023
Sumber : <https://www.facebook.com/vivie.vianitha22>

Setelah pengumpulan data selesai dilakukan, peneliti menganalisis kalimat-kalimat yang merupakan penerapan dari strategi komunikasi persuasif Psikodinamika, Persuasi Sosiokultural dan *the Meaning Construction*. Beberapa kalimat memiliki kesamaan makna dan mengalami pengulangan pada tiap kategori strategi. Ditemukan sebanyak 63 kalimat yang merupakan strategi Psikodinamika, 38 kalimat yang merupakan strategi Persuasi Sosiokultural dan 26 kalimat yang merupakan strategi *the Meaning Construction*. Pada tahap ini, peneliti melakukan

kategorisasi penerapan strategi komunikasi persuasif berdasarkan pada 3 strategi yang digunakan yaitu strategi Psikodinamika, Persuasi Sosiokultural dan *the Meaning Construction*. Penerapan strategi komunikasi persuasif tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

4.3.1 Strategi Psikodinamika

Bahasa persuasi yang secara rasional mengandung aspek-aspek yang mampu mempengaruhi orang lain berupa ide, konsep ataupun pandangan ini termasuk kedalam penerapan strategi Psikodinamika. Strategi ini juga memberikan penekanan secara emosional sehingga terbentuk suatu keyakinan (*belief*) pada orang yang dipersuasif. Dalam bahasa yang digunakan oleh *host live* Alvhie Collection, ditemukan kalimat-kalimat yang secara khusus disampaikan untuk mempengaruhi perasaan dan pikiran konsumen sehingga mereka memiliki keyakinan terhadap produk yang ditawarkan.

Karakteristik kalimat tersebut kebanyakan memiliki penekanan pada kualitas produk yang ditawarkan seperti “bahan lembut, cantik banget, murah banget, barang baru-baru, barang lengkap”. Kata-kata tersebut menjadi kunci untuk secara rasional meyakini konsumen terhadap produk yang ditawarkan pantas untuk dibeli. Kemudian ada pula kalimat yang ditekankan untuk mempengaruhi konsumen secara emosional. Seperti kalimat yang disampaikan dengan kata-kata “jangan khilaf mata, gak usah takut, gak bohong, pasti minta order lagi, gak mau tambah order?”. Kata-kata ini memiliki kekuatan untuk mempengaruhi konsumen

secara emosional untuk merasa yakin, takut kehabisan barang dan resah apabila tidak membeli.

Berikut merupakan kategori penerapan strategi komunikasi persuasif secara Psikodinamika :

Tabel 4.1 Kategori Penerapan Strategi Psikodinamika

No.	Strategi Psikodinamika	Kata Kunci
1.	Orang baru maksimal 3 pcs, jangan khilaf mata.	Jangan khilaf mata.
2.	Celana jeans cewek dan cowok lengkap.	Lengkap.
3.	Bahan crinkle, bahan lembut banget, model midi.	Bahan lembut banget.
4.	Setelan crinkle model salur, lucu banget!	Lucu banget.
5.	Tinggal lemon dan fanta warnanya, cantik banget, gambar Sakura ada parisnya, printingan lagi.	Tinggal lemon dan fanta, cantik banget.
6.	Lesti anak ya, bahan crinkle.. lucu banget! Selalu ada barang baru bun disaya tuh.	Lucu banget, selalu ada barang baru.
7.	Jangan khilaf mata ya sayangku!	Jangan khilaf mata.
8.	Harganya 58 ribu, ih murah banget!	Murah banget.
9.	Lebih mewah ya kalo dalemannya hitam, cantik banget!	Lebih mewah, cantik banget.
10.	Baju dewasa murah-murah bun disini, malam ini..	Murah-murah disini.
11.	Orang baru crinkle maksimal 3, kalau mau tambah deposit dulu.	Mau tambah deposit.

12.	Order lagi bun.. mumpung murah hari ini, lagi dapet barang murah bun saya, dapet harga murah.	Mumpung murah hari ini.
13.	Biasa bun, kalau dapet barang harga murah, saya pasti kurangin bun.. gak akan aji mumpung.	Saya pasti kurangin.
14.	Bunda cari apa saja ada.	Apa saja ada.
15.	Harganya 84 ribu, ya Allah murah banget bun.. cantik banget, modelnya tunik.	Murah banget, cantik banget.
16.	Lesti 58 ribu, gila bun bahan crinkle mewah. Ini kenapa aku bilang mewah? Karena dalemannya hitam bukan putih, jadi lebih cakep lebih rapih.	Mewah, lebih cakep dan rapih.
17.	Itu udah diskon bunda, harga grosir dari 68 ribu aku kasih 65 ribu.	Dah diskon, harga grosir.
18.	Cantik banget sumpah kalo dalemannya hitam tuh mewah.	Cantik banget, mewah.
19.	Cowok ada, lengkap bun.	Lengkap.
20.	Harga 66 ribu, modelnya kemeja cantik banget bunda.. jual mahal bisa, cuma 66 ribu.	Cantik banget, jual mahal bisa.
21.	Gila bun, 11-12 tahun, LD nya udah gak usah diragukan 95-98 LD nya, Cuma 68 ribu.	Cuma 68 ribu.
22.	Yang suka ibu-ibu nya simple ya silahkan bunda, modelnya kemeja.	Yang suka simple.
23.	Berat badan 80 kg masuk bun, jumbo itu harga 83 ribu, ngaco!	Jumbo, ngaco.
24.	Dewasa murah-murah bun malam ini, asli saya gak bohong.	Murah-murah, asli gak bohong.
25.	Harganya murah bun, cuma 66 ribu aja.. murah banget, premium Chinos.	Murah banget, premium.
26.	Celana jeans cewek lengkap bun, dari ukuran 3-12 tahun ada, celana jeans import.	Lengkap, import.

27.	Lesti 54 ribu lho bun.. Lesti 54 ribu, cantik banget.	Cantik banget.
28.	Bun Lesti dewasa ada bun 84 ribu. Lesti dewasa, murah bun.	Murah.
29.	Kemeja bapak, tangan panjang jual cuma 35 ribu, dapet murah.. lengan panjang.	Dapet murah.
30.	Lesti 7 tahun full printing, 62 ribu aja. Ada yang hitam gak print, ada yang putih. Pilih aja suka yang dasarnya mana, mantul semua.. 62 ribu harganya, ngaco!	Pilih aja suka yang mana, mantul semua, ngaco.
31.	Harga grosir bun, bunda gak usah takut, Bun Vhie mah nguranginnya kecil.	Harga grosir, gak usah takut.
32.	63 ribu bunda, gak usah takut Bun Vhie mah mahal ya.. gak usah takut, gak akan mahal bun, silahkan bunda cari dimanapun..	Gak usah takut, gak akan mahal.
33.	Koko ada, lengkap sampai 12 tahun. Bahan Toyobo ada, bahan Madina dari 1-12 tahun.	Lengkap.
34.	Nih bun 84 ribu, murah sekali. Crinkle, full printing.. keren banget!	Murah sekali, keren banget.
35.	Nih Lesti dewasa, aku jual 84 ribu gak akan ada bun dewasa, bahannya full Crinkle.. jumbo cuma 84 ribu.	Jumbo cuma 84 ribu.
36.	Disini jangan khilaf ya bun, emang barangnya harga murah-murah, jangan khilaf ini barang mahal-mahal.	Jangan khilaf, barang harga murah-murah, barang mahal.
37.	Bahannya lembut banget, cantik ya bun.. ya Allah!	Bahan lembut, cantik ya.
38.	Celana jeans import punya ya bun, udah dapet plastic ini.	Import punya, dapet plastic.

39.	Bunda nanti kalau barang sampai, pasti minta order lagi.. makanya saya stock banyak ya bun, karena ini udah gak ada lagi cuma sekali doang bun saya dapat barang. Yang udah pada sampai nanti pasti order lagi.	Pasti minta order lagi, udah gak ada lagi.
40.	Silahkan deposit 100 ribu aja, bisa order lagi untuk orang baru ya.	Deposit 100 ribu bisa order lagi.
41.	Gamis Lesti, bahannya lembut banget.. mantul!	Bahan lembut, mantul.
42.	Bun nih kemeja tangan panjang 35 ribu, dewasa ya murah!	Murah.
43.	Harganya 58 ribu bun, ih murah banget.	Murah banget.
44.	Besok kan hari Minggu nih bun, orang yang mau order lagi transfer dulu, cowok banyak, ada kurta, ada setelan, ada atasan, ada kemeja.	Mau order lagi transfer dulu.
45.	Terima kasih sudah order, semoga lancar terus rezekinya.. semoga laris manis dagangannya, amin ya bun.	Lancar terus rezekinya, laris manis dagangannya.
46.	Bunda gak mau tambah order? Barangnya baru-baru lho bun.	Gak mau tambah order?, barang baru-baru.
47.	Ini remaja atau dewasa bisa 16 tahun, 14 tahun, 15 tahun atau bisa dewasa berat badan sampai 70 kg, full printing!	Remaja atau dewasa bisa, full printing.
48.	Ini dalemannya hitam ya bun, cakep banget buat jual lagi.	Cakep banget, jual lagi.
49.	Bunda cari usia berapa? Kalau anaknya bunda gendut terus pendek ambil aja ukuran gede.	Cari usia berapa?, ambil aja ukuran gede.
50.	Kurta anak mah baru-baru terus bun.	Baru-baru terus.

51.	Crinkle Lesti 4 tahun, cakep banget bun lestinya tuh kombinasi hitam.	Cakep banget, kombinasi hitam.
52.	Crinkle salur, cakep banget.. cuma 62 ribu aja.	Cakepp banget.
53.	Ini ada setelan, murah-murah nih bun untuk usia 3 tahun, cuma 32 ribu.	Murah-murah nih.
54.	Printing kaos setelan tuh, cuma 24 ribu.. printing lho bun.	Cuma 24 ribu, printing.
55.	Ini kurta bahan Toyobo, nanti sampai rumah bandingin ya kurta Toyobo sama Madina.	Sampai rumah bandingin.
56.	Murah banget koko Madina lho bun, bahannya mantul, celananya bahan Toyobo, atasannya bahan Madina.. lembut!	Murah banget, lembut.
57.	Polanya besar bunda, ini kokonya koko professional.	Pola besar, koko professional
58.	Ini kurta bahan Toyobo, cakep ya bun.. ada bordirannya.	Cakep ya, ada bordiran.
59.	Pola saya mah yang besar bun bukan yang kecil.	Pola yang besar.
60.	Yang versi murah harga 30 ribu-an, buat sehari-hari bahan katun mikro juga ada bun.	Versi murah, buat sehari-hari.
61.	Ini murah bun, jangan disamain sama bahan yang premium ya, tapi yang bahan ini juga gak panas, bahan katun.. bukan bahan abal-abal ya bun.	Bahan gak panas, bukan abal-abal.
62.	Jual murah tuh bun 30 ribu. 30 ribu murah banget, kemeja dewasa.. kalau tangan panjang 35 ribu. Termurah!	Jual murah, murah banget, termurah.
63.	Kurta Madina ini bun, bahannya lembut banget. Murah cuma 60 ribu.	Lembut banget, murah cuma 60 ribu.

Dalam tabel diatas, terdapat 63 kalimat beserta kata kunci yang menjadi karakteristik strategi Psikodinamika. Masing-masing kata kunci memiliki pemaknaan yang bertujuan agar pesan persuasif dapat mempengaruhi konsumen ketika *live streaming* sedang berlangsung. Kata kunci dalam strategi Psikodinamika ini terdiri dari 3 kategori berdasarkan pada tabel diatas (*Tabel 4.1 Kategori Penerapan Strategi Psikodinamika*). Berikut merupakan 3 jenis kategori beserta pemaknaannya dari kata kunci yang ada pada strategi Psikodinamika.

1. Kredibilitas Produk

Pada prakteknya, *host live* seringkali menjelaskan kualitas produk yang sedang ditawarkan saat *live streaming* dengan menyebutkan kata-kata seperti bahan lembut, cantik banget, murah, bahan gak panas dan lain sebagainya. Kata-kata tersebut ditujukan untuk mempengaruhi konsumen dengan memberikan kredibilitas produk yang ditawarkan. Sehingga *host live* mampu mempengaruhi konsumen dengan merujuk pada aspek internal masing-masing individu, dan demikian strategi Psikodinamika diterapkan pada kategori kredibilitas produk.

2. Kredibilitas Toko

Selain menggunakan penjelasan terkait kualitas produk, Alvhie Collection juga memberikan penekanan pada kredibilitas *online shopnya*. Pada kategori kredibilitas toko, ditemukan kata kunci yang seringkali diucapkan oleh *host live* seperti barang lengkap, murah disini, mumpung murah dan lain sebagainya. Kata-kata diatas diidentifikasi sebagai bentuk dari *host live* memberikan keyakinan pada konsumen terkait kredibilitas toko yang

sedang menyediakan barang untuk dijual. Demikian aspek internal konsumen dipengaruhi oleh host live sebagai bentuk dari penerapan strategi Psikodinamika.

3. Kontekstual

Pada kategori kontekstual, terdapat kata kunci seperti jangan khilaf, gak bohong, gak usah takut dan lain sebagainya. Kata-kata tersebut digunakan oleh *host live* untuk menciptakan perasaan terhadap konsumen berupa tekanan, keyakinan dan keamanan. Jangan khilaf mata diucapkan untuk menekankan bahwa konsumen tidak bisa secara asal membeli barang saat *live streaming* sedang berlangsung tetapi tidak membayar pada saat proses transaksi terjadi setelah selesai *live streaming*. Penekanannya adalah pada perasaan konsumen agar tetap bertanggung jawab pada keputusan pembelian. Begitu pula, kata-kata seperti gak bohong dan gak usah takut ini memiliki makna agar konsumen tidak perlu merasa khawatir berbelanja di *online shop* Alvhie Collection.

4.3.2 Strategi Persuasi Sosiokultural

Penekanan dari strategi persuasi sosiokultural terletak pada faktor eksternal yang mampu mempengaruhi keyakinan individu terhadap suatu hal. Dalam *live streaming* Alvhie Collection, *host live* menggunakan bahasa-bahasa yang secara khusus ditujukan agar konsumen merasa produknya adalah yang paling baik dari segi harga serta kualitas dibandingkan produk yang sama di luaran sana.

Karakteristik bahasa ini kebanyakan memiliki kata kunci “*pembandingan*” di tiap kalimat.

Kalimat yang menekankan kata-kata atau melontarkan pertanyaan seperti “orang lain mahal, cari dimana?, gak akan dapat dimana-mana” ini mampu mempengaruhi keyakinan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Ada pula kalimat yang memiliki karakteristik pesan untuk mempengaruhi konsumen menggunakan kata-kata yang menimbulkan keyakinan dan kekhawatiran dari keadaan yang sedang terjadi di luar konsumen seperti “kalau gak mau saya kasih orang lain, untuk jual lagi, untuk lebaran, bisa untung besar”. Penggunaan kata-kata tersebut merupakan karakteristik dari penerapan strategi Persuasi Sosiokultural.

Berikut merupakan kategori penerapan strategi komunikasi persuasif secara Persuasi Sosiokultural :

Tabel 4.2 Kategori Penerapan Strategi Persuasi Sosiokultural

No.	Strategi Persuasi Sosiokultural	Kata Kunci
1.	Alhamdulillah.. berarti laris ya bun, order terus.	Laris ya, order terus.
2.	Harga cuma 63 ribu bun, gak akan ada dimana-mana ukuran gede gini 8 tahun, di orang lain 75 ribu. Aku jual cuma 63 ribbu, murah banget!	Gak akan ada dimana-mana.
3.	Aku kasih 63 ribu aja, gila murah banget bun, di orang lain 75 ribu.	Di orang lain 75 ribu.
4.	Buat lebaran cantik banget saying, sumpah!	Buat Lebaran.

5.	Gimana sih bun pakai Nagita, aku gak ngerti? Gini lho bun.. ini anggep aja dalemannya, modelnya sekarang kekinian gini. Ih mantul, Nagita seperti ini dipakainya.. cantik banget.	Sekarang kekinian gini.
6.	Bunda cari dimana sok.. crinkle dewasa harga segini.	Cari dimana?
7.	Aku kasih murah banget, gak ada bun cari dimana.	Gak ada cari dimana.
8.	Murah banget bunda, ini jaman dulu berapa.. 95 ribu karena disana harga lagi tinggi, ini sekarang udah murah bun, saya kasih lebih murah lagi 87 ribu.	Disana harga lagi tinggi, sekarang murah.
9.	Bunda lemonnya mau gak yang barusan? Ntar kalau ada yang order lagi bunda gak kebagian lagi.. Mau gak lemonnya? Kalau gak aku kasih yang lain.	Gak kebagian lagi, aku kasih yang lain.
10.	Ini crinkle model baru ya, model salur.	Model baru.
11.	Model baru, cantik banget. Buat pergi bisa, buat ngaji, buat lebaran bisa ya.. cantik banget, full crinkle ya.	Buat pergi, buat ngaji, buat lebaran bisa.
12.	Salur tuh lagi mahal bun, ini orang-orang belum pada jual.. liat aja nanti udah pada keluar harganya gila. Ini saya baru jadi, karena saya dari konveksi ya.	Lagi mahal, orang-orang belum pada jual, pada keluar harga gila.
13.	Crinkle Malaysia, full printing usia 6 tahun, ini 55 ribu tuh murah bun.. jual 75 ribu laku bun, masih untung 25 ribu, gila bun.	Masih untung 25 ribu.
14.	Kalau bunda gak mau hijaunya, saya kasih ke bunda lain.	Saya kasih ke lainnya.

15.	Murah banget 66 ribu bun, gak akan ada orang lain.. gak akan ada yang jual harga segini, saya jamin 100% bun.	Gak akan ada jual harga segini.
16.	Dewasa 83 ribu, gila bun jual lagi 105 ribu aja laku bun.. dewasa orang lain jual mahal banget bun.	Jual lagi 105 ribu laku, orang lain jual mahal banget.
17.	Itu chinos asli ya, itu yang di pinggir jalan harganya 120 ribu-an. Chinos hitam ini saya dari konveksi langsung makanya saya bisa jual murah orang lain mahal banget. Ini yang bahannya tebal, lembut.. saya dari konveksinya bun makanya harganya murah 68 ribu. Ini bahannya bener-bener lembut, tebal.	Di pinggir jalan harganya 120 ribu-an, orang lain mahal banget.
18.	Nih bun yang 6 tahun lestinya yang dasarnya hitam lebih mewah, harganya 58 ribu.. gak akan dapet dimana-mana.	Gak akan dapet dimana-mana.
19.	Crinkle 6 tahun 58 ribu, nyari dimana?	Nyari dimana?
20.	Buat jual lagi enak banget bun sumpah, jual harga 75 ribu aja aduh.. laku!	Jual lagi enak sumpah, laku.
21.	Saya emang dari dulu kaya gitu, saya live dari 5 tahun lalu, 2 tahun dewasa viewers sampai 300 naik.. pelanggan saya banyak bun yang jualan, alhamdulillah.	Pelanggan saya banyak yang jualan.
22.	Crinkle pompom 63 ribu, model lesti. Murah, cari dimana bun?	Cari dimana?
23.	84 ribu aja bun, orang lain 95 ribu serian 90 ribu lho, jumbo ini.	Orang lain 95 ribu.
24.	Harganya 38 ribu, gila bunda, gamis bahan cerutti 38 ribu, liat bun gak akan ada dimana-mana.. ini mah emang buat dagang lagi bun.	Gak akan ada dimana-mana, buat dagang lagi.

25.	Import, premium ukuran 27-32 Cuma 60 ribu, bunda cari dimana?	Cari dimana?
26.	Bunda cari dimana, import premium jeans 60 ribu.. ini barang laku bun buat dagang lagi.	Cari dimana, barang laku buat dagang lagi.
27.	Bunda bisa jual mahal ini bun, ini cuma 68 ribu bun ya Allah.	Bisa jual mahal.
28.	Mendekati Lebaran bun, cari barang murah dimana? Bunda ke pasar juga gak ada.	Mendekati lebaran, cari barang murah dimana?
29.	Gak usah takut bun, mau lebaran.. jual ke tetangga juga bisa.	Mau lebaran, jual ke tetangga.
30.	Aku jual 63 ribu, tuh gak akan ada bun gamis 8 tahun 63 ribu, model simple.	Gak akan ada.
31.	Murah banget sih bun, gamis crinkle 68 ribu ya Allah.. ini mah jual buat Lebaran tuh mantul lho, bahan crinkle lagi.	Jual buat Lebaran mantul.
32.	Crinkle 68 ribu, gak akan dapet dimana-mana.	Gak akan dapet dimana-mana.
33.	Alhamdulillah pada deposit, makasih ya.	Pada deposit.
34.	Buat Lebaran bun, jualan bun.. beneran deh bun, buat jualan lebaran tuh mantul.	Buat jualan Lebaran
35.	Bunda kalau mau tambah deposit aja bun 100 ribu gak papa, tadi yang lain-lainnya juga udah pada banyak yang deposit bunda-bundanya.	Yang lain juga banyak yang deposit.
36.	Buat Lebaran bun, jual lagi.	Buat Lebaran.
37.	Ini mah buat Lebaran laku bun, beneran deh asli. Orang kan megang bahan yak.	Buat Lebaran laku, orang pegang bahan.

38.	Kalau bunda gak mau, saya kasih bunda yang lain ada yang mau kurtanya.	Saya kasih bunda yang lain.
-----	--	-----------------------------

4.3.3 Strategi *the Meaning Construction*

Permainan kata pada bahasa yang digunakan, diyakini dapat mempengaruhi pengetahuan orang lain sehingga mampu membentuk suatu perilaku tertentu. Pada penerapan strategi *the Meaning Construction*, *host live* Alvhe Collection menggunakan bahasa-bahasa yang mampu menciptakan pengetahuan baru kepada konsumennya. Karakteristik dari pesan persuasif ini seringkali memicu konsumen merasa toko ini adalah yang paling baik, dari segi keunggulan harga, kualitas barang dan keuntungan berbelanja, daripada toko-toko serupa diluaran sana. Hal ini secara sengaja ditujukan untuk konsumen agar memiliki asumsi sama seperti yang diucapkan oleh *host live*. Peneliti menganalisis bahwa penggunaan kata-kata seperti “saya dari konveksi bukan dari toko” kemudian “harga grosir, beli satu boleh bisa pilih warna” ini dapat membuka pengetahuan dan makna baru bagi konsumen.

Berikut merupakan kategori penerapan strategi komunikasi persuasif *the Meaning Construction* :

Tabel 4.3 Kategori Penerapan Strategi *the Meaning Construction*

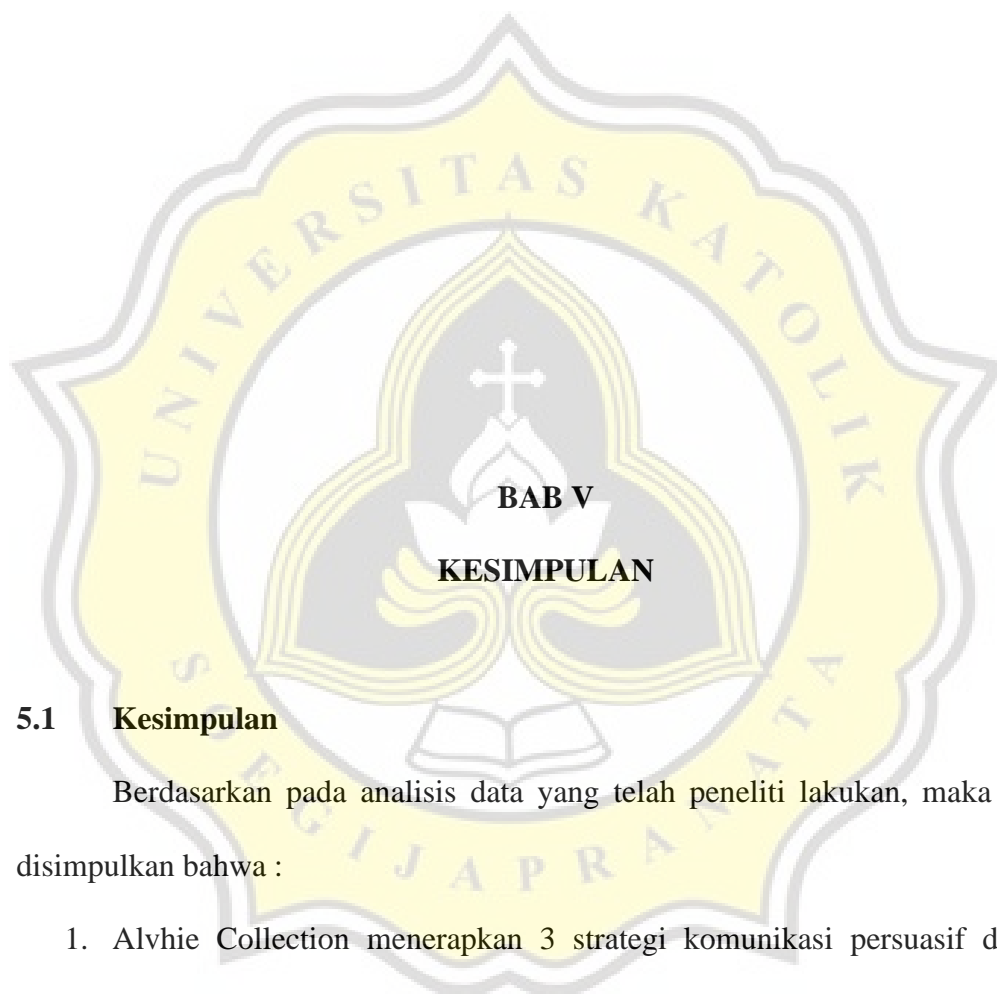
No.	Strategi <i>the Meaning Construction</i>	Kata Kunci
-----	--	------------

1.	Harga grosir, pilih satu boleh pilih warna, harga sudah grosir gak perlu beli 3, kalau mau jualan silahkan beli 3.	Pilih satu boleh pilih warna, gak perlu beli 3.
2.	Harganya grosiran ya.. beli 1 silahkan, pilih warna boleh.	Beli 1 silahkan pilih warna boleh.
3.	Saya untung gak gede, dari konveksi langsung.	Untung gak gede, dari konveksi.
4.	Udah harga grosiran, dari konveksi bukan dari toko.. harganya murah.	Harga grosiran, dari konveksi.
5.	Saya dari konveksi ya bun, bukan dari toko. Kalau dari toko harganya mahal, ini aku dapet dari konveksi langsung jahit dan saya harga murah bun. Gak usah beli serian harganya dimurahin, harga satuan aja aku kasih harga serian. Orang-orang dikasih harga serian tapi gak bisa pilih warna, saya bisa.. karena saya dari konveksi bukan dari toko. Kalau dari toko ada foto cantik, saya gak punya.. karena saya dari bungkusannya saya bongkar langsung gantung.	Dari konveksi bukan dari toko, toko harganya mahal, gak usah serian harga dimurahin.
6.	Sumpah cakep banget bun, 63 ribu aja.. harga grosiran beli satu silahkan bisa pilih warna.	Beli satu silahkan bisa pilih warna.
7.	Orang baru saya batasin 3 pcs untuk crinkle, karena apa.. ini barang mahal untung saya gak seberapa bun. Bukan saya menuduh PHP. Tapi takut khilaf mata aja.	Saya batasin 3 pcs, barang mahal untung gak seberapa.
8.	Mana ada dewasa harga 77 ribu bun full crinkle kalau bukan dari konveksi mah gak dapet.	Kalau bukan dari konveksi gak dapet.
9.	Kecuali grosir belinya serian tempat lain bisa kasih murah, di saya beli satuan aja harga grosir.	Beli satuan aja harga grosir.

10.	Disini jangan khilaf ya bun, karena emang murah meriah langsung dari konveksi.	Jangan khilaf, emang murah meriah, langsung dari konveksi.
11.	Harganya udah harga serian beli 1 boleh.	Harga serian beli satu boleh.
12.	Yah, bunda gak usah takut.. crinkle harga 58 ribu bunda ke toko grosir pun gak akan dapet. Bunda gak usah takut saya dari konveksi langsung. Saya gak usah harga satuan harga mahal, serian aja grosiran. Beli satu boleh, saya gak akan mahal-mahal bun.	Gak usah harga satuan harga mahal, sarian aja grosiran.
13.	Saya dari konveksi sayang, tenang aja.. bukan dari jahitan toko. Kalau toko punya foto cantik, saya gak ada.. karena dari jahitan saya gantung langsung saya jual.	Toko punya foto cantik, saya gak ada.
14.	Soalnya sekarang kalau live jual harga normal susah bun, saya biarin aja murah yang penting lancar.	Biarin aja murah yang penting lancar.
15.	Serian mix size bisa? Bisa bunda.. ini udah harga serian, mau beli satu pilih warna boleh. Ini udah aku corting bun, satu pcs nya ada 3 ribu ada 2 ribu, saya ambil untung Cuma 5 ribu bun ya, tenang aja.	Harga serian, beli satu pilih warna boleh.
16.	Aku nguranginnya gak 10 ribu sampai 15 ribu karena untung saya gak seberapa bun. Untung saya gak gede bun, yang penting lancar tiap hari bisa jualan.	Untung saya gak seberapa, yang penting lancar tiap hari bisa jualan.

17.	65 ribu aja bun, gak akan ada bun ini orang lain. Ini orang lain jual 75 ribu bun serian 73 ribu apa 70 ribu gak boleh pilih warna. Ini saya satuan aja boleh bun, mantul.	Saya satuan aja boleh.
18.	Gak usah paket usaha, bunda beli aja.. soalnya harga udah grosiran bunda. Dikurang 2 ribu 3 ribu itu harga grosiran ya.. orang lain mah gak bisa pilih warna bun kalo grosiran.	Harga udah grosiran, orang lain gak bisa pilih warna kalo grosiran.
19.	Harga grosir pilih warna silahkan.	Harga grosir, pilih warna silahkan.
20.	Gamis motif, bahannya apa? Bahannya dua firing.. murah banget 38 ribu aku gak mahal, karena dari konveksi ya, gak ada harga mahal.	Dari konveksi gak ada harga mahal.
21.	Ini sebenarnya nih saya jual harus serian bun, karena besok barang dating 10 lusin, tapi gak apa-apa ini saya jual satuan.	Jual harus serian, gak apa-apa ini jual satuan.
22.	Seharusnya grosir serian ini bun, saya jual ecer.	Seharusnya serian, saya jual ecer.
23.	Semoga orang baru gak ada yang khilaf mata, silahkan kalau mau tambah deposit soalnya ini barang mahal bun, resiko saya.	Mau tambah deposit, barang mahal, resiko.
24.	Ini dari harga 94 ribu aku jual 90 ribu aja nih.	Dari harga 94 ribu, jual 90 ribu aja.
25.	Warna putihnya ini mah ada nodanya dikit bun, mending hitamnya aja kasian bunda nanti, mending nanti ditukerin aja ya bun putihnya.	Kasian nanti, ditukerin aja.

26.	Ada celana panjang nih bun, harga Cuma 27 ribu.. saya jual kayak gini murah-murah semua bun. Saya gak ambil untung banyak bun, sama sebenarnya kayak yang lain.. Cuma crinkle kan emang dari sananya tinggi ya bun.	Gak ambil untung banyak, dari sananya tinggi.
-----	---	---



5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada analisis data yang telah peneliti lakukan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Alvhie Collection menerapkan 3 strategi komunikasi persuasif dengan kajian strategi milik Melvin L. De Fleur dan Sandra J. Ball Roceach yaitu strategi Psikodinamika, Persuasi Sosiokultural dan *the Meaning Construction*. Strategi komunikasi persuasif yang paling banyak diterapkan adalah strategi Psikodinamika. Banyak bahasa yang mengandung pesan persuasif diucapkan secara rasional dan emosional untuk mempengaruhi aspek internal konsumennya.