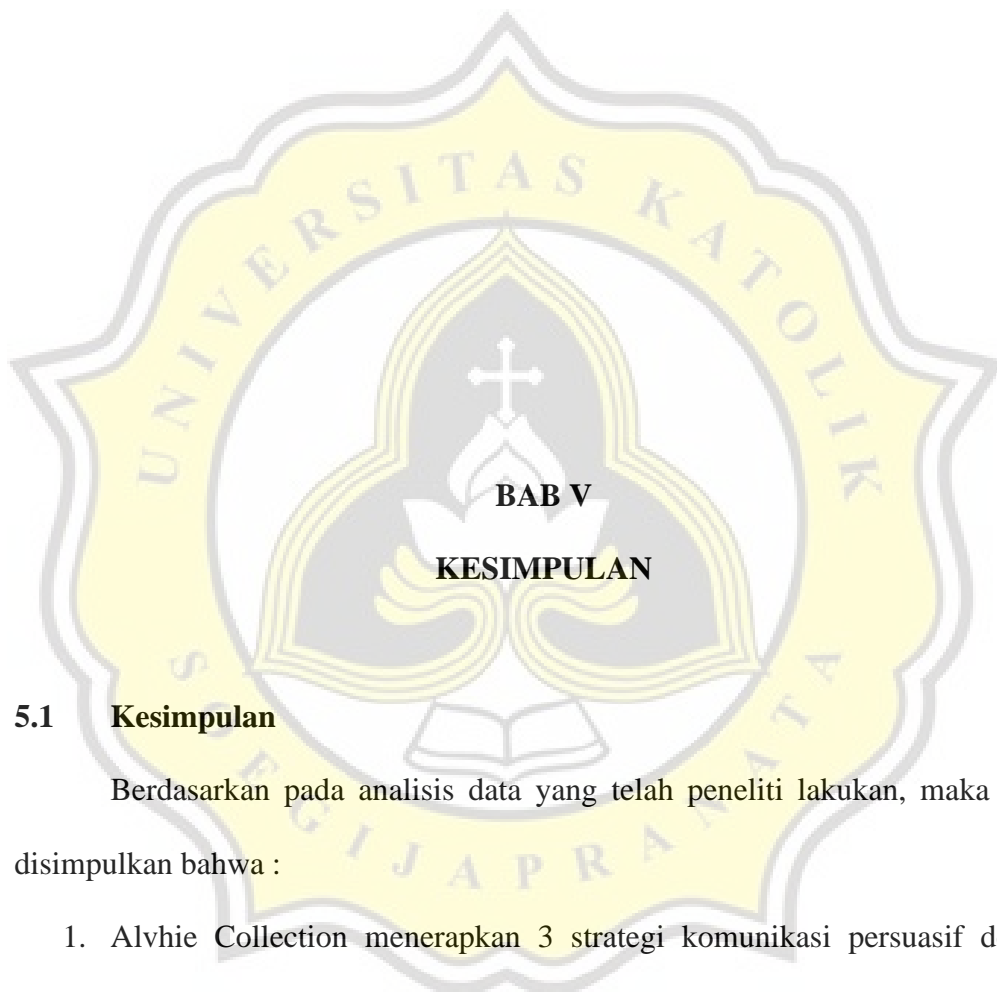


26.	Ada celana panjang nih bun, harga Cuma 27 ribu.. saya jual kayak gini murah-murah semua bun. Saya gak ambil untung banyak bun, sama sebenarnya kayak yang lain.. Cuma crinkle kan emang dari sananya tinggi ya bun.	Gak ambil untung banyak, dari sananya tinggi.
-----	---	---



BAB V

KESIMPULAN

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.

2. Alvhie Collection menerapkan strategi komunikasi persuasif Psikodinamika dengan menggunakan bahasa yang dapat mempengaruhi aspek internal konsumen secara rasional dan emosional. Secara rasional, karakteristik pesan persuasif yang disampaikan memiliki penekanan pada kualitas produk yang ditawarkan sehingga konsumen merasa produk tersebut pantas untuk dibeli. Secara emosional, pesan persuasif tersebut disampaikan dengan bahasa yang dapat meyakinkan konsumen atas kekhawatiran terhadap produk yang ditawarkan. Secara singkat, strategi Psikodinamika ini diterapkan untuk mempengaruhi konsumen melalui aspek-aspek internal yang dapat berupa ide, konsep dan pandangan konsumen,
3. Strategi Persuasi Sosiokultural diterapkan dengan cara melihat fenomena yang sedang terjadi di luar konsumen pada saat *live streaming*. Bahasa yang digunakan memiliki karakteristik pesan yang bersifat “perbandingan” dan pesan yang menimbulkan rasa “yakin dan khawatir” pada konsumen. Perbandingan ini ditujukan agar konsumen memiliki pandangan lain terhadap produk yang sedang ditawarkan dengan produk serupa lainnya di luaran sana. Munculnya perasaan yakin dan khawatir juga ditujukan agar produk yang ditawarkan kepada konsumen dirasa pantas dibeli ketika konsumen mendapat kepastian sekaligus tekanan dari keadaan yang sedang terjadi di luar mereka.
4. Penerapan strategi *the Meaning Construction* ditujukan untuk membentuk asumsi atau pengetahuan baru sesuai dengan yang diharapkan oleh *host live* kepada konsumennya. Alvhie Collection seringkali menggunakan bahasa

yang mampu merubah asumsi konsumen bahwa produk mereka memiliki keunggulan daripada produk serupa lainnya diluaran sana.

5.2 Saran

Kajian komunikasi persuasif sebaiknya dapat secara khusus dipelajari oleh masyarakat umum. Kajian komunikasi persuasif lebih luas daripada sekedar strategi yang dituliskan oleh peneliti dalam skripsi ini. Gambaran komunikasi persuasif dapat kita peroleh penerapannya dalam kehidupan kita sehari-hari. Komunikasi persuasif mampu mempermudah masyarakat dalam mencapai tujuan tertentu sesuai dengan harapan. Hal ini juga berlaku untuk *Online Shop Alvhie Collection* sendiri, agar bisa semakin berkembang dan mempertahankan eksistensi *online shopnya* di media sosial Facebook.

Kajian komunikasi persuasif dan penerapannya dalam *live streaming* ini cukup menarik bagi masyarakat terutama bagi mereka yang ingin memulai bisnis melalui media sosial. Penelitian ini membatasi kajian komunikasi persuasif hanya pada penerapan strateginya. Sesungguhnya, ada lebih dari sekedar faktor strategi persuasif yang bisa diteliti dan dianalisis dalam *live streaming* yang dilakukan oleh *Alvhie Collection*. Ada sejumlah langkah panjang untuk mewujudkan komunikasi persuasif yang baik dan sukses. Faktor-faktor seperti hambatan dalam komunikasi persuasif, teknik komunikasi persuasif, bahkan pada kajian yang sama yaitu strategi komunikasi persuasif, batasannya tidak hanya berhenti pada strategi milik Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball Roceach. Tentu saja tidak berhenti pada penelitian