

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan proses penelitian, melalui hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilakukan, dapat disimpulkan beberapa poin untuk menjawab rumusan masalah yang ada. Berikut adalah beberapa poin kesimpulan dalam penelitian ini:

- a. Penggunaan media sosial *instagram* merupakan salah satu poin penting dalam menerapkan komunikasi persuasif di bisnis MLM *AFC (Asayama Family Club)* ini.
- b. Komunikasi persuasif yang diterapkan oleh ketiga informan dalam penelitian ini menunjukkan sifat seperti kejelasan obyektif sebagai acuan penerapan komunikasi persuasif, kejelasan penggunaan media yaitu media sosial *instagram* sebagai salah satu metode yang digunakan, pesan yang kreatif yang disampaikan melalui konten yang dibuat oleh ketiga informan, penggalian *database* yang sesuai melalui penggunaan fitur di *instagram* dalam setiap konten yang diunggah oleh informan dan juga penerapan *fulfillment* yang merupakan cara dan strategi yang digunakan dari perkenalan hingga *closing*.
- c. Bahasa yang digunakan dalam penerapan strategi komunikasi persuasif mencapai tujuan yaitu memberikan informasi, memberi bahasa yang *persuasif* dan juga sebagai pengingat bagi para *followers* ketiga informan mengenai bisnis MLM *AFC (Asayama Family Club)* ini.

5.2 Saran

Saran dalam penelitian ini dibuat sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya supaya dapat dilakukan dengan lebih maksimal. Berikut adalah ketiga saran yang ada yaitu:

- a. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat menggali lebih banyak informan sebagai data subyek penelitian agar mendapat perbandingan dan kesimpulan yang lebih akurat dengan mengembangkan teori yang ada sesuai dengan perkembangan ilmu komunikasi
- b. Bagi para member MLM AFC (*Asayama Family Club*) adalah agar mereka dapat melakukan strategi komunikasi persuasif dengan baik.
- c. Bagi pembaca yang tertarik dengan komunikasi persuasif agar dapat menentukan sikap dalam pelaksanaan komunikasi persuasif sebagai referensi di kemudian hari.