

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan penulis, dapat ditarik kesimpulan bahwa akun Shopee Eiger Adventure Official Shop dalam melakukan kegiatan komunikasi pemasarannya melalui *live streaming shopping* di Shopee Live menggunakan sejumlah strategi dan teknik komunikasi persuasif. Strategi komunikasi persuasif yang digunakan yaitu strategi psikodinamika, persuasi sosiokultural dan strategi *the meaning construction*.

Bentuk strategi komunikasi persuasi psikodinamika yang digunakan Eiger Adventure Official Shop yaitu menggunakan gambar dan judul pada tampilan beranda *live streaming* untuk mempersuasi kognitif dan emosi dari penonton, serta meningkatkan daya tarik penonton dengan menciptakan kenyamanan dalam suasana *live streaming*. Kemudian bentuk strategi persuasi psikodinamika yaitu pesan yang berisi keputusan pembelian oleh individu lain yang mampu membentuk persepsi positif pada produk Eiger sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian para penonton lainnya. Sedangkan bentuk strategi *the meaning construction* Eiger Adventure Official Shop diimplementasikan melalui pemberian promo dengan menggunakan istilah “*Goyang Harga*”, serta demonstrasi produk untuk memberikan gambaran langsung mengenai produk ke penonton.

Dalam teknik komunikasi persuasif, Eiger Adventure Official Shop menerapkan lima teknik yaitu teknik *putting it up to you*, teknik *transfer*, teknik *say it with flowers*, teknik *don't ask if, ask which* dan teknik *reassurance*. Teknik

putting it up to you digunakan dengan menanyakan pendapat dan keinginan penonton mengenai produk yang sedang ditawarkan pada saat *live streaming shopping* untuk dapat memahami apa yang penonton inginkan. Teknik *transfer* dilakukan dengan memberikan unsur hiburan melalui pemutaran *background* musik selama *live streaming* untuk menciptakan kenyamanan dan interaksi yang lebih menyenangkan sehingga tidak membosankan bagi para penonton. Teknik *say it with flowers* dilakukan dengan memberi apresiasi terhadap penonton yang telah melakukan *check out* produk sebagai bentuk penghargaan.

Teknik *don't ask if, ask which* diaplikasikan dengan menjelaskan perbedaan pada produk Eiger yang diminati oleh penonton untuk mempermudah penonton dalam membuat keputusan pembelian. Teknik *reassurance* dilakukan dengan berusaha membangun hubungan dengan penonton agar terus mengikuti *live streaming shopping* dengan meyakinkan penonton akan mendapatkan hadiah berupa *voucher* diskon berupa potongan harga yang besar.

5.2 Saran

Penelitian ini hanya sebatas meneliti isi konten terkait strategi komunikasi persuasif pada *live streaming shopping* melalui Shopee Live Eiger Adventure Official Shop, maka penulis menyarankan dapat dilakukan penelitian lanjutan yang membahas lebih dalam terkait penggunaan strategi dan teknik komunikasi persuasif yang digunakan pada *live streaming shopping* dalam sudut pandang analisis *audience*. Penulis juga berharap penelitian ini dapat menjadi pengetahuan pada pelaku usaha dalam menjalankan komunikasi pemasaran melalui *live streaming shopping*.