

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Menjadi *influencer* yang bekerja sebagai *live streamer* membutuhkan kemampuan komunikasi persuasif. Terlebih mereka bekerja di sebuah perusahaan *e-commerce* yang cukup besar sehingga membuat tingkat persaingan diantara mereka pun tinggi. Memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik menjadi penting, tidak hanya menarik perhatian konsumen, namun juga terhadap para *seller* dan *brand*.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyimpulkan bahwa strategi komunikasi persuasif *influencer* Shopee Indonesia sebagai *e-commerce live streamer* dipengaruhi oleh tiga aspek yang dimulai dari *personality*, isi pesan, dan teknik persuasi. Penampilan fisik menjadi penilaian utama dalam *personality*. Bagi *live streamer* penampilan sangat penting sebab mereka menjadi sumber informasi sehingga harus menarik perhatian konsumen dengan tampil menarik baik secara *makeup* maupun pakaian. Unsur kepribadian lainnya yang mendukung adalah percaya diri, teknik vokal, *friendly gesture* dan *maintaining eye contact*.

Pada isi pesan yang disampaikan berupa tentang *product knowledge* dan *call to action*. Pada dasarnya seorang *influencer* yang bekerja sebagai *live streamer* harus memahami *product knowledge* terlebih dahulu agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh *viewers*. Dalam *product knowledge* mencakup pemahaman produk, edukasi produk dan membangun *image* produk. Sedangkan dalam *call to action* mencakup testimoni, dan *buying encouragement*. Dalam tahap isi pesan ini, penggunaan testimoni dan *buying encouragement* adalah isi pesan yang kerap disampaikan oleh para *live streamer* untuk membujuk konsumen.

Pada teknik persuasi dilakukan dengan beberapa pendekatan. Pendekatan secara logika mencakup *public speaking*, membangun relevansi dengan calon pembeli, dan penggunaan produk. Pendekatan secara emosional mencakup *conversational message* dan interaktif. Pendekatan melalui popularitas dilakukan dengan *bandwagon effect*. Pendekatan secara estetika dilakukan dengan menggunakan *attractive display product*. Pendekatan melalui *reward* dengan memberikan *direct buying benefit*. Teknik persuasi yang kerap dilakukan para *live streamer* Shopee adalah dengan pendekatan secara emosional dan logika, yaitu menjadi teman interaktif dan relevan dengan konsumen.

5.2 Saran Sosial

5.2.1 Saran Akademis

Untuk penelitian selanjutnya disarankan meneliti dari sisi konsumen atau *viewers* yang pernah menonton *live streaming* di Shopee Live. Selain itu, peneliti juga menyarankan untuk meneliti lebih lanjut terkait isi pesan dan teknik persuasi, namun dengan teori atau konsep yang berbeda.

5.2.2 Saran Praktis

Temuan-temuan dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan refleksi bagi beberapa pihak. Pertama, untuk pihak Shopee agar dapat melakukan evaluasi rutin dalam menjaga kualitas para *live streamer*. Kedua, bagi *seller* dan *brand* agar mempertimbangkan jasa *influencer* sebagai *streamer* dalam meningkatkan penjualan serta *brand awareness*. Ketiga, bagi pihak konsumen agar tetap mengapresiasi pekerjaan para *live streamer*. Kemudian terakhir ditujukan bagi para *live streamer* agar terus berinovasi dalam mengembangkan teknik persuasi.