

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini dilakukan peneliti dengan tujuan untuk mengetahui strategi dari *brand* kecantikanyaitu Jacquelle dalam memilih *host live shopping* di TikTok. Berdasar pada metode penelitian studi kasus, pengumpulan data semi terstruktur, keabsahan data triangulasi, dan juga analisis data *pattern matching* peneliti telah menemukan strategi yang dilakukan Jacquelle dalam memilih *host live shopping* TikTok. TikTok *Specialist* serta ketiga *host live shopping* yang menjadi narasumber penelitian ini telah sependapat bahwa dalam pemilihan *host* nya, Jacquelle memperhatikan beberapa aspek dari karakteristik komunikator dalam hal komunikasi persuasif persuasif meliputi kharisma, kredibilitas, otoritas atau wibawa, dan daya tarik sosial.

- 1) TikTok *Specialist* beserta ketiga *host live shopping* sependapat bahwa karakteristik kharisma dalam komunikasi persuasif mampu menghasilkan hubungan yang baik antara audiens dan juga *host*. Dengan membangun kepercayaan dengan mengobrol antara *host* dan audiens yang pada akhirnya, mampu munculnya rasa simpati dan akhirnya berakhir pada pembelian produk.
- 2) Kredibilitas *host* yang termasuk dalam karakteristik komunikasi persuasif juga terbukti menjadi strategi Jacquelle dalam memilih *host live shopping*. Tercermin dengan *host* memahami semua pengetahuan tentang *product knowledge* dari Jacquelle mampu membangun rasa percaya dari para audiens sehingga mampu mendorong audiens yang awalnya tidak memiliki minat membeli, menjadi minat membeli produk saat *live* berlangsung.
- 3) Otoritas dan wibawa juga menjadi strategi ketiga yang digunakan Jacquelle dalam memilih *host live shopping*. Dengan *host* yang mampu menjadi ahli dan juga pemimpin saat *live*, mampu membuat *host* terpilih menjadi *host live shopping* Jacquelle. Dengan tetap tenang serta mampu mengontrol emosi agar tetap stabil serta memimpin secara profesional selama durasi *live*

berlangsung merupakan strategi agar para *host* Jacqueline terpilih menjadi *host live shopping* di TikTok.

- 4) Daya tarik sosial yang menjadi karakteristik terakhir dalam komunikasi persuasif di setuju oleh seluruh narasumber dikarenakan mampu menarik pembeli melalui penampilan fisik, sikap, gaya berbicara, dan bahasa tubuh para *host* Jacqueline. Dengan pembawaan yang ceria dan juga jelas saat menyampaikan dan menjelaskan produk hal ini menjadi poin penting dalam pemilihan *host live shopping* Jacqueline. Karena Jacqueline merupakan produk kecantikan, penampilan *host* yang *good looking* serta mengetahui dan memiliki kemampuan dalam dunia makeup menjadi kriteria yang digunakan Jacqueline dalam memilih *host live shopping*.

Dari keempat poin yang peneliti sampaikan di atas, semuanya tidak terlepas dari tolok ukur TikTok *Specialist* dan juga para *host* menilai efektivitas karakteristik tersebut. Karena dari awal sudah disampaikan kalau *live shopping* ini merupakan bagian dari strategi meningkatkan penjualan, seluruh hasil yang valid Jacqueline lihat berdasarkan grafik penjualan dan *live* yang di fasilitasi oleh *platform* TikTok yang saat ini menjadi *Social Commerce*.

5.1 Saran

5.1.1 Saran Akademis

Saran bagi akademisi, peneliti mengharapkan kedepannya akan lebih banyak lagi yang sadar akan perkembangan teknologi terutama dalam bidang *sales* dan *marketing*. Salah satunya adalah fitur *live shopping* yang saat ini hadir dalam aplikasi yang sangat berkembang pesat yaitu TikTok. Penelitian mengenai *live shopping* masih sedikit yang tertarik dan melakukannya, padahal dengan adanya *live shopping* ini mampu membantu dan meningkatkan efektivitas perputaran ekonomi di Indonesia. Harapannya, setelah penelitian ini selesai akan ada peneliti yang menggunakan penelitian campur atau biasa disebut *mix method* dengan

menggabungkan narasumber wawancara dan juga audiens *live shopping* agar penelitian akan lebih terperinci dan melihat kedua sisi yang lebih jelas.

5.1.2 Saran Praktis

Harapannya bagi *brand* Jacqueline yang saat ini sudah menjadi *brand* yang dikenal oleh banyak masyarakat Indonesia dapat semakin mengembangkan strategi dalam pemilihan *host* serta strategi dalam membangun kharisma, kredibilitas, otoritas, dan juga daya tarik sosial yang dimiliki baik calon ataupun *host live shopping* Jacqueline. Dengan melakukan sosialisasi untuk pengetahuan para *host* tentang teknik-teknik komunikasi persuasif saat *live* berlangsung, *makeup class* untuk para *host*, pelatihan public speaking serta praktek *body language* saat *live* berlangsung juga mampu meningkatkan kualitas para *host*. Sehingga ketika seluruh upaya telah dilakukan, akan semakin memberikan dampak yang positif dengan mendapatkan penjualan yang lebih tinggi dan mampu menjadi *brand* kecantikan local yang memiliki kualitas serta integritas yang tinggi melalui representative para *host live shopping* yang semakin diminati oleh masyarakat Indonesia.

