

## **BAB V PENUTUP**

Berdasarkan dari hasil dan pembahasan pada bab empat, langkah selanjutnya adalah kesimpulan dari penelitian ini mengenai strategi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Titiktemu.co.id guna mencapai tujuannya dalam melakukan dan merencanakan strategi untuk menarik dan mempersuasi klien lama maupun calon kliennya. Setelahnya ada bagian saran yang memiliki keterhubungan pada penelitian ini yaitu saran akademis selain itu juga ada saran secara praktis yang tertulis pada bab 1.

### **5.1. Kesimpulan**

- Titiktemu.co.id adalah jasa konsultasi *online* yang menyediakan konsultasi untuk masyarakat yang membutuhkan solusi ataupun menyelesaikan permasalahan yang dialaminya, Titiktemu.co.id sendiri ini memiliki beberapa jasa yang ia sediakan yaitu ada jasa konsultasi psikologi, keuangan, bisnis, dan karir. Titiktemu.co.id sudah berdiri sejak tahun 2020 lalu yang *di mana* bertepatan dengan virus *Covid-19*, adanya Titiktemu.co.id ini memungkinkan untuk membantu para masyarakat yang membutuhkan konsultasi ketika masa pandemi itu. Titiktemu.co.id menggunakan Instagram dan *Whatsapp* untuk melakukan komunikasi kepada klien, dalam Instagram Titiktemu melakukan strategi komunikasi persuasif pada tahun 2021, *di mana* tahun 2020 Titiktemu.co.id belum melakukan strategi komunikasi persuasif. Dalam merencanakan strategi komunikasi persuasif ini Titiktemu.co.id membuat konten-konten yang relate dengan keadaan kliennya, selain itu ia memberikan promosi yang ia unggah ke dalam Instagram ataupun *platform* lainnya untuk menarik dan membangun kepercayaan kliennya. Dalam merencanakan strategi komunikasi persuasif ini Titiktemu.co.id merencanakannya sesuai dengan *goals* yang ingin ia capai. Adanya strategi komunikasi persuasif ini membantu Titiktemu.co.id dalam memberikan sebuah edukasi, informasi ataupun pesan yang mungkin memiliki keterhubungan

dengan masyarakat saat melihat Instagram ataupun konten yang lewat di *platform* masyarakat.

Melihat tujuan pada penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi persuasif apa yang ingin dilakukan oleh Titiktemu.co.id dalam membangun kepercayaan, meyakinkan, menarik dan mengubah pandangan masyarakat untuk memiliki perspektif lebih banyak lagi mengenai dirinya ketika ia membutuhkan jawaban maupun solusi akan permasalahannya. Konsep utama yang digunakan oleh penelitian ini adalah konsep strategi komunikasi persuasif dan konsep pendukung adalah strategi komunikasi serta objek utama pada penelitian ini ialah Titiktemu.co.id sebagai jasa konsultasi *online* untuk membantu menyelesaikan dan memberikan solusi kepada klien yang melakukan konsultasi kepadanya secara *online*. Penelitian ini juga bertujuan untuk menjawab dari rumusan masalah yaitu bagaimana strategi komunikasi persuasif pada jasa konsultasi *online* yang dilakukan oleh Titiktemu.co.id di Instagramnya guna membangun kepercayaan setiap klien yang ingin melakukan konsultasi kepadanya.

Penemuan pertama yang dihasilkan dari penelitian ini adalah strategi komunikasi persuasif yang digunakan oleh Titiktemu.co.id ia melakukannya lebih ke jualan, dan melakukan pendekatan kepada setiap klien. Selain itu juga menggunakan media yang mungkin digunakan oleh banyak klien dan membuat konten yang dapat mempersuasinya. Memilih kata-kata yang memang mempersuasi dengan memberikan promo ataupun testimoni yang didapatkan oleh Titiktemu.co.id yang *di mana* juga harus mempertimbangkan psikologis setiap kliennya dengan melihat dari catatan hasil konsultasi dan memberikan konten yang menyentuh kepadanya. Titiktemu.co.id juga memiliki keterbukaan dan transparansi yang ia lakukan kepada kliennya guna membuat kliennya tetap mempercayai Titiktemu.co.id sebagai jasa konsultasi yang dapat membantu untuk menyelesaikan permasalahannya.

Titiktemu.co.id juga mendapatkan bukti sosial dari setiap klien yang sudah melakukan konsultasi kepadanya, *di mana* ia mendapatkan bukti tersebut dari hasil bukti bahwa ada klien yang sudah melakukan konsultasi kepadanya dan dapat merekomendasikan kepada calon klien. Dalam melakukan promosi Titiktemu.co.id sangat menghindari promosi yang berlebihan, *di mana* ia berkata jujur sesuai

dengan produk yang ia miliki, dan tidak sangat merekomendasikan untuk melakukan promosi yang berlebihan menurutnya.

Testimoni yang diberikan oleh Titiktemu.co.id adalah berdasarkan dari hasil konsultasi yang kliennya dapatkan dan berdasarkan dari *review* setiap karyawannya, karena menurutnya testimoni ini penting dan dapat dijadikan evaluasi untuk Titiktemu.co.id. Begitu pun peran visualisasi dan infografis yang digunakan oleh Titiktemu.co.id dalam menarik dan mengubah pandangan kliennya dengan memberikan konten yang *relate* dan *self development*. Adanya pendekatan personal yang dilakukan oleh Titiktemu.co.id juga salah satu faktor untuk membangun kepercayaan klien dengan menjaga komunikasi, melakukan obrolan sebagai teman dan menyesuaikan kebutuhan klien.

Penemuan kedua dari hasil penelitian ini Titiktemu.co.id menggunakan beberapa bentuk komunikasi dalam merencanakan strategi komunikasi persuasif. *Di mana* dalam mengubah sikap maupun pandangan klien, Titiktemu.co.id tidak melakukannya secara langsung ia melakukannya dengan memberikan edukasi melalui *webinar*, selain itu ia memberikan dan menumbuhkan perspektif para kliennya dan membuat klien lebih terbuka saat melakukan konsultasi. Selanjutnya dalam menggunakan bentuk komunikasi Titiktemu.co.id memberikan sebuah kegiatan tanpa disadari oleh klien *di mana* akan melakukan konsultasi lagi, akan tetapi ia juga menggunakan strategi tersendiri yaitu *stoic*. Dalam merencanakan strategi komunikasi persuasif Titiktemu.co.id melakukan dan mencari pengetahuan ataupun wawasan dalam merencanakan setiap konten, informasi maupun pesan yang akan ia berikan kepada masyarakat luas. Setelah melakukan strategi komunikasi persuasif tentu melakukan evaluasi guna memperlihatkan strategi mana yang cukup efektif.

Penemuan ketiga yang didapatkan dari penelitian ini ialah strategi komunikasi yang digunakan oleh Titiktemu.co.id ialah memberikan ide-ide dan dapat mempersuasi klien secara *online* dengan cara membuat konten melalui foto maupun video yang memang juga memberikan edukasi serta pesan maupun informasi yang *relate* dengan keadaan klien. Sehingga dapat terpaparnya konten yang dibuat oleh Titiktemu.co.id di Instagramnya. Selain itu juga dalam menggunakan dan merencanakan strategi komunikasi Titiktemu.co.id menentukan

target ataupun audiens yang ingin ditunjukkan dari setiap perencanaan konten maupun lainnya guna mendapatkan calon klien yang ingin melakukan konsultasi dengannya. Dalam merencanakan strategi komunikasi juga perlu untuk membutuhkan peran kepercayaan setiap kliennya agar Titiktemu.co.id bisa membuktikan bahwa ia memang bisa membantu kliennya.

Dan dari hasil pengalaman klien yang sudah melakukan konsultasi itu dapat memberikan pengalaman kepada calon klien barunya. Dalam membantu peran kepercayaan klien tentu saja Titiktemu.co.id juga membutuhkan dalam membantu membangun kepercayaan klien, *di mana* ia harus menepatkan janji yang sudah ia berikan, dan memberikan testimoni yang real kepada klien, selain itu membuat konten berdasarkan CHK (Catatan Hasil Konsultasi). Dan memberikan rasa aman serta nyaman untuk klien pada saat melakukan konsultasi.

Penemuan keempat pada penelitian ini dalam merencanakan strategi komunikasi ialah dengan hal yang mudah, yaitu memberikan dan menepati janji kepada klien sesuai strategi yang Titiktemu.co.id gunakan, selain itu bagaimana cara Titiktemu.co.id memberikan konten, informasi dan pesan yang baik dan siapa yang memberikan pesan tersebut. Dalam penggunaan media juga Titiktemu.co.id menggunakan media Instagram untuk menyampaikan edukasi maupun informasi yang ingin disampaikan serta bisa melakukan komunikasi dengan yang lainnya. Membuat konten yang juga *relate* dengan keadaan masyarakat dan dapat mengembangkan media sosialnya. Adapun penggunaan kata-kata yang harus dipertimbangkan dalam pembuatan konten *di mana* Titiktemu.co.id tidak memberikan *hardselling* kepada klien dan memberikan konten yang *relate* lagi. Kemudian strategi komunikasi tersebut memiliki tujuan untuk memberikan pengetahuan, dan motivasi dari setiap konten yang dilihat oleh klien sehingga mereka dapat menerima apa yang ia lihat dari konten-konten Titiktemu.co.id.

Adapun efektivitas yang didapatkan oleh Titiktemu.co.id *di mana* strategi yang dijalankannya itu ada yang efektif dan tidak efektif, maka itu Titiktemu.co.id dapat mengevaluasi efektivitas tersebut dengan cara ia akan tidak menggunakan strategi itu lagi, serta melihat seberapa banyak yang komen dan mengunjungi Titiktemu.co.id dan melihat dari banyaknya testimoni yang didapatkan olehnya.

## **5.2. Saran**

### **5.2.1. Saran Akademis**

Penelitian ini berguna untuk memberikan kajian dan pengetahuan kepada penelitian yang sejenis dan memiliki keterhubungan dengan strategi komunikasi persuasif. Selain itu juga dapat melihat efektivitas dari strategi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh peneliti lain.

### **5.2.2. Saran Praktis**

Temuan ini dapat memberikan dan dijadikan referensi kepada jasa konsultasi lainnya dalam menggunakan strategi komunikasi persuasif guna membangun kepercayaan kliennya. Selain itu juga dari hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan kepada jasa konsultasi untuk merencanakan setiap strategi yang digunakannya.