

**Teknik Komunikasi Persuasif Louissescarlettfamily
untuk Meningkatkan Penjualan pada Fitur *Live Q&A*
Shopee**

SKRIPSI

Oleh :

Wanda Puspita

202010415022



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2024

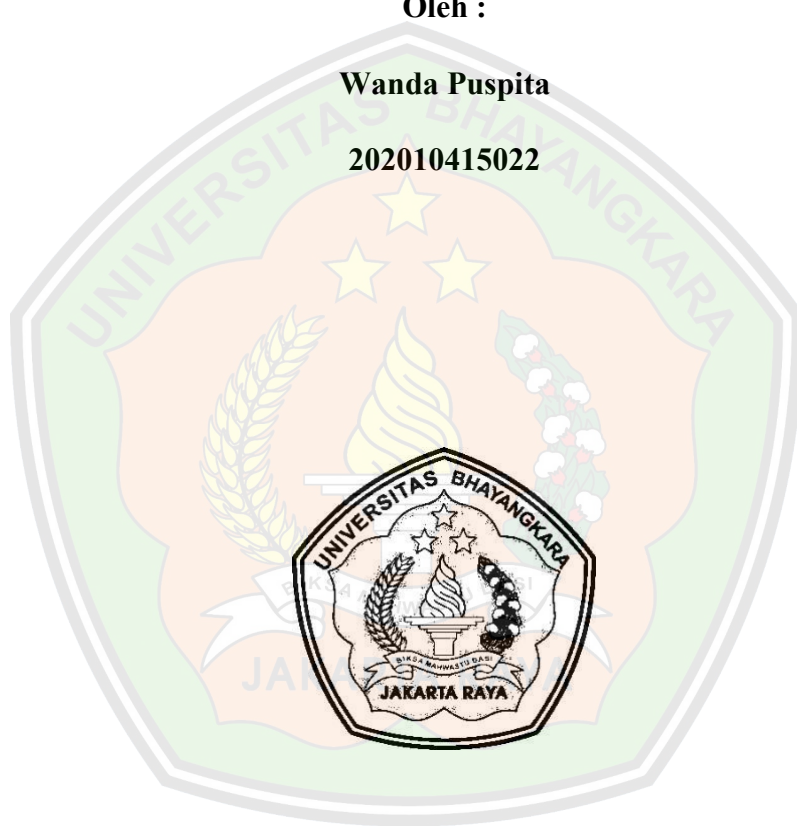
**Teknik Komunikasi Persuasif Louissescarlettfamily
untuk Meningkatkan Penjualan pada Fitur *Live Q&A*
Shopee**

SKRIPSI

Oleh :

Wanda Puspita

202010415022



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Teknik Komunikasi Persuasif
Louissescarlettfamily untuk
Meningkatkan Penjualan pada Fitur
Live Q&A Shopee

Nama Mahasiswa : Wanda Puspita

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010415022

Program Studi/ Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 23 Januari 2024



Jakarta, 2 Febuari 2024

MENYETUJUI

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Fadli M.A.", is written over the watermark logo.

Fadli Muhammad Athalarik, S.I.Kom, M.I.Kom

NIDN.0327119701

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Teknik Komunikasi Persuasif
Louissescarlettfamily untuk
Meningkatkan Penjualan pada Fitur
Live Q&A Shopee

Nama Mahasiswa : Wanda puspita

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010415022

Program Studi/ Falkutas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 23 Januari 2024

Jakarta, 2 Febuari 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dra. Sari Endah Nursyamsi, M.M

NIDN. 0311036501

Penguji : Fadli Muhammad Athalarik, S.I.Kom., M.I.Kom

NIDN. 0327119701

Sekretaris Penguji : Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si

NIDN. 0319059501


MENGETAHUI,

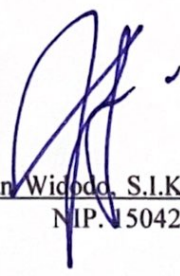
Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi


Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si
NIP. 2203551


Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom
NIP. 504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi saya yang berjudul **Teknik Komunikasi Persuasif Louissescarlettfamily untuk Meningkatkan Penjualan pada Fitur Live Q&A Shopee.** adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ilmiah ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 2 Febuari 2024



Wanda Puspita

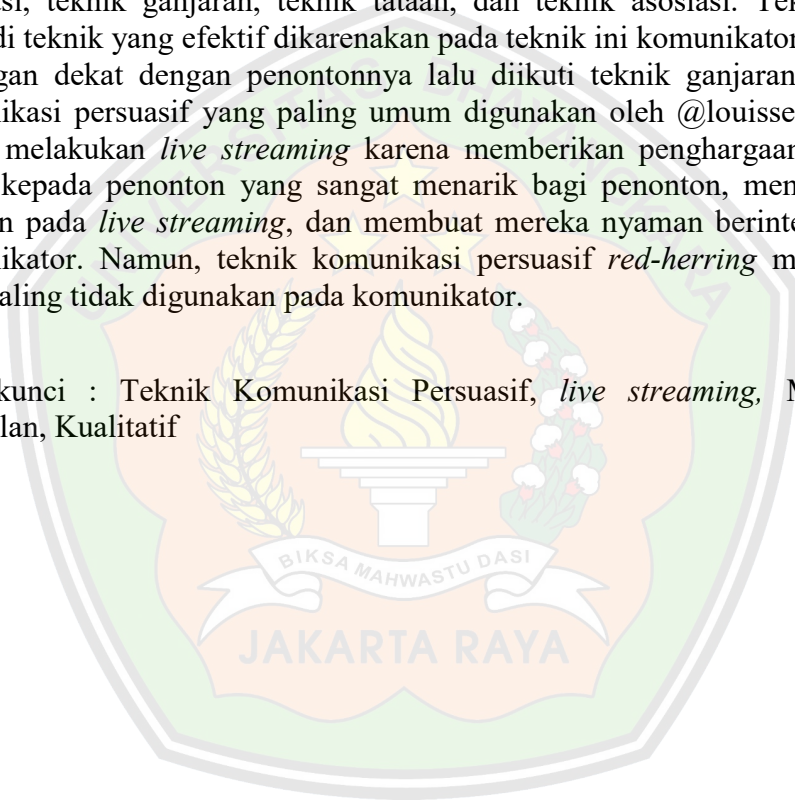
202010415082

ABSTRAK

Wanda Puspita, 202010415022. Teknik Komunikasi Persuasif Louissescarlettfamily untuk Meningkatkan Penjualan pada Fitur *Live Q&A* Shopee

Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan komunikasi persuasif louissescarlettfamily untuk meningkatkan penjualan pada fitur *live Q&A* Shopee. Penelitian ini menggunakan teori teknik komunikasi persuasif dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, serta metode yang digunakan adalah analisis isi yang bersifat deskriptif. Data dalam penelitian ini diperoleh dari dokumentasi atau rekaman layer akun Shopee @louissescarlettfamily. Hasil penelitian menunjukkan komunikasi persuasif sangat efektif untuk meningkatkan penjualan. Berdasarkan temuan ini, peneliti menemukan bahwa @louissescarlettfamily menggunakan 4 teknik komunikasi persuasif, yaitu teknik integrasi, teknik ganjaran, teknik tataan, dan teknik asosiasi. Teknik integrasi menjadi teknik yang efektif dikarenakan pada teknik ini komunikator menciptakan hubungan dekat dengan penontonnya lalu diikuti teknik ganjaran yaitu teknik komunikasi persuasif yang paling umum digunakan oleh @louissescarlettfamily ketika melakukan *live streaming* karena memberikan penghargaan atau iming-iming kepada penonton yang sangat menarik bagi penonton, membuat mereka nyaman pada *live streaming*, dan membuat mereka nyaman berinteraksi dengan komunikator. Namun, teknik komunikasi persuasif *red-herring* menjadi teknik yang paling tidak digunakan pada komunikator.

Kata kunci : Teknik Komunikasi Persuasif, *live streaming*, Meningkatkan Penjualan, Kualitatif

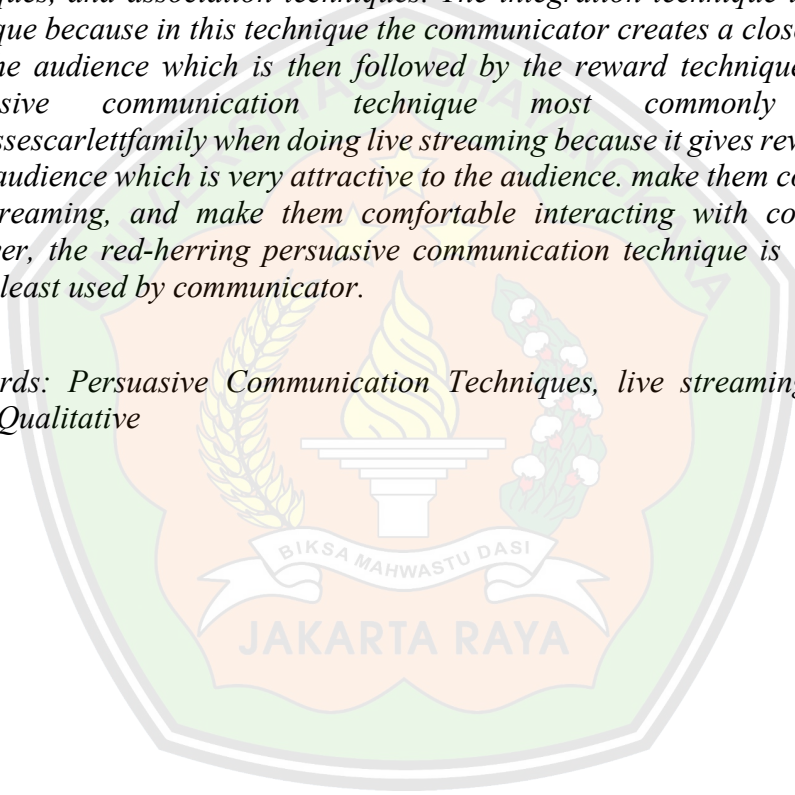


ABSTRACT

Wanda Puspita. 202010415022. Louissescarlettfamily Persuasive Communication Techniques to Increase Sales on Shopee's Live Q&A Feature.

This research was conducted to explain the Louissescarlettfamily's persuasive communication to increase sales on the Shopee live Q&A feature. This research uses the theory of persuasive communication techniques using a qualitative descriptive approach, and the method used is descriptive content analysis. The data in this research was obtained from documentation or recording layers of the Shopee account @louissescarlettfamily. The research results show that persuasive communication is very effective in increasing sales. Based on these findings, researchers found that @louissescarlettfamily uses 4 persuasive communication techniques, namely integration techniques, reward techniques, structuring techniques, and association techniques. The integration technique is an effective technique because in this technique the communicator creates a close relationship with the audience which is then followed by the reward technique, namely the persuasive communication technique most commonly used by @louissescarlettfamily when doing live streaming because it gives rewards or lures to the audience which is very attractive to the audience. make them comfortable on live streaming, and make them comfortable interacting with communicators. However, the red-herring persuasive communication technique is the technique that is least used by communicator.

Keywords: Persuasive Communication Techniques, live streaming, Increasing Sales, Qualitative



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Teknik Komunikasi Persuasif Louissescarlettfamily untuk Meningkatkan Penjualan pada Fitur *Live Q&A* Shopee”** sebagai salah satu persyaratan menyelesaikan studi dan memperoleh gelar sarjana tingkat satu (S1) pada jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Dalam Menyusun skripsi ini tentu saja peneliti banyak menemui kesulitan dan hambatan, akan tetapi berkat bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Saya mengucapkan terima kasih setulus-tulusnya kepada kedua orang tua Harjono dan Windi Andriyati Puspitawati, yang selalu mendoakan, memberikan kasih sayang, pengertian dan perhatian serta memberikan motivasi dan dukungan. Pada kesempatan ini ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Fadli Muhammad Athalarik, S.I.Kom, M.I.Kom, selaku dosen pembimbing yang selalu membimbing penulis selama menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Dra. Sari Endah Nursyamsi, M.M, selaku Dosen Pembimbing Akademik Program Studi Ilmu Komunikasi yang memberikan pelukan hangat dan motivasi kepada penulis.
6. Ibu Dian Sukmawati, S.Sos., M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing Akademik pada semester 1 sampai dengan semester 7 yang masih selalu memberikan dukungan yang tiada henti.

7. Indranesa dan Ryder Yusuf Andranesa selaku Adik yang selalu memberi kehangatan dan canda tawa, juga dukungan kepada penulis sejak awal sampai sekarang.
8. Pasangan penulis, Rayhan Surya Diningrat terima kasih telah menemani selama hampir 8 tahun bersama, dalam menguatkan, membantu segala hal, dan telah menjadi penghibur hati serta pendengar yang baik selama menjalani proses perkuliahan semoga akan tetap seperti itu sampai seterusnya.
9. Aina Zubaida yang dengan sabar selalu mendengarkan keluh kesah serta memberikan semangat dan motivasi untuk terus sabar dalam segala proses, semoga tetap terus saling memberikan support satu sama lain, dalam menjalani kehidupan saat ini dan seterusnya sehingga mampu mencapai impian satu sama lain serta kesuksesan yang diharapkan.
10. Arini Az'zahra Fitri yang selalu memberikan perhatian, kritik, saran maupun motivasi dalam sebagian hidup proses penulis, semoga akan tetap menemani penulis, dalam suka maupun duka sampai kapan pun, serta mampu mencapai impian dan juga kesuksesan yang sesuai dengan harapan.
11. Teman seperjuangan Bella Sabrina, Jesika Delfrida, Sefira Tiara Wardhany dan Wildania Nurul Istiqomah terima kasih telah menjadi sahabat yang sering mendengar keluh kesah dan saling support satu sama lain. Berbagai sikap dan perilaku yang penulis temui, banyak kenangan yang tercipta dan tak mungkin penulis lupakan semoga kita selalu diberikan kesehatan, kemudahan serta berhasil dalam mencapai impian masing-masing.
12. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2020 yang telah menemani dan memberikan banyak canda dan tawa selama masa perkuliahan walaupun kita jarang menghabiskan waktu bersama-sama karena keterbatasan waktu yang memiliki kesibukannya masing-masing. Namun, penulis sangat berterima kasih.
13. Seluruh pihak, yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas kontribusi dan bantuan selama menjalani masa perkuliahan di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Semoga kalian selalu diberi kesehatan dan kemudahan dalam setiap hal.

Penulis sebagai manusia yang jauh dari kata sempurna menyadari adanya keterbatasan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun dari semua pembaca dan bisa dikirim melalui email penulis di 202010415022@mhs.ubharajaya.ac.id . Akhir kata, semoga segala yang terkandung dalam skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembacanya, terima kasih.

Jakarta, 2 Febuari 2024

Penulis



Wanda Puspita
202010415022

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.5.2 Manfaat Praktis	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Kerangka Konseptual.....	15
2.2.1 Komunikasi	15
2.2.2 Komunikasi Persuasif	18
2.2.3 Pemasaran Digital	25
2.2.4 <i>Marketplace</i>	25
2.2.5 Penjualan.....	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	31
BAB III.....	33
METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Jenis Penelitian.....	33
3.2 Metode Penelitian	33

3.3	Subjek dan Objek Penelitian	34
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.5	Teknik Analisis Data.....	35
3.6	Teknik Keabsahan Data	36
3.7	Waktu dan Tempat Pelaksanaan Penelitian	37
BAB IV		38
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		38
4.1	Gambaran Objek Penelitian	38
4.1.1	Akun <i>Marketplace @louissescarlettfamily</i>	38
4.2	Hasil Penelitian	39
4.2.1	Deskripsi Penggunaan Fitur <i>Shopee Live</i> dalam Melakukan Promosi	39
4.2.2	Aplikasi Teknik Komunikasi Persuasif dalam Fitur <i>Shopee Live Louissescarlettfamily</i>	45
4.3	Pembahasan.....	52
4.3.1	Teknik Komunikasi Persuasif pada <i>Live Shopping @Louissescarlettfamily</i> ...	52
4.3.2	Meningkatkan Penjualan.....	54
4.3.3	Teknik Komunikasi Persuasif Efektif pada <i>Live Shopping @Louissescarlettfamily</i>	57
BAB V		59
PENUTUP.....		59
5.1	Kesimpulan	59
5.2	Saran	60
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 3.1 Waktu Penelitian.....	37



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah <i>Followers</i> TikTok louissescarlettfamily	2
Gambar 1.2 Jumlah <i>Followers</i> Shopee louissescarlettfamily	4
Gambar 1.3 Data Platform <i>Live shopping</i> di Indonesia.....	6
Gambar 2.2 Proses Rasional.....	19
Gambar 2.2 Proses Emosional.....	19
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	29
Gambar 4.1 Tampilan ruangan <i>streaming</i>	40
Gambar 4.2 Tampilan pengaturan pengingat	41
Gambar 4.3 Tampilan produk saat <i>streaming</i>	42
Gambar 4.4 Tampilan voucher saat <i>streaming</i>	19
Gambar 4.5 Tampilan pin komentar saat <i>streaming</i>	19
Gambar 4.6 Tampilan <i>polling</i> saat <i>streaming</i>	44
Gambar 4.7 <i>Host live streaming</i>	45
Gambar 4.8 <i>apply produk</i>	45
Gambar 4.9 Penjualan 1	53
Gambar 4.10 Penjualan 2	19
Gambar 4.11 Penjualan 3	19

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I.	Daftar Riwayat Hidup
Lampiran II.	Hasil Observasi
Lampiran III.	Dokumentasi
Lampiran IV.	Kartu Bimbingan
Lampiran V.	Form Perbaikan

