BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, TikTok berperan penting dalam efektivitas komunikasi persuasif karena memungkinkan penyampaian pesan yang lebih kaya secara visual dan *interaktif*. Interaksi dalam kolom komentar memperkuat keterlibatan *audiens* serta memungkinkan komunikasi dua arah yang lebih dinamis.

Dampak dari komunikasi persuasif ini terlihat dalam perubahan sikap dan perilaku *Followers*, termasuk peningkatan kesadaran terhadap tren *Fashion*, peningkatan kepercayaan diri dalam berpakaian, serta pengaruh terhadap keputusan pembelian. Selain itu, kepercayaan yang tinggi terhadap akun ini menunjukkan bahwa faktor kredibilitas, transparansi, dan interaktivitas dalam komunikasi berperan besar dalam membangun hubungan yang kuat dengan *audiens*.

Meskipun komunikasi yang dilakukan sudah sangat efektif, masih terdapat ruang untuk pengembangan lebih lanjut, seperti variasi konten yang lebih luas untuk menjangkau segmen *audiens* yang lebih beragam. Dengan terus mempertahankan kejujuran dalam *review*, menyesuaikan konten dengan kebutuhan *audiens*, serta meningkatkan interaksi dengan *Followers*, akun @nazwaadinda_02 dapat semakin memperkuat posisinya sebagai sumber informasi *Fashion* yang kredibel dan berpengaruh.

Sudut Pandang.., Inesha Maharani, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

5.2 Saran

5.2.1 Saran Teoritis

Berdasarkan temuan ini, disarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai penerapan *Unsur Komunikasi persuasif menurut Soemirat & Suryana (2014)* dalam konteks komunikasi persuasif di media sosial, khususnya dalam hal bagaimana cara mempengaruhi sikap dan keputusan beli *audiens*. melalui wawancara mendalam dengan informan. Hal ini bertujuan untuk memperoleh wawasan yang lebih komprehensif mengenai bagaimana *audiens* memproses pesan persuasif dan faktor yang memengaruhi keputusan pembelian mereka. Selain itu, studi lebih lanjut dapat membandingkan efektivitas komunikasi *persuasif* di TikTok dengan platform lain, seperti Instagram atau YouTube, untuk memahami bagaimana karakteristik masing-masing media sosial memengaruhi respons *audiens* terhadap pemasaran produk *Fashion*.

5.2.2 Saran Praktis

Untuk *Content Creator* sebaiknya mempertahankan kejujuran dalam memberikan ulasan produk. Kepercayaan *Followers* terhadap akun @nazwaadinda_02 dibangun melalui transparansi dalam *review*, sehingga penting bagi kreator lain untuk mengedepankan pengalaman pribadi dibanding sekadar *endorsement*. Dengan ke konsistensi dalam penyajian konten sangat berpengaruh terhadap kredibilitas akun. Oleh karena itu, kreator sebaiknya memiliki jadwal posting yang teratur serta tetap menggunakan gaya komunikasi yang khas dan menarik. Lalu, penggunaan elemen visual yang kuat, seperti demonstrasi langsung mengenai bahan, ukuran, dan tampilan produk saat dikenakan, dapat meningkatkan efektivitas pesan persuasif dibandingkan hanya mengandalkan teks atau gambar. Selain itu, interaksi dengan *Followers* melalui kolom komentar juga penting untuk membangun hubungan yang lebih erat dengan *audiens* serta memahami kebutuhan mereka. Saran lainnya adalah memperluas variasi produk

yang direkomendasikan, seperti menyediakan rekomendasi *Fashion* untuk pengguna berhijab, agar dapat menjangkau segmen *audiens* yang lebih luas dan meningkatkan keterlibatan *Followers*.