BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan oleh peneliti dan telah peneliti uraikan di bab sebelumnya, maka dengan ini peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

Bahwa strategi yang digunakan oleh *Beauty Advisor* Pond's dalam merekomendasikan produk kepada konsumen atau masyarakat yang membutuhkan *Skincare* yaitu dengan adanya *Beauty Advisor* dalam merekomendasikan produk yakni, dengan mempermudah konsumen dalam pemilihan *Skincare* yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, sehingga terbantu adanya produk yang direkomendasikan sesuai kebutuhan masyarakat. Pendekatan yang dilakukan meliputi pemberian informasi yang jelas mengenai kandungan produk, demonstrasi melalui penggunaan sampel atau tester, serta penggunaan teknik persuasi seperti kredibilitas sumber dan pendekatan personal.

Kompetitor Produk *Skincare,* dalam merekomendasikan produk persaingan dengan competitor dari berbagai macam merek tentunya akan terjadi, dimana hal ini digunakan dengan menggunakna teknik *Switching* untuk mempengaruhi konsumen sehingga dapat beralih keproduk yang direkomendasikannya oleh *Beauty Advisor* Pond's

Sebagai seorang *Beauty Advisor* Pond's yang memiliki peran dalam menentukan produk. Peran Siti Jalia dalam proses tersebut yakni dengan adanya penyampaian *ingrediens* yang cocok dengan kebutuhan kulit konsumen. selain itu, peran yang terdapat pada *Beauty Advisor* memastikan bahwa *ingrediens* dari produk yang direkomendasikannya itu sesuai dengan permasalahan kulit yang dialami oleh konsumen. Dalam merekomendasikan produk, *Beauty Advisor* Pond's dibutuhkan adanya pengelolaan komunikasi kepada konsumen, sehingga konsumen dapat mudah dan nyaman untuk diberikan informasi terkait informasi produk yang sedang disampaikan oleh

Komunikasi Persuasif.., Mutiara Maulidah, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

Siti Jaliah. Selain itu, pemberian tester terbukti efektif dalam meningkatkan kepercayaan dan ketertarikan konsumen terhadap produk yang direkomendasikan.

Dengan demikian, komunikasi persuasif yang efektif tidak hanya bergantung pada kemampuan verbal Beauty Advisor, tetapi juga pada penggunaan teknik pemasaran yang tepat dan pemahaman mendalam terhadap kebutuhan serta preferensi konsumen

5.2 Saran

Setelah peneliti menyelesaikan penelitian tentang Komunikasi Persuasif *Beauty Advisor* Pond's Di Pasar Tegal Danas. Maka akan memberikan saran sebagai berikut:

1. Secara Akademi, penelitian mengenai Komunikasi Persuasif *Beauty Advisor* Pond's Di Pasar Tegal Danas diharapkan mampu menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya baik dengan subjek penelitian berbeda maupun sama. Sehingga dapat ditemukan temuan-temuan baru, tentang bagaimana memahami proses komukasi persuasif *Beauty Advisor* dalam merekomendasikan produk.
2. Secara praktis, peneliti berharap penelitian ini menjadi bahan pertimbangan untuk khalayak supaya memahami bagaimana *Beauty Advisor* dalam membangun komunikasi dengan konsumen untuk merekomendasikan produk supaya khalayak mengetahui ciri khas dan keunikan yang kita miliki. Hal ini bertujuan supaya seseorang dapat fokus terhadap kredibilitas dan kelebihan yang kita miliki sehingga mendapatkan penilaian baik di hadapan khalayak.