# BAB V
# PENUTUP

## 5.1 Kesimpulan

Pada Bab ini berdasarkan penyajian data dan pembahasan yang diperoleh terhadap gaya komunikasi dan elemen yang digunakan di akun youtube @bellakukutanesia pada periode bulan Desember-Januari 2025, Peneliti mengambil 3 unggahan yang dijadikan sebagai Objek Penelitian. Penelitian ini menggunakan 6 konsep gaya komunikasi dari Steward L Tubbs dan Sylvia Moss. Dari ketiga unggahan video tersebut peneliti mendapatkan lima gaya komunikasi yang komunikator gunakan dalam konten review makanan umkmnya dan satu gaya komunikasi yang tidak digunakan. Gaya komunikasi tersebut adalah *controlling, structuring, dynamic, equalitarian, dan relinquishing.* Peneliti mengambil gaya tersebut karena gaya tersebut ada dan merupakan ciri dari gaya komunikasi menurut konsep Steward l tubbs dan Sylvia moss yaitu gaya komunikasi *controlling* dapat ditunjukkan dengan komunikator yang mengendalikkan arah perscakapan, sedangkan gaya komunikasi *structuring* dapat dilihat dari ketika *vlogger* Bella menyajikan konten dengan memberi tahu isi setiap porsi hidangan didalamnya dengan terstruktur dan jelas, lalu gaya komunikasi dynamic ditunjukkan melalui semangat dan energi nya saat mereview makanan, menciptakan suasana yang hidup dan menarik perhatian audiens dengan ekspresi wajah nya dan nada suara yang bersemangat.

Kemudian gaya komunikasi *equalitarian* dapat dilihat dari komunikator yang melibatkan audiens disekitarnya dalam percakapan, dan terakhir gaya komunikasi *relinquishing* dimana gaya ini menunjukkan keterbukaan untuk menerima masukan dari penonton. Misalnya, pada *closing* video *vlogger* Bella terkadang meminta saran tentang makanan yang harus direview selanjutnya. Sedangkan pada analisis gaya komunikasi yang tidak digunakan adalah *the withdrawal style*. Gaya komunikasi ini tidak mendukung upaya untuk

membangun koneksi yang kuat dengan audiens sehingga membuat konten yang ditonton tidak menarik.

Berdasarkan hasil penelitian yang disimpulkan, dapat dikatakan bahwa gaya komunikasi dan proses penyampaian komunikasi dari food vlogger kepada audiens, jika dikaitkan dengan konsep Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss, menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi tergantung pada bagaimana *vlogger* mengadaptasi gaya komunikasinya sesuai dengan konteks pendengarnya. Hal ini tidak lepas dari beberapa elemen pendukung di dalamnya yaitu intonasi suara, interaksi, *make-up*, *editing* video, bahasa tubuh, ekspresi wajah, dan kharisma seorang *food vlogger*. Makna dari gaya komunikasi itu sendiri dapat mengalir dengan lancar karena seorang *food vlogger* memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan dengan cara yang menarik dan interaktif. Gaya komunikasi yang tepat, seperti penggunaan nada antusiasme dan bahasa yang *catchy*, membantu menciptakan koneksi emosional dengan audiens. *Food vlogger* Bella juga menggunakan elemen *storytelling*, menceritakan pengalaman pribadi dan proses di balik makanan yang mereka review, sehingga meningkatkan daya tarik konten. Dengan kata lain, *food vlogger* tidak hanya sekadar memberikan informasi tentang makanan, tetapi juga membangun narasi yang membuat penonton merasa terhubung dan terinspirasi. Keahlian dalam menciptakan hubungan yang relevan dan interaktif dengan audiens menjadi kunci utama dalam membangun daya tarik promosi *digital*. Selain itu, *food vlogger* menunjukkan kreativitas dalam setiap videonya.

## 5.2 Saran

Setelah peneliti mengambil kesimpulan dari penelitian ini, ada beberapa saran mengenai gaya komunikasi yaitu:

- Food Vlogger dapat lebih aktif mengajak audiens untuk berpartisipasi, misalnya dengan mengadakan sesi tanya jawab atau meminta saran tentang makanan yang akan direview selanjutnya
- Menggabungkan berbagai gaya komunikasi, seperti *Equalitarian*, *Structuring* dan *Dynamic* dalam setiap konten videonya dapat memberikan dampak positif terhadap interaksi dengan menciptakan interaksi dua arah (*Equalitarian*), menyajikan informasi secara terstruktur (*Structuring*), dan menjaga dinamika penyampaian (*Dynamic*), penonton akan lebih terlibat dan tertarik.
- Penting bagi food vlogger untuk menjaga konsistensi dalam gaya komunikasi dan tema konten agar audiens dapat mengenali dan mengingat nama nya dengan baik.
- Selain itu, pada penelitian selanjutnya juga dapat menambahkan objek penelitian lain atau membuat model penelitian yang lain yang belum dimasukkan dalam penelitian ini.