

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan temuan dan diskusi yang telah dijelaskan dalam bab sebelumnya, penelitian dengan judul "Gaya Komunikasi Influencer akun @bukittinggifooddies dalam Endorsement di Aplikasi TikTok" dapat disimpulkan sebagai berikut:

Sepuluh aspek gaya komunikasi yang dikemukakan oleh Norton, @bukittinggifooddies menggunakan enam aspek dalam *endorsement* di media sosial TikTok. Aspek-aspek tersebut antara lain *dominant, animated expressive, open, relaxed, friendly, dan precise*. Budi lebih sering menggunakan aspek-aspek ini dalam berkomunikasi di media sosial TikTok.

Enam macam gaya komunikasi yang dijelaskan oleh Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss, Budi menggunakan dua gaya komunikasi dalam *endorsement* di media sosial TikTok. Gaya komunikasi tersebut adalah *the equalitarian style* dan *the structuring style*. *The equalitarian style* ditandai dengan memberikan rangsangan atau stimulus dengan tujuan untuk menarik perhatian konsumen dan menciptakan kesadaran terhadap produk yang ditawarkan. Dalam gaya komunikasi ini, Budi menggunakan bahasa yang terbuka dan menunjukkan rasa kepedulian yang tinggi terhadap konsumen. Sementara itu, *the structuring style* ditandai dengan perhatian untuk memengaruhi orang lain. Dalam gaya komunikasi ini, Budi cenderung menggunakan strategi untuk mempengaruhi pendapat dan perilaku konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dan temuan penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya, peneliti ingin memberikan saran sebagai berikut :

Dengan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui gaya komunikasi dari *influencer*, dan hasil yang didapat saat wawancara, *influencer* sebenarnya masih bingung dengan gaya komunikasi yang di pakai, oleh karena itu alangkah lebih baiknya jika *influencer* bisa lebih spesifik lagi dan bisa dengan lebar menggunakan gaya komunikasinya agar lebih banyak pengikut yang tertarik.

