

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melalui beberapa pembahasan dan analisis yang dilakukan pada bab sebelumnya maka peneliti mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengelola Deca Reptiles Kediri dalam mencari mitra bisnis menjalankan proses komunikasi persuasif yang dilakukan dalam beberapa tahap. Tahap-tahap yang dilakukan adalah : Menginformasikan, menjelaskan, meyakinkan, membujuk, dan mendapatkan persetujuan. Dari tahapan yang telah dilakukan dapat dikatakan bahwa Deca Reptiles telah menerapkan model SMCR dalam proses komunikasi persuasif yang dilakukan.
 - a. Pada *Source*, Deca Reptiles sebagai sumber yang menciptakan pesan atau informasi. Dalam hal ini tidak hanya menjadi sumber utama tetapi juga melibatkan banyak individu. Deca Reptiles melibatkan agen dan mitra yang sudah bergabung dan media televisi untuk menunjang pemberian informasi kepada khalayak masyarakat yang mau bergabung.
 - b. Pada *Message*, sasaran komunikasi akan menerima penjelasan dari pesan yang disampaikan sehingga memiliki pemahaman yang lebih lengkap dari komunikasi tersebut. Deca Reptiles mempersiapkan materi yang akan disampaikan kepada masyarakat atau calon mitra yang akan bergabung agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam menerima pesan yang disampaikan.
 - c. Pada *Channel*, Deca Reptiles dalam memberikan informasi pesan kepada masyarakat memilih 3 saluran komunikasi yang digunakan. Pertama lisan, yakni tatap muka secara langsung atau melalui media telepon pribadi. Kedua tertulis,

media tertulis yang digunakan oleh Deca Reptile adalah selebaran, brosur dan mereka juga memasang baliho dan banner untuk menginformasikan kepada masyarakat yang melewati kantor Deca Reptiles. Dan ketiga elektronik, media yang paling efektif digunakan Deca Reptiles dalam menjangkau masyarakat yang lebih luas lagi yaitu melalui siaran Televisi, Radio, dan Media Sosial.

- d. Pada *Receiver*, Calon mitra yang telah mengetahui informasi tentang Deca Reptiles akan mendatangi kantor Deca Reptiles. Pengelola Deca Reptiles kemudian akan memberikan penjelasan secara detail tentang bisnis yang dijalankan melalui komunikasi langsung. Tujuan dari proses ini ialah agar calon mitra yakin bahwa informasi yang diberikan benar-benar nyata sehingga calon mitra akan yakin untuk menjadi mitra bisnis Deca Reptiles.

Tahap ini merupakan umpan balik dan efek yang menandakan keberhasilan tahapan-tahapan proses komunikasi persuasif yang dilakukan oleh pengelola Deca Reptiles. Calon mitra yang telah memutuskan untuk bergabung dengan Deca Reptiles berarti telah melalui proses perubahan sikap dan tindakan untuk menjadi mitra bisnis Deca Reptiles melalui tahap komunikasi persuasif yang telah disampaikan.

2. Faktor internal yang mendorong masyarakat untuk bergabung menjadi mitra bisnis Deca Reptiles Kediri ialah adanya kebutuhan ekonomi yang mendesak pada masyarakat. Adapun faktor eksternal yang mempengaruhi seseorang untuk bergabung menjadi mitra bisnis Deca Reptiles Kediri ialah iklan yang menarik yang dipasang oleh pengelola Deca Reptiles Kediri karena sesuai dengan apa yang diinginkan masyarakat yaitu capaian keberhasilan dalam hal finansial.

B. Saran

Setelah melakukan proses analisis serta pembahasan permasalahan penelitian, peneliti memiliki beberapa saran yang diharapkan bisa berguna bagi beberapa pihak. Saran-saran yang diberikan oleh peneliti antara lain:

1. Sebaiknya pihak masyarakat berhati-hati dalam memilih mitra bisnis dalam investasi. Karena banyak dari perusahaan dengan program kemitraan yang tidak benar-benar menjalankan bisnisnya secara jujur dan transparan. Seperti Deca Reptiles yang tejobak kasus pailit karena tidak bisa memberikan uang panen kepada mitra-mitranya.
2. Sebaiknya pihak pengelola Deca Reptiles memberikan bukti transparan yang lebih konkrit sehingga masyarakat mengetahui fakta yang sebenarnya sehingga akan mempercayai pesan dan informasi yang disampaikan.