

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Sesuai yang diperoleh dari hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai komunikasi persuasif *sales promotion girl* (SPG) produk kosmetik Wardah di Toko Sehat Cantik Mojosari Mojokerto menggunakan teori interaksi simbolik George Herbert Mead yang memiliki tiga konsep, yakni *mind*, *self*, dan *society*. Peneliti mendapatkan kesimpulan dari hasil data yang diperoleh:

1. Komunikasi persuasif yang dilakukan *sales promotion girl* (SPG) produk kosmetik Wardah berbentuk interaksi simbolik, komunikasi verbal, ekspresi wajah, gerakan anggota tubuh, paralanguage atau vokalik merupakan konsep berpikir (*mind*), yakni proses yang dimanifestasikan saat individu berinteraksi dengan dirinya sendiri dengan menggunakan simbol-simbol signifikan yaitu simbol atau gestur dengan interpretasi atau makna. Penampilan tubuh, merupakan konsep diri (*self*), yakni kemampuan untuk menerima diri sendiri sebagai sebuah objek dari perspektif yang berasal dari orang lain, atau masyarakat. Diri muncul dan berkembang melalui aktivitas interaksi sosial dengan orang lain. Kemudian pakaian dan riasan merupakan konsep masyarakat (*society*), adalah jejaring hubungan sosial yang diciptakan, dibangun, dan dikonstruksikan oleh tiap individu di tengah masyarakat, dan tiap individu tersebut terlibat dalam perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarela, yang pada akhirnya proses pengambilan peran di tengah masyarakat.

2. Komunikasi persuasif yang dilakukan oleh *sales promotion girl* (SPG) produk Wardah memang sering kali dihadapkan pada beberapa hambatan yang dapat mempengaruhi efektivitasnya. Hambatan-hambatan tersebut seperti, respon konsumen yang kurang menyenangkan, tidak tersedianya produk tertentu dan perbandingan harga dengan kompetitor sejenis.

## **B. Saran**

Dari penelitian yang dilakukan, peneliti menuliskan beberapa saran sebagai berikut:

1. Secara akademis, peneliti berharap dari penelitian ini dapat memberikan manfaat serta menjadi bahan referensi baru bagi penelitian selanjutnya dalam bidang Ilmu Komunikasi terkhusus mengenai komunikasi persuasif dan interaksi simbolik.
2. Bagi *sales promotion girl* produk kosmetik Wardah ketika melayani konsumen ataupun menawarkan produk kepada konsumen diharapkan lebih maksimal mungkin, dan memberikan pelayanan yang optimal serta menyenangkan agar konsumen.