

BAB VI

PENUTUP

A. Simpulan

Penelitian ini mengulas terkait bagaimana pengaruh komunikasi nonverbal *host Shopee live* terhadap minat menonton di Kota Kediri dengan sampel 100 responden.

Berdasarkan dari hasil pengujian analisis data, didapat kesimpulan yaitu:

1. Hasil analisis regresi linear sederhana, menyatakan bahwa komunikasi nonverbal yang dilakukan oleh *host Shopee live* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat menonton di Kota Kediri. Dibuktikan dari hasil uji hipotesis dimana nilai t-hitung yaitu bernilai 11,863 > dari nilai t-tabel yang bernilai 1,984, serta diketahui dari nilai signifikansi yang bernilai 0,000 ($\rho < 0,05$).
2. Temuan pada penelitian ini juga menunjukkan jika komunikasi nonverbal *host Shopee live* memiliki pengaruh sebesar 58,9% terhadap minat ketertarikan menonton.
3. Bentuk komunikasi nonverbal yang dapat diterapkan sebagai strategi *host live* dalam meningkatkan kualitas sesi *live* mereka ialah: informasi yang bersifat visual yaitu: bahasa tubuh (kontak mata, ekspresi, gerakan tubuh), bahasa ruang (ruang fisik, dan jarak), pesan artifaktual (pakaian, dekorasi, aksesoris) dan informasi yang berbentuk auditif yaitu paralinguistik (intonasi, volume, nada suara, penekanan).

Dengan memanfaatkan komunikasi nonverbal yang apik, *host live* dapat meningkatkan kualitas sesi *live* mereka agar menarik perhatian calon pembeli dengan tingginya persaingan pada aplikasi belanja *online* Shopee.

B. Saran

Dari hasil studi, penulis ingin memberi saran kepada beberapa pihak khususnya *host Shopee live*, bagi institusi pendidikan, dan bagi peneliti selanjutnya yang diharapkan dapat bermanfaat.

1. Bagi *host Shopee live*, penting untuk mengasah kemampuan komunikasi tak lupa juga komunikasi nonverbal. Komunikasi nonverbal dapat membantu *host live* dalam memberikan informasi dengan jelas agar tidak menimbulkan makna ganda. Dan juga di beberapa kondisi, komunikasi nonverbal juga lebih efektif dapat memberikan informasi dengan cepat dibandingkan hanya mengandalkan komunikasi verbal saja. Dengan memanfaatkan komunikasi nonverbal, *host live* dapat menarik minat menonton bagi calon pembeli. Interaksi yang terjadi dapat membentuk makna personal, yang dapat ditafsirkan oleh calon pembeli sebagai perasaan antusiasme, kepercayaan, dan kredibilitas *host live*.
2. Bagi institusi pendidikan, penting untuk dipahami bahwasannya komunikasi bukan hanya berbentuk komunikasi verbal saja, akan tetapi komunikasi nonverbal juga. Komunikasi nonverbal juga dapat dilakukan pada instansi pendidikan untuk dapat memberikan informasi dengan lebih efektif dan efisien. Komunikasi nonverbal ini dapat diterapkan untuk mengajar, memahami maksud mahasiswa saat mengajar, hingga acara-acara kampus.
3. Bagi peneliti berikutnya, peneliti menyarankan dapat melakukan studi dengan lebih luas, seperti studi dengan metode kualitatif atau metode lainnya yang dapat digunakan untuk generalisasi hasil penelitian. Peneliti

selanjutnya juga dapat menambahkan variabel lainnya seperti komunikasi verbal, kualitas produk, hingga pemberian diskon terhadap minat menonton. Serta penelitian selanjutnya dapat melakukan kolaborasi dengan industri agar dapat menambah memperkaya informasi serta untuk data yang lebih relevan dan akurat.