

**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF *HOST LIVE* SHOPEE DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA AKUN MEDIOTECH**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk memperoleh gelar sarjana sosial (S.Sos)
Pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam (FDKI)



MUHAMMAD KHAERUL UMAM

2108302170

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**

2025 / 1446 H

**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF *HOST LIVE* SHOPEE DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA AKUN MEDIOTECH**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk memperoleh gelar sarjana sosial (S.Sos)



Disusun Oleh:

MUHAMMAD KHAERUL UMAM

2108302170

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**

2025 / 1446 H

ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF *HOST LIVE* SHOPEE DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA AKUN MEDIOTECH

MUHAMMAD KHAERUL UMAM

2108302170

Fenomena *live shopping* yang semakin marak di *platform e-commerce* seperti Shopee telah mengubah pola komunikasi antara penjual dan konsumen. Salah satu tantangan utama yang muncul adalah bagaimana *host live* mampu memengaruhi keputusan pembelian audiens melalui strategi komunikasi yang tepat. Dalam konteks akun Shopee Mediatech, strategi ini menjadi penentu penting dalam keberhasilan promosi dan penjualan produk elektronik.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini berangkat dari pertanyaan: bagaimana strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh *host live* Shopee pada akun Mediatech dapat mempengaruhi peningkatan penjualan.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam bentuk, proses, serta dampak dari strategi komunikasi persuasif yang dijalankan *host* selama sesi *live streaming* di akun Mediatech, serta untuk mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam penerapannya.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data meliputi observasi langsung terhadap sesi *live*, wawancara mendalam dengan *host*, manajer, dan penonton aktif, serta dokumentasi visual. Analisis data dilakukan dengan menggunakan model Miles dan Huberman melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi persuasif yang digunakan terdiri dari pendekatan psikodinamik dan konstruksi makna. Strategi ini efektif dalam membangkitkan emosi, membentuk persepsi positif terhadap produk, serta menciptakan kedekatan antara *host* dan audiens. Meskipun data penjualan tidak diakses secara langsung, respons aktif dan keterlibatan audiens selama siaran menunjukkan indikasi kuat bahwa strategi tersebut berdampak pada peningkatan penjualan.

Kata Kunci: *Komunikasi Persuasif, Host Live, Shopee, Strategi Pemasaran, Mediatech*

ABSTRACT

Persuasive Communication Strategies of Shopee Live Hosts in Increasing Sales on the Mediatech Account

Muhammad Khaerul Umam
2108302170

The growing phenomenon of live shopping on e-commerce platforms such as Shopee has transformed communication patterns between sellers and consumers. One of the main challenges that arises is how live hosts can influence audience purchasing decisions through effective communication strategies. In the context of the Shopee account "Mediatech," such strategies are a key determinant of success in promoting and selling electronic products.

Based on this phenomenon, this study addresses the question: how do the persuasive communication strategies employed by Shopee live hosts on the Mediatech account influence increased sales.

This research aims to gain an in-depth understanding of the forms, processes, and impacts of persuasive communication strategies carried out by hosts during live streaming sessions on the Mediatech account, as well as to identify the supporting and inhibiting factors in their implementation.

The study employs a qualitative approach with a case study method. Data collection techniques include direct observation of live sessions, in-depth interviews with hosts, managers, and active viewers, as well as visual documentation. Data were analyzed using the Miles and Huberman model, consisting of data reduction, data display, and conclusion drawing.

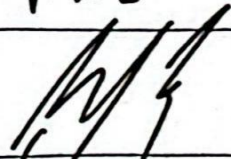
The findings reveal that the persuasive communication strategies used involve psychodynamic approaches and meaning construction. These strategies effectively evoke emotions, shape positive perceptions of the product, and foster a sense of closeness between the host and the audience. Although direct access to sales data was unavailable, active audience responses and engagement during the broadcasts strongly indicate that these strategies have a significant impact on increasing sales.

Keywords: *Persuasive Communication, Live Host, Shopee, Marketing Strategy, Mediatech*

LEMBAR PENGESAHAN

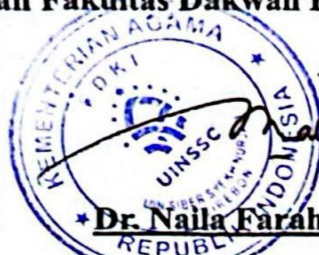
Sriksi yang berjudul “Strategi Komunikasi Persuasif *Host Live Shopee* Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Akun Medlotech”. Oleh Muhammad Khaerul Umam, NIM 2108302170 telah di Munaqosahkan pada tanggal 13 juni 2025 di hadapan penguji dan dinyatakan lulus.

Skripsi ini telah memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon.

Panitia Munaqosah	Tanggal	Tanda Tangan
Ketua Jurusan Abdu Zikrillah, M.Ds NIP. 199111052019031013	17 - 06 - 2025	
Sekretaris Jurusan Rani Ika Wijayanti, M.Med.Kom NIP. 199005142019032011	17 - 06 - 2025	
Penguji I H. Aan Mohamad Burhanudin, M.A NIP. 197405082009011012	17 - 06 - 2025	
Penguji II Ana Humardhiana, M.Hum NIP. 198608022019032008	17 - 06 - 2025	
Pembimbing I Rani Ika Wijayanti, M.Med.Kom NIP. 199005142019032011	17 - 06 - 2025	
Pembimbing II Dessy Kushardiyanti, M.A NIP. 199312192020122016	17 - 06 - 2025	

Mengetahui

Dekan Fakultas Dakwah Komunikasi Islam



*Dr. Naila Farah, M.Ag
NIP. 197706222011012003

LEMBAR PERSETUJUAN

**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF *HOST LIVE* SHOPEE DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA AKUN MEDIOTECH**

Oleh:

MUHAMMAD KHAERUL UMAM

2108302170

Menyetujui:

Pembimbing I



Rani Ika Wijayanti, M.Med.Kom

NIP. 199005142019032011

Pembimbing II



Dessy Kushardiyanti, M.A

NIP. 199312192020122016

Mengetahui:

Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam



Abdu Zikrillah, M.Ds

NIP. 199111052019031013

NOTA DINAS

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam

Di

Cirebon

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah melakukan bimbingan, koreksi dan perbaikan terhadap naskah skripsi berikut :

Nama : Muhammad Khaerul Umam
NIM : 2108302170
Jenjang : S1
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi Islam
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Strategi Komunikasi Persuasif *Host Live* Shopee Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Akun Mediatech

Kami bersepakat bahwa skripsi tersebut dapat diajukan pada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam (FDKI) Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon untuk di Munaqosahkan.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Cirebon, 05 Juni 2025

Pembimbing I



Rani Ika Wijayanti, M.Med.Kom

NIP. 199005142019032011

Pembimbing II



Dessy Kushardiyanti, M.A

NIP. 199312192020122016

PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrohim

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Khaerul Umam

NIM : 2108302170

Judul : Strategi Komunikasi Persuasif *Host Live* Shopee Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Akun Mediatech.

Dengan ini saya menyatakan :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya penulisan diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.sos) di Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon.
2. Semua sumber yang penulis gunakan dalam penulisan skripsi ini telah di cantumkan sesuai ketentuan atau pedoman karya tulis ilmiah.
3. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini sebagian maupun seluruh isinya merupakan karya plagiat, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon.

Cirebon, 05 Juni 2025



Muhammad Khaerul Umam

NIM.2108302170

PERSEMBAHAN

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT karena atas ridho-Nya, saya bisa menyelesaikan skripsi diwaktu yang tepat. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabatnya serta kepada kita selaku ummatnya hingga akhir zaman. Pada lembar persembahan ini saya sampaikan Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang sangat berarti bagi saya. Untuk itu, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Orang tua saya yang selalu mendukung, memberikan masukan dan membimbing melalui usaha dan doa terbaik yang tak pernah lelah dipanjatkan untuk dilancarkan dalam segala hal yaitu Ibu Aisyah dan Alm. Bapak Mastur yang telah pamit pergi terlebih dahulu disaat saya sedang membuat skripsi ini.
2. Dosen pembimbing skripsi, Miss Rani Ika Wijayanti, M.Med.Kom dan Miss Dessy Kushardiyanti, M.A. Terima kasih telah berkenan dalam membimbing saya menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak dan Ibu dosen jurusan Komunikasi Penyiaran Islam beserta Staff jurusan Terima kasih banyak telah memberikan ilmu dan pengalaman yang terbaik selama di KPI UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.
4. Kepada ketiga kakak kandungku Iin Inayah, Pipit Pitriyah, Yusi Nurhidayah dan ketiga kakak iparku Abd. Rokhim, Muhammad Faruk, Moh. Nasir, serta ponakan-ponakan tersayangku Ilham, Dazky, Nihaya, Syaquille. Terima kasih banyak sudah memberikan dukungan yang luar biasa dalam kondisi apapun.
5. Terima kasih juga disampaikan kepada patner segalanya Farikhatul Jannah yang selama ini selalu menemani dan mendukung baik secara moril maupun materi yang diberikan sehingga bisa sampai ada ditahap penyelesaian skripsi.
6. Teruntuk PT. PLN Terima kasih banyak yang sudah memberikan beasiswa dari awal kuliah sampai kuliah saya selesai.
7. Teruntuk teman-teman seperjuanganku angkatan 2021 terkhusus KPI-E yang telah menemani dan mewarnnai dengan banyak kenangan dan cerita semasa kuliah dari yang manis sampai pahit.

8. Teruntuk teman-teman HIJRAH YU....!!!! Luqman, Izdiham, Alhusein, Habib, Anis Terima kasih banyak karena selalu ada buat menemani dan membantu dalam kondisi apapun sampai menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada pihak Mediatech saya ucapkan banyak Terima kasih yang sudah menerima dan membantu untuk kelancaran skripsi ini.
10. Terakhir kepada pihak-pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu Terima kasih banyak.



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT tuhan semesta alam, atas berkat, rahmat, dan hidayah-Nya penulis telah menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Persuasif *Host Live* Shopee Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Akun Mediatech”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata Satu (S1) pada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon. Skripsi ini dapat selesai berkat bantuan dan bimbingan serta motivasi dari berbagai pihak penulis. Untuk itu dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M. Ag, Rektor Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon.
2. Ibu Dr. Naila Farah, M.Ag , Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam (FDKI) Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon.
3. Bapak Abdu Zikrillah, M.Ds Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, FDKI Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon.
4. Miss Rani Ika Wijayanti, M.Med.Kom sebagai Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam sekaligus dosen pembimbing skripsi I dan
5. Miss Dessy Kushardiyanti, M.A sebagai dosen pembimbing skripsi II. Terima kasih banyak telah meluangkan waktunya untuk terus membimbing dan memotivasi Penulis dalam menyelesaikan tugas akhir penulisan skripsi ini.
6. Ibu Ike Hikmatiyah S.E, selaku staff jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Apabila dalam penyusunan skripsi ini terdapat kekurangan penulis mohon maaf yang sebesar besarnya. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Penulis

Cirebon, 05 Juni 2025

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Muhammad Khaerul Umam lahir di Kabupaten Cirebon Jawa Barat pada 11 Januari 2004. Penulis adalah anak keempat dari lima bersaudara. Penulis tinggal di Desa Astanajapura Dusun Nangka Rt 003 Rw 002 Kecamatan Astanajapura Kabupaten Cirebon.

PENDIDIKAN

Adapun riwayat pendidikan yang pernah ditempuh adalah

1. SDN 1 Astanajapura
2. MTs NU Astanajapura
3. MAN 5 Cirebon
4. Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, dari tahun 2021 dan lulus tahun 2025.

PENGALAMAN ORGANISASI

1. Pengurus HMJ KPI UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon
2. Kordinator Divisi Media Kreatif GENCAR UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon

Penulis mengikuti program S1 pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam dengan Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dan mengambil judul skripsi **“Strategi Komunikasi Persuasif Host Live Shopee Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Akun Mediatech”** dibawah bimbingan Miss Rani Ika Wijayanti, M. Med. Kom. dan Miss Dessy Kushardiyanti, M.A.

MOTTO

“ Kebahagiaan adalah perjalanan, bukan tujuan ”

-Mhmmdkhrlumam



UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER DALAM	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN	v
NOTA DINAS	vi
PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	x
RIWAYAT HIDUP	xi
MOTTO	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Pembatasan Masalah	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian	9
F. Manfaat Penelitian	10
BAB II	12
LANDASAN TEORI	12
A. Komunikasi Persuasif	12
B. Komunikasi Verbal dan Nonverbal	16
C. Komunikasi Pemasaran	24
D. Teori <i>New Media</i>	29
E. <i>E-commerce</i>	31

F. <i>Live shopping</i>	33
G. Penelitian Terdahulu	36
BAB III	42
METODOLOGI DAN DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN	42
A. Jenis Penelitian.....	42
C. Sumber data.....	44
D. Tempat dan Waktu Penelitian.....	44
E. Deskripsi Objek Penelitian.....	45
F. Penentuan Sumber Informasi	49
G. Teknik Pengumpulan Data.....	50
H. Teknik Analisis Data.....	52
BAB IV	53
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
A. Hasil Penelitian	53
B. Pembahasan.....	77
BAB V.....	91
PENUTUP.....	91
A. Kesimpulan	91
B. Implikasi.....	94
C. Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA.....	100
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	103

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 <i>Presentase Platform Live Shopping</i>	3
GAMBAR 3.1 Profil Akun Mediatech.....	46
GAMBAR 3.2 Jadwal <i>Live Streaming</i> Shopee Mediatech	47
GAMBAR 4.1 Studio Mediatech 1	64
GAMBAR 4.2 Studio Mediatech 2	64



DAFTAR TABEL

TABLE 1.1 <i>Presentase Platfrom Live Shopping</i>	2
TABLE 3.1 <i>Struktur Mediatech</i>	48



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Wawancara Bersama Narasumber 1	104
Lampiran 1 Wawancara Bersama Narasumber 2	105
Lampiran 1 Wawancara Bersama Narasumber 3	105
Lampiran 1 Wawancara Bersama Narasumber 4	106
Lampiran 1 Wawancara Bersama Narasumber 5	106
Lampiran 2 Transkrip Wawancara Narasumber 1	112
Lampiran 2 Transkrip Wawancara Narasumber 2	119
Lampiran 2 Transkrip Wawancara Narasumber 3	124
Lampiran 2 Transkrip Wawancara Narasumber 4	128
Lampiran 2 Transkrip Wawancara Narasumber 5	131
Lampiran 3 Surat Keterangan Telah Menyelesaikan Penelitian.....	132
Lampiran 4 Bukti Turnitin.....	133
Lampiran 5 Kartu Bimbingan Skripsi	134

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON