

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pembahasan yang telah dijabarkan oleh peneliti, maka kesimpulan yang di ambil dalam penelitian ini mengenai bagaimana strategi komunikasi persuasif Jogjkita dalam rekrutmen menjadi mitra di JogjaKita yaitu, dengan menggunakan teori komunikasi persuasif oleh Melvin L. Defleur dan Sandra J.Ball-Roeach yang meliputi strategi psikodinamika, strategi sosiokultural, dan strategi meaning construction.

Pada saat mempersuasif JogjaKita menggunakan komunikasi interpersonal yang melibatkan dua orang atau lebih secara langsung atau tatap muka dengan cara mendatangi basecamp ojek online yang sudah ada. sebelum itu JogjaKita melakukan riset terlebih dahulu yang nantinya akan dipakai untuk proses rekrutmen.

JogjaKita menggunakan strategi psikodinamika sebagai pendekatan-pendekatan secara emosional maupun faktor kognitif dalam rekrutmen. Dengan cara melalui pendekatan yang menyentuh rasa kebutuhan dengan pesan yang menarik, penggunaan bahasa yang tepat, serta sosialisasi yang efektif yang memberikan informasi sesuai dengan kebutuhan para mitra. Strategi sosiokultural JogjaKita dalam rekrutmen menjadi mitra di JogjaKita dengan menggunakan lingkungan pertemanan driver yang sudah menjadi mitra dan juga menggunakan hubungan kedekatan yang terjalin, sehingga akan menimbulkan kepercayaan yang lebih dalam agar mau bergabung menjadi mitra JogjaKita. Strategi meaning construction JogjaKita dengan memanfaatkan media sosial yang mereka miliki dalam melakukan persuasif kepada calon mitra, sehingga JogjaKita bisa memberikan pemahaman mengenai apa itu jogjaita serta program dan kegiatan apa saja yang telah dilaksanakan dan membentuk pengertian bagi calon mitra sehingga calon mitra akan tertarik

5.2 Saran

Berdasarkan pengamatan dari peneliti mengenai strategi komunikasi persuasif yang diterapkan JogjaKita, maka peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan yang baik untuk JogjaKita kedepan

1. Selain menggunakan orang berpengaruh, JogjaKita seharusnya menggunakan endorse influencer di instagram dengan memilih influencer yang memiliki banyak pengikut anak muda, agar generasi milenial tertarik bergabung dengan JogjaKita.
2. JogjaKita seharusnya lebih memanfaatkan media sosial dalam mempersuasif agar mau bergabung menjadi mitra dengan membuat konten video yang menarik.

