

ABSTRAK

Analisis Komunikasi Pemasaran Online Live Streaming Interaktif di Kota Padang

Oleh: Larisya Syawalki

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana nilai tambah yang dirasakan konsumen ketika berbelanja melalui live streaming, bagaimana ketertarikan konsumen terhadap penjualan yang dilakukan melalui live streaming, dan bagaimana kepercayaan konsumen terhadap online shop yang melakukan promosi penjualan dengan live streaming. Teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, sumber data (narasumber), dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini yaitu diketahui bahwa (1) nilai tambah yang dirasakan konsumen yaitu konsumen mendapatkan banyak manfaat ketika berbelanja melalui live streaming, interaksi yang mudah dilakukan dengan penjual serta tampilan pada produk yang terlihat lebih real. (2) ketertarikan konsumen terhadap produk yang ditampilkan pada saat live streaming tidak membuat konsumen cepat dalam pengambilan keputusan pembelian. (3) konsumen percaya kepada online shop yang melakukan live streaming saat melakukan promosi penjualan karena penjelasan produk yang dijelaskan pada saat live streaming tidak pernah berbeda dengan barang yang sampai terutama pada segi warna.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Online Shop