

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berikut kesimpulan dari penelitian mengenai komunikasi persuasif Sanggar Talang Parindu pada akun TikTok @sanggar_talangparindu dalam meningkatkan minat masyarakat:

1. Komunikator pada akun TikTok @sanggar_talangparindu dalam meningkatkan minat masyarakat.

Komunikator dipilih berdasarkan beberapa pertimbangan, yaitu dengan melihat kredibilitas yang dimiliki oleh calon komunikator seperti pengalaman yang telah didapatkan pada saat sebelumnya contohnya, pernah menjadi MC diberbagai kegiatan, yang mana itu menjadi pertimbangan dasar dalam segi berkomunikasi dan berinteraksi dengan khalayak ramai, dan pertimbangan dari segi daya tarik, seorang komunikator yang dipilih di Sanggar Talang Parindu merupakan seseorang yang memiliki daya tarik yang bagus.

2. Penyajian pesan pada konten TikTok @sanggar_talangparindu dalam meningkatkan minat masyarakat.

Penyajian pesan dalam konten TikTok Sanggar Talang Parindu ini dengan menyusun isi pesan dengan logis dan mudah dipahami oleh *audiens*, pesan yang disampaikan merupakan pesan yang relevan dengan keadaan sekarang, serta menarik terhadap *audiens*, dan gaya penyampaian pesan yang disajikan juga menarik

dan memotivasi akan meningkatkan efektivitas persuasi bagi para *audiens*.

3. Pemilihan *audiens* pada akun TikTok @sanggar_talangparindu dalam meningkatkan minat masyarakat.

Dalam pemilihan *audiens* atau yang menjadi target *audiens* Sanggar Talang Parindu melakukan pemilihan *audiens* berdasarkan latar belakang agar pesan yang akan disajikan sesuai dengan target *audiens* yang dituju dan pesan yang disajikan juga akan mudah meyakinkan dan memenuhi keinginan dari *audiens*, Sanggar Talang Parindu mengetahui motivasi dan keinginan dari *audiens* terhadap jenis konten yang diminati serta melakukan pertimbangan terhadap psikologis *audiens* yang dapat meningkatkan keberhasilan persuasi.

B. Saran

1. Bagi Sanggar Talang Parindu

Sanggar Talang Parindu diharapkan memiliki regenerasi untuk menjadi seorang komunikator, karena komunikator yang dimiliki pada saat sekarang merupakan pemilik dari Sanggar Talang Parindu tersebut, dan pada masa mendatang tentu hal itu sangat diperlukan karena beberapa faktor, tujuan lainnya adalah supaya sanggar memiliki prosedur yang bagus dalam proses membangun keberhasilan terhadap sanggar itu sendiri. Konten-konten yang disajikan diharapkan bisa memenuhi keinginan dari *audiens* yang dituju, agar berhasilnya pesan yang disampaikan.

2. Bagi masyarakat, khususnya anak muda

Masyarakat diharapkan supaya lebih meningkatkan minat terhadap seni tari tradisional Minangkabau ini, karena pada saat sekarang tradisi adat Minangkabau terkhusus tari sudah jarang disukai oleh masyarakat terutama anak-anak yang masih berusia 12 hingga 20 tahun, walaupun masyarakat terkadang masih ada yang menyukai dan berminat terhadap seni tradisional ini, akan tetapi hal tersebut tidak bisa dipungkiri karena anak zaman sekarang lebih menyukai hal-hal yang baru seperti tren-tren yang ada di media sosial terkhusus TikTok itu sendiri, dengan adanya sanggar tari talang parindu ini, diharapkan masyarakat bisa menyalurkan minat dan hobinya terhadap seni tari tradisional.

3. Bagi pemerintah dan instansi terkait

Pemerintah daerah dan instansi terkait diharapkan dapat memberikan dukungan terhadap keberadaan dan pengembangan Sanggar Talang Parindu baik dalam bentuk operasional dan juga fasilitas-fasilitas lainnya untuk menunjang keberhasilan dari sanggar tari talang parindu. Pemerintah juga diharapkan untuk dapat meningkatkan dukungan terhadap pelestarian seni dan budaya tradisional seperti menyelenggarakan kegiatan budaya secara rutin sehingga sanggar-sanggar terutama Sanggar Talang Parindu bisa mengikuti kegiatan tersebut dan untuk dijadikan sebagai wadah untuk menampilkan karya dan sebagai pengembangan terhadap sanggar tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, S., Dewi, D. A., & Hayat, R. S. (2023). Implikasi Sanggar Tari Dalam Upaya Implementasi Literasi Budaya Dan Kebangsaan Bagi Anak Sekolah Dasar. *Cendikia: Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran*, 1(5), 90-98.
- Agustin, S., Dewi, D. A., & Hayat, R. S. (2023). Implikasi Sanggar Tari Dalam Upaya Implementasi Literasi Budaya Dan Kebangsaan Bagi Anak Sekolah Dasar. *Cendikia: Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran*, 1(5), 90-98.
- Alyusi, Shieti Dyah. (2016). *MEDIA SOSIAL:INTERAKSI, IDENTITAS DAN MODAL SOSIAL*. Jakarta: Kencana.
- Ardiansyah, M., & Mus, S. (2024). Strategi Manajemen Humas dalam Menaikkan Jumlah Siswa di SMP Negeri 6 Satap Baraka. Mutiara: *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(3), 229-248.
- Arianty, N. (2023). Implementasi Promosi Melalui Media Sosial Pada UMKM Di Desa Tanjung Sari. Medani: *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 1-6.
- Devi, A. A. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 1(1), 1-5.
- Febellyn, F., & Loisa, R. (2025). Komunikasi Persuasif di Media Sosial TikTok untuk Membangun Kesadaran Merek @marveile.id. *Prologia*, 9(1), 50–56.
- Fiantika, Feny Rita. (2022) “*Metodologi Penelitian Kualitatif*” Padang:PT global Eksekutif Teknologi, hal 13-14.
- Ginting, T. S. (2023). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENGEMBANGKAN PARIWISATA DI DANAU TOBA: STUDI KASUS BADAN KOORDINASI PELESTARIAN EKOSISTEM KAWASAN DANAU TOBA (BKPEKDT). SEMAR: *Jurnal Sosial dan Pengabdian Masyarakat* , 1(4), 25-32.
- Harahap, D., Harahap, R. Z. A., Rukiah, R., Fauzan, M., & Nasution, A. A. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(2), 864-891.
- Ibrahim, M. M., & Irawan, R. E. (2021). Pengaruh Konten Media Sosial Terhadap Sumber Informasi Pandemi Covid-19. *Jurnal Representamen* , 7(02).
- Iryani, I., Arief, A. S., & Nawir, F. (2025). Strategi Meningkatkan Jumlah Siswa Melalui Pelatihan Manajemen Pemasaran dan Pengelolaan Informasi. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2), 105-117.

- Koa, J. V., & Mutia, K. D. L. (2021). Pengaruh Persepsi, Motivasi, Minat, Dan Pengetahuan Tentang Pajak Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Nusa Cendana Terhadap Pilihan Berkarir Di Bidang Perpajakan. *Jurnal Akuntansi: Transparansi Dan Akuntabilitas*, 9(2), 131-143.
- Komunikasi Persuasif: *Pendekatan dan Strategi*. (2026). (n.p.): Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.
- Kurnianto, A. M., Indrianti, D. T., & Ariefianto, L. (2020). Peran Sanggar Seni Pemuda Edi Peni Dalam Pelestarian Budaya Lokal Di Desa Hadiluwih Kecamatan Ngadirojo Kabupaten Pacitan. Learning Community: *Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 3(2), 59-65.
- Lutfi Fallah, M., Anrial, A., & Valentine, F. (2025). *Komunikasi Persuasif Tim Event Organizer Redjang Creative Terhadap Calon Klien dan Vendor Pada Meeting Vendor Gladi (Analisis Teori Carl Hovland)* (Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri Curup).
- Maridjo, A. H., & Sabri, T. PENINGKATAN MINAT SISWA DALAM PEMBELAJARAN IPA MENGGUNAKAN MODEL KOOPERATIF JIGSAW PADA KELAS VI SDN 04. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 3(2).
- Natalia, L., Atepto, P., Mawarni, T., & Sulistyowati, R. (2023). STRATEGI PROMOSI SEKOLAH DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PESERTA DIDIK DI SMA KRISTEN PALANGKA RAYA. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 14(2), 72-78.
- Noventia, G. M., Darmastuti, R., & Kristiyani, D. N. (2023). Strategi Komunikasi Persuasif Melalui Pemanfaatan Media Sosial Twitter Dan Instagram Dalam Komunikasi Pemasaran Digital (Studi Analisis Isi@ 787daily). MASSIVE: *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 1-14.
- Nurdin, S., & Hardianti, L. (2022). Meningkatkan Minat Beli Melalui Strategi Digital Marketing Dan Ekuitas Merek. *Jurnal Sains Manajemen*, 4(1), 36-46.
- Pakpahan, M. (2020). Strategi meingkatkan minat beli ulang aptek terhadap produk obat pt novell pharmaceutical labs Medan. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Medan*, 2(2), 77-88.
- Safitri, S., Hikmah, N., Ginting, K. B., & Prabudi, M. I. (2025). Peran Sanggar Tari Sebagai Ruang Tumbuh Kreativitas dan Semangat Belajar Kesenian Anak-anak di Sanggar Melati Suci Binjai. Mesada: *Journal of Innovative Research*, 2(2), 726-736.

- Saputra, D. P. (2015). Strategi Komunikasi Politik Calon Legislatif dari Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) Menuju Pemilu 2014 di Kabupaten Kubar. *Ejournal Ilmu Komunikasi*, 170-184.
- Sari, J. K., Duraesa, M. A., Tahir, M., & Inayah, S. S. (2024). Strategi Komunikasi Islam dalam Konteks Dakwah. *JURNAL SYNTAX IMPERATIF: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 5(5), 924-929.
- Setiawan, Y. L., Sila, G. E., Hasim, H., Putra, R. E., & Bintang, G. (2024). *Komunikasi Persuasif dan Negosiasi*. CV. Gita Lentera.
- Sugiyono (2019). *“Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D (Sutopo (ED) Alfabeta*
- Sukma, K. M., Wahyuningtyas, T., & Widyawati, I. W. (2023). Keberadaan Sanggar Seni Acharya Budaya dalam Pengembangan Seni Tari di Kabupaten Blitar. *Journal of Language Literature and Arts*, 3(5), 739-754.
- Tawaqal, R. S., Ramdan, A. T. M., & Silviany, A. E. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Humas Jabar Dalam Penyampaian Informasi Di Era Digital. *J-IKA: Jurnal Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas BSI Bandung*, 11(2), 67-77.
- Timpal, E. T., Pati, A. B., & Pangemanan, F. N. (2021). Strategi camat dalam meningkatkan perangkat desa di bidang teknologi informasi di Kecamatan Ratahan Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *GOVERNANCE*, 1(2).
- Upa', S., Kelvin, K., Loso, J., Inggumi, R., Ida, B. N. K. A., Rudi, D. L. (2024). *TEKNOLOGI INFORMASI: Teori dan Implementasi Penerapan Teknologi Informasi di Berbagai Bidang*. Yogyakarta: PT. Green Pustaka Indonesia.
- Yusuf, D., Sari, W. P., Soegiarto, A., Putriana, M., & Rizki, M. F. (2025). Strategi Komunikasi Humas Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak dalam Menginformasikan Layanan SAPA 129. *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora*, 5(1), 12-12.