

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, penulis dapat menyimpulkan hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Ethos, merupakan tampilan karakter dan kredibilitas pembicara yang dapat mempersuasi audiens sehingga mereka peduli dan percaya kepada pembicara. Ethos *medical representatif* dalam komunikasi persuasif terhadap dokter dalam penelitian ini adalah *medical representatif* melakukan pendekatan dan komunikasi kepada dokter dengan cara, pertama *medical representatif* Menjelaskan tentang fungsi obat. Dalam menjelaskan fungsi obat harus secara menyeluruh, detail dan baik hal ini dapat memberikan nilai lebih bagi dokter serta menjadi bahan pertimbangan pembelian obat. Kemudian Menjelaskan komposisi obat, Pada saat melakukan kunjungan terhadap dokter maka komposisi obat juga terkadang harus dijelaskan karena ada beberapa dokter yang meminta informasi lebih. Pada pelaksanaannya harga yang diberi tawaran kepada dokter harusnya memang harus jelas dan dapat bersaing secara kompetitif dengan kompetitor. Sedangkan mengenai efek samping obat yaitu dalam menjelaskan efek samping obat harus secara menyeluruh, detail dan baik hal ini dapat memberikan nilai lebih bagi dokter serta menjadi bahan pertimbangan pembelian obat. Perusahaan yang bergerak dibidang bisnis

pemasaran tentu saja harus mampu menjelaskan mengenai produk mereka secara detail dan dengan baik.

2. *Pathos*, merupakan keterampilan pembicara untuk mengelola emosi ketika dia berbicara di depan publik. *Pathos medical representatif* dalam komunikasi persuasif terhadap dokter dalam penelitian ini adalah *medical representatif* melakukan pendekatan dan komunikasi kepada dokter dengan cara, pertama *medical representatif* dalam melakukan pekerjaan *medical representative* harus memiliki rasa percaya diri yang baik agar dokter memilih produk yang kita jual dan percaya serta tertarik. Kemudian mengenai penampilan saat bekerja, dalam melakukan pekerjaan *medical representative* harus memiliki penampilan yang baik agar dokter memilih produk yang kita jual dan percaya serta tertarik. Alat bantu untuk mempermudah berkomunikasi dengan dokter, PT Bernofarm di Bandung menggunakan alat bantu seperti aplikasi whatsapp, telepon, *preslist* harga, dan *katalog* program. Adanya alat bantu didalam bisnis perusahaan tentu saja akan lebih mempermudah berhubungan dengan konsumen, alat bantu bisa berupa apa saja termasuk juga contoh produk
3. *Logos*, adalah pengetahuan yang luas dan dalam tentang apa yang akan dikomunikasikan, di mana struktur pesan akan disampaikan itu harus logis dan rasional dan berbasis pada kekuatan argumentasi, pesan juga harus disampaikan secara induktif dan deduktif. *Logos medical representatif* dalam komunikasi persuasif terhadap dokter dalam penelitian ini adalah *medical representatif* melakukan pendekatan dan komunikasi kepada dokter dengan cara, pertama *medical representatif* pada saat melakukan kunjungan terhadap dokter maka

kinerja obat juga terkadang harus dijelaskan karena ada beberapa dokter yang meminta informasi lebih. kinerja obat biasanya dijelaskan ketika ada produk baru muncul atau launching, sehingga diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dokter untuk membeli produk yang ditawarkan. Sistem pembayaran yang diterapkan kepada dokter dari perusahaan tidak memberatkan, terdapat dua cara untuk melakukan pembayaran. *Reward* program yang diberikan perusahaan PT Bernofarm di Bandung kepada dokter itu seperti adanya *PGB* (Program Generik Berno), dan *entertain*. *PGB* itu seperti hadiah berupa uang, atau barang yang diberikan perusahaan kepada dokter. Penggunaan *billboard* promosi obat yang dilakukan oleh PT Bernofarm Bandung sendiri berujuan untuk mengenalkan perusahaan kepada dokter serta iktu serta dalam promosi kesehatan sehingga prusahaan begitu sangat peduli. Alat praktek akan sangat berguna dan baik yang bagus untuk memperkenalkan produk kepada dokter. Alat praktek biasanya menjadi alat bantu yang diberikan sehingga diharapkan dokter akan selalu mengingat mengenai perusahaan

5.2 Saran

5.2.1 Saran Filosofis

1. Sebaiknya penelitian ini dapat menjadi referensi yang baik untuk penelitian selanjutnya.

2. Sebaiknya penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai komunikasi persuasi bagi *medical representative*.

5.2.2 Saran Akademis

Ilmu komunikasi persuasif yang dilakukan *medical representative* dalam meningkatkan komunikasi yang baik dengan dokter melalui *ethos*, *pathos* dan *logos*. Serta dapat menerapkan ilmu bagi generasi peneliti selanjutnya dalam Ilmu komunikasi persuasif yang dilakukan *medical representative* dengan menggunakan metode ataupun teori terkait.

5.2.3 Saran Praktis

1. Bagi pihak PT Bernofarm, sebaiknya penelitian ini dapat dijadikan masukan untuk perusahaan. Terutama pada divisi *medical representative* dalam komunikasi persuasive.
2. Bagi pihak *medical representative*, menambahkan dan melengkapi pengetahuan pada komunikasi persuasif untuk dapat diterapkan pada saat melakukan pekerjaan atau komunikasi dengan dokter.
3. Mengembangkan kemampuan komunikasi persuasif *medical representative* dengan dokter.