

## **Komunikasi Persuasif Apoteker Sumber Sehat Bintara melalui *Live Streaming E-Commerce* Shopee**

<sup>1</sup>Diva Alya Rachmawati, <sup>2\*\*</sup>Imaddudin

<sup>1,2</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya  
E-mail: [imaddudin@dsn.uharajaya.ac.id](mailto:imaddudin@dsn.uharajaya.ac.id)

Diterima : 25 April 2024

Disetujui : 6 Mei 2024

Diterbitkan : 13 Mei 2024

### **Abstrak**

*Fitur live streaming digunakan apoteker untuk memperkenalkan produk yang dijual di apotek secara online untuk membantu konsumen memenuhi informasi dan kebutuhan apoteker dalam memberikan konseling dan pemasaran obat yang dapat diakses secara bebas melalui platform digital seperti Shopee. Perkenalkan dia pada komunikasi persuasif yang terdiri dari lima teknik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi komunikasi persuasif apoteker melalui live streaming pada e-commerce Shopee. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian hasilnya direduksi untuk dianalisis dan diambil kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi persuasif dilakukan secara sadar atau tidak sadar dengan menggunakan lima teknik komunikasi persuasif dalam live streaming. Fakta lainnya adalah teknik yang belum diketahui oleh penonton live streaming adalah teknik setting dan red herring. Sedangkan teknik yang mendapat respons positif dari penonton adalah teknik reward yang memberikan daya persuasif kepada penonton.*

**Kata Kunci:** Komunikasi persuasif, live streaming, teknik komunikasi persuasif

### **Abstract**

*The live streaming feature is used by pharmacists to introduce products sold in pharmacies online to help consumers meet the information and needs of pharmacists in providing counseling and marketing drugs that can be accessed freely through digital platforms such as Shopee. Introduce him to persuasive communication which consists of five techniques. This research aims to determine the implementation of pharmacists' persuasive communication via live streaming on Shopee e-commerce. This type of research is qualitative with descriptive methods. Data collection techniques include observation, interviews and documentation, then the results are reduced for analysis and conclusions are drawn. The research results show that persuasive communication is carried out consciously or unconsciously using five persuasive communication techniques in live streaming. Another fact is that techniques that live streaming viewers are not yet aware of are setting and red-herring techniques. Meanwhile, the technique that gets a positive response from the audience is the reward technique which provides persuasive power to the audience.*

**Keywords:** Live streaming, persuasive communication, persuasive communication techniques

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi saat ini membuat sebagian kegiatan sehari-hari dapat dilakukan secara digital atau *online*. Perubahan teknologi dari konvensional ini bisa dirasakan

masyarakat melalui tren-tren baru yang bermunculan. Salah satunya adalah tren baru pada bidang pelayanan kesehatan. Saat ini, pelayanan kesehatan sudah mulai bergeser dari layanan konvensional menuju layanan digital. Tren ini bisa dilihat dan dirasakan ketika masa pandemi beberapa waktu lalu yang dimana masyarakat tidak bisa secara langsung berkonsultasi kepada tenaga kesehatan. Salah satu tenaga kesehatan yang ikut serta membantu dalam tren pelayanan kesehatan yang baru adalah apoteker. Secara umum, fungsi atau tugas umum dari seorang apoteker pada apotek adalah memberikan nasihat atau masukan mengenai obat kepada dokter, dan memberikan penyuluhan atau arahan mengenai obat yang dijual bebas dipasaran kepada masyarakat (Komalawati, 2020).

Seiring perkembangan teknologi pada bidang pelayanan kesehatan, seorang apoteker bisa memberikan penyuluhan dan arahan kepada masyarakat mengenai obat-obatan yang dijual secara bebas melalui fitur *live streaming*. Fitur *live streaming* membantu apoteker untuk bisa memperkenalkan produk yang dijual oleh apotek secara *online* agar nantinya masyarakat bisa mengetahui bentuk atau gambaran dari produk atau obat yang akan mereka beli. Di Shopee, pengunjung bisa menemukan berbagai macam produk yang dijual dari toko yang berbeda. Satu toko yang ada di Shopee biasanya menawarkan atau menjual berbagai macam produk seperti pakaian, kosmetik, obat, dan kebutuhan sehari-hari lainnya. Shopee juga menawarkan fitur *live streaming* yang bernama *Shopee Live*. Seperti kebanyakan fitur *live streaming* pada *e-commerce* lainnya, *Shopee Live* memudahkan penggunanya untuk memperkenalkan dan mengenal produk yang mereka jual dan yang akan mereka beli.

Salah satu pelaku usaha yang memasarkan produk mereka melalui *live streaming* di *e-commerce* Shopee adalah apoteker dari Apotek Sumber Sehat Bintara yang berlokasi di Bekasi Barat Jl. Bintara Jaya Kota Bekasi. Apotek yang didirikan oleh dr. Suwandi sejak tahun 2022 ini terhitung sudah satu tahun bergabung di *e-commerce* Shopee dan mulai menggunakan fitur *live streaming* di *platform e-commerce* Shopee sejak bulan Mei tahun 2022. Secara tidak langsung terciptanya komunikasi dalam platform digital dalam hal ini *live streaming* memengaruhi pada penjualan hingga interaksi dengan calon konsumen yang biasanya terjadi secara langsung di apotek ketika akan membeli obat yang dituju. Dalam melakukan komunikasi persuasif ada lima teknik komunikasi persuasif yang diantaranya adalah teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran, teknik tataan, dan teknik *red herring* (Effendy, 2019:22-24). Dilihat dari urgensinya, penelitian ini layak dan penting dilakukan mengingat tugas umum apoteker dalam memberikan penyuluhan dan arahan kepada masyarakat

mengenai obat-obatan yang dijual secara bebas di era perkembangan teknologi pada bidang pelayanan kesehatan.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Moleong (2017:6) memaparkan bahwa metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang memiliki tujuan untuk memahami fenomena atau peristiwa yang dialami oleh subjek penelitian secara menyeluruh dengan cara mendeskripsikannya ke dalam kata-kata dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Dengan menggunakan metode ini, penulis berusaha untuk memaparkan bagaimana komunikasi persuasif apoteker melalui fitur *live streaming* pada *e-commerce* Shopee. Nantinya, penulis akan mengumpulkan data dan fakta-fakta mengenai komunikasi persuasif yang ada pada *live streaming* apoteker Apotek Sumber Sehat Bintara. Tentunya dibantu dengan adanya informan yang peneliti pilih melalui teknik *purposive sampling* melalui kriteria pihak yang terlibat langsung baik sebagai penanggung jawab dari apotek tersebut, apoteker yang bertugas hingga *viewers* atau konsumen yang telah membeli obat beberapa kali di Apotek Sumber Sehat Bintara tersebut. Adapun pengumpulan datanya melalui observasi berlangsung selama sebulan sebelum turun di lapangan pada bulan Agustus 2023 setelah itu peneliti menemukan permasalahan yang diangkat ke penelitian dengan mempertajam data melalui wawancara, serta diperkuat dengan analisa dari dokumentasi yang hasilnya direduksi, kemudian disajikan dan menghasilkan kesimpulan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Apotek Sumber Sehat Bintara sudah mulai menggunakan *live streaming* di *e-commerce* Shopee sejak tiga bulan setelah apotek ini berdiri. Tepatnya pada awal tahun 2022. Dalam melakukan *live streaming*-nya, Apotek Sumber Sehat Bintara memiliki peraturan dan jadwal tersendiri. Seperti peraturan siapa saja yang bisa ditugaskan sebagai *host live streaming*, kapan *host live streaming* dilakukan sampai berapa lama durasi *live streaming*. Untuk jadwal *live streaming* apoteker diharuskan *live streaming* setiap hari namun mengikuti situasi dan kondisi melalui teknik komunikasi persuasif sebagai berikut:

### **A. Teknik Asosiasi**

Dari beberapa hasil wawancara dengan pihak internal yaitu dokter maupun apoteker itu sendiri, sedangkan eksternalnya adalah *viewers* sekaligus konsumen yang pernah membeli obat di Apotek Sumber Sehat Bintara dapat diketahui bahwa apoteker Apotek Sumber Sehat

Bintara menerapkan teknik asosiasi. Hal ini didukung dengan keselarasan hasil wawancara dengan pihak internal maupun eksternal Apotek Sumber Sehat Bintara yang menyatakan bahwa saat melakukan *live streaming* apoteker selalu mengawali *live streaming*-nya dengan mengangkat topik mengenai keluhan yang sedang ramai dirasakan oleh calon konsumen. Hal serupa juga dilakukan oleh Apoteker Sumber Sehat Bintara yang secara berkala menanyakan apa yang saat ini sedang banyak dirasakan oleh penonton *live streaming*-nya guna menarik perhatian penonton dengan membahas penyakit apa yang sedang banyak dirasakan oleh para penontonya.



**Gambar 1. Apoteker Berkomunikasi dengan Viewers**

Apoteker Sumber Sehat Bintara sedang menunggu dan melihat jawaban dari para penonton setelah ia bertanya “Cuaca hari ini lagi nggak jelas ya? Biasanya mulai banyak yang flu nih, kira-kira temen-temen punya keluhan apa hari ini? Nanti aku bantu *spill* obatnya.” Walaupun pemilihan objeknya berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustin dan Sampoerno (2023), namun tujuannya tetap sama yakni untuk menarik perhatian penonton *live streaming* dengan apa yang dibicarakan maupun ditampilkan oleh *host live streaming*.

Apoteker Sumber Sehat Bintara dalam menarik perhatian penonton *live streaming*-nya menggunakan teknik asosiasi dengan membahas penyakit apa yang sedang banyak dirasakan oleh penonton *live streaming*-nya. Lalu melihat dari hasil wawancara sebelumnya dengan pihak internal dan eksternal Apotek Sumber Sehat Bintara peneliti menyimpulkan bahwa apoteker baik menggunakan teknik asosiasi pada *live streaming*-nya.

## **B. Teknik Integrasi**

Teknik komunikasi *persuasive* yakni teknik integrasi beberapa kali diterapkan pada saat melakukan *live streaming*. Dalam melakukan teknik integrasi pun dibutuhkan adanya *host live streaming* yang informatif untuk meyakinkan calon konsumen. Lalu, menurut pihak internal Apotek Sumber Sehat Bintara yakni pemilik apotek dan apotekernya, selama yang direkomendasikan bukan obat keras atau obat ber dosis tinggi, pihaknya bisa merekomendasikan obat berdasarkan pengalaman pribadi diperbolehkan.

Apotek Sumber Sehat Bintara dalam merekomendasikan obat yang dijualnya secara terintegrasi. Di mana apoteker sebagai *host live streaming* merekomendasikan obat berdasarkan pengalaman pribadinya kepada calon konsumen sebagai penonton *live streaming* sehingga penonton merasa *host live* bisa mengerti kondisi mereka karena pernah memiliki latar belakang yang sama.

Melihat dari hasil wawancara dengan penonton *live streaming*, peneliti melihat apoteker Sumber Sehat Bintara berhasil mengimplementasikan teknik integrasi sehingga membuat penonton *live streaming* percaya dan membeli obat yang direkomendasikan apoteker sesuai dengan pengalaman pribadinya.

## **C. Teknik Ganjaran**

Memberikan tawaran-tawaran menarik yang merupakan arti dari teknik ganjaran ini, diterapkan oleh apoteker saat *live streaming* berlangsung. Pihak internal Apotek Sumber Sehat Bintara juga menuturkan bahwa tawaran-tawaran menarik seperti potongan harga itu bisa membuat peningkatan pembelian semakin tinggi. Menurut mereka tawaran-tawaran ini bermanfaat bagi pihak internal maupun eksternal Apotek Sumber Sehat Bintara. Hasil wawancara dengan penonton sekaligus konsumen *live streaming* Apotek Sumber Sehat Bintara menunjukkan bahwa konsumen lebih suka berbelanja ketika Apotek Sumber Sehat Bintara sedang menawarkan potongan harga. Dan ditambah dengan adanya konsultasi secara langsung melalui *live streaming* dengan dokter, konsumen semakin merasa aman dalam membeli obat-obatan maupun produk kesehatan.



**Gambar 2. Apoteker Menjelaskan Promo Menarik**

Apoteker Sumber Sehat Bintara dalam *live streaming*-nya menggunakan teknik ganjaran dalam *live streaming*-nya, sebagai *host live* menawarkan tawaran-tawaran menarik seperti potongan harga, gratis ongkos kirim, dan konsultasi gratis dengan dr. Suwandi selaku pemilik Apotek Sumber Sehat Bintara. Dalam *live streaming*-nya sering kali apoteker mengingatkan kepada konsumennya mengenai *voucher* gratis ongkos kirim atau *voucher* potongan harga yang bisa konsumennya gunakan untuk membeli produk yang diinginkan maka bisa dikatakan telah berhasil menarik penonton *live streaming* untuk membeli produk-produk yang dijual oleh Apotek Sumber Sehat Bintara dalam *live streaming*-nya.

#### **D. Teknik Tataan**

Menunjukkan hasil berbeda bahwa pihak internal Apotek Sumber Sehat Bintara sudah menerapkan teknik komunikasi persuasif yakni teknik tataan dalam *live streaming*-nya. Namun, pihak eksternal atau penonton *live streaming* Apotek Sumber Sehat Bintara tidak menyadari akan hal tersebut. Hal yang sama juga dilakukan oleh Apoteker Sumber Sehat Bintara dalam *live streaming*-nya.

Menggunakan bahasa yang lebih santai dan dimengerti oleh penonton *live streaming* disertakan juga candaan yang menjadikan *host live* interaktif dengan calon konsumennya. Namun sayangnya, penonton *live streaming* tidak terlalu memperhatikan pengimplementasian teknik tataan yang dilakukan pada *live streaming* Apotek Sumber Sehat Bintara. Tetapi ketika ditemui dalam wawancaranya penonton *live streaming* Apotek Sumber Sehat Bintara

mengaku telah mendapatkan masukan-masukan baru setiap menonton *live streaming* Apotek Sumber Sehat Bintara.

### **E. Teknik *Red Herring***

Teknik *red herring* merupakan pengalihan sebuah isu atau masalah yang belum tentu bisa diselesaikan, teknik ini jarang dilakukan para *host live* saat *live streaming* dalam keadaan terdesak terkait dengan ragamnya keluhan yang datang pada kolom komentar saat *live streaming*. Pada prosesnya *host live* pernah salah menyebutkan harga atau promo saat itu sehingga menimbulkan pertanyaan dari calon konsumen, namun segera dialihkan untuk tetap fokus dan mengikuti *live streaming* tersebut. Lalu kesalahan-kesalahan lainnya seperti meninggalkan *live streaming* dengan keadaan tidak ada yang berbicara atau sekadar duduk di depan kamera bisa mengundang peringatan dari pihak Shopee.

Untuk meluruskan kesalahan yang terjadi, Apoteker Sumber Sehat Bintara menggunakan teknik *red herring*. Di mana apoteker sebagai *host live* mencoba untuk menjelaskan dan meluruskannya secara halus dan diselingi dengan candaan tanpa ada niat untuk menyerang penonton maupun menjatuhkan penonton. Dari sini peneliti menyimpulkan bahwa Apotek Sumber Sehat Bintara telah menggunakan teknik *red herring* namun dengan tidak bermaksud untuk menyerang atau menjatuhkan opini penonton. Sekalipun praktiknya hanya beberapa penonton saja yang menyadari akan kesalahan-kesalahan yang dilakukan pihak Apotek Sumber Sehat Bintara, selebihnya hanya menonton dan meminta untuk diperkenalkan dengan obat yang ingin dibeli.

Apoteker Sumber Sehat Bintara telah mengimplementasikan lima teknik komunikasi persuasif ke dalam *live streaming*-nya. Selain itu, dari hasil penelitian dan pembahasan ditemukan fakta lain yakni, teknik komunikasi persuasif yang tidak disadari oleh penonton adalah teknik tataan dan teknik *red herring*. Sedangkan teknik komunikasi persuasif yang sering mendapatkan respons positif dari penonton adalah teknik ganjaran. Saat mencari fakta di lapangan peneliti menemukan dua pembahasan yang bisa menjadi pertimbangan bagi penelitian selanjutnya. Pertama, faktor internal dan faktor eksternal yang memengaruhi teknik komunikasi persuasif pada *live streaming*. Dan yang kedua peneliti juga merekomendasikan pembahasan mengenai pengaruh teknik komunikasi persuasif terhadap tingkat penjualan sebuah produk.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka kesimpulan pada penelitian ini adalah apoteker Apotek Sumber Sehat Bintara dalam *live streaming*-nya menggunakan lima teknik komunikasi persuasif, yakni: teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran, teknik tataan, dan teknik *red herring*.

Teknik asosiasi, membahas mengenai penyakit yang sedang banyak dirasakan oleh penonton pada *live streaming* Apotek Sumber Sehat Bintara adalah bentuk dari pengimplementasian teknik asosiasi yang dilakukan oleh apoteker Apotek Sumber Sehat Bintara dalam *live streaming*-nya.

Teknik integrasi, merekomendasikan obat berdasarkan pengalaman pribadi kepada penonton adalah bentuk teknik integrasi yang dilakukan oleh apoteker Apotek Sumber Sehat Bintara dalam *live streaming*-nya.

Teknik ganjaran, memberikan potongan harga, *voucher* gratis ongkos kirim, dan sesi konsultasi bersama dokter merupakan salah satu cara apoteker Apotek Sumber Sehat Bintara menarik minat penonton atau calon konsumen. Yang di mana hal ini merupakan bentuk dari teknik ganjaran.

Teknik tataan, menggunakan bahasa yang mudah dimengerti ketika menjelaskan obat atau produk kesehatan kepada penonton atau calon konsumen adalah cara apoteker Apotek Sumber Sehat Bintara menggunakan teknik tataan dalam *live streaming*-nya.

Teknik *red herring*, Apotek Sumber Sehat Bintara dalam *live streaming*-nya ketika menemukan situasi terdesak mencoba untuk meluruskan kesalahannya dengan bahasa yang halus dan diselingi dengan candaan agar suasana *live streaming* tetap nyaman dan kondusif.

## REFERENSI

- Agustin, Anggi & Sampoerno. (2023). Teknik Komunikasi Persuasif *Host Live Streaming* Terhadap Penonton di Aplikasi Wish Live. *Jurnal Impresi Indonesia (JII)*. 2(7), 664-672.
- Asyraf, Jovan Abdul., Melyanti, Elsa Dwi., Turgarini, Dewi., & Ningsih, Caria. (2022). Tren Live Streaming di Platform E-commerce: Seni Berkomunikasi Dalam Memberi Efek berkomunikasi. *Jurnal Inovasi Penelitian*. 3(2), 4745-4750.
- Chen, C.C., Hsiao, K. L., & Wu, S. J. (2018). Purchase Intention in Social Commerce: An Empirical Examination of Perceived Value and Social Awareness. *Library Hi Tech*. 36(4), 583-604.

- Effendy, Onong Uchjana. (2015). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- \_\_\_\_\_ (2019). Dinamika Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ginee. (2021, 19 Oktober). Sejarah Shopee di Indonesia: Marketplace Sukses di Tanah Air. <https://ginee.com/id/insights/sejarah-shopee-indonesia/>
- Helaludin., & Wijaya, Hengki. (2018). Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktik. Makassar: Sekolah Tinggi Theologia
- Jaffray Makassar. Hennita, Gisela., Prisyliya, Meisy Efna., & Saffira, Violita. (2020). Analisis Komunikasi Persuasif Pada Akun Instagram Frelynshop Dalam Meningkatkan Brand Image. Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi. 3(2), 227-240.
- Hilvert-Bruce, Z., Neill, J.T., Sjöblom, M., & Hamari, J.(2018). Social Motivations of Live-Streaming Viewer Engagement on Twitch.Computers in Human Behavior. 84, 58-67.
- Komalawati, Veronica. (2020). Tanggung Jawab Apoteker Dalam Pelayanan obat Dengan Resep Dokter. Jurnal Poros Hukum Padjajaran, 1(2). <https://doi.org/10.23920/jphp>
- M.Hardjana, Agus. (2016). Ilmu Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mirawati, Ira. (2021). Pemanfaatan Teori Komunikasi Persuasif Pada Penelitian E-Commerce di Era Digital. Medium Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi. Universitas Islam Riau. 9(1),58-80
- Moleong, L. J. (2017). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mudani, Luh Sri., & Ariantini, Kadek Rista. (2021). Strategi Komunikasi Persuasif Dengan Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Berbasis Digital. Comment Jurnal Mahasiswa Ilmu Komunikasi. 1(1), 51-60.
- Mulayana, Deddy. (2013). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Pradatha, Kiki., & Muksin, Nani Nurani. (2021). Komunikasi Pemasaran Secara Persuasif Melalui Infografis Pada Instagram ethis.co.id. Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis. 5(1), 29-3.
- Prasetyo, Bambang D., & Febriani, Nufian S. (2020). Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi Dalam Bisnis. Malang: UB Press.
- Rizki, A.G., Hidayat, K., & Devita Rahma. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Indonesia. JurnalAdministrasi Bisnis. 72(2), 49- 56.
- Santosa, P.A.D., Santyadiputra, GS., ST, M.C., & Pradnyana.I.M.A. (2017). PYLE: Aplikasi E-Commerce Menggunakan Sistem Informasi Geografis. KARMAPATI (Kumpulan Artikel Mahasiswan Pendidikan Teknik Informatika). 6(1), 168-181.
- Sari, Sinta Puspita., Fadilah, Muhammad Rizal., Fahmi, Rul., & Firmansyah, Ricky. (2023). Analisis Komunikasi Bisnis Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Sishop\_Id Pada Fitur Live di Aplikasi Shopee. Student Research Journal. 1(3), 176-189.

- Soemirat, Soleh., & Suryana, Asep. (2014). Komunikasi Persuasif. Purwokerto: Universitas Terbuka.
- Suherman, Queentania., & Septia Winduwati. (2021). Analisis Komunikasi Persuasif Tenaga Pemasar Asuransi untuk Promosi Produk (Studi Kasus Asuransi Inspiring Agency). *Prologia*. 5(1), 162-166.
- Tania, Cinthya., & Laksono, Cinthya Tania. (2022). Strategi Pesan Persuasif di Media Sosial Instagram @Somethincofficial. *Avant Grade: Jurnal Ilmu Komunikasi*. 10(1), 30-45.
- Wang, Ye., Lu, Zhicong., Cao, Peng., Chu, Jingyi., Wang Haonan., & Wattenhofer, Roger. (2021). How Live Streaming Changes Shopping Decisions in E-commerce: A Study of Live Streaming Commerce. SSRN. 1-25. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3874121>
- Widjarnako, Kartika Irene., & Yulianto, Andik. (2021). Gaya Bahasa dan Teknik Persuasi Pada Iklan Instagram Toko Kosmetik Daring Sociolla.
- Bapala. 8(3), 31-38. Winarso, Heru Puji. (2016). *Sosiologi Komunikasi Massa*. Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher.
- Wongkitrungrueng, Apriadee., & Assarut Nuttapol. (2020). The Role of Live Streaming in Building Consumer Trust and Engagement with Social Commerce Sellers. *Journal of Business Research*. 117, 543-556