

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul analisis gaya komunikasi penjual pada akun TikTok @grosirshop\_stuff. penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyak konten yang di posting di akun @grosirshop\_stuff dengan produk terbaru dan ditestimoni langsung untuk meyakinkan pelanggan dengan kualitas produk dengan bermacam model rok, celana dan pakaian wanita. Gaya komunikasi yang dilakukan pada akun TikTok @grosirshop\_stuff yaitu dengan membujuk, merayu, mengajak dan menyapa penonton atau audiens untuk membeli barang yang mereka jual dan promosikan. Selain konten, mereka juga melakukan live streaming tujuan untuk meningkatkan interaksi dengan followers juga memudahkan konsumen membeli barang yang sudah tersedia di keranjang kuning TikTok. Penelitian kualitatif ini dilakukan pada empat informan yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan tersebut. Pada penelitian ini, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Untuk menganalisis data, teknik ini digunakan untuk mereduksi data, menyajikan data, dan menarik kesimpulan. Teori komunikasi persuasif digunakan untuk memahami penelitian ini dan menganalisis gaya komunikasi yang digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa melakukan transaksi di akun TikTok @grosirshop\_stuff menggunakan 2 gaya komunikasi yaitu the equalitarian style dan The Structuring Style terbukti dari hasil wawancara yang telah dilakukan. selanjutnya @grosirshop\_stuff tentu dengan menggunakan cara persuasif, @grosirshop\_stuff membujuk audiens, merayu, meyakinkan bahwa barang yang mereka promosikan adalah barang kualitas yang terjamin. saat ini @grosirshop\_stuff tetap mempertahankan ciri khas dalam gaya komunikasinya supaya toko tersebut semakin dikenal.