

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi interaksionisme simbolik barista dan pelanggan di Ethikopia bertujuan untuk menciptakan kedekatan pelanggan. Proses interaksi simbolik yang dilakukan oleh barista mengikuti tahapan-tahapan yang baik dengan pelanggan dan tujuan komunikasi yang ingin dicapai. Sesuai dengan rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu bagaimana interaksionisme simbolik barista Ethikopia kepada pelanggan, maka ditemukan adanya simbol verbal dan non verbal yang dibuat, untuk menarik pelanggan agar merasa puas datang ke Ethikopia. Hal ini dapat dilihat dalam skripsi yang peneliti sampaikan, yaitu:

Mind (pikiran) pada tahap awal *mind* (pikiran) ini, barista mampu mengidentifikasi pelanggannya yang berbeda-beda dengan membuat simbol-simbol yang mudah dipahami satu sama lain, pelanggan dapat mengerti simbol dan bahasa yang digunakan. Barista menunjukkan perbedaan dalam penggunaan simbol interaksi saat berkomunikasi dengan pelanggan dekat dan pelanggan umum, dengan pelanggan dekat barista cenderung personal, hangat dan santai, sehingga menciptakan suasana yang lebih dekat. Di sisi lain, ketika berinteraksi dengan pelanggan umum, simbol yang digunakan bersifat lebih formal dan netral. Dengan ini peran barista sangat berpengaruh bagi pelanggan. Namun komunikasi tidak tercapai pada saat pelanggan tidak mengerti simbol yang diberikan oleh barista, maka ini menjadi intropeksi pada barista untuk menggunakan simbol yang mudah dipahami pelanggan dan memberikan penjelasan terhadap pelanggan umum yang belum paham dengan simbol dan aktivitas yang dilakukan di Ethikopia.

Terdapat simbol-simbol pertukaran dalam interaksi barista dan pelanggan di Ethikopia. Pertukaran simbol tersebut dapat menimbulkan makna tersendiri bagi dua jenis pelanggan yang berbeda saat berinteraksi dengan

barista. Barista dan pelanggan membangun hubungan interpersonal dengan menggunakan simbol verbal maupun non verbal, sehingga dapat memahami makna antara satu sama lain dan mempunyai kesepahaman makna.

Self (diri) menjadi tahap selanjutnya untuk menciptakan kedekatan pelanggan. Penyesuaian terhadap masalah yang dialami pelanggan dapat ditangani oleh barista dengan menyesuaikan dirinya sendiri terhadap pelanggan yang sedang ia hadapi. Kemampuan berinteraksi antara pelanggan akrab dan pelanggan umum merubah sudut pandang setiap barista, maka penyesuaian diri ini terdapat didalam diri barista Ethikopia untuk meningkatkan kedekatan kepada pelanggan. Dengan ini *self* adalah kemampuan seseorang untuk merefleksikan diri dari penilaian sudut pandang orang lain.

Konsep diri barista dan pelanggan saat berinteraksi bergantung dengan bagaimana individu tersebut memahami makna dalam interaksi yang dilakukan serta memaknai makna tersebut hingga terbentuk suatu konsep pemaknaan dalam dirinya. Penyesuaian dalam diri barista menempatkan perubahan pada dirinya sendiri ketika berhadapan dengan pelanggan dekat dan pelanggan umum.

Society (masyarakat) merupakan kumpulan dari berbagai aspek sosial yang meliputi suku bangsa, adat, budaya, agama dan lain sebagainya. Perkembangan individu terjadi melalui interaksi dengan lingkungan sekitarnya, yang pada akhirnya akan membentuk konsep diri seseorang. Dalam prakteknya barista dan pelanggan telah menjalin hubungan yang baik, pengaruh barista yang dilakukan terhadap pelanggan saling menghargai dan tidak membedakan antara pelanggan satu dengan yang lainnya. Pelanggan dan barista mampu berinteraksi terhadap situasi sosial yang sedang terjadi didalam lingkup Ethikopia.

Dalam proses komunikasi interaksi simbolik dalam lingkup society, dimana hubungan kedekatan yang terjalin antara barista dan pelanggan dekat telah terjadi dalam tiga kali pertemuan antara keduanya, maka terciptalah simbol yang dibuat oleh keduanya yang mana maknanya sudah disepakati bersama. Dari hal tersebut, pelanggan umum dapat menjadi pelanggan dekat

apabila interaksi yang mereka lakukan sudah dilakukan berulang kali dan membuat makna yang mereka sudah paham pada saat berada dilingkungan Ethiopia.

Maka barista dan pelanggan dalam *society* hidup dalam suatu lingkungan atau situasi yang berada di Ethikopia dengan dipenuhi simbol-simbol komunikasi pada saat mereka berinteraksi, terjadi proses kesepemahaman antar individu. Tiap individu akan memberikan tanggapan terhadap simbol-simbol komunikasi yang disampaikan, seperti menanggapi rangsangan (stimulus) dari jalannya interaksi tersebut.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti jabarkan mengenai komunikasi interaksionisme simbolik dalam menciptakan kepuasan pelanggan di Ethikopia terdapat beberapa saran sebagai berikut:

5.2.1 Bagi Penelitian Selanjutnya

Peneliti memberikan saran kepada penelitian selanjutnya mengenai komunikasi interaksi simbolik dalam menciptakan kedekatan pelanggan di Ethikopia masih memiliki ruang luas untuk dikembangkan. Maka dari itu, disarankan penelitian selanjutnya untuk lebih mendalami lebih jauh interaksi simbolik yang mendukung upaya barista untuk menciptakan kedekatan dengan pelanggan. Sangat disarankan untuk mendalami indikator-indikator keunikan simbol komunikasi dengan pendekatan secara mendalam data empiris yang ada di lapangan, seperti variasi dalam sapaan, perubahan dalam gestur, dan penggunaan simbol khusus yang digunakan dalam komunitas tertentu. Indikator-indikator ini bisa dikembangkan menjadi argumen yang lebih tajam mengenai bagaimana simbol-simbol tersebut membedakan interaksi di tempat penelitian atau *coffee shop* lain. Penelitian selanjutnya diharapkan menjelaskan bagaimana interaksi ini terjadi dengan pelanggan dekat maupun pelanggan umum. Tujuannya untuk memahami strategi komunikasi yang efektif untuk membangun hubungan yang dekat dengan pelanggan.

5.2.2 Bagi Institusi Lembaga

Bagi lembaga peneliti memberikan saran untuk dapat lebih mengembangkan dan memperluas komunikasi dengan simbol yang mempermudah pelanggan untuk berinteraksi yang lebih interaktif dan inovatif. Kemudian keterlibatan pelanggan bisa dapat lebih dekat lagi melalui interaksi yang dilakukan antara barista dan pelanggan di Ethikopia. Selain itu, penting bagi institusi untuk mendorong terbentuknya hubungan yang dekat antara barista dan pelanggan dengan metode komunikasi menggunakan simbol yang mudah dipahami oleh pelanggan. Dengan demikian, interaksi yang terjalin tidak hanya sebatas transaksi antara pelayan dan pelanggan seperti biasa, namun membangun suasana yang hangat dan ramah sehingga meningkatkan kualitas layanan sekaligus menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan.

Maka disarankan bagi lembaga untuk terus menghadirkan inovasi dalam penggunaan simbol komunikasi yang unik, seperti menciptakan sapaan baru atau ritual tertentu yang bisa memperkuat hubungan antara barista dan pelanggan. Hal ini tidak hanya bertujuan meningkatkan loyalitas pelanggan, tetapi juga dapat menjadi daya tarik tersendiri yang membedakan Ethikopia dari pesaing.