

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena perbedaan karakteristik komunikasi anak di berbagai cabang Toko Alat Tulis Prestasi, yang menuntut adanya gaya komunikasi yang adaptif dari Sales Promotion Girl (SPG) dalam memberikan pelayanan. Anak-anak sebagai pelanggan memiliki pola komunikasi yang khas, berbeda dengan orang dewasa, sehingga pelayanan yang ramah, komunikatif, dan sesuai dengan kebutuhan psikologis mereka sangat dibutuhkan. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gaya komunikasi SPG dalam pelayanan pelanggan anak, baik secara verbal maupun nonverbal, serta bagaimana gaya tersebut memengaruhi kenyamanan dan loyalitas pelanggan anak.

Secara teoritis, penelitian ini mengacu pada konsep gaya komunikasi interpersonal, khususnya yang dikemukakan McCornack & Morrison (2019) mengenai gaya komunikasi asertif, pasif, agresif, dan suportif. Teori tersebut dipadukan dengan penelitian terdahulu yang menekankan pentingnya komunikasi afektif, visual, dan partisipatif dalam melayani anak-anak. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif pendekatan fenomenologi, penulis berusaha menggali pengalaman hidup SPG melalui wawancara mendalam dan observasi partisipatif di beberapa cabang Toko Prestasi. Paradigma konstruktivis dipilih karena penelitian ini memandang realitas sosial sebagai hasil interaksi SPG dengan pelanggan anak.

Selain komunikasi verbal, SPG juga memanfaatkan komunikasi nonverbal dalam pelayanan, seperti senyuman, nada suara lembut, gerakan tubuh, dan kontak mata. Unsur nonverbal ini sangat membantu dalam membangun kedekatan emosional dengan anak-anak, terutama bagi anak yang pemalu atau kurang percaya diri. Penggunaan gestur yang ramah dan ekspresif menjadi jembatan penting untuk menciptakan suasana yang nyaman dan menyenangkan.

Temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa SPG mampu mengenali beragam karakteristik anak-anak yang datang ke toko, seperti anak yang aktif, pendiam, atau yang masih bergantung pada orang tua. Setiap tipe anak ditanggapi dengan pendekatan berbeda, menunjukkan bahwa SPG memiliki kemampuan interpersonal yang baik dalam menyesuaikan gaya komunikasi mereka sesuai situasi.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan pelayanan pelanggan anak di **Toko Prestasi** sangat dipengaruhi oleh kemampuan SPG dalam menyesuaikan gaya komunikasi dengan karakteristik psikologis anak. Pelayanan yang komunikatif, ramah, dan adaptif tidak hanya menciptakan pengalaman belanja yang menyenangkan, tetapi juga memperkuat citra **toko** sebagai ritel ramah anak serta membangun loyalitas pelanggan sejak usia dini. Penelitian ini menegaskan pentingnya pelatihan komunikasi khusus bagi SPG agar mampu menghadapi keberagaman karakter anak, sekaligus memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan studi komunikasi interpersonal di ranah pelayanan ritel.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai kontribusi untuk pengembangan praktik pelayanan dan penelitian lanjutan di bidang komunikasi pelanggan anak.

- 1) **Manajemen toko** alat tulis **Prestasi** disarankan untuk memberikan pelatihan komunikasi yang lebih terstruktur bagi para SPG, khususnya dalam memahami psikologi anak dan teknik komunikasi edukatif. Pelatihan ini akan membantu meningkatkan kemampuan SPG dalam menghadapi anak-anak yang memiliki karakteristik komunikasi yang berbeda-beda.
- 2) Bagi SPG itu sendiri, penting untuk terus mengembangkan pendekatan komunikasi yang fleksibel dan kreatif, dengan tetap mengedepankan empati dan kejelasan informasi. SPG juga perlu lebih aktif mengevaluasi gaya

komunikasi mereka agar sesuai dengan perubahan perilaku anak-anak di era digital yang semakin kritis dan visual.

- 3) Toko diharapkan menyediakan pedoman standar pelayanan pelanggan anak, termasuk panduan komunikasi verbal dan nonverbal. Pedoman ini akan mempermudah SPG dalam menyamakan pola interaksi agar tetap konsisten, sekaligus mempertahankan kualitas layanan di semua cabang toko.
- 4) Untuk peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai pengaruh lingkungan sosial dan peran orang tua terhadap pola komunikasi anak saat berbelanja. Hal ini dapat memperkaya perspektif dan memperluas cakupan penelitian di bidang komunikasi anak dan layanan publik.
- 5) Dalam konteks dunia kerja, pendekatan komunikasi berbasis empati seperti yang dilakukan oleh SPG di toko alat tulis Prestasi dapat dijadikan contoh untuk profesi layanan lainnya. Komunikasi yang menyesuaikan dengan karakteristik usia dan psikologi pelanggan dapat menciptakan interaksi yang harmonis dan memperkuat citra positif lembaga atau perusahaan di mata konsumen sejak usia dini.