

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil sajian penelitian dan analisis pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya mengenai proses komunikasi interpersonal antara *driver Shopeefood* dengan pengguna dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Proses interaksi komunikasi interpersonal yang dilakukan *driver Shopeefood* diurutkan berdasarkan tahapan interaksi oleh DeVito yaitu dimulai dari kontak (*contact*), keterlibatan (*involvement*), dan keakraban (*intimacy*). Diawali dengan tahapan kontak yang membuka peluang bagi *driver Shopeefood* menyapa terlebih dahulu kepada pengguna untuk memberikan kesan pertama yang baik berupa kesopanan dan keramahan. Selanjutnya masuk ke tahap keterlibatan yaitu *driver Shopeefood* menarik simpati pengguna agar terlibat dalam komunikasi lebih aktif dengan cara menggali informasi detail pesanan sesuai yang diharapkan. Terakhir terdapat tahapan keakraban yang mana *driver Shopeefood* berhasil menarik perhatian pengguna.
2. Komponen yang membangun komunikasi interpersonal meliputi konteks yang menjadi penyebab bertemunya *driver Shopeefood* dengan pengguna berperan sebagai pengirim dan penerima. Pesan diungkapkan dalam pertukaran informasi satu sama lain melalui media atau saluran berupa aplikasi *Shopeefood*, serta timbal balik berupa saling mengharapkan sesuatu agar timbul efek yang muncul dari perasaan *driver* maupun pengguna. Timbal balik dapat menandakan bahwa komunikasi interpersonal *driver Shopeefood* dengan pengguna dapat berlaku efektif diketahui atas dasar keterbukaan untuk selalu jujur, menggunakan empati untuk melibatkan perasaan masing-masing, tetap memberikan dukungan yaitu sama sekali tidak melibatkan evaluasi, menggunakan rasa positif sebagai ungkapan yang lebih akrab, serta berpikir tidak membeda-

bedakan pengguna. Sedangkan efek komunikasi interpersonal ialah perasaan yang timbul dari mayoritas pengguna telah merasa puas dengan kinerja pelayanan *driver Shopeefood* mempertimbangkan keramahan, kesesuaian, kehandalan, kesopanan, dan efisiensi waktu. Maka dari itu, *driver Shopeefood* dapat mencapai kepuasan pengguna melalui proses komunikasi interpersonal yang efektif.

3. Strategi komunikasi diperlukan apabila pengguna merasa tidak puas dengan pelayanan *driver Shopeefood* yang ditandai dengan sikap pengguna kurang responsif atau *driver* memperoleh penilaian buruk. Upaya utama yang dilakukan menghadapi hambatan adalah dengan menyeimbangkan harapan pengguna sesuai dengan keinginan sebelumnya dan pengguna kembali puas atas kinerja *driver Shopeefood* yang semakin dapat dipercaya dan diandalkan.

#### **B. Saran**

Setelah mempelajari hasil penelitian dan kesimpulan dari analisis pembahasan, maka penulis dapat mengajukan beberapa saran yang diuraikan sebagai berikut.

##### **1. Saran Praktis**

Untuk *driver Shopeefood* diupayakan tetap menjaga kualitas pelayanannya agar menjaga loyalitas pengguna dalam memanfaatkan jasa pesan antar makanan *Shopeefood* di tengah persaingan yang akan semakin ketat. Terutama melalui komunikasi yang efektif, *driver Shopeefood* akan sangat dipandang memiliki kemampuan menarik perhatian pengguna lebih luas.

##### **2. Saran Akademis**

Untuk peneliti selanjutnya dalam membahas penelitian yang sama, dapat menggunakan referensi yang lebih variatif agar menemukan hasil temuan yang berkembang daripada sebelumnya.