

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif tentang Komunikasi *Interpersonal Barberman Dengan Customer* Di *Jules Hairstylist* Jatimulya, Bekasi Dalam Mencapai *Goodwill Satisfaction*. Data yang diperoleh dengan melakukan wawancara mendalam dengan beberapa informan *Barberman* dan juga *Customer*. Sesuai data yang diperoleh, penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan, diantaranya:

1. Komunikasi merupakan hal penting yang harus dilakukan oleh *Barberman* kepada *Customer* didalam proses mencukur. Jenis komunikasi yang paling efektif dalam *barbershop*, yaitu komunikasi *Interpersonal*. Oleh karena itu, komunikasi *Interpersonal Barberman* atau tukang pangkas rambut berperan sangat penting dalam suatu pelayanan *barbershop*. *Barberman* di *barbershop* tidak hanya harus memiliki *skill* kemampuan mencukur rambut yang baik dan bagus tetapi juga berkomunikasi ketika memberikan pelayanan. Sebab, *Barberman* secara langsung berhadapan tatap muka, melayani, dan berkomunikasi dengan para *Customer*. Ketika berhadapan dengan *Customer*, *Barberman* harus pandai berkomunikasi dengan *Customer* dengan cara membuka suatu obrolan dan menanyakan model rambut yang diinginkan. Selama melakukan proses mencukur rambut hingga selesai, *Barberman* juga harus aktif berkomunikasi dan menjadi pendengar yang baik bagi *Customer* apabila ia mempunyai masukan sehingga pesan yang disampaikan oleh *Customer* dapat diterima dengan baik oleh sang *Barberman* (tukang cukur) tersebut.
2. Para *Barberman* di *Jules Hairstylist* Bekasi dalam memberikan pelayanan kepada *Customer* sangat interaktif untuk memenuhi kepuasan dan hubungan baik, dengan cara menanyakan referensi sampai memberikan rekomendasi dengan berbicara seputar latar belakang *Customer* agar pemenuhan tujuannya

tercapai yaitu kepuasan (*Satisfaction*) dan *Goodwill* (hubungan baik) , Selain handal dalam proses mencukur *Barberman* juga

5.2 Saran

5.2.1 Saran Bidang Akademik

Penelitian mengenai komunikasi *Interpersonal* antara *Barberman* pria dengan *Customer* pria ini diharapkan bisa membuat mahasiswa khususnya jurusan Ilmu Komunikasi untuk lebih mengetahui bahwa komunikasi merupakan hal penting yang dilakukan *Barberman* dalam proses mencukur untuk memberikan suatu pelayanan maksimal kepada *Customer* sehingga tercipta hasil cukuran yang di inginkan.

Banyak mahasiswa yang belum mengetahui tentang komunikasi *Interpersonal* kepada *Customer*. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dengan penelitian sejenis disarankan untuk meningkatkan ketelitian dengan baik dalam kelengkapan data penelitian.

5.2.2 Saran Bidang Praktis

1. Peneliti menyarankan kepada pelaku usaha *Hairstylist* atau *barbershop* lain selain *Jules Hairstylist* untuk menata proses pelayanan di tempat cukurnya, standar operasional usaha yang menitikberatkan kepada pelayanan yang ramah, jelas suasana yang nyaman dan komunikasi yang ringan haruslah diutamakan selain dari keahlian dalam mencukur rambut, adapun potongan yang bagus belum menentukan kepuasan *Customer* yang di buktikan dengan kembalinya *Customer* tersebut untuk mencukur, namun juga memberikan kesan bahwa *Hairstylist* di tempat cukur tersebut sangat ramah dan ahli.
2. bagi pengembang dalam penelitian ini di harap untuk memfokuskan nilai komunikasi dalam bentuk promosi, atau pengembangan nilai usaha lainnya dalam persepsi komunikasi.
3. Kepada seluruh *Hairstylist* diharapkan untuk mampu dan aktif dalam berkomunikasi terhadap *Customer*, dikarenakan dengan tumbuhnya

komunikasi antara *Hairstylist* dan *Customer* akan menghasilkan keakraban yang kelak berimbas terhadap kepuasan *Customer*, yang tidak hanya berdasarkan bentuk cukurannya saja.

