

## **BAB 5 PENUTUP**

### **5.1 Simpulan**

Simpulan pada penelitian ini adalah komunikasi budaya muncul saat interaksi antara kru dan klien yang memiliki latar belakang budaya berbeda. Dibuktikan bahwa hipotesa awal adanya komunikasi budaya tersebut ada wujudnya. Setelah dikupas melalui teori negosiasi rupa, wujudnya berupa penghindaran konflik yang dilakukan AKSARA WO kepada klien saat interaksi tersebut berlangsung.

Hal tersebut disebabkan oleh AKSARA WO dalam merekrut orang-orang dengan latar belakang budaya yang sama, sehingga mereka bekerja sesuai dengan latar belakang budaya mereka masing-masing padahal pada kenyataannya klien yang menggunakan jasa AKSARA WO juga terdiri dari berbagai macam latar belakang budaya. Hal tersebut menyebabkan sering terjadinya kesalahpahaman komunikasi antara kru dan klien. Artinya, AKSARA WO belum cukup memberikan pembelajaran mengenai pemahaman budaya khususnya budaya pesta pernikahan berbagai macam suku. Kurang pahamnya ragam budaya pada internal AKSARA WO ini, dapat menyebabkan AKSARA WO cepat atau lambat ditinggalkan kliennya karena dianggap tidak *mumpuni*.

Sebagai perusahaan penyedia jasa yang memiliki pasar target yang luas tentunya selain sikap *openminded* dan pemikiran yang kreatif AKSARA WO juga harus bisa menyediakan semuanya. Misalnya, dianalogikan AKSARA WO sebagai toko, AKSARA WO seharusnya menjadi toserba atau toko serba ada, artinya AKSARA WO sebagai toserba memiliki apapun yang diinginkan klien dan mampu melayani apa pun yang diinginkan calon pembeli. Setiap klien pasti memiliki keinginan berbeda karena tergantung adat yang mereka

pilih untuk acara pernikahan mereka, namun AKSARA WO ternyata belum mampu memenuhi semua keinginan klien dengan menyajikan segala *pakem* yang ada pada tiap adat budaya pernikahan, serta kreativitas memadukan dengan budaya sekitar.

Masalah lain yang dihadapi AKSARA WO berkaitan dengan kontrak kerja, selain dengan keanggotannya sendiri juga masalah kontrak dengan vendor. Jika klien kontak langsung dengan vendor-vendor, dengan kata lain mengambil paket yang bukan *all-in* maka klien akan menghubungi sendiri vendor tersebut. Hal ini sering menjadi masalah karena pihak keluarga akan menanyakan masalah terkait vendor kepada AKSARA WO yang saat itu sedang *running* sebuah *event* misalnya. Kekurangan AKSARA WO berkaitan dengan hal ini adalah penempatan pekerja yang sedang *incharge* dan ditempatkan dalam posisi tertentu, sementara pihak keluarga jika menanyakan sesuatu terkait *event* dijawab “tidak tahu” atau “kurang tahu”. Keadaan itu membuat tim pelaksana AKSARA WO menjadi terlihat kurang profesional dalam bekerja pada sebuah *event*.

Pada studi kualitatif terdapat istilah *lesson learn* (berdasarkan kajian lapangan). Artinya, menguraikan hasil temuan sesuai dengan fakta-fakta empirik yang dilihat dan diamati dari AKSARA WO. Sehingga, karena AKSARA WO sudah menjadi lembaga yang bersertifikasi dan memiliki banyak klien, AKSARA WO harus bisa menyediakan kebutuhan klien yang berbeda-beda sesuai dengan latar belakang budayanya agar dapat terus mempertahankan eksistensinya di dunia industri penyedia jasa di tengah banyaknya kompetitor. Sehingga, dari hasil penelitian dan merujuk pada teori *wedding organizer* yang telah penulis jelaskan pada bab pendahuluan, yang dimaksud dengan syarat penyedia jasa perhelatan yang ideal dapat dirumuskan sebagai berikut;

1. Lembaga yang sudah bersertifikasi. Artinya, lembaga tersebut sudah terdaftar sebagai perusahaan yang profesional sesuai dengan nilai-nilai kesesuaian yang ditetapkan oleh lembaga yang menaunginya (HASTANA). Sehingga sertifikasi tersebut dapat menjadi jaminan bahwa perusahaan tersebut terjamin mutunya dan telah memenuhi standar atau regulasi sebagai penyedia jasa perhelatan pesta pernikahan,
2. Pemberdayaan pekerja *WO* secara optimal. Artinya, perusahaan memberikan pembelajaran kepada pekerja mengenai pemahaman kebudayaan khususnya budaya pesta pernikahan pada berbagai macam suku di Indonesia. Kesetaraan pengetahuan akan informasi ini berlaku untuk seluruh kru yang terlibat dalam *hospitality* yang diberikan *WO* kepada klien,
3. Representasi jati diri dengan maksimal melalui media sosial sebagai strategi bisnis. Artinya, memilih *platform* mana yang mampu secara optimal menampilkan profil usaha, melampirkan pengalaman *event* serta *wedding directory* yang lengkap untuk klien, mengelola *wedding directory* tersebut dengan mengikuti *trend* yang berlangsung dan kegiatan keakraban yang diselenggarakan *WO*,
4. Struktur organisasi dan sistem perekrutan yang jelas. Artinya, setiap jabatan harus berjalan sesuai fungsi dan tupoksinya. Sistem perekrutan yang jelas alurnya mulai dari pengisian data diri, wawancara sampai kontrak kerja. Hal tersebut berguna untuk komunikasi organisasi yang lebih baik.

Pelayanan yang sebaiknya diberikan kepada klien adalah sebagai berikut;

1. Memberikan model-model atau konsep pernikahan sesuai dengan kebutuhan klien (sesuai dengan latar belakang budaya klien)

2. Memberikan konsultasi dan informasi kepada klien untuk menemukan solusi-solusi pada setiap masalah klien seputar perhelatan pesta pernikahan
3. Bekerja dengan cepat, kreatif, komunikatif dan adaptif terhadap permasalahan atau perubahan rencana pada saat hari H pesta pernikahan
4. Memberikan pelayanan fleksibel. Artinya, penambahan jasa atau pemakaian jasa diluar paket yang sudah disediakan
5. Memberikan pilihan berupa paket-paket pernikahan supaya dapat menasar berbagai kalangan

## **5.2 Saran**

Sumbangan hasil kajian ini adalah ke depannya *wedding organizer* di kota besar dengan klien yang memiliki keberagaman budaya itu sarat untuk berkembang. Untuk itu, *wedding organizer* harus memenuhi syarat atau idealnya sebuah perusahaan penyedia jasa. Seperti misalnya, lembaga tersebut harus sudah bersertifikasi, memberdayakan pekerjanya secara optimal, menampilkan portofolio sebaik mungkin dan membentuk struktur organisasi dan sistem perekrutan yang jelas.

Susunan struktur organisasi yang jelas, karena struktur organisasi merupakan hal utama yang harus dimiliki sebuah organisasi yang akan menjalankan dan memegang teguh pilar-pilar perusahaan yang berupa visi dan misi perusahaan. Bahkan hal ini tidak hanya untuk sebuah lembaga organisasi seperti *WO*, namun juga berlaku untuk organisasi apa pun. Adanya susunan struktur organisasi yang jelas adalah sebuah keharusan. Struktur organisasi ini akan berkaitan dengan keanggotaan. Apabila struktur organisasinya jelas, maka setiap orang dalam struktur tersebut sudah mendapat jabatan dan *job desk*-nya masing-masing.

Dengan begitu, keanggotaannya otomatis akan mengikuti atasannya pada masing-masing bidang. Dalam perekrutan anggota pekerja sebagai pekerja dalam sebuah *event* akan lebih baik jika setiap lembaga *WO* memiliki tim inti pelaksana. Jadi, walaupun bekerja sebagai *gig economy* atau *freelancer* mereka lebih baik terikat dengan perusahaan walaupun tidak tetap namun ada kontrak kerja yang jelas sebagai tim inti. Hal ini berguna untuk perusahaan dan lembaga-lembaga penyedia jasa seperti misalnya *wedding organizer*, *event organizer*, dan sebagainya. Apalagi ketika misalnya sebuah lembaga *WO* memiliki beberapa *event* sekaligus dalam satu hari yang sama. Sehingga tidak akan terjadi ketimpangan dalam setiap *event* pada satu hari tersebut. Artinya, beberapa orang pekerja dalam setiap *event* sudah paham dan hafal di luar kepala tata acara, tata adat dan sebagainya. Sedangkan anggota pekerja *freelance* lainnya nanti ikut menyesuaikan dengan meng-*handle* bidang atau pos-pos yang mudah, yang memerlukan sedikit waktu untuk memahaminya.

Hal lain yang perlu ditingkatkan selain *bonding* antarpekerja adalah *bonding* dengan vendor lain. Misalnya, *bonding* AKSARA *WO* dengan klien vendor, karena AKSARA *WO* tidak mungkin sendiri untuk meghadirkan keinginan klien sehingga AKSARA *WO* membutuhkan bantuan dari vendor lain seperti menyediakan makanan yang di *handle* vendor *catering*, membuat dekorasi oleh vendor pendekor, tata rias dan busana yang biasanya dipegang oleh vendor *makeup artist*, dan sebagainya. Oleh sebab itu, AKSARA *WO* harus menjalin kerjasama seluas-luasnya dan sebaik mungkin dengan berbagai macam vendor, supaya ketika AKSARA *WO* diminta untuk mewujudkan apa pun keinginan klien dengan mudah dapat menyanggupinya.

Masalah lain yang berhubungan dengan vendor, klien dan lembaga penyedia jasa adalah sering terjadi *miss communication* atau miskom, untuk meminimalisir masalah

tersebut lembaga penyedia jasa seharusnya bertugas untuk menjembatani komunikasi antara pihak klien dengan vendor lain dengan memastikan dan meneliti kembali apakah semua sudah berjalan semestinya sesuai dengan *MOU* yang telah di sepakati sebelumnya. Jika masih terjadi hal-hal yang tidak diinginkan ketika hari H ataupun tidak tercantum dalam *MOU* sebaiknya sebagai lembaga penyedia jasa tidak menjawab pertanyaan klien dengan jawaban “tidak tahu” lebih baik dijawab dengan jawaban menggantung, misalnya “Saya koordinasikan dengan tim dahulu” atau “Coba saya *follow up* ke vendor dahulu”, karena dengan jawaban tersebut klien akan merasa lebih tenang atau setidaknya klien akan memandang lembaga penyedia jasa tersebut sedikit lebih profesional. Misalnya, pada AKSARA *WO* sering terjadi salah pengertian antara klien dengan vendor padahal ketika sebuah *event* sudah *running* saat itu pihak vendor tidak selalu *stand by* di *event* tersebut. Akhirnya *WO* sebagai vendor yang *running event* saat itu akan di kejar pertanyaan-pertanyaan karena dianggap sebagai jembatan komunikasi antara pihak klien dengan vendor. Sementara itu, sebenarnya pihak *WO* benar-benar tidak mengetahui mengenai *MOU* yang telah disepakati klien dengan salah satu vendor. Hal ini sering terjadi apabila klien menghubungi sendiri vendor tersebut dan telah membuat kesepakatan di luar AKSARA *WO*.