

BAB IV

PENUTUP

Berdasarkan hasil paparan data beserta temuan penelitian pada bab IV dan pembahasan pada bab V, berikut merupakan kesimpulan dari peneliti guna menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini:

A. Kesimpulan

1. Komunikasi interpersonal “Mbok Jamu Segar” pada jaman dulu dengan di era digital mengalami pergeseran. Penyebabnya ialah pergeseran perilaku konsumsi masyarakat di Kota Kediri terhadap kelompok makanan maupun bukan makanan menurut hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) Badan Pusat Statistik (BPS) dalam Katalog *Kediri Municipality in Figures* 2020 tentang pengeluaran rata-rata perkapita perbulan di Kota Kediri pada tahun 2019 untuk kelompok makanan sebanyak 45,46% dan kelompok bukan makanan sebanyak 54,54%, serta representasi, persepsi dan preferensi konsumen dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan mengkonsumsi jamu. Sehingga berimbas pada perubahan perilaku “Mbok Jamu Segar”. Pertama terkait peralihan jamu gendong ke pemanfaatan transportasi pribadi seperti sepeda dan sepeda motor. Kedua terkait pergeseran pola penyajian jamu segar, yakni: (1) permintaan konsumsi jamu segar yang diramu dengan jamu seduh cenderung mengalami penurunan, (2) permintaan pembelian jamu segar dalam wadah botol plastik cenderung mengalami peningkatan. Ketiga terkait kecenderungan gaya berkomunikasi melalui media komunikasi, yakni

pemanfaatan aplikasi *WhatsApp* pada *smartphone* mengalami peningkatan. Keempat terkait pemenuhan kebutuhan *leisure*, yakni praktik COD dan *sharing* sambil *ngopi* yang dikembangkan dalam pelayanan “Mbok Jamu Segar” kepada konsumen. Komunikasi interpersonal “Mbok Jamu Segar” dalam pergeseran pola konsumsi masyarakat di Kota Kediri berlangsung dengan baik ditinjau dari penemuan adanya praktik sikap positif untuk mendukung efektivitas komunikasi interpersonal antara “Mbok Jamu Segar” dengan konsumennya. Sikap positif ini terdiri dari: *openness*, *empathy*, *supportiveness*, *positiveness*, dan *equality*.¹ Selain itu, ditemukan pula penerapan kesatuan hukum pokok komunikasi yang efektif dalam komunikasi interpersonal. Kesatuan tersebut dibangun berdasarkan sejumlah unsur yakni: *respect*, *empathy*, *audible*, *clarity*, *humble*.²

2. Komunikasi interpersonal “Mbok Jamu Segar” dengan konsumennya tidak akan berjalan sebagaimana mestinya ketika “Mbok Jamu Segar” tidak bisa mengatasi hambatan dampak pergeseran pola konsumsi masyarakat di Kota Kediri dalam aktivitas pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Adapun hambatan tersebut ialah keterbatasan kepentingan dan waktu “Mbok Jamu Segar” dengan konsumennya, perbedaan gaya berkomunikasi antara “Mbok Jamu Segar” dengan konsumennya, perbedaan mempersepsikan pesan karena kesenjangan pengetahuan dan pengalaman serta kurangnya kredibilitas “Mbok Jamu Segar” dari kaca mata konsumennya, prasangka buruk “Mbok

¹ Suranto Aw, *Komunikasi Interpersonal*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 82-84.

² *Ibid*, 80-82.

Jamu Segar” yang berujung pada penutupan akses bagi konsumen untuk mencari tahu informasi yang pernah disalahgunakan oleh konsumen lainnya.

B. Saran

1. Bagi “Mbok Jamu Segar”

Pergeseran pola konsumsi masyarakat di Kota Kediri terhadap representasi, persepsi dan preferensi jamu beserta pendayagunaan teknologi komunikasi dalam aktivitas pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen merupakan sesuatu di luar kendali seorang “Mbok Jamu Segar”. Namun, melakukan penyesuaian dalam menghadapi perubahan yang terjadi pada diri konsumen termasuk respon pengendalian diri “Mbok Jamu Segar” yang solutif untuk diadopsi dalam penerapan kesatuan hukum pokok komunikasi interpersonal beserta sikap positif pendukung efektivitas komunikasi interpersonal guna membangun kerjasama yang baik. “Mbok Jamu Segar” harus menyadari peran pentingnya sebagai pelestari jamu dalam memperluas konsumen. Tujuannya supaya jamu segar sebagai bagian jamu tradisional menjadi bagian ideal dalam gaya hidup masyarakat.

2. Bagi Akademis

Keterbatasan penelitian ini ialah pada fokus penelitian yang diambil yakni komunikasi interpersonal “Mbok Jamu Segar” dalam pergeseran pola konsumsi masyarakat di Kota Kediri beserta faktor-faktor yang menjadi hambatannya. Pengamatan peneliti tentang komunikasi interpersonal dalam penelitian ini terbatas pada informan “Mbok Jamu Segar” dengan konsumennya. Oleh karena itu, penulis berharap penelitian ini bisa

dikembangkan lebih lanjut peneliti lainnya dengan menambahkan narasumber dari pemerintah terkait yang berwenang sebagai pembuat regulasi-regulasi tentang jamu.