

BAB VI

PENUTUP

Dari hasil data yang diperoleh di bab IV dan pembahasan pada bab V, dapat disimpulkan hasilnya untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini:

A. Kesimpulan

Berdasarkan sepuluh aspek gaya komunikasi terdapat empat aspek yang digunakan oleh penjual pecel punten “*Mbenjing Mriki Malih*” dalam melayani pembelinya. Keempat aspek tersebut diantaranya, *dramatic style*, *impression style*, *friendly style*, *precise style*. Aspek tersebut lebih sering digunakan oleh penjual pecel punten dalam melayani pembelinya.

Berdasar keempat gaya komunikasi yang dikemukakan oleh Carl Jung diantaranya *Controller Style*, *Collaborator Style*, *Analysar Style*, *Socializer Style*. Bahwa gaya komunikasi yang digunakan oleh penjual pecel punten ialah *Socializer Style*, hal ini ditunjukkan dengan penjual dengan pembawaan yang ramah dan ceria membuat pembeli nyaman untuk mengobrol, pada saat itu penjual akan menunjukkan rasa empatinya yang akan disampaikan dengan memberikan salam kepada pembelinya dengan salam “mbenjing mriki malih” harapan penjual kepada pembelinya agar sehat dan mampu berkunjung ke tempatnya tersebut.

B. Saran

Dari kesimpulan yang telah dibuat di atas, maka peneliti memberikan beberapa saran yang mungkin nantinya dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini hanya membahas bagaimana gaya komunikasi yang dilakukan, belum mencangkup dampak yang diberikan dari gaya komunikasi penjual pecel punten, diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat dikembangkan dan dilakukan penelitian lebih mendalam secara kualitatif maupun kuantitatif

2. Bagi Masyarakat

Penelitian di pecel punten “Mbenjing Mriki Malih” diharapkan dapat menjadi pengetahuan bagi masyarakat tentang gaya komunikasi oleh penjual pecel punten. Sehingga penelitian ini dapat menunjukkan sisi unik dari makanan tradisional pecel punten sekaligus pelayanan yang memiliki ciri khas tersendiri dari pecel punten “Mbenjing Mriki Malih”

3. Bagi Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Penelitian ini diharap dapat memberikan tambahan tentang gaya komunikasi penjual pecel punten “Mbenjing Mriki Malih” Kota Kediri kepada mahasiswa, sehingga dapat digunakan sebagai tambahan bahan bacaan bagi prodi komunikasi dan penyiaran islam fakultas ushuluddin dan dakwah.

4. Bagi Penjual pecel punten “Mbenjing Mriki Malih”

Penelitian ini diharapkan mampu membangun dan mempertahankan pelayanan yang telah dibuat oleh penjual pecel punten, serta meningkatkan komunikasi dengan pembeli agar dapat terciptanya komunikasi yang hangat dan terbuka.