

**ANALISIS GAYA KOMUNIKASI KAPSTER DAN KONSUMEN PADA
TJAKEP BARBERSHOP DI MATARAM NUSA TENGGARA BARAT**

PROPOSAL TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie**



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

MUHAMAD ISLAHUZZAMAN

1171003078

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2021

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya milik saya sendiri, dan semua sumber baik yang diikuti maupun dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Muhamad Islahuzzaman

NIM : 1171003078

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Islahuzzaman', followed by a period.

Tanggal : 28 Agustus 2021

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh:

Nama : Muhamad Islahuzzaman
NIM : 1171003078
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul : Analisis Gaya Komunikasi Kapster Dan Konsumen
Pada Tjakep Barbershop Di Mataram Nusa Tenggara
Barat

Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing: Dessy kania, B.A., M.A., Dr,



Penguji 1: Adek Risma Dedees, S.S., M.A., M.A.



Penguji 2: N. Ranga Wisesa, A.Md.Kom.,S.I.Kom.,M.I.Kom



Ditetapkan di: Mataram

Pada Tanggal: 28 Agustus 2021

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Gaya Komunikasi Kapster Dan Konsumen Di Mataram Nusa Tenggara Barat”. Penyusunan penelitian Tugas akhir ini disusun dalam rangka memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie. Peneliti menyadari bahwa proses yang dilalui tidaklah mudah, penyusunan penelitian ini tidak akan berjalan lancar jika tanpa bimbingan, bantuan, hingga motivasi dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Keluarga

Penulis mengucapkan terima kasih kepada keluarga yang selalu memberikan dukungan moral dan material kepada penulis agar mampu untuk terus belajar, berjuang dan bertanggung jawab dalam melakukan banyak hal, termasuk dalam menyelesaikan tugas akhir.

2. Dessy Kania, B.A., M.A., Dr

Terima kasih kepada Miss DK selaku dosen pembimbing penulis. Terima kasih sudah membantu, memberikan semangat dan juga membimbing serta memberikan waktunya untuk membalas pesan pribadi, sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan dengan baik dan tepat waktu. Terima kasih sudah mempermudah penulis karena bantuan dan saran yang sangat berguna untuk penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.

3. Adek Risma Dedees, S.S., M.A., M.A.

Terima kasih kepada Mba Adek selaku dosen pembahas pertama penulis yang telah memberikan masukan serta penjelasan yang tepat untuk membantu penulis dalam mengerjakan penelitian ini.

4. N. Rangga Wisesa, A.Md Kom., S.I.Kom., M.I.Kom

Terima kasih kepada Mas Rangga selaku dosen pembahas kedua penulis yang telah memberikan masukan serta penjelasan yang bisa penulis fahami, sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini.

5. Pihak Terkait

Terima kasih penulis ucapkan kepada para informan Mas Ejal, Mas Imam, Mas Zul, Yogi Indrawan, Zikrul Hakim, Muhammad Yusuf Qawi dan Mas Iben sebagai triangulator yang telah berkontribusi dalam penelitian ini dan membantu penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.

6. Dosen Ilmu Komunikasi

Terima kasih kepada para dosen Universitas Bakrie terutama kepada dosen pembimbing akademik saya yaitu Miss Ari Kurnia atas bimbingan dan masukannya selama masa perkuliahan dalam menentukan pengambilan mata kuliah, dan pengambilan mata kuliah dalam rangka memperbaiki nilai sebelumnya, terima kasih kepada para dosen ilmu komunikasi Universitas Bakrie yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

7. Karyawan dan Staff Universitas Bakrie

Terima kasih kepada karyawan dan staff yang tidak bisa saya sebut satu persatu karena telah membantu saya dalam hal administrasi perkuliahan, keuangan, dan lain sebagainya.

8. Ismi Aulia

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Ismi Aulia, karena sudah mau berbaik hati dalam memberikan semangat dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan penuh cinta.

9. Komunal 2017

Terima kasih kepada teman-teman satu angkatan terutama peminatan *marketing communication*. Terima kasih sudah mewarnai perkuliahan dan juga dapat menjadi teman yang baik dari awal hingga sekarang. Terima kasih atas ketua Ahmad Alwi Waqar selaku ketua Angkatan penulis yang berbaik hati dalam memberikan semangat dan dukungan kepada penulis selama berada di Jakarta. Kepada Murel, Mumtaz, Rahmi, Haqi, Alif dan teman-teman yang lain atas dukungannya hingga saat ini. Terima kasih atas solidaritas yang ditunjukkan dari awal hingga saat ini

Akhir kata penulis berharap semoga Allah SWT dapat membalas seluruh kebaikan kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu penulis hingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Mataram, 28 Agustus 2021

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Muhamad Islahuzzaman'.

Muhamad Islahuzzaman

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai Civitas Akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhamad Islahuzzaman
NIM : 1171003078
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Rights) atas Karya ilmiah saya yang berjudul:

**ANALISIS GAYA KOMUNIKASI ANTARA KAPSTER DAN KONSUMEN
PADA TJAKEP BARBERSHOP DI MATARAM**

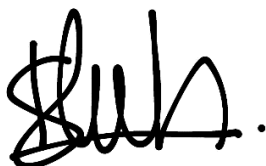
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Non eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*databases*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Mataram

Pada tanggal : 28 Agustus 2021

Yang menyatakan,



Muhamad Islahuzzaman

ANALISIS GAYA KOMUNIKASI KAPSTER DAN KONSUMEN PADA TJAKEP BARBERSHOP DI MATARAM NUSA TENGGARA BARAT

Muhamad Islahuzzaman

ABSTRAK

Gaya komunikasi atau *communication style* memberikan kita pengetahuan tentang bagaimana perilaku individu atau suatu organisasi, ketika mereka berbagi informasi dan menyampaikan gagasan, atau lebih khususnya cara berkomunikasi. Manusia berkomunikasi dengan berbagai gaya, umumnya manusia berkomunikasi dengan tiga cara, meskipun pada faktanya bisa dijumpai pada setiap manusia bisa memiliki hingga lebih dari tiga gaya komunikasi. Namun dalam praktiknya, manusia tidak hanya mengandalkan satu gaya komunikasi saja. Penelitian ini berfokus pada gaya komunikasi yang terjadi antara kapster dan konsumen pada tjakep barbershop di Mataram Nusa Tenggara Barat. Bagaimana interaksi verbal maupun nonverbal yang terjadi antara kapster dan konsumen, hingga topik pembicaraan yang mendalam. Kebudayaan, bahasa dan tata krama menjadi pengaruh yang kontras dalam cara gaya komunikasi yang terjadi di kota Mataram, khususnya kapster dan konsumen di tjakep barbershop. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan etnografi. Hasilnya menunjukkan bahwa gaya komunikasi populer antara kapster dan konsumen di tjakep barbershop adalah *The Equalitarian Style*, *The Dinamis Style* dan *The Relinquishing Style*. Artinya gaya komunikasi antara kapster dan konsumen terjadi secara terbuka, dua arah, agresif dalam memberikan pendapat dan mau menerima saran serta pendapat orang lain.

Kata Kunci: Gaya Komunikasi, Kapster, Konsumen, Barbershop, Etnografi, Mataram, Nusa Tenggara Barat, Budaya.

**ANALYSIS OF CAPSTER AND CONSUMER COMMUNICATION
STYLE AT TJAKEP BABERSHOP IN MATARAM NUSA TENGGARA
BARAT**

Muhamad Islahuzzaman

ABSTRACT

Gaya komunikasi or communication style gives us knowledge about how an individual or an organization behaves, when they share information and convey ideas, or more specifically how to communicate. Humans communicate by sharing styles, generally humans communicate by means of three ways, although in fact it can be found that every human being can have up to more than three communication styles. But in practice, humans do not only rely on one style of communication. This study focuses on the style of communication that occurs between the captain and the consumer at the tjakep barbershop in Mataram, West Nusa Tenggara. How are verbal and nonverbal interactions that occur between capsters and consumers, to in-depth topics of conversation. Culture, language and manners are contrasting influences in the way of communication styles that occur in the city of Mataram, especially the captains and consumers at the tjakep barbershop. This research is a qualitative research with an ethnographic approach. The results show that the popular communication styles between the kapster and consumers in tjakep barbershop are The Equalitarian Style, The Dinamis Style and The Relinquishing Style. This means that the communication style between the captain and the consumer is open, two-way, aggressive in giving opinions and willing to accept suggestions and opinions of others.

Keywords: Communication Style, Kapster, Consumer, Barbershop, Ethnography, Mataram, West Nusa Tenggara, Culture.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Konsep Yang Relevan	10
2.1.1 Komunikasi	10
2.1.2 Gaya Komunikasi	13
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	19
2.3 Model Kreangka Pemikiran	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1 Desain dan Pendekatan.....	41
3.2 Objek Penelitian	43
3.3 Pengumpulan Data.....	43

3.3.1 Sumber Data	43
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.4 Analisis Data.....	46
3.5 Triangulasi Data.....	47
3.6 Operasionalisasi Konsep/Isu	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Gambaran Konteks Penelitian.....	50
4.1.1 Profil Tjakep Barbershop	50
4.1.2 Profil dan Budaya Kota Mataram	53
4.1.3 Profil Informan.....	59
4.2 Penyajian Data	65
4.3 Pembahasan dan Diskusi	71
4.3.1 Kedekatan Antara Kapster dan Konsumen	71
4.3.2 Gaya Komunikasi Populer di Tjakep Bebreshop.....	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	78
5.1 Simpulan.....	78
5.2 Kendala dan Keterbatasan	79
5.2.1 Kendala	79
5.2.2 Keterbatasan.....	80
5.3 Saran dan Implikasi	80
5.3.1 Saran	80
5.3.2 Implikasi	81
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ambroise Pare	1
Gambar 1.2 Data Indonesia menjadi lima besar negara di dunia pengakses internet lewat ponsel	3
Gambar 4.1 Logo Tjakep Barbershop	50
Gambar 4.2 Fasilitas dan Harga di Tjakep Barbershop	51
Gambar 4.3 Fasilitas Tjakep Barbershop	52
Gambar 4.4 Instagram Tjakep Barbershop	53
Gambar 4.5 Peta Kota Mataram.....	54
Gambar 4.6 Lambang Kota Mataram	57
Gambar 4.7 Fasal Hadi.....	59
Gambar 4.8 Zul Kifliadi	60
Gambar 4.9 Imam Isfahadi	61
Gambar 4.10 Zikrul Hakim.....	62
Gambar 4.11 Yogi Indrawan.....	63
Gambar 4.12 Muhammad Yusuf Qawi.....	64
Gambar 4.13 Ahmad Ibnu Wibowo	65
Gambar 4.14 Suasana Tjakep Barbershop	66
Gambar 4.15 Kursi Tjakep Barbershop	78

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian sebelumnya	23
Tabel 3.1 Operasionalisasi konsep	48

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran 40