

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai komunikasi strategis dalam menguatkan identitas brand berbasis budaya Betawi di Kafe Betawi Pondok Indah Mall, dapat disimpulkan bahwa Kafe Betawi telah menerapkan lima fungsi manajemen komunikasi yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), penyusunan staf (*staffing*), pengarahan (*leading*), dan pengawasan (*controlling*) dalam pengelolaan komunikasi strategis. Penerapan fungsi tersebut terlihat dari perencanaan konsep restoran yang secara konsisten mengangkat budaya Betawi sebagai identitas utama brand melalui desain interior, penyajian menu khas Betawi, serta konsep pelayanan yang mencerminkan nilai budaya Betawi. Selanjutnya, pengorganisasian dilakukan melalui pembagian tugas tim operasional dalam mendukung strategi komunikasi brand. Penyusunan staf dilakukan melalui proses rekrutmen dan pelatihan karyawan yang menekankan kemampuan komunikasi serta pemahaman terhadap budaya Betawi. Sementara itu, fungsi pengarahan dan pengawasan dilakukan melalui kegiatan briefing, koordinasi tim, monitoring langsung, serta evaluasi berdasarkan masukan pelanggan guna menjaga konsistensi pelayanan dan konsep budaya yang diusung.

Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa penguatan identitas brand Kafe Betawi didukung oleh tiga faktor budaya, yaitu simbol dan visual budaya, bahasa dan narasi budaya, serta nilai dan praktik sosial. Simbol dan visual budaya diwujudkan melalui penggunaan warna khas Betawi pada desain interior, penyajian menu tradisional seperti soto Betawi, kerak telur, asinan Betawi, dan kue rangi, serta penggunaan seragam karyawan yang mencerminkan busana tradisional Betawi. Bahasa dan narasi budaya terlihat dari cara karyawan menjelaskan menu serta berinteraksi dengan pelanggan secara ramah dan komunikatif. Sementara itu, nilai dan praktik sosial tercermin dalam sikap pelayanan karyawan yang hangat dan bersahabat sebagai representasi karakter masyarakat Betawi. Dengan demikian, integrasi antara manajemen komunikasi dan nilai budaya Betawi dalam berbagai aspek operasional restoran mampu memperkuat identitas brand Kafe Betawi sebagai restoran yang mengangkat kuliner sekaligus budaya Betawi.

5.2 Saran

Kafe Betawi Pondok Indah Mall diharapkan dapat terus mempertahankan serta mengembangkan strategi komunikasi yang mengangkat budaya Betawi sebagai identitas utama brand. Selain itu, manajemen juga dapat meningkatkan inovasi dalam penyampaian budaya Betawi kepada pelanggan, misalnya melalui kegiatan promosi budaya, storytelling mengenai sejarah kuliner Betawi, atau penggunaan media digital yang lebih kreatif untuk memperkenalkan budaya Betawi kepada masyarakat yang lebih luas. Selain itu, pelatihan kepada karyawan juga perlu terus ditingkatkan agar mereka memiliki pemahaman yang lebih mendalam mengenai budaya Betawi serta mampu menyampaikan informasi tersebut kepada pelanggan dengan cara yang menarik dan komunikatif.

