

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian di lapangan dapat disimpulkan bahwa sejak beberapa tahun terakhir, fenomena budaya *barbershop* sudah berkembang menjadi fenomena baru oleh kalangan pria. Maraknya *barbershop* di Kota Padang terjadi dikarenakan mulai maraknya peminat *barbershop* dari kalangan pria yang menjadikan kesehatan rambut dan perawatan pria menjadi kebutuhan serta gaya hidup utama. Maraknya fenomena tersebut menjadikan cukup mudahnya menjumpai *barbershop* di Kota Padang. Banyaknya jumlah *barbershop* di Kota Padang membuat peneliti mengecilkkan sumber penelitian di tiga Lokasi *barbershop* yang dapat mewakili keseluruhan *barbershop* di Kota Padang, yaitu: Kanan *Barbershop*, Black Beard *Barbershop*, Miko's *Barbershop*.

Di dalam praktiknya, kesadaran pria dalam kesehatan rambut dan perawatan diri sudah dapat ditemukan dalam kalangan usia berapapun. Para konsumen ini biasanya akan mencari *barbershop* sebagai Lokasi yang dapat memanjakan dirinya dengan fasilitas yang nyaman ketimbang tempat cukur rambut biasa. *Barbershop* tentunya mengutamakan fasilitas dan skill secara beriringan untuk menggaet pelanggan, dengan tetap berupaya dengan menggunakan berbagai strategi keterampilan yang dimiliki dalam menarik minat konsumen/pelanggan.

Setiap informan dalam penelitian ini memiliki beberapa latar belakang yang berbeda mulai dari *owner*, kapster serta konsumen memiliki sudut pandang yang berbeda terkait *barbershop*. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan yang telah mencari data terkait fenomena lama *barbershop* di Kota Padang yang kini telah berkembang menjadi fenomena baru *barbershop*. Lingkungan sosial merupakan faktor yang paling banyak mempengaruhi terkait kesadaran pria saat ini. Adanya ornag terdekat yang memiliki kesadaran terkait kesehatan rambut dan gaya hidup, menyebabkan banyak pria yang awalnya penasaran dan menjadikan bagian dari gaya hidup.

Kota Padang yang menjadi ibu kota Sumatera Barat dan termasuk kota pelajar yang SDM nya mulai berkembang sudah mulai memiliki kesadaran terhadap kesehatan rambut pria yang dahulunya masih dianggap tabu dan “mendang-mending”. Dahulunya masyarakat yang minim pengalaman dan pengetahuan merasa bahwa *barbershop* hanya bergerak dalam bidang bisnis saja tanpa mau mencari tahu apa yang dapat dilakukan dan fasilitas apa saja yang terdapat di *barbershop*. Dalam penelitian ini, temuan dilapangan menunjukkan bahwa perkembangan fenomena *barbershop* dari fenomena lama ke fenomena baru cukup signifikan. Akan tetapi, fenomena tersebut tidak sampai pada level pelabelan, melainkan hanya sebatas gaya hidup dan ini dapat dijumpai pada kalangan menengah keatas.

Persamaan *barbershop* yang diteliti terdapat pada tempat *barbershop* yang memiliki tempat dan fasilitas yang *modern*, mulai dari tempat yang berkonsep

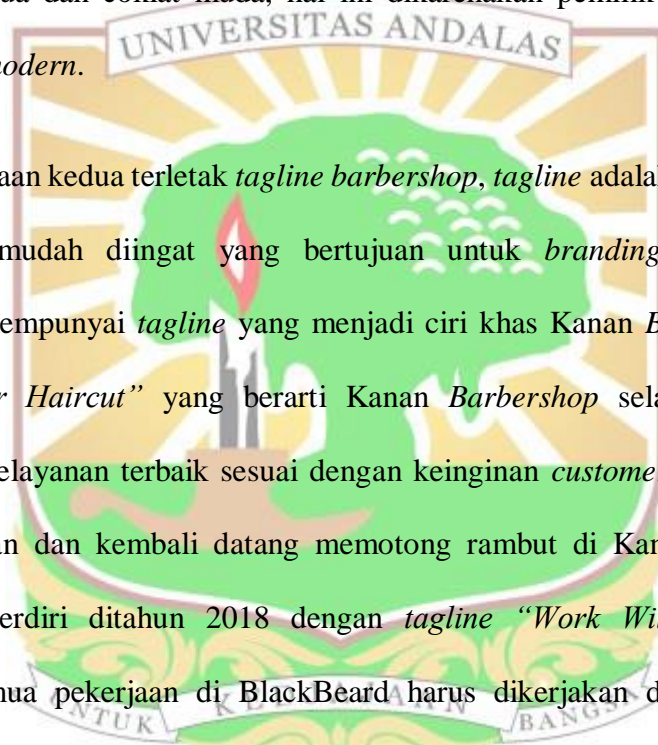
modern dan mewah, ruangan yang ber AC, alat cukur rambut dan tempat duduk yang bagus. Fasilitas yang sama terletak di pelayanan cuci rambut yang selalu ada disetiap *barbershop*. Persamaan juga terletak dengan adanya konsultasi yang ramah dalam memilih potongan rambut kepada pelanggannya. Konsultasi ini bertujuan agar pelanggan terasa nyaman dan mengetahui rambut apa yang akan dipilih pelanggan. *Kapster* atau pemotong rambut dituntut lebih luwes berkomunikasi dengan pelanggan, mulai dari konsultasi sampai selesai melayani pelanggan.

*Barbershop* juga memiliki persamaan dalam menu atau pelayanan yang ditawarkan, mulai dari menu yang paling murah sampai pelayanan yang paling mahal. Harga pelayanan yang beragam bertujuan agar pelanggannya bisa memilih harga apa yang cocok untuk mereka, seperti harga pelayanan yang paling murah diambil oleh mahasiswa atau anak muda. Pelayanan harga menengah sampai yang paling mahal merupakan harga yang cocok kepada pelanggan yang sudah bekerja atau sudah memiliki penghasilan yang cukup. Persamaan *barbershop* juga terletak di referensi potongan rambut yang beragam. Mulai dari gaya potongan rambut ditahun lampau sampai potongan rambut yang terbaru.

Pada zaman sekarang *sosial media* sangat di perlukan oleh semua orang, hal tersebut juga terdapat ditiga *barbershop*, ketiga *barbershop* ini sama-sama memiliki *sosial media Instagram*. *Sosial media Instagram* ini bertujuan agar menarik pelanggan yang berada di *sosial media Instagram*. *Sosial media barbershop* menghadirkan hasil potongan rambut berupa foto atau video.

Penelitian ini juga memberikan perbedaan diantara ketiga *barbershop* ini, perbedaan pertama terletak pada konsep tempat yang mempunyai warna yang berbeda disetiap *barbershop* yang diteliti. Kanan *barbershop* memiliki konsep tempat yang berwarna hitam putih, hal ini dikarena pemilik menyukai warna yang *netral*, Black Beard *barbershop* memiliki warna biru, putih dan merah sebagai konsep identitas warna *barbershop*, sedangkan Mikos *barbershop* memiliki warna hijau, coklat tua dan coklat muda, hal ini dikarenakan pemilik yang menyukai warna *retro modern*.

Perbedaan kedua terletak *tagline barbershop*, *tagline* adalah sebuah kalimat singkat dan mudah diingat yang bertujuan untuk *branding* usaha. Kanan *Barbershop* mempunyai *tagline* yang menjadi ciri khas Kanan *Barbershop* yaitu “*Consult Your Haircut*” yang berarti Kanan *Barbershop* selalu memberikan kualitas dan pelayanan terbaik sesuai dengan keinginan *customer*, agar *customer* merasa nyaman dan kembali datang memotong rambut di Kanan *Barbershop*. BlackBeard berdiri ditahun 2018 dengan *tagline* “*Work With Taste*” yang bermakna semua pekerjaan di BlackBeard harus dikerjakan dengan rasa dan dilakukan dengan kualitas dan pelayanan yang terbaik. Mikos *barbershop* memiliki *tagline* “*Customer is friend*”, pemilik menerapkan konsep tersebut dikarenakan pemilik ingin memiliki hubungan yang baik dengan teman-temannya sembari mengembangkan usahanya. *Tagline* ini menunjukkan bahwa pemilik Mikos memiliki prioritas bahwa kenyamanan *customer* adalah yang utama.





Perbedaan ketiga terletak di konsep identitas *barbershop*, Kanan *barbershop* memiliki penekanan dalam bentuk pelayanan kepada yang bekerja di *barbershop* agar selalu bersikap *humble* atau ramah kepada pelanggan yang ingin memotong rambut. Kanan *barbershop* adanya sesi foto sesudah memotong rambut sebagai hadiah kepada pelanggan, sesi foto ini bertujuan agar potongan rambut menjadi sebuah dokumentasi yang menarik bagi pelanggannya. Black Beard *barbershop* juga memiliki konsep, Black Beard *barbershop* selalu menekankan penampilan dalam bekerja. *Kapster* atau tukang cukur BlackBeard *barbershop* harus menggunakan baju kerja sebagai ciri khas BlackBeard *barbershop*, selain itu konsep identitas Black Beard *barbershop* juga menghadirkan promo disetiap bulannya, promo yang dihadirkan berupa potongan harga kepada semua pelanggan.

Mikos *barbershop* memiliki *Skill* atau kemampuan yang dimiliki pemilik Mikos *barbershop* yaitu pangkas rambut dengan gaya potongan *klasik*. *Skill* tersebut didapatkan secara otodidak. Pemilik sadar akan *skill* yang dimilikinya dan mengembangkan *skill* tersebut melalui relasi yang lebih berpengalaman yang dimilikinya lalu pengetahuan tersebut diajarkan oleh pemilik Mikos *barbershop* kepada seluruh karyawannya. Melalui pengembangan *skill* tersebut, Mikos *barbershop* menciptakan menu baru dengan nama *Classic Cut*, dan ini menjadi karakteristik dari Mikos *barbershop*.

*Barbershop* di Kota Padang menjadi populer di masyarakat terutama anak muda karena mereka menawarkan lebih dari sekadar layanan potong rambut. *Barbershop* modern telah berkembang menjadi tempat di mana anak muda dapat

mengikuti tren gaya rambut terbaru, menikmati suasana santai, dan merasakan pengalaman perawatan yang personal. Alasan Barbershop Populer di Kalangan Anak Muda:

1. Potongan Rambut Modern

*Barbershop* menyediakan berbagai gaya potongan yang sesuai dengan tren terbaru seperti *fade* atau *undercut*, yang membuat anak muda bisa tampil *stylish* dan kekinian.

2. Suasana Nyaman dan Santai

*Barbershop* modern sering kali memiliki suasana yang santai dengan dekorasi menarik, musik, dan layanan ramah, menjadikannya tempat yang menyenangkan untuk dikunjungi, bukan hanya untuk potong rambut, tetapi juga untuk bersosialisasi.

3. Layanan Tambahan

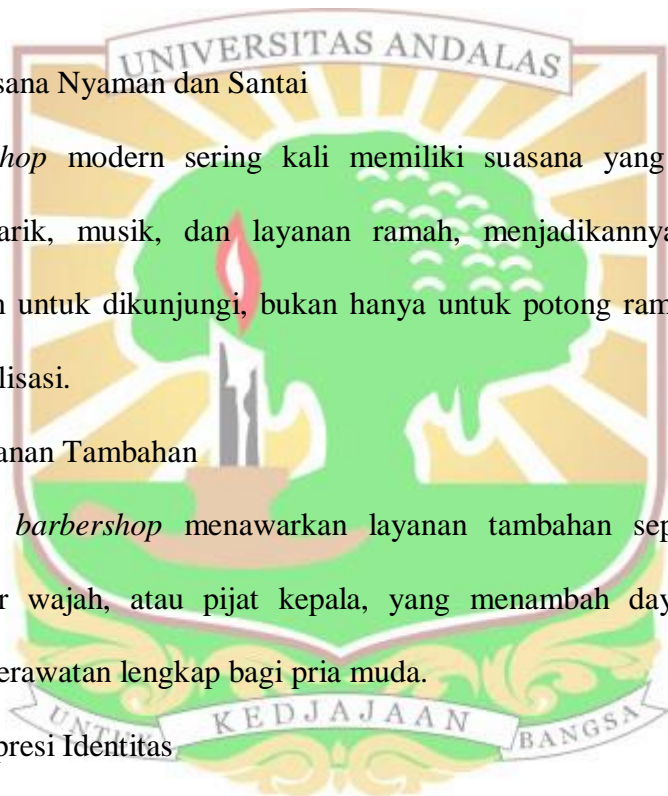
Banyak *barbershop* menawarkan layanan tambahan seperti perawatan jenggot, cukur wajah, atau pijat kepala, yang menambah daya tarik karena memberikan perawatan lengkap bagi pria muda.

4. Ekspresi Identitas

*Barbershop* memberikan kesempatan bagi anak muda untuk mengekspresikan identitas dan kepribadian mereka melalui pilihan gaya rambut yang sesuai dengan subkultur atau tren yang mereka ikuti.

5. Perhatian Detail

*Kapster* di *barbershop* cenderung sangat memperhatikan detail dalam setiap potongan, yang menarik bagi anak muda yang peduli dengan penampilan. Mereka



juga sering memberikan saran tentang gaya rambut yang cocok dengan bentuk wajah.

#### 6. Pengaruh Media Sosial

Popularitas *barbershop* meningkat karena media sosial, di mana banyak barber membagikan hasil kerja mereka, menginspirasi anak muda untuk mencoba gaya baru.

#### 7. Pengalaman yang Personal

Anak muda mendapatkan layanan yang personal karena *barbershop* berusaha memahami kebutuhan dan preferensi mereka, menjadikan setiap kunjungan lebih istimewa.

*Barbershop* mempunyai kombinasi layanan yang baik, suasana yang nyaman, dan perhatian pada *tren* terbaru, *barbershop* di Kota Padang menjadi tempat populer di kalangan masyarakat terutama anak muda untuk merawat penampilan mereka. Fenomena perkembangan *barbershop* dapat dianalisis dari perspektif antropologi sebagai bagian dari perubahan sosial, budaya, dan ekonomi yang mencerminkan dinamika masyarakat modern. *Barbershop* telah bertransformasi dari sekadar tempat potong rambut menjadi ruang sosial, simbol status, dan pusat ekspresi identitas, terutama di kalangan pria muda.

*Barbershop* berfungsi sebagai tempat di mana pria tidak hanya merawat rambut mereka, tetapi juga bersosialisasi dan berbagi pengalaman. Ini menjadi tempat bagi pria untuk memperkuat hubungan sosial dan mengekspresikan identitas

maskulin. *Barbershop* menjadi pusat interaksi komunitas lokal, tempat pelanggan dan barber saling membangun hubungan sosial.

Potongan rambut yang ditawarkan di *barbershop* menjadi sarana bagi individu untuk mengekspresikan identitas diri. Gaya rambut tertentu sering kali menjadi simbol status sosial dan afiliasi budaya, terutama di kalangan anak muda. Penampilan fisik, termasuk gaya rambut, menjadi salah satu bentuk kapital budaya yang penting dalam masyarakat modern, mempengaruhi status sosial seseorang. *Barbershop* modern terpengaruh oleh globalisasi, di mana tren gaya rambut dari berbagai budaya menyebar ke seluruh dunia dengan cepat. *Barbershop* menjadikan media sosial berperan besar dalam mempopulerkan *tren barbershop*, dengan *barbershop* sering memamerkan karya mereka dan membangun komunitas online. *Barbershop* kini dianggap sebagai bagian dari ekonomi kreatif, menawarkan pengalaman yang berfokus pada estetika dan gaya hidup, yang menarik bagi masyarakat urban.

Perkembangan *barbershop* terkait dengan perubahan persepsi terhadap maskulinitas, di mana perawatan diri kini menjadi bagian yang diterima dalam identitas pria modern. Kunjungan ke *barbershop* menjadi bagian dari ritual pribadi dalam merawat penampilan dan menjaga kepercayaan diri, seperti halnya ritual potong rambut dalam berbagai budaya. Fenomena perkembangan *barbershop* mencerminkan aspek sosial, budaya, dan ekonomi yang berkembang dalam masyarakat modern, di mana *barbershop* menjadi ruang penting untuk



mengekspresikan identitas, mengikuti tren, dan memperkuat hubungan sosial di era globalisasi.

## B. Saran

Beberapa saran yang dapat di sampaikan oleh penulis terkait dengan penelitian ini yang berjudul “*Barbershop* Sebagai Fenomena Baru Dalam Cukur Rambut di Kota Padang Provinsi Sumatera Barat” adalah sebagai berikut:

1. Fenomena *barbershop* dahulu yang dikenal sebagai fenomena lama *barbershop* di Kota Padang kurang efektif sebagai usaha yang dikembangkan dikarenakan dari segi alat masih kurang memadai. Sedangkan fenomena baru *barbershop* di Kota Padang lebih diperluas jangkauannya, dan beberapa pengusaha sudah mulai mengembangkan usahanya.
2. Kesadaran penuh terhadap kesehatan rambut dan gaya hidup pria yang saat ini masih belum dimaksimalkan oleh kebanyakan pria di Kota Padang.
3. Bagi mahasiswa khususnya Antropologi, penelitian ini tentu memiliki kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Sehingga diharapkan nantinya akan ada temuan-temuan lain dari teman-teman yang dapat mengembangkan fenomena *barbershop* ini.