

BAB IV

DESKRIPSI HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Skena

Bab ini menjelaskan tentang ringkasan *scene by scene* dari video destinasi pariwisata, beragam kafe di Korea Selatan, perjalanan menuju kafe Onion, wawancara dengan Kim Do Young, Owen, dan Park Ji Young sebagai staff dari Onion Kafe dan 10 (sepuluh) orang yang pengunjung dari Onion kafe, serta memperlihatkan detail-detail mengenai kafe Onion yang telah disusun dan ditayangkan. Ringkasan ini merupakan deskripsi hasil dari skrip yang disusun pada proposal. Berikut penjelasan mengenai masing-masing *scene*.

4.1.1 Scene 1

Scene ini menjadi bagian pembuka dari video menunjukkan destinasi pariwisata di Korea Selatan seperti Namsan Tower, Bukchon Hanok Village, Busan, Myeongdong, dan Hongdae, dan masih banyak destinasi pariwisata lainnya.

4.1.2 Scene 2

Pada *scene* ini, berisi perjalanan peneliti menuju kafe Onion. Mulai dari turun stasiun kereta sampai ke Kafe Onion dan memperlihatkan sekitar Kafe Onion.

4.1.3 Scene 3

Pada *scene* ini, diawali dengan pembukaan video oleh peneliti di depan Kafe Onion.

4.1.3.1 Sequence 1

Sequence ini diisi dengan peneliti yang memasuki Kafe Onion.

4.1.3.2 Sequence 2

Sequence ini diisi dengan kegiatan peneliti saat berada di Kafe Onion.

4.1.4 Scene 4

Pada *scene* ini, berisi beberapa pertanyaan wawancara yang diberikan oleh peneliti kepada 3 (tiga) staff Kafe Onion yaitu Kim Do Young, Owen, dan Park Ji Young dan bertanya seputar *servicescape* dari Kafe Onion.

4.1.4.1 Sequence 1

Sequence ini diisi dengan pertanyaan perkenalan diri dengan ketiga staff kafe Onion yang ditanyakan oleh peneliti. Ketiga staff kafe Onion tersebut adalah Kim Do Young, Owen, dan Park Ji Young.

4.1.4.2 Sequence 2

Sequence ini diisi dengan pertanyaan pertama yaitu “Apa saja menu-menu *signature* yang ditawarkan Kafe Onion ?” kepada ketiga staff kafe Onion. Berdasarkan wawancara bersama ketiga staff kafe Onion saat ini memiliki 9 koleksi minuman yang berbeda-beda di setiap cabangnya, di cabang Anguk sendiri terdapat 4 minuman spesial yaitu, *milk tea, yuja honey black tea, chocolate latte, apple pie latte*. Sedangkan untuk pastry yang ditawarkan yang paling digemari adalah *strawberry pastry, salt bread*, dan menu andalan Kafe Onion yaitu *Pandoro*.

4.1.4.3 Sequence 3

Sequence ini diisi dengan pertanyaan kedua yaitu “Faktor apa saja yang menjadi pertimbangan Kafe Onion untuk *customer experience*?” kepada ketiga staff kafe Onion. Berdasarkan wawancara bersama ketiga staff kafe Onion, peneliti mendapatkan informasi bahwa kafe onion sangat mengutamakan *service & hospitality* untuk membuat para pengunjung nyaman dan senang, dengan memperhatikan dan menyediakan kebutuhan satu per satu pengunjung.

4.1.4.4 Sequence 4

Sequence ini diisi dengan pertanyaan ketiga yaitu “Dari faktor-faktor yang disebutkan, mengapa faktor tersebut yang menjadi pertimbangan?” kepada ketiga staff kafe Onion. Berdasarkan wawancara bersama ketiga staff dari kafe Onion, peneliti mendapatkan informasi bahwa kafe Onion

mengutamakan *Hospitality & Service*. Karena kesenangan dan kenyamanan pengunjung di merupakan hal yang paling penting bagi kafe Onion sehingga para pengunjung ingin melakukan kunjungan kembali.

4.1.4.5 Sequence 5

Sequence ini diisi dengan pertanyaan keempat yaitu “Mengapa Kafe Onion Anguk memilih untuk menerapkan ambience dan desain interior dengan layout bernuansa tradisional Hanok?” kepada ketiga staff kafe Onion. Berdasarkan wawancara bersama ketiga staff kafe Onion, peneliti mendapatkan informasi bahwa bangunan kafe Onion awalnya merupakan sebuah restoran makanan Korea, *Owner* dari kafe Onion ingin memperkenalkan kebudayaan Korea kepada turis-turis mancanegara, sehingga dia memutuskan untuk membuka cabang ke-3 (tiga) kafe Onion yang lokasinya di Anguk yang lingkungannya masih sangat kental akan kebudayaan Korea Selatan-nya.

4.1.5 Scene 5

Scene ini diisi dengan peneliti yang melakukan wawancara dengan 10 (Sepuluh) orang pengunjung pertanyaan mengenai pengalaman pengunjung selama di Kafe Onion.

4.1.5.1. Sequence 1

Sequence ini berisikan wawancara bersama dua orang pengunjung kafe Onion yang berasal dari Indonesia, Dessy dan Heri yang sudah pernah mengunjungi Kafe Onion. *Scene* ini berisikan pertanyaan data diri, dari mana pengunjung mengetahui Kafe Onion, apa yang membuat pengunjung ingin berkunjung ke Kafe Onion, kesan pengunjung terhadap kafe Onion, aspek apa yang paling disukai dari Kafe Onion, serta minat kunjungan kembali dan alasannya. Dari wawancara tersebut kami memperoleh data bahwa Desi dan Heri mengetahui kafe Onion dari review tinggi di Google serta kafe

ini terkenal di platform media sosial Tiktok. Alasan mereka ingin mengunjungi kafe Onion adalah karena *pastries* yang disajikan dipandang lebih *fancy* dan variatif jika dibandingkan dari kafe lain. Aspek yang paling mereka sukai adalah *pastries* dan *ambience* berlatar tradisional dari kafe Onion itu sendiri. Interior dari kafe Onion yang beda dari yang lain, unik, serta bangunan yang masih otentik membuat mereka ingin berkunjung kembali. *Shoot* ini dilakukan menggunakan *handphone*.

4.1.5.2. Sequence 2

Sequence ini berisikan wawancara bersama dua orang pengunjung kafe Onion yang berasal dari Taiwan, Zara dan Miyos yang sudah pernah mengunjungi Kafe Onion. *Scene* ini berisikan pertanyaan data diri, dari mana pengunjung mengetahui Kafe Onion, apa yang membuat pengunjung ingin berkunjung ke Kafe Onion, kesan pengunjung terhadap kafe Onion, aspek apa yang paling disukai dari Kafe Onion, serta minat kunjungan kembali dan alasannya. Alasan mereka ingin mengunjungi kafe Onion adalah karena kafe Onion sangat terkenal di Taiwan dan pernah di review oleh youtuber asal Taiwan. Aspek yang paling mereka sukai adalah atmosfer dari kafe Onion yang tenang. Kedua pengunjung ini tidak ingin mengunjungi kafe Onion kembali, karena mereka merasa bahwa masih banyak kafe lainnya yang bisa mereka datangi di Korea Selatan *Shoot* ini dilakukan menggunakan *handphone*.

4.1.5.3. Sequence 3

Sequence ini berisikan wawancara bersama dua orang pengunjung Kafe Onion yang berasal dari Jepang, Saiki Norata dan Maya Yamaguchi yang sudah pernah mengunjungi Kafe Onion. *Scene* ini berisikan pertanyaan data diri, dari mana pengunjung mengetahui Kafe Onion, apa yang membuat pengunjung ingin berkunjung ke Kafe Onion, kesan

pengunjung terhadap Kafe Onion, aspek apa yang paling disukai dari Kafe Onion, serta minat kunjungan kembali dan alasannya. Dari wawancara tersebut kami memperoleh data bahwa Saiki Norata dan Maya Yamaguchi mengetahui Kafe Onion dari platform sosial media yaitu Instagram. Alasan mereka ingin mengunjungi Kafe Onion adalah karena kafe ini sangat terkenal. Aspek yang paling mereka sukai adalah interior dari Kafe Onion itu sendiri karena berlatar tradisional serta *pastries* yang disajikan lezat dan mereka akan berkunjung kembali. *Shoot* ini dilakukan menggunakan *handphone*.

4.1.5.4. Sequence 4

Sequence ini berisikan wawancara bersama dua orang pengunjung kafe Onion yang berasal dari Taiwan, Xiao Yun dan Molly yang sudah pernah mengunjungi Kafe Onion. *Scene* ini berisikan pertanyaan data diri, dari mana pengunjung mengetahui Kafe Onion, apa yang membuat pengunjung ingin berkunjung ke Kafe Onion, kesan pengunjung terhadap kafe Onion, aspek apa yang paling disukai dari Kafe Onion, serta minat kunjungan kembali dan alasannya. Dari wawancara tersebut kami memperoleh data bahwa Xiao Yun dan Molly mengetahui kafe Onion dari platform sosial media yaitu Instagram. Alasan mereka ingin mengunjungi kafe Onion adalah mereka adalah penyuka makanan manis. Aspek yang paling mereka sukai adalah *pastries* yang disajikan dari kafe Onion serta ambience yang berlatar tradisional membuat mereka tertarik untuk berkunjung kembali. *Shoot* ini dilakukan menggunakan *handphone*.

4.1.5.5. Sequence 5

Sequence ini berisikan wawancara bersama dua orang pengunjung kafe Onion yang berasal dari Thailand, Mai dan Mai yang sudah pernah mengunjungi Kafe Onion. *Scene* ini berisikan pertanyaan data diri, dari mana pengunjung

mengetahui Kafe Onion, apa yang membuat pengunjung ingin berkunjung ke Kafe Onion, kesan pengunjung terhadap kafe Onion, aspek apa yang paling disukai dari Kafe Onion, serta minat kunjungan kembali dan alasannya. Dari wawancara tersebut kami memperoleh data bahwa Saiki Norata dan Maya Yamaguchi mengetahui kafe Onion dari platform sosial media yaitu Instagram. Alasan mereka ingin mengunjungi kafe Onion adalah karena kafe ini sangat terkenal. Aspek yang paling mereka sukai adalah interior dari kafe Onion itu sendiri karena berlatar tradisional serta *pastries* yang disajikan lezat dan mereka akan berkunjung kembali. *Shoot* ini dilakukan menggunakan *handphone*.

4.6 Scene 6

Pada scene ini, berisi kesimpulan yang didapat oleh peneliti setelah melakukan interview bersama staff dan pengunjung Kafe Onion.

4.2 Deskripsi Hasil dan Pembahasan

Saat ini, kafe dengan berbagai tema telah menjadi favorit dan dikunjungi oleh banyak orang. Namun, kafe berkonsep tradisional Korea masih cukup jarang ditemui. Dalam pertanyaan awal penelitian, peneliti ingin mengetahui bagaimana penerapan *servicescape* di Kafe Onion, Anguk, yang dapat memenuhi harapan pelanggan terhadap kafe berkonsep autentik ala rumah tradisional Korea. Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penerapan *servicescape* di Kafe Onion berhasil memenuhi harapan pelanggan terhadap kafe dengan konsep autentik ala Korea. Video yang disajikan juga menunjukkan penggunaan desain interior bernuansa Hanok untuk memperkenalkan budaya Korea kepada turis asing, menciptakan kesan autentik dan memberikan pengalaman khas bagi pengunjung.

Pada saat kegiatan wawancara, staff Kafe Onion menyatakan bahwa pelayanan dan keramahan adalah faktor utama yang sangat diperhatikan oleh kafe untuk memberikan pengalaman pelanggan yang baik. Tata ruang juga dirancang sesuai kebutuhan pengunjung untuk menciptakan suasana yang nyaman dan mendukung interaksi antar pengunjung. Selain itu melalui hasil wawancara dengan

staff dan pengunjung Kafe Onion, Anguk, terungkap bahwa *servicescape* menjadi pertimbangan utama bagi pelanggan dalam melakukan pembelian kembali. Kesadaran pengelola Kafe Onion, Anguk, dalam menciptakan atmosfer unik dan memberikan pelayanan memuaskan memberikan dorongan positif bagi pelanggan untuk kembali berkunjung.

Dari rangkaian scene yang melibatkan destinasi pariwisata, perjalanan menuju kafe, wawancara dengan staff dan pengunjung, dapat disimpulkan bahwa Kafe Onion, Anguk, berhasil menciptakan *servicescape* yang memenuhi harapan pelanggan. Desain interior berfokus pada tradisional Hanok, perhatian terhadap *customer experience*, dan kesadaran akan kepuasan pelanggan menjadi elemen utama yang berkontribusi pada keberhasilan Kafe Onion. Akibatnya, pelanggan termotivasi untuk melakukan pembelian kembali, mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis kafe ini di masa depan.