

Pola Komunikasi Sosial antara Pelanggan Muslimah dan Waria Pekerja Salon di Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai

Zelfi Nanda Gustiana

Universitas Sumatera Utara, Indonesia
zelfinandagustiana@gmail.com

Abstract

The presence of transgender individuals working as salon employees within predominantly Muslim communities creates complex social dynamics, particularly in the context of social communication between Muslim female customers and transgender salon workers. Such interactions are not merely economic in nature but are also shaped by religious values, social norms, gender identity, and societal stigma. This study aims to analyze the patterns of social and interpersonal communication established between Muslim female customers and transgender salon workers, as well as to identify the communication barriers that emerge in these interactions in Perbaungan District, Serdang Bedagai Regency. This research employed a qualitative method with a phenomenological approach to explore the subjective experiences of the informants. The informants consisted of six individuals, including one transgender salon worker and five Muslim female customers. Data were collected through in-depth interviews, direct observation, and documentation, while data analysis was conducted through data condensation, data display, and conclusion drawing. The findings indicate that the social communication patterns formed are mixed in nature, encompassing associative social interactions such as cooperation, tolerance, and functional relationships, as well as dissociative interactions manifested in caution, self-restraint, and social distance influenced by religious values and norms of propriety. Interpersonal communication occurs through both verbal and nonverbal forms, utilizing Indonesian, local languages, and distinctive nonverbal expressions. The communication barriers identified include psychological barriers in the form of prejudice, sociological barriers related to social status relations, anthropological barriers due to language differences, semantic barriers in message delivery, and mechanical barriers caused by the salon environment.

Keywords: *Social Communication, Muslim Female Customers, Transgender Salon Workers*

Abstrak

Keberadaan waria sebagai pekerja salon di tengah masyarakat mayoritas muslim menimbulkan dinamika sosial yang kompleks, khususnya dalam konteks komunikasi sosial antara pelanggan muslimah dan waria pekerja salon. Interaksi tersebut tidak hanya bersifat ekonomis, tetapi juga dipengaruhi oleh nilai-nilai agama, norma sosial, identitas gender, serta stigma yang berkembang di masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola komunikasi sosial dan komunikasi interpersonal yang terbangun antara pelanggan muslimah dan waria pekerja salon, serta mengidentifikasi hambatan-hambatan komunikasi yang muncul dalam interaksi tersebut di Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi untuk memahami pengalaman subjektif para informan. Informan penelitian berjumlah enam orang yang terdiri atas satu waria pekerja salon dan lima pelanggan muslimah. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi, sedangkan analisis data dilakukan melalui tahapan kondensasi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola

komunikasi sosial yang terbentuk bersifat campuran, yang mencakup interaksi sosial asosiatif berupa kerja sama, toleransi, dan hubungan fungsional, serta interaksi sosial disosiatif berupa kehati-hatian, pembatasan diri, dan jarak sosial yang dipengaruhi oleh nilai keagamaan dan norma kesopanan. Komunikasi interpersonal berlangsung secara verbal dan nonverbal, dengan penggunaan bahasa Indonesia, bahasa daerah, serta ekspresi nonverbal khas waria. Adapun hambatan komunikasi yang ditemukan meliputi hambatan psikologis berupa prasangka, hambatan sosiologis terkait relasi status sosial, hambatan antropologis akibat perbedaan bahasa, hambatan semantis dalam penyampaian pesan, serta hambatan mekanis yang disebabkan oleh kondisi lingkungan salon.

Kata kunci: Komunikasi Sosial, Pelanggan Muslimah, Waria Pekerja Salon

Pendahuluan

Keberadaan waria di Indonesia merupakan fenomena sosial yang telah berlangsung lama dan masih menimbulkan perdebatan, terutama di tengah masyarakat yang mayoritas beragama Islam dan menjunjung tinggi nilai-nilai moral serta norma agama (Hidayat, Haryati, & Rosdiana, 2021). Pada awalnya, waria kerap dianggap sebagai kelompok yang menyimpang dan tabu untuk dibicarakan secara terbuka. Namun seiring perkembangan zaman, globalisasi, serta kemajuan teknologi dan media, pandangan masyarakat mulai mengalami pergeseran. Sebagian masyarakat kini mulai menerima keberadaan waria sebagai bagian dari realitas sosial dan keberagaman identitas, meskipun stigma dan diskriminasi masih sering terjadi (Baharuddin, 2024).

Fenomena waria di Indonesia telah dikenal sejak akhir tahun 1960-an dan semakin tampak pasca reformasi 1998, yang membuka ruang kebebasan berekspresi dan bersuara. Media massa dan media sosial turut berperan dalam memperlihatkan eksistensi waria di ruang publik, baik sebagai pekerja seni, influencer, maupun pelaku usaha. Meski demikian, keterbukaan ini tidak sepenuhnya diiringi dengan penerimaan sosial yang utuh. Waria masih kerap mengalami perlakuan tidak adil, seperti pengucilan, kekerasan verbal maupun fisik, serta keterbatasan akses terhadap pekerjaan formal (Basit & Kom, 2022).

Dalam kehidupan sosial dan ekonomi, waria sering kali menghadapi hambatan struktural yang menyebabkan mereka sulit memperoleh pekerjaan yang layak. Akibatnya, banyak waria yang bekerja di sektor informal, salah satunya sebagai pekerja salon. Pekerjaan di bidang salon dipilih karena dianggap tidak terlalu menuntut identitas gender normatif dan lebih mengandalkan keterampilan serta ketelatenan. Namun, kondisi ini memunculkan persoalan baru ketika mayoritas pelanggan salon adalah perempuan muslimah yang memiliki batasan-batasan agama terkait aurat dan interaksi dengan lawan jenis.

Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai merupakan salah satu wilayah dengan jumlah usaha salon yang cukup tinggi, namun belum tersedia salon khusus muslimah. Di sisi lain, terdapat cukup banyak salon yang mempekerjakan waria sebagai pemilik maupun karyawan. Kondisi ini menempatkan pelanggan muslimah pada situasi dilematis, antara kebutuhan akan layanan perawatan diri dan kepatuhan terhadap nilai-nilai agama. Interaksi yang terjadi antara pelanggan

muslimah dan pekerja salon waria tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga melibatkan aspek komunikasi sosial dan interpersonal yang kompleks.

Komunikasi sosial menjadi unsur penting dalam membangun hubungan antara pelanggan muslimah dan pekerja salon waria. Melalui komunikasi, terjadi proses penyesuaian, negosiasi makna, serta pembentukan sikap saling memahami di tengah perbedaan latar belakang nilai dan identitas. Namun, perbedaan pandangan agama, stigma sosial, serta batasan norma sering kali menjadi hambatan dalam proses komunikasi tersebut. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana pola komunikasi sosial dan interpersonal yang terbangun, serta hambatan-hambatan yang dihadapi dalam interaksi antara kedua pihak.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini memfokuskan perhatian pada komunikasi sosial antara pelanggan muslimah dan pekerja salon waria di Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk komunikasi sosial dan komunikasi interpersonal yang terjadi, serta mengidentifikasi hambatan-hambatan komunikasi yang muncul dalam interaksi tersebut. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis dalam pengembangan kajian ilmu komunikasi, serta menjadi bahan pertimbangan praktis bagi masyarakat dan pelaku usaha jasa dalam menciptakan interaksi sosial yang lebih harmonis dan saling menghargai.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi yang bertujuan untuk memahami secara mendalam pengalaman subjektif informan dalam membangun komunikasi sosial dan interpersonal antara pelanggan muslimah dan waria pekerja salon di Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai (Masrukhin, 2014; Moleong & Surjaman, 2014; Muhadjir, 1996; Purnasari, 2021; Rukin, 2019; Sahir, 2021). Informan penelitian berjumlah enam orang, terdiri atas satu waria pekerja salon dan lima pelanggan muslimah, yang dipilih secara purposif berdasarkan keterlibatan langsung dalam interaksi yang diteliti. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam, observasi langsung di lokasi penelitian, dan dokumentasi untuk memperoleh data yang komprehensif. Analisis data dilakukan secara interaktif melalui tahapan kondensasi data, penyajian data dalam bentuk naratif, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi, sehingga diperoleh pemahaman yang sistematis mengenai pola komunikasi sosial, komunikasi interpersonal, dan hambatan komunikasi yang muncul dalam konteks penelitian (Adlini, Dinda, Yulinda, Chotimah, & Merliyana, 2022; Agustianti et al., 2022; Gunawan, 2013).

Hasil dan Pembahasan

A. Pola Komunikasi Sosial Antara Pelanggan Muslimah dengan Waria Pekerja Salon

Pola komunikasi diartikan sebagai bentuk atau pola hubungan dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami (Adler dan Proctor, 2014). Pola komunikasi terdiri atas beberapa macam, yaitu: pola komunikasi primer, pola komunikasi sekunder, pola

komunikasi linear, dan pola komunikasi sirkular.

Pola komunikasi terbuka ditandai dengan adanya keterbukaan antara pihak-pihak yang berkomunikasi. Informasi disampaikan secara jujur, jelas, dan transparan tanpa ada hal yang sengaja disembunyikan. Dalam pola ini, setiap individu bebas mengemukakan pendapat, perasaan, maupun ide, serta saling memberikan umpan balik. Pola komunikasi terbuka biasanya menciptakan hubungan yang lebih harmonis, saling percaya, dan minim kesalahpahaman. Pola komunikasi tertutup terjadi ketika informasi yang disampaikan bersifat terbatas atau disaring. Tidak semua pesan disampaikan secara langsung, dan sering kali terdapat hal-hal yang sengaja dirahasiakan. Komunikasi ini cenderung satu arah atau minim umpan balik, sehingga berpotensi menimbulkan kesalahpahaman, jarak emosional, atau kurangnya kepercayaan antarindividu (Boshear dan Achbert, 1998: 43). Sedangkan pola komunikasi campuran adalah gabungan dari pola komunikasi terbuka dan tertutup yang tergantung pada faktor-faktor tertentu seperti, nilai, situasi maupun lingkungan.

Proses sosial asosiatif merujuk pada interaksi yang terjadi antara pelanggan muslimah dan waria pekerja salon bekerja sama secara harmonis. Harmoni sosial ini menciptakan kondisi sosial yang teratur, dikenal sebagai tata tertib sosial. Dalam konteks sosial ini, terdapat aturan yang mengatur perilaku individu. Ketika pelanggan salon mengikuti aturan-aturan ini, terjadi harmoni sosial yang mendorong kerja sama. Hasil dari harmoni sosial ini adalah integrasi sosial yaitu waria pekerja salon dan pelanggan muslimah saling berkomunikasi demi mendapatkan tujuannya masing-masing

Pada situasi di mana terjadi pertentangan antara pelanggan muslimah dengan waria pekerja salon, terjadi apa yang disebut sebagai proses sosial diasosiatif. Proses ini mengakibatkan disintegrasi sosial karena adanya pertentangan dengan pelanggan salon. Persaingan, kontravensi, dan pertentangan atau pertikaian merupakan bagian dari proses diasosiatif. Terdapat perbedaan, di mana hanya kontravensi dan pertentangan yang terjadi di antara ketiga fase proses diasosiatif tersebut. Pola kontravensi mencakup rasa keragu-raguan dan ketidaknyamanan, sementara pola pertentangan melibatkan intimidasi terhadap waria pekerja salon. Dalam kehidupan bermasyarakat jika terjadi sikap yang kontroversial, kemudian orang akan mencari informasi lain untuk menentukan posisi sikapnya maka orang tersebut akan mengambil sikap yang memihaknya Banyak orang menganggap Dunia Waria sebagai pola patologi sosial, dan beberapa bahkan menganggapnya sebagai pola kehidupan anak manusia yang aneh.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Informan Pentol, Desi, Eva, Yuni, Suhartini dan Sherly dapat peneliti simpulkan bahwasanya pola komunikasi sosial antara pelanggan muslimah dengan waria pekerja salon di Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai terjadi pola komunikasi yang memiliki interaksi sosial asosiatif dan interaksi sosial diasosiatif.

Interaksi sosial waria pekerja salon dengan pelanggan muslimah di Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai ini adalah waria pekerja salon kurang terbuka untuk memulai komunikasi ataupun membangun kedekatan dengan orang

yang lebih tua, mereka lebih senang berinteraksi dengan pelanggan yang lebih muda karena menurut mereka lebih santai dan lebih menoleransi keberadaan waria dibandingkan dengan orang tua. Tetapi ketika ada perilaku tidak baik yang ditujukan kepada mereka maka waria yang merasa tersinggung sehingga tidak dapat memaksimalkan pelayanannya dan mengabaikan perilaku tidak baik selama tidak ada kekerasan.

Pola komunikasi antara pelanggan muslimah dengan waria pekerja salon dapat ditandai dengan penggunaan bahasa binan dan komunikasi non verbal. Komunitas waria juga memiliki pola komunikasi interpersonal, seperti kebiasaan berkelompok dan penggunaan bahasa khusus atau simbol. Perilaku waria yang tertutup dalam kondisi tertentu dapat membuat pelanggan muslimah sulit mengenal dan memahami mereka. Untuk membantu pelanggan muslimah memahami waria pekerja salon, waria pekerja salon dapat melakukan usaha-usaha positif, seperti berkomunikasi dan membuka diri kepada pelanggan muslimah. Sementara itu, pelanggan muslimah diharapkan untuk membuka wawasan dan pikiran mereka mengenai keberadaan waria. Dengan demikian, diharapkan dapat terjadi harmonisasi bersama dalam kehidupan bermasyarakat.

B. Komunikasi Interpersonal antara Pelanggan Muslimah dengan Waria Pekerja Salon

Komunikasi verbal yang digunakan waria dengan pelanggan salon tergantung pada konteks, bisa secara formal maupun informal. Formal yaitu ketika berkomunikasi pada suatu acara formal, sedangkan komunikasi secara informal dapat dilakukan kapan pun dan dimana pun. Komunikasi interpersonal juga dapat dilakukan secara langsung maupun menggunakan media. Komunikasi verbal yang terjadi antara pelanggan muslimah dan menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa daerah.

Pada lingkungan keluarga cenderung di sapa dengan nama laki-lakinya dari pada lingkungan masyarakat waria lebih dikenal dengan nama perempuannya. Hal tersebut pun tidak begitu dipermasalahkan oleh waria sebab dia memiliki kedekatan atau hubungan dengan keluarganya atau temannya meskipun mereka di panggil dengan nama laki-laki. Lain halnya dengan pelanggan salon yang tidak memiliki kedekatan hubungan. Waria tidak menyukai panggilan *bencong*, *banci* yang diberikan oleh pelanggan salon. Ketika waria mengetahui ada orang lain memanggil dia dengan sebutan itu maka dia akan tersinggung sehingga memicu terjadinya konflik.

Penggunaan bahasa dalam komunikasi secara verbal tidak selalu mewakili kenyataan dalam setiap peristiwa komunikasi. Oleh karena itu diperlukan juga penggunaan komunikasi non verbal, baik itu secara spontan maupun yang dilakukan secara sadar. Komunikasi nonverbal ini mampu meneguhkan, menyamarkan, menyembunyikan, atau bahkan menggantikan arti yang diinterpretasikan dari komunikasi verbal oleh seseorang yang terlibat dalam komunikasi. Sebab dalam kegiatan komunikasi semua perilaku dapat memberi arti.

Komunikasi non verbal waria berkomunikasi dengan pelanggan salon dilakukan dengan berupa gaya bicara seorang waria yang kemayu dan genit. Serta bahasa tubuh, mimik wajah, dan lain-lainnya. Walaupun dalam berkomunikasi, pesan verbal dapat menyampaikan informasi kepada orang lain, tapi kehadiran komunikasi non verbal juga dirasa perlu untuk memperjelas pesan/informasi yang dikirim oleh seorang komunikator kepada komunikan untuk lebih memahaminya, dan tidak jadi salah persepsi. Status waria dalam pelanggan salon juga termasuk dalam komunikasi non verbal sebab di pelanggan salon sudah terkontruksi mengenai seperti apa dan bagaimana waria itu.

Ada beberapa Tipologi Islam. Tipologi adalah suatu metode yang dianggap objektif oleh sosiolog untuk memahami pemikiran yang berkembang dalam sejarah dalam bentuk klasifikasi topik dan sesuai dengan tipenya. Sebagai suatu Agama, Islam juga memiliki kitab suci Alquran dalam dinamika sejarah memproses dialektika penafsiran. Hal itu yang menyebabkan muslim dan muslimah sebagai pemeluk Agama Islam memiliki cara pandang sendiri dalam memahami doktrin Agama Islam. Perbedaan cara pandang ini yang membuat pelanggan muslimah tetap menggunakan jasa waria pekerja salon meskipun dalam Islam sendiri terdapat larangan untuk tidak bersentuhan dan menunjukkan aurat di depan mahrom, begitu pula dengan adanya larangan LGBT.

Menurut Zuhdi dalam Rosyidin (2023:49) terdapat tiga kategori tipologi Islam, yaitu : Tradisional, Moderat dan Liberal. Islam tradisional dipandang sebagai cara pandang dimana muslim berpegang teguh pada Alquran dan Hadist. Islam dengan cara pandang tradisional juga dikenal sebagai "*literalist traditional*", yang memaknai Islam segala hal dapat dipecahkan dan juga menjalankan ibadah wajib dan sunnahsesuai dengan Alquran dan Hadist serta ketetapan ulama klasik (ijma). Islam tradisional juga dikenal dengan sebutan Islam konservatif yaitu cara pandang Islam yang memegang teguh, menjaga, dan mempertahankan tradisi Islam (Rosyidin, 2023 :25). Kelompok muslimah dengan cara pandang ini akan menolak menggunakan jasa waria pekerja salon.

Tipologi Islam kedua yaitu Islam Moderat. Moderat berasal dari Bahasa Inggris yaitu *moderate* yang memiliki arti mengurangi atau mengontrol. Dalam pergulatan pemikiran Islam, kata moderat sering diartikan sebagai "jalan tengah", yaitu tidak berpihak pada salah satu aliran, paham, golongan atau kelompok tertentu. Menurut Imarah dalam Zuhri (2022: 35) dalam konsep Islam, moderat adalah terminologi yang memiliki kandungan makna yang sangat penting dan mulia, namun dalam praktiknya sering disalah artikan. Moderatisme bukan seperti anggapan banyak orang, yaitu tidak ada satu sikap yang jelas dan definitif dalam menghadapi problema serta persoalan-persoalan yang kompleks. Kelompok muslimah dengan cara pandang moderat ini lebih mengutamakan sifat humanis-manusiawi dimana mereka menyesuaikan aturan Agama sesuai dengan kehidupan sosial. Muslimah dengan cara pandang moderat biasanya menghargai, menerima dan mau menggunakan jasa waria pekerja salon selama menurut sudut pandang mereka pekerjaan yang dilakukan waria tersebut bukanlah pekerjaan yang haram. Contoh kasus lain Islam moderat adalah muslimin dan muslimat menganggap pekerjaan di

Bank halal selama yang ia kerjakan bukanlah secara langsung berkaitan dengan riba atau keuangan, misalnya seperti satpam, *software developer*, *human resource* dan lain-lain.

Tipologi Islam yang terakhir yaitu Islam Liberal yang tidak hanya mengandung kontradiksi dalam peristilahan (*contradiction in terms*) tetapi juga absurd. Liberal dalam konteks kebebasan intelektual berarti independen secara intelektual, berpikiran luas, terus terang, dan terbuka. Sementara Agama Islam menuntut kepasrahan, yaitu sikap pasrah seorang hamba kepada Allah dengan mengikuti seluruh perintah dan menjauhi larangan-Nya. Sedangkan kata “liberal”, menunjuk pada kebebasan, lepas dari tuntutan dan perintah, dan seterusnya. Oleh karenanya, hampir tidak mungkin untuk mempertemukan dua entitas yang bertentangan ini (Islam dan liberal) menjadi sebuah istilah yang berdiri sendiri.

C. Hambatan Komunikasi Sosial antara Pelanggan Muslimah dengan Waria Pekerja Salon

Dalam kegiatan komunikasi, tidak semuanya berjalan lancar sesuai yang dikehendaki. Pasti ada sebuah hambatan atau kendala yang terjadi ketika proses komunikasi. Dalam komunikasi interpersonal yang dilakukan waria di Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai, mengenai komunikasi waria dengan pelanggan salon, juga mengalami kendala dalam proses komunikasinya. Menurut Tagela (2013:65) ada beberapa sudut pandang hambatan komunikasi, yaitu:

1. Sosio Antro Psikologis
 - a. Psikologis

Berdasarkan wawancara dengan para informan, peneliti menemukan bahwa beberapa pelanggan muslimah dan keluarga pelanggan muslimah yang memiliki prasangka buruk terhadap waria pekerja sebelum mengetahui sikap dan perilaku waria pekerja salon yang sebenarnya. Prasangka buruk terjadi karena ada pandangan bahwa waria merupakan penyimpangan sosial. Selain itu waria sering kali dikenal sebagai pribadi yang mudah tersinggung dan marah yang diakibatkan oleh penolakan masyarakat terhadap keberadaannya sehingga pelanggan muslimah dan keluarga lebih memilih untuk tidak menggunakan jasa waria pekerja salon.

- b. Hambatan Sosiologi

Terdapat dua macam sifat hambatan sosiologis yaitu, pribadi, statis dan rasional. Hambatan ini terjadi pada ruang lingkup yang lebih kecil dan tetap, biasanya terjadi dalam lingkup keluarga. Sementara itu hambatan sosiologis berikutnya bersifat, tidak pribadi, dinamis dan rasional. Hal ini dapat terjadi pada lingkungan yang lebih luas seperti hubungan mutualisme yang terjadi antara pelanggan muslimah dengan waria pekerja salon, dimana pelanggan muslimah dapat menganggap bahwa kedudukannya sebagai pelanggan lebih tinggi dibandingkan pekerja salon, hal itu menyebabkan perilaku buruk dari pelanggan dan bagi waria pekerja salon akan sulit untuk menyampaikan saran mengenai kebutuhan layanan pelanggan.

c. Hambatan Antropologis

Adanya perbedaan Bahasa antara pelanggan muslimah dengan waria pekerja salon. Bahasa merupakan sebuah cara yang digunakan seseorang untuk menyampaikan sebuah pesan. Perbedaan bahasa antara pelanggan muslimah dengan waria pekerja salon dapat menjadi hambatan komunikasi. Apabila pesan yang disampaikan pelanggan muslimah kepada waria pekerja salon tidak tersampaikan dengan benar maka pelayanan yang diberikan tidak akan maksimal.

2. Hambatan Semantis

Berdasarkan wawancara dengan para informan terdapat hambatan semantis dalam komunikasi antara pelanggan muslimah dan waria pekerja salon. Salah satunya terlalu cepat dalam berbicara sehingga pesan tidak tersampaikan dengan jelas pada penerima pesan. Penggunaan istilah khusus dalam menjelaskan jenis-jenis pelayanan pun dapat menimbulkan perbedaan persepsi antara pelanggan muslimah dan waria pekerja salon

3. Hambatan Mekanis

Dalam kegiatan pelayanan jasa salon seringkali terjadi hambatan mekanis. Lingkungan salon yang ramai dan suara mesin yang digunakan mengakibatkan kebisingan yang mana hal ini menjadikan sulit bagi pelanggan salon menyampaikan keinginannya begitu pula sebaliknya waria pekerja salon sulit menjelaskan tahapan layanan atau produk yang ia berikan

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa pola komunikasi sosial antara pelanggan muslimah dan waria pekerja salon di Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai bersifat campuran, yang mencakup interaksi sosial asosiatif dan disosiatif. Interaksi asosiatif tercermin dalam bentuk kerja sama, toleransi, dan hubungan fungsional yang memungkinkan terjalinnya pelayanan jasa secara harmonis, sedangkan interaksi disosiatif muncul dalam bentuk kehati-hatian, pembatasan diri, dan pengelolaan jarak sosial yang dipengaruhi oleh nilai keagamaan, norma sosial, serta persepsi pelanggan terhadap waria. Komunikasi interpersonal berlangsung secara dua arah melalui komunikasi verbal dan nonverbal, dengan efektivitas komunikasi sangat dipengaruhi oleh sikap saling menghargai dan kemampuan menyesuaikan diri dalam interaksi. Selain itu, penelitian ini menemukan adanya berbagai hambatan komunikasi, meliputi hambatan psikologis, sosiologis, antropologis, semantis, dan mekanis, yang berpotensi memengaruhi kualitas interaksi antara kedua pihak.

Berdasarkan temuan penelitian, disarankan agar pelaku usaha salon dan pekerja salon meningkatkan keterampilan komunikasi interpersonal yang beretika dan profesional guna menciptakan interaksi yang nyaman dan saling menghargai. Pelanggan muslimah diharapkan dapat mengembangkan sikap terbuka dan toleran tanpa mengabaikan nilai-nilai keagamaan yang dianut, sehingga tercipta hubungan

sosial yang lebih harmonis. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas jumlah informan dan cakupan lokasi penelitian, serta mengkaji fenomena serupa dengan pendekatan dan perspektif teori yang lebih beragam agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif dan mendalam.

Daftar Pustaka

- Adler, R. B., & Proctor, R. F. (2014). *Looking out, looking in* (14th ed.). Cengage Learning.
- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode penelitian kualitatif studi pustaka. *Jurnal Edumaspul*, 6(1), 974–980. <https://ummaspul.e-journal.id/maspuljr/article/view/3394>
- Agustianti, R., Nussifera, L., Angelianawati, L., Meliana, I., Sidik, E. A., Nurlaila, Q., & Ikhrum, F. (2022). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Tohar Media. <https://books.google.com/books?id=giKkEAAAQBAJ>
- Baharuddin, R. (2024). *Stereotipe pada waria dalam persepsi masyarakat Muslim di Desa Bassiang Kecamatan Bupon* (Doctoral dissertation, IAIN Palopo). IAIN Palopo. <https://repository.uinpalopo.ac.id/id/eprint/10208/>
- Basit, L., & Kom, M. I. (2022). *Lensa gender di media massa: Meta-analisis politisi perempuan*. UMSU Press. <https://books.google.com/books?id=hnyHEAAAQBAJ>
- Boshear, W. C., & Albrecht, K. G. (1998). *Understanding people: Models and concepts*. Pfeiffer & Company.
- Gunawan, I. (2013). *Metode penelitian kualitatif*. Bumi Aksara.
- Hidayat, A. G., Haryati, T., & Rosdiana, R. (2021). Waria dalam perspektif masyarakat di Desa Timu Kecamatan Bolo Kabupaten Bima (ditinjau dari aspek fenomenologis). *Jurnal Pendidikan IPS*, 11(1), 40–47. <https://doi.org/10.37630/jpi.v11i1.440>
- Masrukhin, H. (2014). *Metodologi penelitian kualitatif*. Media Ilmu Press. <https://books.google.com/books?id=OtKREAAAQBAJ>
- Moleong, L. J., & Surjaman, T. (2014). *Metodologi penelitian kualitatif*. Universitas Negeri Jakarta. https://lib.unj.ac.id/slims2/index.php?p=show_detail&id=1832
- Muhadjir, N. (1996). *Metodologi penelitian kualitatif*. Rake Sarasin. <http://library.stik-ptik.ac.id:8080/detail?id=8575&lokasi=lokal>
- Purnasari, N. (2021). *Metodologi penelitian*. Guepedia. <https://books.google.com/books?id=TrZKEAAAQBAJ>
- Rosyidin, M. A. (2023). Liberalisme dan konservatisme dalam kajian Islam Indonesia. *Mukaddimah: Jurnal Studi Islam*. (Silakan lengkapi volume, nomor, dan halaman jika tersedia).
- Rukin. (2019). *Metodologi penelitian kualitatif*. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia. <https://books.google.com/books?id=GyWyDwAAQBAJ>
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi penelitian*. Penerbit KBM Indonesia. <https://books.google.com/books?id=PinKEAAAQBAJ>

Zuhri, A. M. (2022). *Islam moderat: Konsep dan aktualisasinya dalam dinamika gerakan Islam di Indonesia*. Academia Publication.