
Strategi Komunikasi Karyawan Disabilitas dalam Pelayanan Pelanggan di Cafe Difabis Sudirman

Muria Putriana¹, Wina Puspita Sari², Agillia Dian Anastasia³, Anastasia Alissa⁴, Bani Fatimah Pujianti⁵, Erlianur Putri Carlina Fathihah⁶, Meiha Bintang Prudence Swisedy⁷,
Nuraini Fazilatun Nisa⁸

Universitas Negeri Jakarta

E-mail: muriaputriana@gmail.com¹, winapuspitasariunj@gmail.com², banifatimah9@gmail.com³,
agilliadian23@gmail.com⁴, meiprdnce@gmail.com⁵, erlianurcarlinajho.12@gmail.com⁶,
anastasiaapodung@gmail.com⁷, nurainifazila20@gmail.com⁸

Article History:

Received: 02 Juni 2024

Revised: 15 Juni 2024

Accepted: 16 Juni 2024

Keywords:

Komunikasi,
disabilitas,
pelanggan

Strategi
Karyawan
Pelayanan

***Abstract:** Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi dan memahami strategi komunikasi yang digunakan oleh karyawan disabilitas saat memberikan pelayanan kepada pelanggan di Cafe Difabis Sudirman sebagai pemahaman tentang cara berkomunikasi dengan individu disabilitas, mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif bagi karyawan disabilitas, dan juga meningkatkan kesadaran masyarakat tentang potensi dan kemampuan individu disabilitas dalam bidang pelayanan sehingga mengurangi stigma dan diskriminasi. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah karyawan disabilitas dari Café Difabis Sudirman. Pendekatan kualitatif deskriptif digunakan untuk memilih dan mengetahui berbagai fenomena seperti perilaku, persepsi dan tindakan yang dilakukan oleh karyawan dan pelanggan Cafe Difabis Sudirman. Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa strategi komunikasi yang dilakukan karyawan cafe Difabis Sudirman meliputi penggunaan papan menu, pelanggan yang berbicara dengan pelan ataupun dengan mengetik melalui handphone. Selain itu, terdapat pula penggunaan aplikasi Hear Me yang dapat membantu dalam proses komunikasi. Tantangan yang dihadapi oleh karyawan Cafe Difabis Sudirman diantaranya adalah ketika pelanggan yang menggunakan masker dan berbicara dengan nada yang cepat. Tantangan ini dapat diatasi dengan bantuan teman dengar yang selalu ada di samping mereka. Ini membuktikan bahwa keterbatasan komunikasi masih menjadi masalah bagi karyawan disabilitas tuli dalam melakukan pekerjaan.*

PENDAHULUAN

Setiap individu berkomunikasi untuk interaksi sosial dan memenuhi kebutuhan interaksi. Komunikasi berarti meningkatkan kemampuan berbicara, menulis, dan membaca, berasal dari bahasa Latin yang artinya kebersamaan, persatuan, atau hubungan. Menurut Deddy Mulyana (2015), komunikasi merupakan proses berbagi makna, baik melalui tindakan verbal maupun nonverbal yang dilakukan dua orang atau lebih (Mulyana, 2015). Melalui kegiatan komunikasi, seseorang bisa memberikan maupun mendapatkan informasi, serta melakukan setiap pekerjaannya dengan maksimal. Berkomunikasi sangat diperlukan bagi semua orang tanpa terkecuali, termasuk bagi orang-orang yang memiliki keterbatasan serta kekurangan kemampuan secara fisik. Menurut Prasetyo (2014), disabilitas adalah hilangnya kemampuan seseorang untuk berpartisipasi dalam melakukan kegiatan sehari-hari di masyarakat, tidak hanya semata-mata karena gangguan fisik atau psikis melainkan juga akibat adanya hambatan-hambatan sosial yang turut berkontribusi (Prasetyo, 2014).

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi antar individu secara langsung, yang berpeluang untuk individu tersebut menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal (Mulyana, 2010). Komunikasi interpersonal merupakan elemen penting dalam melakukan interaksi sehari-hari, terutama dalam konteks pelayanan pelanggan. Kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif dapat mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan dan keseluruhan pengalaman mereka. Komunikasi interpersonal dapat terjadi saat individu yang terlibat melakukan tindakan komunikasi yang berfokus pada verbal maupun nonverbal dan ada hubungan timbal balik di dalamnya.

Komunikasi nonverbal merupakan jenis komunikasi di mana pesan disampaikan tanpa menggunakan kata-kata. Nonverbal juga dapat diartikan sebagai perbuatan atau aktivitas seseorang yang secara sengaja dikirimkan dan diartikan seperti tujuannya dan dapat menerima umpan balik (*feedback*) dari penerimanya. Komunikasi nonverbal cenderung lebih jujur dalam menyampaikan pesan karena bersifat spontan. Ini juga dapat diinterpretasikan sebagai tindakan manusia yang disengaja, dimana pesan dikirim dan diterima dengan tujuan tertentu dan berpotensi mendapatkan respon. Dengan kata lain, komunikasi nonverbal mencakup segala bentuk komunikasi yang tidak menggunakan kata-kata, baik dalam percakapan langsung maupun tulisan. Bentuk-bentuk komunikasi nonverbal dapat berupa gestur, warna, ekspresi wajah, dan lain sebagainya.

Dalam penggunaannya, komunikasi nonverbal dapat digunakan oleh penyandang tunarungu. Menurut Bunawan & Yumiati (2000) dalam Jurnal *"The Use of Sign Language In Deaf Indonesian Classrooms in Surakarta"* (2023), menjelaskan beberapa cara yang dapat dikembangkan, yaitu: 1) metode oral, yaitu mengajarkan anak tunarungu untuk mengucapkan bahasanya secara jelas dan ringkas dengan lingkungan sekitarnya; 2) metode oral dalam istilah pendidikan disebut membaca ujaran, yaitu membaca ujaran secara visual dengan mengamati bentuk dan gerakan bibir lawan bicara ketika berkomunikasi; 3) metode manual, yaitu metode mendidik anak tunarungu untuk berkomunikasi dengan menggunakan isyarat ejaan jari. Melalui metode-metode tersebut, seseorang dapat berkomunikasi dengan sekitarnya tanpa harus berbicara secara langsung (Isnaniah, 2023).

Pada tahun 2020, Survei Ekonomi Nasional (Susenas) mencatat ada sebanyak 28,05 juta penyandang disabilitas. Jumlah ini setara dengan 10,38 persen penduduk Indonesia. Sementara itu, data berdasarkan Badan Pusat Statistik pada tahun 2022 menyatakan bahwa ada sekitar 366.159 orang merupakan penyandang disabilitas dengan keterbatasan fisik, 85.212 orang

merupakan disabilitas dengan keterbatasan sensorik, 46.222 orang merupakan disabilitas dengan keterbatasan mental, dan sebanyak 143.111.237 orang dengan kesulitan untuk mengurus diri sendiri. Banyaknya penyandang disabilitas di Indonesia, meningkatkan kesadaran masyarakat akan perluasan lapangan pekerjaan yang aman dan nyaman bagi penyandang disabilitas. Masih banyak wirausahawan atau penyedia lapangan pekerjaan yang menganggap bahwa penyandang disabilitas tidak dapat bekerja dengan efisien layaknya individu biasa sehingga stigma negatif tersebut terus menerus berlanjut. Pemilik usaha diharapkan mampu memberikan lapangan pekerjaan bagi semua kalangan individu, termasuk bagi kaum difabel.

Cafe Difabis Sudirman merupakan sebuah kedai kopi yang mempekerjakan penyandang disabilitas untuk menangani setiap kegiatan operasionalnya. Melalui Cafe Difabis Sudirman, penyandang disabilitas dapat ikut berpartisipasi dalam melakukan pekerjaannya dengan baik. Namun dalam melaksanakan pekerjaannya, pastinya terdapat keterbatasan dan tantangan yang dihadapi karyawan disabilitas untuk berkomunikasi kepada sesama karyawan maupun pelanggannya, baik penyandang disabilitas maupun non-disabilitas. Komunikasi yang efektif dapat membantu karyawan disabilitas merasa didukung dan dapat bekerja dengan maksimal dalam lingkungan kerja mereka.

Mayoritas pelanggan yang berkunjung ke Cafe Difabis adalah individu yang tidak mengerti penggunaan bahasa isyarat dan tidak memiliki disabilitas sehingga karyawan-karyawan dalam cafe pun mengalami banyak tantangan saat berinteraksi dengan mereka. Terlebih lagi Cafe Difabis membuka jasa layanan pengantaran *online* dalam melakukan kegiatan jual-belinya, yang mana sering timbul kesalahpahaman saat berkomunikasi dengan para *driver*. Maka penelitian mengenai “*Strategi Komunikasi Karyawan Disabilitas dalam Pelayanan Pelanggan di Cafe Difabis Sudirman*” bertujuan untuk menjelaskan lebih dalam mengenai pemahaman tentang bagaimana meningkatkan inklusivitas dan dukungan terhadap karyawan disabilitas serta meningkatkan pengalaman pelanggan di Cafe Difabis Sudirman.

LANDASAN TEORI

Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy (1992) dalam Prisanastiti & Radjaguguk (2020), merupakan percampuran antara perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata pendekatannya bisa berbeda-beda tergantung pada suatu kondisi dan situasi. (Prisanastiti & Radjaguguk, 2020). Dengan demikian dapat disimpulkan, strategi komunikasi diperlukan untuk memperoleh tujuan yang efektif dengan mengaplikasikan cara-cara yang telah dibuat sebelumnya.

Menurut Richard Dimbley dan Graeme Burton mendefinisikan strategi komunikasi merupakan bagian pendek dari perilaku atau interaksi komunikasi. Hal ini melibatkan penggunaan tanda-tanda verbal dan nonverbal yang disengaja untuk mencapai tujuan komunikasi yang efektif. (Zamzami & Sahana, 2021).

Adapun tujuan strategi komunikasi menurut Onong Uchjana (1992), yaitu:

- 1) Perubahan sikap, yaitu komunikasi dapat merubah sikap, setelah dilakukan suatu proses komunikasi oleh komunikator, karena dalam pesannya tersebut terdapat suatu arahan untuk merubah sikap.

2) Perubahan pendapat, yaitu perubahan pendapat dapat terjadi apabila dalam suatu komunikasi yang tengah dan sudah berlangsung tersebut, komunikatornya menggunakan pesan-pesan persuasif.

3) Perubahan perilaku, yaitu perubahan perilaku dapat terjadi apabila dalam suatu proses komunikasi yang dikemukakan oleh komunikator sesuai dengan yang disampaikannya, hal ini pun dapat terjadi karena dipengaruhi oleh kredibilitas yang dimiliki sang komunikator.

4) Perubahan sosial, yaitu perubahan yang terjadi dalam susunan masyarakat itu sendiri sesuai dengan lingkungan ketika berlangsungnya komunikasi.

Strategi komunikasi memiliki tujuan untuk memastikan penerimaan pesan, membina penerimaan, dan memberikan motivasi serta digunakan untuk mencapai target pada suatu kegiatan. Selain itu, strategi komunikasi juga memiliki tujuan untuk merubah sikap, pendapat, perilaku, dan sosial melalui proses komunikasi yang efektif dan kredibel yang dilakukan oleh komunikator.

Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah jenis komunikasi di mana pemberi informasi dan pendengar secara langsung berbicara satu sama lain dan mendapat umpan balik dari informasi yang diberikan dan diterima tanpa mengurangi makna atau isi dari informasi tersebut. Menurut Putriana, komunikasi interpersonal berpengaruh besar dalam memberikan dampak kepada orang lain, terutama individu. Hal ini disebabkan karena pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi tersebut, melakukannya secara langsung serta tidak memakai media sebagai perantara dalam penyampaian pesan (Putriana, M, et al., 2023) Menurut Ascharisa, ketika dua orang atau lebih dan berada di tempat yang sama lalu menyadari keberadaan satu sama lain di sana, maka komunikasi dikatakan terjadi, tidak peduli seberapa halus atau tidak disengaja. (Ascharisa M.A, & Anisa S.A, 2020). Bahkan tanpa bersuara, seorang mungkin menggunakan petunjuk dari sikap tubuh (postur), mimik wajah, dan pakaian untuk mempengaruhi peran, kepribadian atau maksud orang lain.

Terdapat beberapa karakteristik dalam komunikasi interpersonal. Menurut Judy C. Pearson yang dikutip Roudhonah ada enam aspek penting dalam komunikasi interpersonal, yaitu (Roudhonah, 2007):

- A. Komunikasi interpersonal dimulai dengan kesadaran diri sendiri, yang mengharuskan seseorang untuk menyampaikan pesan atau menilai orang lain.
- B. Komunikasi interpersonal bersifat transaksional, di mana pihak yang terlibat bertukar pesan satu sama lain.
- C. Komunikasi interpersonal melibatkan aspek hubungan antarpribadi dan isi pesan, yang menunjukkan bahwa kualitas hubungan antar pribadi mempengaruhi komunikasi interpersonal.
- D. Komunikasi interpersonal membutuhkan kedekatan fisik antara pihak-pihak yang berkomunikasi untuk efektivitasnya.
- E. Komunikasi interpersonal menekankan adanya ketergantungan emosional antara pihak-pihak yang berkomunikasi, yang menandakan pentingnya aspek emosional dalam komunikasi.
- F. Komunikasi interpersonal tidak dapat diubah atau diulang, jadi sangat penting untuk berhati-hati saat menyampaikan pesan agar tercipta komunikasi yang efektif.

Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal adalah jenis komunikasi yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikan melalui tulisan atau lisan. Komunikasi Verbal memiliki peran penting, karena ide-ide, gagasan, atau pertimbangan tertentu lebih mudah disampaikan secara lisan daripada non lisan. Diharapkan agar komunikan dapat memahami pesan yang diberikan. Contohnya, dapat dilihat melalui komunikasi verbal secara lisan yang dapat dilakukan melalui media, seperti berbicara melalui telepon. Sementara komunikasi verbal selain tulisan terjadi tanpa adanya kontak langsung antara komunikator dan komunikan. Media seperti gambar, grafik, surat, lukisan, dan sebagainya digunakan untuk penyampaian informasi.

Setiap simbol atau lambang yang terdiri dari satu kata atau lebih dikatakan sebagai simbol verbal atau pesan verbal. Bahasa juga bisa diartikan sebagai sistem kode verbal. Menurut Mulyana, bahasa adalah sekumpulan simbol yang memiliki aturan untuk menggabungkan simbol - simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami oleh suatu komunitas (Mulyana, 2005).

Komunikasi Non Verbal

Komunikasi nonverbal terdiri dari isyarat non-linguistik yang mengkomunikasikan informasi dan emosi, tidak memerlukan kata-kata saat berkomunikasi. Komunikasi non-verbal merujuk pada tindakan manusia yang disengaja dan diterima sebagaimana tujuannya, berpotensi memicu umpan balik dari penerimanya. Dalam konteks ini, komunikasi terjadi tanpa penggunaan kata-kata atau simbol verbal, melainkan melalui lambang-lambang seperti gerakan tubuh, warna, ekspresi wajah, dan lain sebagainya.

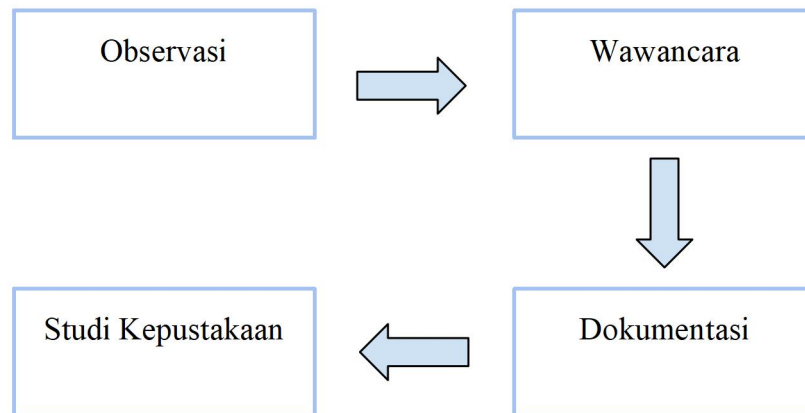
Terdapat banyak kasus komunikasi verbal yang tidak efektif dikarenakan komunikator tidak dapat berkomunikasi secara nonverbal pada saat yang sama. Orang dapat membuat kesimpulan tentang berbagai macam perasaan melalui komunikasi non verbal. Menurut Gantiano (2019), kaitannya dengan dunia bisnis, komunikasi non verbal bisa membantu komunikator untuk lebih memperkuat pesan yang disampaikan sekaligus memahami reaksi komunikan saat menerima pesan. (Gantiano, 2019).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini berbentuk kualitatif deskriptif. Untuk penetapan informan dalam penelitian ini digunakan sebuah teknik dengan jenis *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Menurut Sugiyono (2008) dalam Hidayat, Y. P. S. R., & Sudiby, N. A. (2019), teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2008). Sedangkan pengertian teknik *snowball sampling* menurut Sugiyono (2017) dalam Makawimbang, C. J. N., Dotulong, L. O., & Uhing, Y. (2023), teknik *snowball sampling* adalah teknik pengambilan sumber data yang pada awalnya jumlahnya sedikit kemudian menjadi membesar, hal ini dikarenakan sumber data yang sedikit tersebut belum mampu memberikan data yang memuaskan, maka mencari informan lain yang digunakan sebagai sumber data (Sugiyono, 2017).

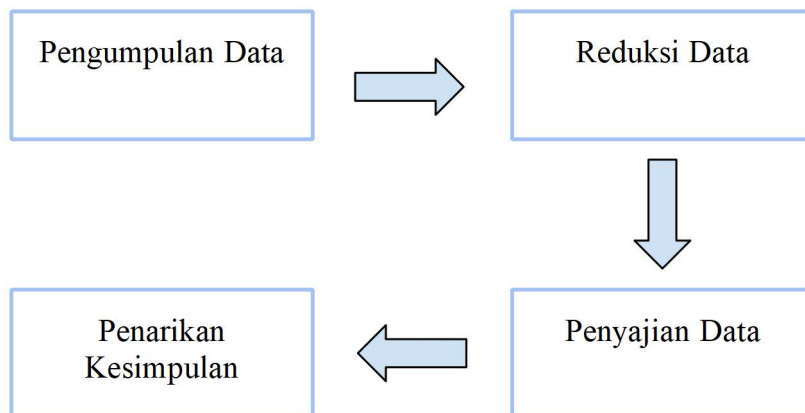
Peneliti memilih informan yang dianggap memahami permasalahan yang diteliti dan mampu memberikan informasi yang penting untuk mendapatkan hasil penelitian. Di dalam penelitian ini terdapat dua orang karyawan disabilitas tuli, seorang karyawan disabilitas tuna daksa, seorang interpreter bahasa isyarat dan tiga orang pengunjung cafe Difabis sebagai informan.

Dalam penelitian ini, terdapat empat teknik pengumpulan data yang digunakan, yaitu:



Gambar 1. Teknik Pengumpulan Data

Dalam proses analisis data, berbagai teknik digunakan untuk menggali makna, pola, dan konstruksi sosial dalam melandasi data yang dikumpulkan. Pada penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, yang mana tujuan dilakukannya adalah agar data yang diambil dapat teruji secara sistematis dan akurat. Menurut Miles & Huberman (1992) dalam Ahmad & Muslimah (2021), analisis terdiri dari tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data, dan diakhiri dengan penarikan kesimpulan. Analisa dilakukan dengan cara berikut:



Gambar 2. Teknik Analisis Data

Pengujian keabsahan data yang dilakukan menggunakan teknik triangulasi sumber. Triangulasi sumber dilakukan dengan metode pengambilan data yang beragam guna menggali kebenaran informasi. Penggunaan teknik wawancara, observasi, dokumen tertulis, catatan pribadi, maupun foto atau gambar dapat membantu peneliti dalam menguji ketepatan data yang diperoleh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian yang kami susun mengenai “Strategi Komunikasi Karyawan Disabilitas dalam Pelayanan Pelanggan di Cafe Difabis Sudirman” terbagi kedalam beberapa sub-bab hasil serta pembahasan seperti berikut:

1. Pola Komunikasi

Interaksi yang berlangsung antara karyawan disabilitas Cafe Difabis dengan pelanggannya menimbulkan adanya pola komunikasi tertentu. Pola interaksi yang diterapkan adalah pola komunikasi mendasar dimana proses penyampaian pesan oleh komunikator (karyawan) kepada komunikan (pelanggan) dilakukan dengan menggunakan lambang atau media sebagai saluran / media yang menjembatannya. Simbol yang digunakan baik secara verbal maupun nonverbal. Komunikasi primer dilakukan secara langsung dengan bertatap muka sehingga ekspresi wajah dapat diketahui baik oleh karyawan maupun pelanggan. Komunikasi yang dilakukan antara karyawan disabilitas dengan pelanggan pada Cafe Difabis pun termasuk kedalam komunikasi interpersonal, dimana aspek-aspek penting komunikasi interpersonal dapat ditemukan di dalamnya.

Komunikasi interpersonal antara karyawan disabilitas dan pelanggan merupakan proses kompleks yang melibatkan kesadaran diri antar individu. Selain itu, transaksi pesan antara karyawan dan pelanggan membutuhkan pertukaran yang efektif, di mana kualitas hubungan antarpribadi dan isi pesan saling mempengaruhi. Selain itu, kontak fisik yang dekat juga dapat meningkatkan efektivitas komunikasi interpersonal. Karyawan disabilitas pada Cafe Difabis telah melibatkan dirinya dalam melakukan pertukaran pesan dengan memperhatikan aspek-aspek, seperti kedekatan fisik, kesadaran diri, serta kejelasan dalam memberikan pesan, sehingga pesan yang disampaikan efektif dan diterima dengan baik oleh mayoritas pelanggan tanpa merasakan adanya hambatan.

Strategi komunikasi sudah dianggap efektif bagi karyawan maupun pembeli Cafe Difabis, karena pesan yang disampaikan oleh pembeli ataupun karyawan dapat diperoleh dengan baik dan jarang terjadi kesalahpahaman. Oleh karena itu, pola komunikasi yang digunakan sudah baik dan telah sepadan dengan situasi yang ada di Cafe Difabis.

Adanya ketergantungan emosional, yaitu keinginan memiliki pengalaman baru, kepuasan akan pengalaman yang ditawarkan, serta ketertarikan pelanggan dalam memahami keadaan penyandang disabilitas, baik dari kekurangan maupun kelebihan yang dimiliki, menunjukkan bahwa aspek emosional memiliki peran penting dalam membangun hubungan yang baik. Dalam konteks ini, karyawan perlu berhati-hati dalam menyampaikan pesan, karena komunikasi interpersonal tidak dapat diubah atau diulang.

Bagi karyawan disabilitas, tantangan yang harus dihadapi berupa cara pelanggan menyampaikan pesan. Penggunaan masker dan kecepatan nada berbicara saat memesan menjadi kendala yang sangat berpengaruh terhadap kelancaran kegiatan komunikasi. Ketergantungan akan komunikasi non verbal seperti penggunaan gerak tubuh dan ekspresi wajah sangat dibutuhkan karena semakin cepat berbicara, maka mereka semakin sulit bagi mereka untuk bisa memahami gerak mulut dari pelanggan. Langkah atau solusi yang diambil oleh karyawan dengan bantuan dari teman dengar yang berada di lingkungan sekitar mereka maupun komunitas teman dengar yang sedang berkunjung ke Cafe Difabis tersebut.

Sedangkan tidak ditemukan banyak kesulitan bagi pelanggan pada saat memesan karena adanya media-media verbal yang tertera sebagai petunjuk untuk memesan dan kepekaan oleh karyawan disabilitas untuk mengerti pesanan dari pelanggan. Namun, banyak pelanggan yang masih belum memahami dan menerapkan penggunaan bahasa isyarat dalam berkomunikasi

dengan karyawan disabilitas, terutama karyawan disabilitas tuli sehingga miskomunikasi masih ditemukan walaupun tidak terlalu sering.

2. Media yang Digunakan dalam berkomunikasi

Dalam melakukan interaksi dengan para pelanggannya, karyawan Cafe Difabis menggunakan beberapa media sebagai sarana pembantu komunikasinya. Pada Cafe Difabis, media verbal yang digunakan berupa papan menu yang dapat ditunjuk serta menulis dan mengetik menggunakan handphone atau kertas. Terdapat platform komunikasi yang sempat digunakan untuk membantu interaksi dengan pelanggan, yaitu aplikasi Hear Me.

Aplikasi Hear Me merupakan sebuah aplikasi penerjemah tulisan maupun suara menjadi bahasa isyarat dalam bentuk animasi 3D. Walaupun aplikasi ini dianggap dapat membantu mempermudah komunikasi antara karyawan disabilitas dengan pelanggan, aplikasi jarang digunakan karena pelanggan yang hanya berkunjung pada waktu tertentu serta aplikasi yang kerap dihapus. Menurut para karyawan, penggunaan media non verbal, seperti bahasa mulut / oral lebih mudah dipahami dibandingkan dengan aplikasi.

3. Dampak yang Diberikan oleh Karyawan dan Pelanggan di Cafe Difabis Sudirman

Pelanggan menanggapi dengan baik dengan memperlihatkan antusias dalam berupaya memahami bahasa isyarat dengan mau mencoba belajar secara langsung di tempat atau mencoba memesan dengan mengikuti petunjuk spanduk atau menu yang ada. Ini berarti ada ketertarikan dari pelanggan antara kinerja dari karyawan. Disaat yang bersamaan, karyawan menanggapi ketertarikan dan usaha pelanggan dengan baik. Adanya kepuasan serta penyaluran sikap yang positif dari pelanggan menunjukkan adanya kepuasan dalam melayani pelanggan. Ketergantungan emosional ini yang menjadikan komunikasi antara karyawan dan pelanggan dapat berjalan baik, sehingga tujuan dari komunikasi interpersonal terwujud dalam kegiatan komunikasinya.

Tujuan dari komunikasi interpersonal tersebut, diantaranya untuk menyampaikan informasi (*to Inform*) mengenai tata cara pembelian, latar belakang Cafe Difabis, maupun penggunaan bahasa isyarat, mendidik (*to Educate*) para pelanggan untuk meningkatkan kepekaannya terhadap kehidupan dan pekerjaan karyawan disabilitas, mengawasi (*Surveillance*) kebenaran pesan yang disampaikan agar tidak terjadi kesalahpahaman, serta mempengaruhi (*to Influence*) sikap, pendapat, dan perilaku (tujuan strategi komunikasi) pelanggan untuk kemudian datang kembali untuk membeli maupun untuk mengetahui lebih dalam mengenai Cafe Difabis.

Berdasarkan hasil wawancara bersama para informan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan komunikasi yang dilakukan dalam interaksi antara karyawan disabilitas dengan pelanggan di Cafe Difabis masih mendapatkan hambatan. Kendala dalam kepekaan pelanggan akan keterbatasan yang dimiliki oleh karyawan disabilitas menjadi salah satu tantangan terbesar dalam mewujudkan komunikasi yang efektif. Penggunaan bahasa isyarat pun masih minim dilakukan oleh pihak pelanggan karena masih banyak individu yang tidak mengerti akan penggunaan bahasa isyarat itu sendiri, sehingga kurang membantu pelayanan karyawan disabilitas dalam berinteraksi. Pengalaman karyawan yang cukup lama dalam lingkungan ini pun

tidak sepenuhnya dapat memberikan perubahan yang besar jika tidak ada kepekaan dari pelanggan. Keterbukaan dari karyawan disabilitas akan kepekaan pelanggan terhadap keterbatasan yang dimiliki serta penggunaan bahasa isyarat sebagai media yang membantu keefektifan komunikasi menjadi hal yang diupayakan oleh karyawan disabilitas.

Dalam sisi pelanggan, adanya pengalaman pelanggan yang baik yang diberikan oleh Cafe Difabis menjadi suatu ketertarikan dalam segi emosional untuk berkunjung kembali serta mempelajari bahasa isyarat sebagai upaya mendukung pekerjaan karyawan disabilitas. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang dinamika komunikasi interpersonal menjadi kunci untuk menciptakan hubungan yang kuat dan efektif antara karyawan disabilitas dan pelanggan. Kepekaan pelanggan, meski dalam jumlah yang tidak besar, tetap menjadi motivasi bagi karyawan disabilitas untuk mengedukasi para pelanggannya untuk memahami keadaan karyawan disabilitas, baik disabilitas tuli maupun daksa, untuk menciptakan komunikasi yang efektif.

KESIMPULAN

Dalam penelitian ini membahas mengenai strategi komunikasi yang digunakan oleh karyawan disabilitas serta tantangan yang dihadapi oleh karyawan tersebut dalam berinteraksi dengan para pelanggan di Cafe Difabis Sudirman. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang dapat mengetahui berbagai fenomena seperti perilaku, persepsi dan tindakan yang dilakukan oleh karyawan dan pelanggan Cafe Difabis Sudirman.

Dalam penelitian ini memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh karyawan cafe Difabis Sudirman meliputi penggunaan papan menu, pelanggan yang berbicara dengan pelan ataupun dengan mengetik melalui *handphone*. Selain itu, terdapat pula penggunaan aplikasi Hear Me yang dapat membantu dalam proses komunikasi. Namun, aplikasi tersebut dinilai kurang efektif karena penggunaan bahasa verbal melalui mulut lebih mudah dipahami dibandingkan dengan menggunakan aplikasi.

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh karyawan dengan pelanggan dapat dikatakan efektif apabila pelanggan sudah pernah berkunjung ke cafe sebelumnya. Komunikasi yang dilakukan karyawan kepada pelanggan dapat berjalan efektif apabila karyawan memberikan instruksi mengenai tata cara pemesanan. Tantangan yang dihadapi oleh karyawan Cafe Difabis Sudirman diantaranya adalah pelanggan yang menggunakan masker dan berbicara dengan nada yang cepat. Pelanggan yang menggunakan masker, dapat menghambat proses komunikasi karena karyawan tidak dapat membaca gerakan mulut pelanggan. Selain itu, nada bicara yang cepat menyulitkan karyawan untuk memahami kata-kata yang diucapkan oleh pelanggan. Tantangan ini dapat diatasi dengan bantuan teman dengar yang selalu ada di samping mereka. Ini membuktikan bahwa keterbatasan komunikasi masih menjadi masalah bagi karyawan disabilitas tuli dalam melakukan pekerjaan.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Terdapat masalah dan kesulitan yang dihadapi oleh penulis saat penyusunan penelitian ini. Seperti pengumpulan data, pengaturan waktu, maupun pengeluaran yang tidak sedikit. Namun, usaha dan upaya serta motivasi dari berbagai pihak membantu penelitian ini dapat terselesaikan. Melalui penelitian ini menjadikan kesempatan bagi penulis untuk menyampaikan terima kasih kepada:

1. Pihak cafe Difabis Sudirman Jakarta yang telah bersedia menjadi objek penelitian kami.
2. Ibu Wina Puspita Sari selaku Dosen Pengampu Mata Kuliah Riset Kehumasan yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan saran yang sangat berharga dalam proses penyusunan penelitian ini.
3. Ibu Muria Putriana, S.AP., M.Pd. yang telah membantu penulis dalam mengerjakan dan mengatasi kekurangan selama penulisan penelitian ini.
4. Segenap tim yang sudah bekerja keras dan berdedikasi dalam penulisan penelitian ini.
5. Teman-teman program studi Hubungan Masyarakat & Komunikasi Digital angkatan 2022 yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi dalam perjalanan penelitian ini.

DAFTAR REFERENSI

- Afrilia, A. M., & Arifina, A. S. (2020). Buku Ajar Komunikasi Interpersonal. Pustaka Rumah Cinta.
- Ahmad, A., & Muslimah, M. (2021, December). Memahami teknik pengolahan dan analisis data kualitatif. In *Proceedings of Palangka Raya International and National Conference on Islamic Studies (PINCIS)* (Vol. 1, No. 1).
- Assauri, S. (2013). *Strategic Management : Sustainable Competitive Advantages*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Azzahra, S. R., Manalu, S. R., & Santosa, H. P. (2022). *KOMUNIKASI DISABILITAS: MEMAHAMI HAMBATAN KOMUNIKASI DAN SOCIAL SUPPORT PEGAWAI FRONTLINE TULI DI LINGKUNGAN KERJA DENGAR*. *Interaksi Online*, 11(1), 272-284.
- Candraningrum, A. (2018). PERANAN KYAI DALAM KEMENANGAN H. HERDIAT SUNARYA DAN YANA DIANA PUTRA KABUPATEN CIAMIS TAHUN 2018. Skripsi. Universitas Siliwangi,
- Duhani, E. M. (2016). *JURNAL; Manajemen humas dalam meningkatkan mutu madrasah studi kasus di Madrasah Ibtidiyah Terpadu (MIT) As-Salam Ambon*. *Ambon*, 1(1), 31-54.
- Fatich, H. E. (2022). *Journal of Southeast Asian Communication. Strategi Komunikasi Pasangan Tuli dan Dengar dalam Menjalin Hubungan Romantis*, 3(1), 26 & 27. <https://doi.org/10.21776//ub.tuturlogi.2022.002.04.3>
- Fitriandani, M. Z. (2021). *PERANAN HUMAS DINAS KESEHATAN KABUPATEN INDRAGIRI HULU DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM KESEHATAN LINGKUNGAN (KESLING)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Gantiano, H. E. (2019). FENOMENA FACEBOOK SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI SOSIAL. *Dharma Duta*. <https://doi.org/10.33363/dd.v15i1.163>
- Hidayat, Y. P. S. R., & Sudiby, N. A. (2019). Proses Berpikir Siswa Kelas 12 Sekolah Menengah Kejuruan dalam Memecahkan Masalah Matematika. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 1(05), 53-58.
- Isnaniah, S. (2023). *The Use of Sign Language In Deaf Indonesian Classrooms in Surakarta*. *KEMBARA: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 9(2), 468–481. <https://doi.org/10.22219/kembara.v9i2.25990>
- Kusumawati, Indah. (2016). *Komunikasi Verbal dan Nonverbal*. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*. Vol. 6, No. 2.
- Makawimbang, C. J. N., Dotulong, L. O., & Uhing, Y. (2023). KAJIAN KUALITATIF TERHADAP FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA KARYAWAN

- CV. KHARISMA INDAH LESTARI MOKUPA. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(3), 1337-1346.
- Mulyana, D. (2015). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Prisanastiti, R. A. & Radjaguguk, L. D. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI SIARAN RADIO GEN 98.7 FM JAKARTA DALAM PROGRAM SIARAN DJ SORE UNTUK MEMPERTAHANKAN PENDENGAR. *Jurnal Sosial dan Humaniora*, 5 (2)
- Putri, Adinda & Ali, Dini. (2020). “*Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Coffee Shop Kopi Tuli*”. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Volume 5, No. 2, Juni 2020, (95-108).
- Putriana, M., Puspitasari, W., Sugiarto, A., Muharam, Y. A., & Darmawan, T. (2023). Penerapan Komunikasi Interpersonal pada Media Sosial (SMK N 1 Babelan Kabupaten Bekasi Jawa Barat). *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 1(4), 44-55. <https://doi.org/10.59581/harmoni-widyakarya.v1i4.1507>
- Rahardjo, M. (2010). *Triangulasi dalam Penelitian Kuantitatif*. UIN Maulana Malik Ibrahim. Malang. Diakses pada 24 April 2024. www.uin-malang.ac.id.
- Ruslan, R. (2005). *Kiat Dan Strategi Kampanye Public Relation*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Sari, M., & Assmendari. (2020). Penelitian Kepustakaan (Library Research) dalam Penelitian Pendidikan IPA. *Jurnal Penelitian Bidang IPA dan Pendidikan IPA*, 6(1), 43 & 44.
- Satlita, L. (2004). *Resposisi Peran dan Fungsi Strategis Public Relations dalam Organisasi*. Efisiensi: Kajian Ilmu Administrasi, 4(1).
- Usman, U. (2017). *Peran Humas Setda Kabupaten dalam Membentuk Citra Pemerintah Daerah Kabupaten Pelalawan* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Zamzami, & Sahana, W. (2021). *Strategi Komunikasi Organisasi*. *Journal Educational Research and Social Media*, 2(1), 31.