

KOMUNIKASI INTERPERSONAL ANTARA MANAJER DAN KARYAWAN DALAM MENJAGA KUALITAS PELAYANAN DI CAFE COMMUNION COFFEE BREWER KOTA SURAKARTA

Setyo Purwanto¹⁾

¹⁾Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Surakarta
E-mail: setyopurwanto001@gmail.com¹⁾

Abstract

The communication process within an organization is very important for measuring employee performance. At Communion Coffee Café in Surakarta City, the manager plays an important role in interpersonal communication to maintain service quality. The results show an increase in the number of visitors; however, there are also criticisms related to communication and employee motivation. This study focuses on describing the interpersonal communication between the manager and employees in maintaining service quality at Communion Coffee Café in Surakarta City. The research method used is descriptive qualitative. The data sources in this study consist of primary data sources and secondary data sources. Data collection techniques used in this study include interviews, observations, and documentation.

The results of the study indicate that interpersonal communication between the manager and employees at Communion Coffee Café in Surakarta City is carried out through verbal and nonverbal communication. Verbal communication includes face-to-face conversations and briefings, while nonverbal communication occurs through body language and facial expressions when serving customers. In implementing interpersonal communication, four indicators are applied, namely openness, empathy, a supportive attitude, and equality. Meanwhile, the indicator of a positive attitude has not yet been implemented in the interpersonal communication between the manager and employees.

Keywords: *Interpersonal Communication, Service Quality, Communion Coffee, Café*

PENDAHULUAN

Komunikasi interpersonal memiliki peran penting dalam dunia kerja, khususnya dalam hubungan antara manajer dan karyawan. Hubungan komunikasi yang efektif mampu meningkatkan kinerja karyawan, menjaga keharmonisan, serta mempertahankan kualitas pelayanan yang pada akhirnya berdampak pada kepuasan pelanggan (Sidik & Sobandi, 2018; Nădrag & Buzarna-Tihenea, 2017). Café Communion Coffee Kota Surakarta menjadi objek penelitian karena mengalami peningkatan jumlah pengunjung, namun tetap menghadapi kritik terkait kualitas pelayanan. Hal ini mendorong pentingnya kajian komunikasi interpersonal antara manajer dan karyawan dalam menjaga standar pelayanan. Komunikasi dalam organisasi merupakan elemen vital yang menentukan keberhasilan pencapaian tujuan bersama. Pada sektor jasa, khususnya industri kafe, kualitas pelayanan tidak hanya ditentukan oleh produk yang ditawarkan, tetapi juga oleh kualitas interaksi antara manajer dan karyawan. Komunikasi yang efektif memungkinkan penyampaian instruksi, koordinasi pekerjaan, serta penciptaan iklim kerja yang kondusif. Sebaliknya, komunikasi yang lemah dapat menimbulkan kesalahpahaman, rendahnya motivasi kerja, hingga menurunnya kepuasan pelanggan.

Komunikasi interpersonal mempunyai peran yang sangat penting, salah satu diantaranya ialah peran manajer dalam hal komunikasi kepada karyawannya. Dalam

penelitian ini akan berfokus pada objek penelitian yang bertempat di *Communion Coffe Brewer* Kota Surakarta, dimana manajer memiliki tujuan bagaimana mempertahankan karyawannya untuk tujuan menjaga kualitas pelayanan bisnis itu sendiri. Fungsi komunikasi interpersonal yaitu bentuk penyampaian informasi yang bertujuan untuk mencapai keinginan bersama. Pada saat terjadi proses komunikasi interpersonal maka akan ada satu pihak yang mendominasi, seperti dalam dunia kerja akan ada jarak antara manajer dan karyawan saat berkomunikasi. *Cafe Communion Coffee Brewer* di Kota Surakarta menjadi objek penelitian menarik karena perkembangan bisnisnya yang pesat tidak selalu sejalan dengan kualitas pelayanan. Berdasarkan ulasan konsumen di platform digital, ditemukan bahwa meskipun kafe ini diapresiasi dari segi suasana dan variasi menu, masih terdapat keluhan mengenai keramahan staf serta ketepatan waktu pelayanan. Fenomena ini menunjukkan adanya tantangan dalam pola komunikasi interpersonal yang dibangun antara manajer dan karyawan.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman mendalam mengenai bagaimana komunikasi interpersonal berperan dalam menjaga kualitas pelayanan, serta strategi yang dapat diterapkan untuk memperbaiki kelemahan komunikasi demi meningkatkan kepuasan pelanggan dan untuk menganalisis dan mendeskripsikan komunikasi interpersonal antara manajer dengan karyawan dalam menjaga kualitas pelayanan di *Cafe Communion Coffee Brewer* Kota Surakarta.

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi Interpersonal

Komunikasi antar pribadi atau yang lebih dikenal dengan komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang penyampaian pesannya dilakukan secara tatap muka oleh satu orang dan pesan tersebut diterima oleh orang lain baik lebih atau sekelompok kecil orang, dengan tujuan agar penerima pesan bisa menerima langsung pesan yang disampaikan dan memberikan umpan balik segera. Menurut (Sundari, 2024) komunikasi interpersonal merupakan proses pertukaran informasi, ide dan perasaan antara dua orang atau lebih yang bisa melibatkan hubungan langsung atau timbal balik. Komunikasi interpersonal mencakup dari berbagai hal, seperti kemampuan mendengar, kejelasan pesan, umpan timbal balik, serta empati. Hal tersebut merupakan bagian yang sangat penting dalam dunia kerja.

Komunikasi organisasi

Komunikasi menurut (Anggraini & Mihardja, 2025) merupakan pertukaran informasi antara dua orang atau lebih, atau disebut juga pertukaran ide dan pikiran yang disampaikan oleh penyampai pesan kepada penerima pesan agar informasi tersebut dapat mengubah sikap dan perilaku. Begitupun menurut Onong dalam (Ety Nur Inah dan Melia Trihapsari, 2019) komunikasi terjadi ketika ada kesamaan makna di antara individu-individu yang terlibat mengenai hal yang sedang dikomunikasikan. Secara terminologis, komunikasi dapat diartikan sebagai penyampaian suatu pernyataan dari satu orang kepada orang lain. Organisasi merupakan sekelompok orang yang bekerja sama dan saling bergantung untuk mencapai tujuan bersama. Turut menambahkan menurut (Mardhiah, 2018) organisasi merupakan sekumpulan individu yang sudah memiliki kewajiban untuk mencapai suatu keberhasilan.

Organisasi tidak lepas dari komunikasi, karena komunikasi sebagai jembatan interaksi antar anggota organisasi. Komunikasi yang baik merupakan faktor penting untuk mencapai tujuan organisasi. Tanpa adanya komunikasi sebuah organisasi akan hancur apabila tidak terjalin interaksi antar individu (Mardhiah, 2018).

Menurut (Alamsyahdana et al., 2023) Komunikasi dalam konteks organisasi memainkan peran yang sangat penting dalam membentuk, mendukung, dan mengarahkan dinamika kerja serta interaksi antarindividu. Sebagai dasar utama, komunikasi bukan hanya

sekadar alat untuk menyampaikan informasi, tetapi juga merupakan inti yang membangun hubungan, merancang kebijakan, dan menetapkan arah perusahaan. Dalam komunikasi organisasi merupakan satu proses penyampaian informasi, ide-ide antar anggota organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Teori Kualitas Pelayanan

Dimensi ini relevan dalam menilai pelayanan yang diberikan karyawan kafe. Kualitas pelayanan secara sederhana yaitu, ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Fajarini & Meria, 2020). Menjaga kualitas agar tetap baik sangatlah tidak mudah diperlukan adanya kerjasama dan komunikasi yang baik antara manajer dengan karyawan. Terdapat empat cara yang efektif agar dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik dalam dunia pekerjaan (Fajarini & Meria, 2020). Indrasari dalam (Ayu Patmawati & Andjarwati, 2023) mendefinisikan bahwa “kualitas layanan sebagai upaya mengimbangi harapan pelanggan dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta memberikan penyampaian yang tepat”. Menurut Kotler dalam (Thamnoya, 2022) Pelayanan atau juga lebih dikenal dengan service bisa di klarifikasikan menjadi dua diantaranya:

- a. *High Contact Service* adalah klarifikasi pelayanan dimana tingkat kontak antara konsumen dengan penyedia jasa sangat tinggi, konsumen selalu dilibatkan dalam proses pelayanan tersebut.
- b. *Low Contact Service* adalah klarifikasi layanan dimana tingkat kontak antara konsumen dan penyedia layanan tidak terlalu tinggi. Kontak fisik dengan konsumen hanya terjadi pada resepsi yang terukur dalam kategori pelayanan kontak rendah.

Kualitas pelayanan secara sederhana yaitu, ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Fajarini & Meria, 2020). Menjaga kualitas agar tetap baik sangatlah tidak mudah diperlukan adanya kerjasama dan komunikasi yang baik antara manajer dengan karyawan. Terdapat empat cara yang efektif agar dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik dalam (Fajarini & Meria, 2020), diantaranya:

- a. Bersikap ramah dan memiliki empati,, banyak bisnis kehilangan pelanggan karena pelayanan yang tidak ramah terhadap konsumen, namun sikap bersahabat dapat membuat konsumen merasa lebih nyaman. Selain keramahan, empati juga dibutuhkan.
- b. Program loyalitas, dengan adanya program loyalitas dapat membuat konsumen menjadi pelanggan setia dan membuat konsumen melakukan pembelian berulang secara terus menerus.
- c. Dengan respon yang cepat dan akurat, konsumen dapat mengajukan keluhan setiap saat. Perusahaan harus siap menghadapi keluhan. Diperlukan respon yang cepat dan akurat agar permasalahan konsumen dapat diselesaikan ditempat.

Dapatkan pendapat konsumen kumpulkan umpan balik konsumen, dan gunakan sebagai data evaluasi untuk memperbaiki kesalahan yang ada. Karyawan harus beranggapan sebagai konsumen. Dengan cara ini, jauh lebih mudah untuk memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen, dan karyawan dapat memberikan solusi yang ditargetkan untuk setiap permasalahan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian deskriptif kualitatif menurut (Abubakar, 2021) adalah metode yang digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena- fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan antara kegiatan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dimana peneliti mengungkapkan fakta dengan mengungkapkan

masalah, situasi, dan peristiwa apa adanya. Peneliti bertindak sebagai pengamat, mengklarifikasikan pelaku, mengamati gejala dan menangkap informasi dari sumber data yang mendasarinya.

Lokasi Penelitian

Objek penelitian ini dilakukan di *Café Communion Coffee Brewer* Kota Surakarta yang beralamatkan di Jalan Brigjen Slamet Riyadi No. 61 Kelurahan Kauman, Kecamatan Pasar Kliwon, Kota Surakarta, Jawa Tengah. Alasan peneliti melakukan penelitian di *Café Communion Coffee Brewer* karena adanya banyak ulasan konsumen terhadap pelayanan dari karyawan *Café Communion Coffee Brewer* yang kurang baik dan mengecewakan.

Sumber Data

Penelitian kualitatif ini sumber datanya dapat berupa peristiwa, aktivitas, manusia, benda, tempat, gambar, rekaman, dokumen, ataupun arsip. Jenis data dalam penelitian ini ada dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti itu sendiri. Data primer penelitian yaitu berupa hasil dari wawancara dengan narasumber, hasil observasi, hasil eksperimen yang langsung dikerjakan oleh peneliti itu sendiri. Pada penelitian ini peneliti mengumpulkan data secara langsung dari *Communion Coffee Brewer* Kota Surakarta. Sumber data yang akan dimanfaatkan bagi peneliti yaitu :
 - a. Narasumber yang melibatkan manajer, marketing dan karyawan *Communion Coffee Brewer* Kota Surakarta.
 - b. Notulensi hasil briefing harian dan bulanan karyawan di *café Communion Coffee Brewer* Kota Surakarta.
2. Data sekunder merupakan data yang diambil secara tidak langsung oleh peneliti. Data sekunder dapat diambil dari berbagai sumber seperti jurnal, buku, atau peneliti terdahulu. Pada penelitian ini peneliti mencari sumber data dari google ulasan *café Communion Coffee Brewer* Kota Surakarta tentang keluhan pelayanan yang diterima konsumen yang dinilai kurang atau buruk dan beberapa sumber lainnya untuk mengetahui dan melengkapi data primer yang digunakan.

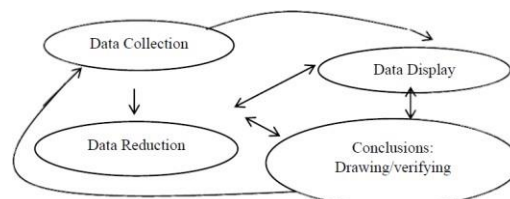
Pengolahan dan Analisis Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis data non statistic. Analisis data merupakan bentuk pencarian dan penyusunan secara sistematis data yang didapatkan dari hasil wawancara, informasi dan dokumentasi dengan menyusun data pada suatu kategori, menjelaskan terhadap unit tertentu, melakukan sintesa dan mempelajari serta membuat kesimpulan agar mudah dipahami secara pribadi maupun orang banyak (Abubakar, 2021). Teknis analisis data dalam penelitian ini terdapat 4 (empat) komponen analisis, seperti :

1. *Data Collection* (Pengumpulan Data) yaitu melakukan pengumpulan data dari lapangan, mengkategorikan data, membuat analisa dengan gambaran umum dan membuat gambaran tersebut menjadi kesimpulan dengan kalimat yang mudah dipahami. Pengumpulan data dari lapangan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi untuk membuat strategi pengumpulan data yang akurat dan menentukan focus serta memperdalam data dalam proses pengumpulan data selanjutnya.
2. *Data Reduction* (Reduksi Data) yaitu data yang didapat dilapangan akan semakin banyak dan lebih kompleks maka dari itu peneliti diharuskan lebih teliti. Langkah selanjutnya adalah analisis data dengan reduksi data, reduksi data adalah bagaimana peneliti harus menyimpulkan, merangkum inti pokok, fokus pada hal penting, mencari

tema dan polanya. Maka dari itu, data yang sudah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan peneliti mudah dalam melakukan penelitian.

3. *Data Display* (Penyajian Data) Dalam penelitian kualitatif, proses penyajian data dilakukan dengan cara memberikan deskripsi melalui data yang didapatkan agar mudah untuk memahami yang terjadi dilapangan. Penyajian data dapat berupa table, grafik, pictogram, atau semacamnya. Dengan penyajian data seperti ini data yang didapatkan akan mudah dipahami dan lebih terstruktur oleh khalayak umum.
4. *Conclusion Drawing / Verivication* (Pengarikan Kesimpulan), Pengarikan kesimpulan mempunyai kemungkinan dalam menjawab atau bisa juga tidak menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan diawal karena masalah dan perumusan masalah dalam penelitian kualitatif bersifat sementara dan bisa berkembang seiring dengan penelitian yang sedang berlangsung.



(Miles, Huberman dan Saldana 2014)

Validitas Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji keabsahan data dengan teknik triangulasi yang digunakan untuk mengurangi kesalahan pada saat melakukan analisa data. Teknik triangulasi merupakan teknik akuisisi data yang menggabungkan berbagai teknik akuisisi data dengan sumber data yang ada (Abubakar, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun keberhasilan manajer dalam berkomunikasi interpersonal jenis primer berupa verbal dan non verbal dapat di ukur melalui terlaksanya 5 indikator utama yakni :

1. Keterbukaan (*openness*) Merupakan kemauan menanggapi dengan senang hati informasi yang diterima di dalam menghadapi hubungan interpersonal. Keterbukaan atau sikap terbuka sangat berpengaruh dalam menumbuhkan komunikasi interpersonal yang efektif Devito dalam (Sarmiati, 2019). Setelah dilakukan analisis mendalam pada hasil wawancara dengan manajer, terbukti bahwa dalam menjalankan komunikasi interpersonal, baik secara verbal maupun non verbal, manajer di *Café Communion Coffee* Kota Surakarta sangat memperhatikan asas keterbukaan dengan karyawan. Dengan demikian, komunikasi yang terbuka dan konstruktif antara manajer dengan karyawan sangat penting untuk menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hasil wawancara tersebut menunjukan bahwa komunikasi interpersonal yang manajer lakukan ke karyawan *café Communion Coffee* Kota Surakarta sudah sesuai teori yakni menerapkan keterbukaan antar manajer dengan karyawan dengan menerapkan komunikasi primer berupa verbal dan non verbal. Bentuk keterbukaan yaitu adanya *briefing* yang saling laporan, saling mengevaluasi dan memberi masukan. Selain itu juga adanya memberi dan menerima instruksi saat pelayanan terhadap konsumen.

2. Empati menurut ahli Solekhah dalam (Taufik, 2012) menyatakan bahwa empati dapat terlihat ketika seseorang mengalami kesamaan atas apa yang dirasakan dan ikut memikirkan apa yang di alami oleh orang lain yang dapat mempengaruhi sikap seseorang. Setelah dilakukan analisis ternyata dalam praktik komunikasi interpersonal

di *Café Communion Coffee* Kota Surakarta manajer menunjukkan komitmen terhadap aspek empati dalam interaksi dengan karyawan. Hal ini tercermin dari pengalaman yang dibagikan oleh Ghofur, seorang barista di *café* tersebut, yang menjelaskan bahwa manajer selalu menekankan bagaimana pentingnya sikap saling membantu dan peduli satu sama lain dalam setiap *briefing*. Ghofur mengilustrasikan contoh konkret dimana manajer mengajak karyawan untuk saling mengambil inisiatif membantu ketika ada situasi seperti kasir yang harus meninggalkan posisinya di toilet atau saat seorang karyawan sedang sibuk melayani banyak pelanggan. Sikap seperti ini tidak hanya memperkuat hubungan tim di antara karyawan, tetapi juga meningkatkan efisiensi dan kualitas pelayanan terhadap pelanggan. Dengan demikian, pendekatan berbasis empati dalam komunikasi interpersonal tidak hanya membangun kerjasama yang solid, tetapi juga menciptakan lingkungan kerja yang kondusif dan saling mendukung di *Café Communion Coffee* Kota Surakarta.

3. Dukungan (*supportiveness*), Setelah melakukan analisis ternyata dalam konteks komunikasi interpersonal pada *Café Communion Coffee* Kota Surakarta manajer menunjukkan bagaimana komitmen terhadap prinsip dukungan (*supportiveness*) antar karyawan. Hal ini terungkap dari pengalaman yang dibagikan oleh Arjun Andara, seorang staff pelayanan di *café* tersebut, yang menggambarkan bahwa manajer selalu menekankan bagaimana pentingnya saling mendukung satu sama lain. Pesan ini ditujukan untuk memastikan bahwa setiap masalah dapat diselesaikan secara kolaboratif tanpa harus mengorbankan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Pendekatan seperti ini tidak hanya membangun solidaritas dalam tim, namun juga mengarah pada upaya bersama untuk menjaga reputasi kafe dengan memberikan pelayanan yang optimal. Dengan demikian, prinsip dukungan yang diterapkan manajer tidak hanya memperkuat hubungan interpersonal di kafe, tetapi juga mendorong karyawan untuk bekerja secara efektif sebagai tim yang bersatu dalam mencapai kepuasan pelanggan yang tinggi. Hasil deskripsi ini menunjukkan bahwa, komunikasi interpersonal yang manajer lakukan ke karyawan kafe *Communion Coffee* Kota Surakarta sudah sesuai dengan teori yakni menerapkan dukungan (*supportiveness*) antara manajer dengan karyawan serta dari karyawan satu ke karyawan lainnya. Bentuk dukungan (*supportiveness*) ini berupa adanya sikap saling menyadari untuk saling mendukung dan membantu pekerjaan satu sama lainnya.
4. Rasa positif (*positiveness*) Setelah menganalisis praktik komunikasi interpersonal di kafe *Communion Coffee* Kota Surakarta, terungkap bahwa manajer cenderung tidak menerapkan sikap saling positif dalam interaksinya dengan karyawan. Hal ini tercermin dari pengalaman yang diungkapkan oleh Naufal, seorang kitchen di kafe tersebut.

Dalam hasil wawancara naufal mengamati bahwa manajer lebih cenderung menggunakan otoritas dan memberikan instruksi daripada membangun suasana kerja yang positif dan mendukung. Menurutnya, suasana dimana karyawan sering merasa seperti selalu salah meskipun mereka berusaha untuk memperbaiki diri, hal itu dapat mempengaruhi motivasi dan kualitas pelayanan yang diberikan. Naufal juga mengemukakan bahwa adanya perbedaan ekspektasi dari pelanggan, yang mengharuskan standar yang lebih tinggi dari yang ditetapkan oleh kafe. Dengan demikian, perlu adanya refleksi lebih lanjut dan mungkin perubahan dalam pendekatan manajerial untuk menciptakan lingkungan kerja yang lebih positif dan membangun, sehingga dapat meningkatkan kepuasan karyawan dan pelanggan secara bersamaan di kafe *Communion Coffee*.

Hasil deskripsi di atas menunjukkan bahwa, komunikasi interpersonal yang manajer berikan ke karyawan kafe *Communion Coffee* Kota Surakarta tidak sesuai

dengan teori yakni menerapkan dukungan (*supportiveness*) antar manajer dengan karyawannya. Bentuk tidak berjalannya dari indikator dukungan (*supportiveness*) ini berupa otorisasi intruksi dari manajer kepada karyawan, manajer tidak menerima masukan personal ke dirinya dan menerapkan standar kepuasan pelanggan yang tinggi sehingga karyawan semua di instruksikan untuk memperbaiki ketidakpuasan konsumen tersebut.

5. Kesetaraan (*equality*) Kesetaraan ini menurut ahli dalam komunikasi interpersonal mengacu pada perlakuan setara dan penghargaan yang sama terhadap semua pihak yang terlibat dalam proses komunikasi. Devito (2018) menambahkan dalam setiap situasi, barangkali terjadi ketidaksetaraan. Salah seseorang mungkin lebih pandai, lebih kaya, lebih tampan atau cantik, atau lebih atletis daripada yang lain. Tidak pernah ada dua orang yang benar benar setara dalam segala hal. Terlepas dari ketidaksetaraan ini, komunikasi interpersonal akan lebih efektif bila suasananya setara. Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa kesetaraan ini adalah pengakuan kedua belah pihak saling menghargai, berguna dan mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan.

Setelah melakukan analisis terhadap komunikasi interpersonal di kafe *Communion Coffee* Kota Surakarta terlihat bahwa manajer memperhatikan dan menjaga prinsip kesetaraan dalam berkomunikasi dengan karyawan. Hal ini terbukti dari pengakuan yang diberikan oleh masing-masing divisi di kafe, dimana setiap staff dianggap memiliki tanggung jawab dan *job description* yang jelas. Konsep kesetaraan disini ditekankan pada tanggung jawab yang diberikan kepada masing-masing individu, bukan berdasarkan pendidikan, status jabatan, usia, atau jenis kelamin. Pendekatan ini sejalan dengan pernyataan manajer dalam hasil wawancara, dimana beliau menegaskan pentingnya mengutamakan kesetaraan diantara semua karyawan. Manajer menjelaskan bahwa di kafe ini, tidak ada tindakan diskriminasi berdasarkan suku, agama, budaya, gender, atau penampilan fisik, karena semua karyawan dianggap sama dan diharapkan untuk dapat bertanggung jawab atas pekerjaan mereka dan dapat menjalankan *job description* dengan sebaik-baiknya. Pendekatan ini tidak hanya menciptakan lingkungan kerja yang inklusif dan adil, tetapi juga memperkuat komitmen terhadap profesionalisme dan kualitas layanan di Kafe *Communion Coffee*.

Hasil deskripsi diatas menunjukkan bahwa, komunikasi interpersonal yang manajer lakukan ke karyawan kafe *Communion Coffee* Kota Surakarta sesuai dengan teori yakni menerapkan kesetaraan (*equality*) antara manajer dengan karyawan. Bentuk kesetaraan (*equality*) di lingkungan kerja kafe *Communion Coffee* Kota Surakarta yaitu manajer memberikan ruang dan kesempatan yang sama saat *briefing* dan juga menyerahkan tugas dan tanggung jawab dari masing-masing divisi untuk mengerjakan tugasnya sebaik mungkin.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti mengenai komunikasi interpersonal yang telah dilakukan oleh pihak manajer terhadap karyawan *Café Communion Coffee* Kota Surakarta dalam rangka mempertahankan kualitas pelayanan terfokus serta terletak pada penerapan pola komunikasi primer yang mencakup komunikasi verbal dan non verbal. Komunikasi verbal terjadi melalui percakapan tatap muka dan pada saat laporan kerja saat *briefing*. Sementara komunikasi non verbal dilakukan melalui bahasa tubuh dan ekspresi wajah pada saat melayani pelanggan.

Penelitian ini menggunakan lima indikator keberhasilan komunikasi interpersonal Pertama, keterbukaan (*openness*) menunjukkan kemauan untuk menerima informasi dengan senang hati, yang sangat penting dalam membangun hubungan interpersonal yang kuat.

Kedua, empati (*emphaty*) memainkan peran penting dalam merasakan dan memahami perasaan orang lain, serta mampu mengkomunikasikan pemahaman tersebut secara *sensitive*. Ketiga, dukungan (*supportiveness*) menciptakan lingkungan yang mendukung dan mengurangi sikap *defensive*, yang esensial untuk menjadikan komunikasi yang efektif. Keempat, rasa positif (*positiveness*) membangun suasana positif yang mendorong partisipasi aktif dan menciptakan kondisi komunikasi yang kondusif. Kelima, kesetaraan (*equality*) menegaskan pengakuan saling menghargai, berguna, dan memiliki kontribusi yang berarti dalam interaksi tersebut. Hasil penelitian ini hanya dapat berhasil terlaksana empat indikator saja yaitu keterbukaan, empati, sikap saling mendukung, dan kesetaraan. Akan tetapi, sikap positif belum sepenuhnya berhasil karena adanya otoritas manajerial yang mengarah pada instruksi yang menyebabkan karyawan masih ada yang merasa tertekan dalam pekerjaan dan kurangnya penerimaan kritik dan masukan pribadi dari manajer.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa indikator sikap positif belum berjalan dengan lancar. Oleh karena itu, peneliti ingin menyarankan untuk pihak *cafe Communion Coffee* agar memasang papan penilaian pelayanan bagi setiap karyawan beserta dengan poin kepuasan dari konsumen. Hal ini bertujuan untuk membantu mengetahui aspek pelayanan yang dirasa belum maksimal dari pelanggan, sehingga dapat segera di tingkatkan dan diperbaiki.

Saran selanjutnya dari peneliti yaitu bisa dengan melakukan komunikasi tertulis dengan menggunakan kertas atau *memo sticky notes* berwarna agar dapat menyampaikan pesan dengan lebih mudah dan lebih mudah untuk dipahami oleh karyawan tanpa harus berteriak atau menggunakan bahasa isyarat yang beresiko menyebabkan kesalah pahaman. Peneliti merekomendasikan untuk kegiatan *outbond* ataupun *upgrading* secara berkala guna memperkuat keharmonisan tim dan memberikan kesempatan bagi manajer untuk lebih terbuka terhadap masukan dan kritik yang bersifat pribadi, sehingga dapat mengurangi rasa ketidaknyamanan dan meningkatkan efektivitas komunikasi interpersonal antara manajer dengan karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*, Suka-Press Sunan Kalijaga, Yogyakarta : 2021.
- Alamsyahdana, A., Silalahi, K. A., & Maidiana. (2023). 202 3 Madani : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Peran Komunikasi Dalam Organisasi 202 3 Madani : Jurnal Ilmiah Multidisiplin. *Ilmiah Multidisiplin*, 1(11), 784– 792.
- Anggraini, C., & Mihardja, E. J. (2025). Pendayagunaan Platform Media Sosial oleh Kementerian Pekerjaan Umum. *Warta ISKI*, 8(1), 83–91. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v8i1.342>
- Ayu Patmawati, D., & Andjarwati, A. L. (2023). Peran pengalaman pelanggan dalam memediasi pengaruh kualitas layanan, citra perusahaan, dan harga terhadap loyalitas pelanggan PT. Pos Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(2015), 323–336. <https://doi.org/10.26740/jim.v11n2.p323-336>
- Ety Nur Inah dan Melia Trihapsari. (2019). Pola Komunikasi Interpersonal Kepala Madrasah Tsanawiyah Tridana Mulya Kecamatan Landono Kabupaten Konawe Selatan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Fajarini, A., & Meria, L. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan klinik kecantikan beauty inc. *JCA Ekonomi*, 1(2), 481–491.

- Mardhiah, A. (2018). *Efektifitas Komunikasi Dalam Organisasi*. 7, 175–188.
<https://ejournal.iaialaziziyah.ac.id/index.php/jiaf/article/view/370>
- Sarmiati, E. R. R. (2019). Komunikasi Interpersonal Elva Ronaning Roem Sarmiati Cv .
Irdh. In *Irdhcenter*. www.irdhcenter.com
- Sidik, Z., & Sobandi, A. (2018). Upaya Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa Melalui Kemampuan Komunikasi Interpersonal Guru. *Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran*, 3(2), 50. <https://doi.org/10.17509/jpm.v3i2.11764>
- Sundari, S. (2024). *Komunikasi Interpersonal dalam Membangun Harmoni dan Produktivitas di Tempat Kerja*. 1(3).
- Taufik. (2012). *Taufik, Empati Pendekatan Psikologi Sosial*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada. 2012), hal.39 12. 12–44.
- Thamnoya, Y. (2022). *Layanan-1*. 8–25.