

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

Di dalam bab dua ini, peneliti menjelaskan mengenai obyek penelitian yang didapatkan melalui hasil wawancara dengan pemilik warung Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta yaitu Dana Djuhana pada tanggal 16 Juli 2019 di Warung Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta. Dalam bab ini peneliti akan menjelaskan sejarah dari warung, visi dan misi, logo, lokasi dari warung, struktur organisasi, dan narasumber yang digunakan dalam penelitian ini.

A. Sejarah Perusahaan

Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta didirikan oleh Dana Djuhana pada tanggal 27 Mei 2006 di Jalan Beskalan no. 35, Yogyakarta, atau tepatnya disebelah Pasar Pathuk Yogyakarta. Alasan pemilik memberi nama Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta dikarenakan pembukaan warung ini bersamaan dengan peristiwa gempa Yogyakarta pada tahun 2006 yang berkekuatan 5,9 skala ritcher, maka dari itu pemilik memberikan angka 59 pada nama warungnya. Sebelum membuka warung Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta, pemilik sudah beberapa kali mencoba membuka bisnis namun kurang berjalan dengan baik dan berakhir dengan membuka warung Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta yang sudah cukup dikenal oleh masyarakat sekarang. Selain itu, pada saat ini Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta juga sudah memiliki tiga cabang lainnya.

Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta beroperasi setiap hari dengan dua jadwal yaitu pagi mulai beroperasi pada hari Selasa-Minggu pada pukul 06.00-11.00 serta malam yang mulai beroperasi pada hari Selasa-Sabtu pada pukul 17.00-21.00. Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta memiliki beragam macam menu seperti mie ayam, lomie, nasi tim ayam, bakso cuanki, bihun, misua, siomay, serta soto tauco. Beragam macam menu ini memiliki harga mulai dari Rp. 18.000.

Budaya organisasi yang diterapkan di Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta ialah “keramahan”. Artinya Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta tidak hanya memberikan produk namun juga mengutamakan pelayanan yang ramah kepada pelanggan yang datang.

GAMBAR 4
Warung Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta



Sumber: Dokumentasi Peneliti

GAMBAR 5
Pemilik Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta



Sumber: Dokumentasi Peneliti

B. Visi & Misi Perusahaan

Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta tidak memiliki visi maupun misi perusahaan dikarenakan Mie Ayam Bandung 59 merupakan bisnis keluarga.

C. Logo Perusahaan

GAMBAR 6
Logo Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta



Sumber : Dokumentasi Perusahaan

Logo Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta memiliki arti sebagai berikut :

1. Warna merah

Warna merah pada logo Mie Ayam Bandung 59 dilambangkan berdasarkan kepercayaan warga Tionghoa yang dapat diartikan sebagai kebahagiaan, kemakmuran, serta kebaikan.

2. Lambang Feng

Lambang Feng dapat diartikan sebagai lambang keberuntungan bagi Mie Ayam Bandung 59

3. Angka 59

Angka 59 merupakan angka yang berdasarkan dari peristiwa gempa di Yogyakarta pada 27 Mei 2006 yang berkekuatan 5,9 skala ritcher. Alasan pemberian angka dibelakang nama Mie Ayam Bandung 59 dikarenakan

pada saat gempa terjadi, pada saat itu juga warung Mie Ayam Bandung 59 mulai beroperasi.

D. Lokasi

Nama : Mie Ayam Bandung 59

Alamat : - Jalan Beskalan no. 35, Ngupasan, Kec. Gondomanan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta (Pusat)

- Komplek Ruko Babarsari no. 7, Jl. Tambak Bayan, Tambak Bayan, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta (Cabang 1) (Mulai beroperasi sejak Februari 2019)

- Jl. Mozes Gatotkaca, Mrican, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta (Cabang 2) (Mulai beroperasi sejak Oktober 2019)

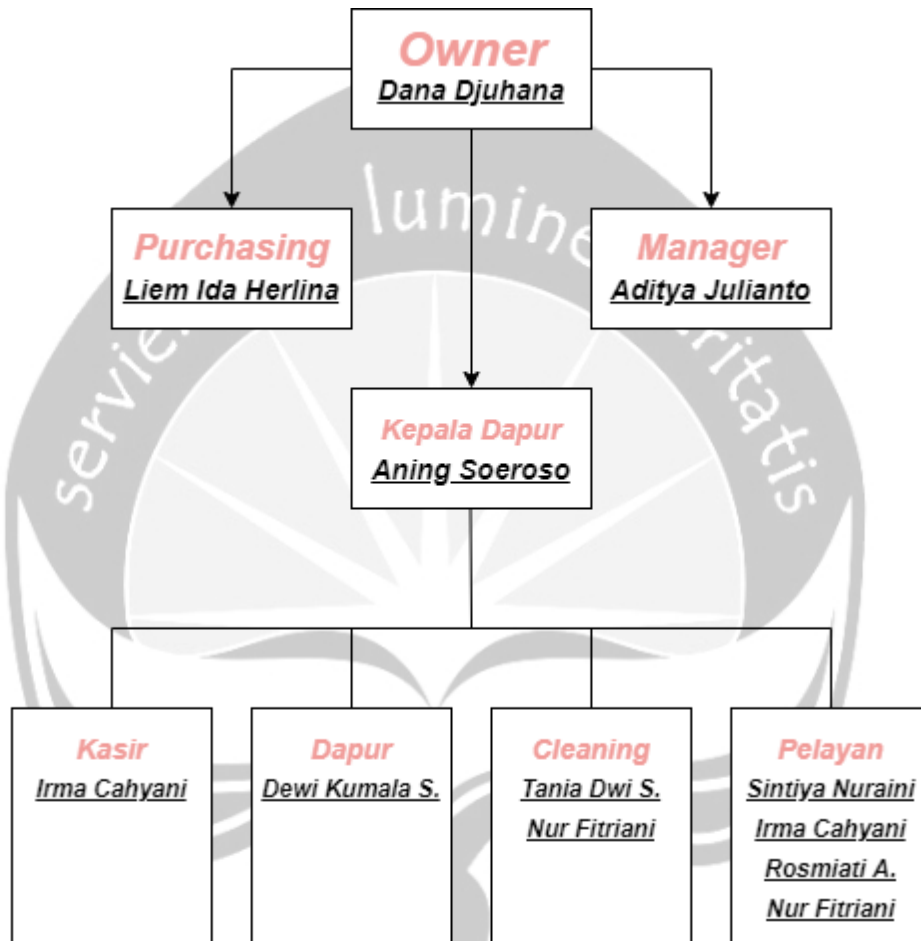
- Jl. Raya Solo – Yogyakarta KM 9, Karangploso, Maguwoharjo, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta (Cabang 3) (Mulai beroperasi sejak Februari 2020)

No Telp : (0274) 582716

Instagram : @mie_bandung59

E. Struktur Organisasi

BAGAN 3
Struktur Organisasi Mie Ayam Bandung 59



Sumber : Dokumen Perusahaan

Deskripsi kerja Mie Ayam Bandung 59 :

1. *Owner* : Mengawasi dan mengatur jalannya pekerjaan secara keseluruhan, serta ikut berpartisipasi dalam pekerjaan yang ada.
2. *Manajer* : Mengatur bagian operasional, serta membuat aktivitas promosi.

3. *Purchasing* : Melakukan pengecekan, mengatur, serta melakukan pembelian kebutuhan warung.
4. Kepala Dapur : Memimpin dan mengatur semua jalannya kegiatan yang berjalan di dapur.
5. Kasir : Menyapa pelanggan, memberikan informasi menu, serta menerima pesanan dan pembayaran dari pelanggan.
6. Dapur : Menyiapkan produk baik makanan maupun minuman yang telah dipesan oleh pelanggan.
7. *Cleaning* : Membersihkan dan merapikan meja makan, serta mencuci mangkok dan gelas yang kotor.
8. Pelayan : Menyajikan produk yang sudah dipesan oleh pelanggan.

F. Narasumber

1. Nama : Dana Djuhana
 Usia : 60 Tahun
 Lama Kerja : 13 Tahun
 Latar Belakang Pendidikan : D3 Bahasa Mandarin dan Inggris
 Pengalaman Kerja Sebelumnya : Berjualan kain selama 17 Tahun
 Jobdesk : Owner, Dapur, Kasir, Pelayan
2. Nama : Sintiya Nuraini
 Usia : 25 Tahun
 Lama Kerja : 5 Tahun
 Latar Belakang Pendidikan : SMK

- Pengalaman Kerja : Belum pernah bekerja sebelumnya
- Jobdesk : Pelayan
3. Nama : Irma Cahyani
- Usia : 20 Tahun
- Lama Kerja : 3 Tahun
- Latar Belakang Pendidikan : SMA
- Pengalaman Kerja Sebelumnya : Belum pernah bekerja sebelumnya
- Jobdesk : Kasir, Pelayan
4. Nama : Dewi Kumala Sari
- Usia : 28 Tahun
- Lama Kerja : 7 Tahun
- Latar Belakang Pendidikan : SMK
- Pengalaman Kerja Sebelumnya : Pernah bekerja sebagai penjaga toko kelontong selama 3 tahun
- Jobdesk : Dapur
5. Nama : Tania Dwi Sulastri
- Usia : 20 Tahun
- Lama Kerja : 2 Tahun
- Latar Belakang Pendidikan : SMP
- Pengalaman Kerja Sebelumnya : Belum pernah bekerja sebelumnya
- Jobdesk : *Cleaning*
6. Nama : Rosmiati Anggraeni
- Usia : 26 Tahun

Lama Kerja : 4 Tahun
Latar Belakang Pendidikan : SMK
Pengalaman Kerja Sebelumnya : Pernah bekerja sebagai pegawai toko sepatu selama 2 tahun

Jobdesk : Pelayan

7. Nama : Aning Soeroso

Usia : 34 Tahun

Lama Kerja : 12 Tahun

Latar Belakang Pendidikan : SMK

Pengalaman Kerja Sebelumnya : Pernah bekerja sebagai pegawai di rumah makan

Jobdesk : Kepala Dapur

8. Nama : Nur Fitriani

Usia : 18 Tahun

Lama Kerja : 2 bulan

Latar Belakang Pendidikan : SMK

Pengalaman Kerja Sebelumnya : Belum pernah bekerja sebelumnya

Jobdesk : Pelayan, *Cleaning*

BAB III

PEMBAHASAN

Pada bab ini, peneliti memaparkan hasil temuan data dan hasil analisis dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti terkait proses komunikasi interpersonal antara pemilik dan pegawai di Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta.

Dalam memperoleh data terkait topik penelitian ini, peneliti melakukan wawancara mendalam dengan satu orang pemilik Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta dan tujuh pegawai di Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta. Pertama, peneliti melakukan wawancara dengan Dana Djuhana yang merupakan pemilik dari Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta pada tanggal 4 Oktober 2019 pukul 13.00 WIB serta pada tanggal 25 November 2019 pada pukul 15.25 WIB. Wawancara yang dilakukan bertempat di Mie Ayam Bandung 59, serta pertanyaan – pertanyaan yang diberikan kepada pemilik berdasar pada pedoman wawancara yang sudah ada. Selanjutnya peneliti melakukan wawancara dengan Sintiya Nuraini (Pegawai 1) pada tanggal 4 Oktober 2019 pukul 13.20 WIB. Wawancara yang dilakukan bertempat di Mie Ayam Bandung 59, serta pertanyaan – pertanyaan yang diberikan berdasar pada pedoman wawancara yang sudah ada. Kemudian peneliti melanjutkan wawancara dengan Irma Cahyani (Pegawai 2) pada tanggal 4 Oktober 2019 pukul 13.30 WIB. Wawancara yang dilakukan bertempat di Mie Ayam Bandung 59, serta pertanyaan – pertanyaan yang diberikan berdasar pada pedoman wawancara yang sudah ada. Di lanjutkan dengan mewawancarai Dewi Kumala Sari (Pegawai 3) pada tanggal 4 Oktober 2019 pukul 13.40 WIB. Wawancara yang

dilakukan bertempat di Mie Ayam Bandung 59, serta pertanyaan – pertanyaan yang diberikan berdasar pada pedoman wawancara yang sudah ada. Setelah itu peneliti melakukan wawancara dengan Tania Dwi Sulastri (Pegawai 4) pada tanggal 4 Oktober 2019 pukul 13.55 WIB. Wawancara yang dilakukan bertempat di Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta, serta pertanyaan – pertanyaan yang diberikan berdasar pada pedoman wawancara yang sudah ada. Selanjutnya, peneliti melakukan wawancara dengan Rosmiati Anggraeni (Pegawai 5) pada tanggal 4 Oktober 2019 pukul 14.05 WIB. Wawancara yang dilakukan bertempat di Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta, serta pertanyaan – pertanyaan yang diberikan berdasar pada pedoman wawancara yang sudah ada. Kemudian peneliti melanjutkan wawancara dengan Aning Soeroso (Pegawai 6) pada tanggal 4 Oktober 2019 pukul 14.15 WIB. Wawancara yang dilakukan bertempat di Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta, serta pertanyaan – pertanyaan yang diberikan berdasar pada pedoman wawancara yang sudah ada. Yang terakhir, peneliti mewawancarai Nur Fitriani (Pegawai 7) pada tanggal 4 Oktober 2019 pukul 15.00 WIB. Wawancara yang dilakukan bertempat di Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta, serta pertanyaan – pertanyaan yang diberikan berdasar pada pedoman wawancara yang sudah ada.

A. Temuan Data

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan delapan narasumber, peneliti akan menjelaskan hasil temuan data yang berfokus kepada

proses komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh pemilik dengan pegawai di Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta.

1. Hasil Wawancara dengan Pemilik Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta

Manusia sebagai makhluk sosial pasti membutuhkan komunikasi, sehingga komunikasi menjadi aktivitas yang tidak dapat dipisahkan bagi manusia. Komunikasi diperlukan untuk berinteraksi serta membangun relasi dengan orang lain. Salah satu jenis komunikasi yaitu komunikasi interpersonal yang merupakan hubungan antara dua orang. Peneliti menanyakan kepada pemilik Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta mengenai pemahaman mereka tentang komunikasi interpersonal. Hal ini merupakan sesuatu yang penting karena pemahaman pemilik terhadap komunikasi interpersonal dapat membantu peneliti dalam melaksanakan penelitiannya. Selain itu pemilik juga merupakan orang yang akan terlibat secara langsung dalam aktivitas komunikasi interpersonal.

Pemilik memahami komunikasi interpersonal sebagai komunikasi antar orang atau antar pribadi yang bertujuan untuk mengenal lebih dalam orang tersebut. Dari pernyataan tersebut peneliti melihat bahwa pemilik juga memahami komunikasi interpersonal memiliki tujuan untuk mengenal lebih dalam seseorang. Berikut pernyataan dari pemilik :

“Komunikasi interpersonal menurut sepengetahuan Om adalah komunikasi antar orang yang bertujuan untuk mengenal lebih dalam orang yang diajak komunikasi.” (Dana, 4 Oktober 2019)

Setelah menanyakan tentang pemahaman pemilik tentang komunikasi interpersonal, peneliti juga menanyakan perihal pentingnya komunikasi

interpersonal antara pemilik dengan pegawai. Menurut pemilik, komunikasi interpersonal kepada pegawai merupakan hal yang penting karena dapat membantu pemilik untuk bisa memahami sifat dari pegawai, cara komunikasi, serta logat atau bahasa dari pegawai, sehingga pemilik bisa menyesuaikan diri dalam memberikan informasi kepada pegawai sehingga pegawai dapat memahami informasi dengan baik. Selain itu komunikasi dan hubungan yang baik dengan pegawai juga memiliki peran dalam mengurangi hambatan kerja dan bahkan berdampak pada pelanggan. Komunikasi yang baik antara pemilik dan pegawai bisa membantu pemilik dalam menyampaikan informasi dengan baik ke pegawai. Berikut pernyataannya :

“Oh itu penting, bahkan penting sekali karena Om juga ikut dalam menjalankan usaha sehari-hari bersama pegawai. Komunikasi interpersonal membantu Om bisa memahami tiap-tiap sifat dari pegawai, selain itu Om juga bisa memahami cara komunikasi mereka, logat atau bahasa mereka. Kalau Om sudah paham hal tersebut maka Om bisa menyesuaikan diri ketika Om mau kasih informasi ke mereka, jadi mereka bisa menerima dengan jelas apa yang Om berikan. Selain itu hubungan yang baik dengan pegawai punya dampak besar juga, kalau Om tidak bisa berhubungan dan berkomunikasi baik dengan pegawai bisa saja kerjaan jadi terhambat, tapi kalau misal Om bisa komunikasi dengan baik sama pegawai kemungkinan hambatan kerja pasti berkurang. Selain itu komunikasi yang baik juga bisa berdampak ke pelayanan terhadap pelanggan. Kalau Om bisa menyampaikan informasi tentang melayani pelanggan dengan baik ke pegawai secara otomatis pegawai paham dan akan melakukan apa yang Om telah sampaikan.” (Dana, 4 Oktober 2019)

Komunikasi yang baik juga diperlukan oleh pemilik karena pemilik tidak hanya memberikan tanggung jawab kerja kepada pegawainya namun pemilik juga ikut terjun sebagai pekerja juga seperti menjadi pekerja di dapur,

kasir, memantau pesanan, serta melakukan komunikasi dengan pelanggan.

Berikut pernyataannya :

“Ohhh... kalo *jobdesk* om biasanya membantu bagian dapur, kadang-kadang juga membantu bagian kasir, sama biasanya om memantau meja-meja pelanggan yang ada, jadi biar pesanan tiap-tiap meja nggak terlambat atau terlewat. Selain itu biasanya om juga ajak ngobrol beberapa pelanggan kalau kondisi pas senggang. (Dana, 4 Oktober 2019)”

GAMBAR 7
Pemilik ikut serta menjalankan usaha bersama pegawainya
Lokasi : Dapur Depan



Sumber : Dokumentasi Peneliti

Ketika awal pertama kali pemilik bertemu dengan pegawainya, pemilik menjadi orang yang pertama kali mengajak pegawai untuk berkomunikasi. Awal pertemuan, pemilik selalu mengajak berkenalan terlebih dahulu. Setelah melakukan perkenalan, pemilik biasanya menanyakan perihal pekerjaan dan dilanjutkan dengan pemberian informasi

kepada pegawai dalam melakukan pekerjaannya. Untuk mempererat hubungan dengan pegawainya, pemilik memilih menggunakan cara yaitu berkomunikasi secara basa-basi. Selain itu untuk bisa mengenal lebih dalam serta lebih dekat dengan pegawainya, pemilik membutuhkan waktu sekitar satu bulan. Pemilik memantu perilaku pegawai saat bekerja dan mengawasi jika ada sikap yang kurang baik maka bisa di koreksi oleh pemilik. Berikut pernyataannya :

“Pertama-tama pasti om mengajak ngobrol dan menanyakan tentang nama, setelah itu om juga menanyakan umur dan asal serta alamat rumah. Setelah asal usul dari calon pegawai cukup jelas, om lanjutkan dengan hal yang bersangkutan dengan pekerjaan. Ada beberapa pertanyaan yang biasanya om tanyakan ke calon pegawai misalnya darimana dia tau tentang Mie Ayam Bandung 59, pernahkah dia bekerja di tempat lain sebelum melamar bekerja disini, dan menanyakan alasan kenapa dia pindah tempat kerja. Setelah calon pegawai diterima untuk kerja di tempat om, om biasanya membagikan informasi apa saja yang harus dipatuhi dan dilakukan disini. Setelah itu om berkomunikasi secara basa-basi saja untuk memperdekat hubungan om dengan pegawai baru, dan untuk bisa dekat dengan pegawai biasanya butuh waktu kira-kira sekitar satu bulan. Selain itu om juga akan melihat perilakunya waktu kerja, bagaimana cara dia ngomong sama pegawai lainnya atau sama pelanggan, jadinya om bisa monitor kalau misal kata-katanya atau sikapnya kurang sopan bisa om tegur.” (Dana, 4 Oktober 2019)

Setelah pemilik mengenali pegawai-pegawainya, dalam pemberian informasi kepada pegawai-pegawainya, pemilik memilih cara yaitu selalu mengumpulkan pegawainya untuk diberikan informasi tentang aturan - aturan yang berjalan setiap hari sebelum warung mulai buka. Selain itu melakukan *briefing* juga memiliki tujuan untuk meminimalisir kesalahan saat kerja dan pekerjaan bisa berjalan dengan maksimal. Berikut pernyataan pemilik :

“Kalau menjelaskan aturan biasanya om setiap hari sebelum buka warung selalui ngumpulin semua pegawai untuk diberi penjelasan tentang aturan-aturan, ya meskipun menurut om mungkin sudah pada paham ya soalnya tiap hari om pasti menjelaskan aturan sebelum warung buka, tapi setidaknya kalau om jelasin aturan setiap hari mereka jadi ingat apa yang harus mereka lakukan dan apa yang harus mereka hindari untuk dilakukan, jadinya kerja bisa maksimal dan kesalahan bisa diminimalisir.” (Dana, 4 Oktober 2019)

Pada saat melakukan *briefing* dengan pegawainya, pemilik memberikan penjelasan beberapa hal seperti keharusan pegawai untuk menyapa pelanggan yang datang, dan melayani pelanggan dengan cepat dan sigap. Berikut pernyataannya :

“Kalau ada pelanggan yang datang ke warung, hal yang om lakukan langsung menyapanya dulu, om pengen bangun ciri khas buat Mie Ayam Bandung 59 yaitu dengan sapaan “Mari Silahkan!” makanya setiap ada pelanggan datang, om sama pegawai pasti menyapa pakai kata itu, om pasti mengarahkan pegawai untuk harus menyapa tiap pelanggan yang datang ke warung, tujuannya biar familiar ke telinga pelanggan. Semisal tempat parkirnya cukup penuh, biasanya om juga bantu arahin pelanggan untuk bisa parkir. Setelah itu biasanya kalau pelanggan tanya-tanya tentang menu ya om bantu jelaskan satu persatu.” (Dana, 4 Oktober 2019)

GAMBAR 8
Pemilik sedang melakukan *briefing* dengan pegawai



Sumber : Dokumentasi Peneliti

Dalam berkomunikasi, pemilik sering melakukan komunikasi secara langsung atau bertatap muka langsung dengan pegawainya. Pemilik sering melakukan komunikasi secara langsung dikarenakan semua pegawai yang bekerja di Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta bertinggal di tempat yang sudah disediakan oleh pemilik. Namun selain itu pemilik juga terkadang menggunakan media telepon, hp, maupun melalui *chat* ketika ada hal yang sangat perlu untuk dibicarakan atau dilakukan disaat pemilik tidak bisa bertemu dengan pegawainya. Berikut pernyataannya :

“Kalau media seringnya om langsung tatap muka, kalau misal pas tidak bisa bertemu dan sangat perlu sekali untuk diomongkan ya biasanya melalui telepon, hp, atau lewat chat. Tapi yang paling sering dilakukan ya langsung tatap muka, soalnya semua pegawai yang bekerja disini kan juga menginap disini, jadinya ya lebih sering bertatap muka kalau berkomunikasi.” (Dana, 4 Oktober 2019)

Proses komunikasi merupakan sebuah proses yang memungkinkan terjadinya timbal balik, begitu juga proses komunikasi yang terjadi antara pemilik dan pegawai di Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta. Dalam hal ini pemilik melihat para pegawainya dalam menangkap apa yang disampaikan oleh pemilik, dan pemilik menyatakan bahwa pegawainya sudah cukup baik dalam menangkap informasi yang pemilik berikan, namun tetap ada kemungkinan kecil dalam kesalahan menangkap informasi yang dilakukan oleh pegawai. Pemilik juga menyatakan bahwa pegawai akan bertanya kembali ke pemilik jika ada penjelasan yang kurang pegawai pahami. Dan menurut pemilik dalam perihal informasi tentang peraturan, pegawai sudah cukup baik dalam menangkap informasi yang diberikan pemilik karena pegawai tidak ada yang sampai melanggar aturan yang ada. Berikut pernyataan pemilik :

“Untuk selama ini, pegawai-pegawai om bisa menangkap informasi apa saja yang om sampaikan, ya mungkin cuma ada satu atau dua yang kadang salah nangkap informasi biasanya karena beberapa gangguan misalnya seperti pada saat kondisi warung yang ramai jadinya terkadang pegawai jadi bingung kalau ditanya tentang sesuatu, contohnya waktu ada pelanggan yang memesan lomie namun pas saat itu kuah lomienya habis dan sudah diinformasikan sebelumnya ke pegawai, tapi pegawai lupa dan menjawab sama pelanggan kalau lomienya masih ada. Nah ini yang biasanya terjadi kalau pas pegawai salah nangkap informasi. Selain itu paling kalau pegawai kalau masih kurang paham sesuatu pasti tanya-tanya sama Om lagi, dan kalau untuk informasi tentang peraturan om rasa pegawai sudah menangkap cukup baik apa yang om sampaikan, tidak ada yang sampai melanggar peraturan.” (Dana, 4 Oktober 2019)

Selain itu, dalam berkomunikasi dengan pegawai terkadang pemilik menghadapi beberapa hambatan yang terjadi karena beberapa faktor seperti

suasana yang ramai sehingga pemilik sedikit kesulitan dalam menyampaikan pesannya. Berikut pernyataannya :

“Kalau misal ada hambatan waktu ngomong ke pegawai biasanya om meminta tolong ke pegawai lain untuk membantu om menyampaikan pesan om, misal kalau pas posisi warung sedang ramai, biasanya om membantu dibagian depan dan kalau om butuh memberi tahu salah satu pegawai yang berada di dapur biasanya om minta tolong sama pegawai yang sering bolak balik ke dapur untuk menyampaikan pesan om, begitu.” (Dana, 4 Oktober 2019)

Hambatan yang terjadi tidak hanya itu saja namun ada beberapa faktor lain yang terkadang menghambat komunikasi pemilik dengan pegawai seperti bahasa. Pemilik yang merupakan orang asli Bandung terkadang mengalami beberapa hambatan atau kendala pada saat berkomunikasi dengan pegawai – pegawainya yang merupakan orang Yogyakarta, kendalanya adalah bedanya bahasa yang dipahami oleh pemilik dan pegawai. Berikut pernyataannya :

“Kalau hambatan bahasa mungkin hanya sedikit saja, kan Om aslinya orang Bandung nih, tapi kan sudah hidup di Jogja lumayan lama. Om sudah memahami bahasa jawa yang biasa dipakai sehari-hari tapi Om terkadang kurang paham sama bahasa jawa yang halus, jadi biasanya Om minta tolong pegawai yang paham untuk mengartikan ke Om. Kalau untuk gaya bahasa sama status sosial itu Om belum pernah merasa ada hambatan sih, soalnya pegawai kan tinggal di rumah juga bareng sama keluarga Om, jadinya kalau komunikasi satu sama lain udah nggak canggung. Ya pegawai tetep sopan sama Om tapi kalau untuk komunikasi menurut om nggak ada masalah.” (Dana, 4 Oktober 2019)

2. Hasil Wawancara dengan Pegawai Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta

Sama seperti yang diungkapkan oleh pemilik diatas, pegawai juga menyatakan bahwa pada awal pertemuan, hal yang dilakukan adalah perkenalan. Setelah melakukan perkenalan, pegawai akan ditanyakan apa alasan pegawai memilih bekerja di Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta.

Berikut pernyataannya :

“Waktu awal ngobrol sama Omnya ya pas saya dulu diajak tetangga saya yang udah jadi pegawai disini buat ngelamar kerja disini. Ya dulu awal-awal pas masuk seinget saya waktu itu pas ngelamar kerja, Omnya tanya-tanya namanya siapa, asalnya dari mana, kenapa kok milih kerja disini. Awalnya malu sama agak takut mas, namanya mau ngelamar kerja mas di kota. Pas awal dulu saya kira Omnya galak ternyata nggak, ngomongnya halus, pokoknya baik lah. Jadinya malu sama takutnya agak hilang. Habis itu waktu kerja awal-awal ya biasanya omnya ngarahin biar kerjanya nggak salah, kalau pas sepi ya biasanya Omnya ngajak ngobrol saya.” (Tiya, 4 Oktober 2019)

Pernyataan diatas juga didukung oleh pernyataan Fitri, yang menyatakan bahwa yang dilakukan pemilik saat awal pertama bertemu adalah berkenalan terlebih dahulu, dan setelah itu pemilik menanyakan perihal pekerjaan. Berikut pernyataannya :

“Bulan Agustus kemaren mas, tanggal 12 diajak mbak Mia kesini buat ngomong sama Omnya, soalnya kata Omnya disini butuh pegawai baru, jadinya aku diajak. Ya pas kesini, diajak ke atas terus ditanya-tanya, Nama panjangnya siapa, alamatnya dimana, lulusan SMK mana, dll. Habis itu Omnya juga jelasin semua peraturan sama syarat buat kerja disini, ya paling awalnya itu aja sih mas. Awalnya aku juga ndak berani tanya banyak-banyak mas cuma jawab iya sama tidak aja, namanya ditempat baru ya mas pasti agak malu sama takut. Sehari setelahnya aku balik kesini lagi buat ngasih berkas yang dibutuhin sama Omnya ya terus ngobrol-ngobrol lebih banyak lagi, ya sejak itu aku ngerasa kalau Omnya ternyata orangnya tiap ngomong pasti halus, jadinya makin lama makin biasa sama Omnya.” (Fitri, 4 Oktober 2019)

Pegawai juga mengungkapkan media yang sering digunakan untuk berkomunikasi dengan pemilik adalah melalui komunikasi secara langsung, dan terkadang menggunakan media telepon jika ada keperluan mendadak.

Berikut pernyataannya :

“Oh seringnya ngomong langsung mas, soalnya kan saya juga nginep disini tiap hari jadinya sering ketemu, kalau misalnya pas ada perlu mendadak misal Omnya lupa bawa kunci buat buka pintu gerbang, baru dia biasanya telpon buat bukain gerbang.” (Tiya, 4 Oktober 2019)

Pernyataan diatas juga diperkuat oleh pernyataan Irma, media yang digunakan pemilik untuk berkomunikasi selain komunikasi secara langsung adalah menggunakan media telepon genggam. Media telepon genggam akan digunakan pemilik pada saat ada kebutuhan mendadak saja. Berikut pernyataannya :

“Kalau ngomong seringnya langsung mas, maksudnya ketemu langsung. Kalau lewat HP paling cuma kadang-kadang aja mas misal kalau pas butuh mendadak.” (Irma, 4 Oktober 2019)

Ketika pemilik melakukan komunikasi media telepon, hal yang dikomunikasikan oleh pemilik biasanya merupakan hal yang penting saja, seperti menurut Dewi, pemilik menggunakan telepon untuk menanyakan stok bahan di saat pemilik sedang pergi berbelanja. Berikut pernyataannya :

“Biasanya sih ngomong langsung sama telpon mas, itu yang paling sering. Kalau ngomong langsung ya biasanya kalau pas Omnya ke dapur ngecek biasanya ngomongin stok bahan atau pesanan apa yang kurang, gitu juga telpon biasanya pas Omnya sama tantenya pergi belanja mau tanya stok bahan di warung biasanya lewat telpon. Semisal mbak Ning ndak ada ya tanyanya ke saya soal stok bahan ada yang kurang atau tidak.” (Dewi, 4 Oktober 2019)

Pegawai memberikan tanggapan atau *feedback* terhadap informasi yang pemilik beri. Tanggapan yang diberikan oleh pegawai biasanya berupa pertanyaan seperti apakah bumbu yang dimasukan terlalu banyak atau tidak, apakah terlalu lama atau tidak dalam memasak mie. Selain itu pegawai juga menganggap bahwa informasi yang diberikan oleh pemilik sudah cukup jelas.

“Jelas mas, apalagi info tentang masak-masak mas, menurut saya Omnya paham banget kalau soal masak, jadinya kalau jelasin sesuatu ke saya ya ndak cuma jelasin aja tapi juga biasanya contohin jadinya saya juga bener-bener paham. Misal dulu waktu pertama jadi bagian di dapur, omnya jelasin sambil contohin cara buat mienya gimana, bumbuinnya gimana, apa aja yang harus disiapkan sebelum masak, semua dijelasin, ya saya juga fokus merhatiin gimana Omnya ngerjain semua itu biar paham. Waktu saya nyobain buat masak ya saya juga tanya-tanya apa yang saya lakukan itu udah bener atau belum, misal masukin bumbunya kebanyakan atau tidak, memasak mienya terlalu lama atau tidak.” (Dewi, 4 Oktober 2019)

Pernyataan diatas diperkuat oleh pernyataan Tiya. Informasi yang diberikan oleh pemilik sudah jelas, namun terkadang jika pegawai kurang mendengar dengan jelas apa yang pemilik informasikan, maka pegawai langsung menanyakan kepada pemilik. Misalnya perihal tentang pesanan yang kurang, pegawai akan menanyakan langsung kepada pemilik, apa saja pesanan yang kurang dan dari meja berapa saja. Berikut pernyataannya :

“Omnya kalau jelasin sesuatu jelas mas, misal kalau ada pesanan yang kurang pasti langsung dikasih tau sama Omnya meja berapa sama pesannya apa, jadi kalo dengerin perintah Omnya ya bakal memudahkan saya biar nggak bingung buat nganterinnya. Paling kalau misal saya kurang denger jelas apa yang omnya bilang ya saya tanya langsung, misal apa saja pesanan yang kurang dan dari meja berapa saja.” (Tiya, 4 Oktober 2019)

Dalam berkomunikasi dengan pemilik, pegawai mengalami hambatan seperti bahasa. Dalam menjelaskan sesuatu, pegawai bingung menjelaskan tentang sebuah barang dikarenakan bahasa yang berbeda antara pemilik dan pegawai.

“Anu mas, biasane kalau ngomong-ngomong terus nyebut barang apa gitu kadang ada yang bahasane beda mas jadine kadang bingung.” (Nia, 4 Oktober 2019)

Selain hambatan bahasa, beberapa pegawai juga mengalami hambatan dalam keinginannya untuk berkomunikasi dengan pemilik, hambatan yang dialami beberapa pegawai biasanya merupakan rasa malu, takut saat ingin berkomunikasi dengan pemilik. Seperti yang dinyatakan oleh Mia yang menghadapi hambatan dalam komunikasi yang berupa rasa agak takut saat ingin berkomunikasi dengan pemilik. Berikut pernyataannya :

“Kalau saya biasanya mau tanya sesuatu sama Omnya kadang masih agak takut soalnya takut ganggu atau gimana gitu, tapi kalau udah ngobrol jarang banget kok mas salah paham.” (Mia, 4 Oktober 2019)

B. Analisis Data

Analisis data berisi tentang bagaimana proses komunikasi interpersonal yang terjadi antara pemilik dengan pegawai di Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta berdasarkan teori yang ada.

1) Keinginan Berkomunikasi

Langkah awal dalam sebuah proses komunikasi interpersonal adalah dari seorang komunikator yang melakukan komunikasi. Seperti menurut Suranto, seorang komunikator memiliki keinginan untuk berbagi gagasan dengan orang lain (Suranto 2011:11). Komunikator dalam penelitian ini adalah pemilik dari Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta. Sedangkan komunikan dalam penelitian ini adalah pegawai dari Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta.

Berdasarkan temuan data, sudah terlihat bahwa seorang pemilik Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta memiliki keinginan untuk berkomunikasi dengan pegawainya. Hal ini terbukti pada saat pemilik pertama kali bertemu dengan pegawai, pemilik lebih sering memulai komunikasi dengan cara berkenalan terlebih dahulu. Setelah melakukan perkenalan dengan pegawai, pemilik kemudian akan menanyakan perihal tujuan pegawai melamar kerja di Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta.

Keinginan berkomunikasi ditunjukkan oleh narasumber adalah sebagai berikut :

“Berkenalan, menanyakan nama, usia, asal, alamat rumah, menanyakan alasan, tujuan, dan keperluan, bertukar nomor telepon atau kontak, pemberian informasi tentang peraturan, membangun hubungan, dan mengawasi perilaku pegawai” (Dana, 4 Oktober 2019).

“Nama, Asal, alasan memilih kerja di Mie Ayam Bandung 59, membangun hubungan, arahan, percakapan” (Tiya, 4 Oktober 2019).

“Menanyakan lowongan kerja, syarat kerja, nama, asal, mengawasi pekerjaan, percakapan.” (Irma, 4 Oktober 2019).

“Nama, asal, alasan dan tujuan pindah kerja dan melamar kerja di Mie Ayam Bandung 59, percakapan” (Dewi, 4 Oktober 2019).

“Membangun hubungan, percakapan” (Nia, 4 Oktober 2019).

“Menanyakan lowongan kerja, tujuan dan keperluan, percakapan, nama dan asal, alasan pindah kerja, membangun hubungan” (Mia, 4 Oktober 2019)

“Nama dan asal, membangun hubungan, dijadikan kepercayaan” (Ning, 4 Oktober 2019).

“Nama, alamat, asal sekolah, penjelasan aturan, percakapan, membangun hubungan” (Fitri, 4 Oktober 2019)

Berdasarkan kata kunci yang didapatkan, peneliti menyimpulkan bahwa pemilik Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta selalu menjadi orang yang pertama kali memulai proses komunikasi interpersonal dengan pegawainya. Hal tersebut terlihat ketika pertama kali bertemu, pemilik selalu mengajak pegawai untuk berkenalan terlebih dahulu. Perkenalan dilakukan pada saat awal pemilik dan pegawai saling bertemu dan pada saat pemilik dan pegawai sama-sama tidak saling mengenal satu sama lain. Setelah melakukan perkenalan, pemilik menanyakan alasan, tujuan, dan keperluan dari pegawai tentang hal pekerjaan di Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta. Untuk mengenal lebih dalam pegawai – pegawainya pemilik menggunakan cara komunikasi secara basa – basi dan membutuhkan waktu sekitar satu bulan untuk bisa dekat dengan pegawainya.

Memahami tujuan pegawai merupakan hal penting bagi pemilik. Dengan mengetahui tujuan pegawai dalam pekerjaan, maka pemilik akan terbantu dalam menjalankan bisnisnya dan tujuan pegawai akan tercapai. Hal

ini juga sesuai apa yang dikatakan oleh West & Turner (2009:24) dimana komunikasi interpersonal dapat membantu seseorang lebih baik secara fisik, psikologis, dan emosional.

2) *Encoding*

Tahapan kedua dalam proses komunikasi interpersonal adalah *encoding*. *Encoding* merupakan sebuah tindakan memformulasikan isi pikiran, ataupun gagasan ke dalam simbol atau kata sehingga komunikator merasa yakin dengan pesan yang akan disampaikan kepada komunikan (Suranto. 2011:11). *Encoding* bertujuan agar pesan yang akan disampaikan oleh komunikator dapat mudah dipahami dengan baik oleh komunikan.

Berdasarkan temuan data, terlihat bahwa pemilik Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta melakukan proses *encoding* ketika melakukan komunikasi dengan pegawainya. Proses *encoding* ditunjukkan oleh narasumber sebagai berikut :

“Melakukan *briefing* tiap hari, penjelasan aturan, pemberian contoh menyapa pelanggan dan mendekati pelanggan, penjelasan *manage* waktu bagian dapur” (Dana, 4 Oktober 2019).

“Jelas dalam menjelaskan sesuatu” (Tiya, 4 Oktober 2019).

“Cepat dan tegas namun informasi yang diberikan tetap jelas” (Irma, 4 Oktober 2019).

“Jelas, menjelaskan sambil memberi contoh” (Dewi, 4 Oktober 2019).

“Tegas tapi jelas” (Nia, 4 Oktober 2019).

“Jelas banget, tegas” (Mia, 4 Oktober 2019).

“Paham banget, tegas tapi jelas” (Ning, 4 Oktober 2019).

“Cukup jelas, terkadang kurang nangkep” (Fitri, 4 Oktober 2019).

Berdasarkan kata kunci diatas, peneliti melihat bahwa dalam penyampaian informasi yang diberikan oleh pemilik kepada pegawainya selalu melalui proses *encoding* terlebih dahulu. Hal ini sesuai dengan tahapan komunikasi interpersonal yang diungkapkan oleh Suranto (2011:11) yaitu *encoding*.

Pemilik sebagai komunikator memformulasikan pesan di dalam pikirannya. Pemilik memformulasikan pesan dengan disampaikan secara tegas serta melakukan pemberian contoh atau penjelasan dalam berbagai aspek yang dilakukan secara intensif kepada pegawai. Dengan begitu pegawai dapat memahami pesan apa yang disampaikan oleh pemilik dengan baik. Pesan yang ditangkap dengan baik oleh pegawai membuat proses komunikasi interpersonal berjalan dengan lancar dan membuat jalannya pekerjaan menjadi lebih lancar serta hubungan antara pemilik dan pegawai bisa lebih baik.

3) Pengiriman Pesan

Tahapan ketiga dalam proses komunikasi interpersonal adalah pengiriman pesan. Dalam melakukan pengiriman pesan, komunikator dapat memilih saluran komunikasi apa saja yang dapat digunakan seperti melalui saluran telepon, pesan singkat, atau berkomunikasi secara tatap muka. Saluran yang digunakan bergantung pada karakteristik pesan, lokasi

komunikasikan, media yang tersedia, kecepatan penyampaian pesan, dan karakteristik komunikasi (Suranto, 2011:11). Dalam tahapan ini pemilik sebagai komunikator menggunakan beberapa media untuk berkomunikasi dengan pegawainya dengan tujuan pesan yang akan disampaikan pemilik dapat diterima pegawai dengan baik.

Sesuai dengan temuan data yang telah diperoleh, peneliti melihat bahwa pemilik dari Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta memiliki beberapa pilihan media yang digunakan untuk melakukan komunikasi dengan pegawainya. Langkah-langkah pengiriman pesan yang dilakukan oleh narasumber sebagai berikut :

“Tatap muka, jika ada perlu mendadak melalui telepon, hp, *chat*” (Dana, 4 Oktober 2019).

“Secara langsung, telepon jika ada keperluan” (Tiya, 4 Oktober 2019).

“Secara langsung, hp jika mendadak” (Irma, 4 Oktober 2019).

“Ngomong langsung, telepon” (Dewi, 4 Oktober 2019).

“Ngomong langsung” (Nia, 4 Oktober 2019).

“Secara langsung, telepon jika ada kebutuhan mendadak” (Mia, 4 Oktober 2019).

“Ngomong langsung, telepon” (Ning, 4 Oktober 2019).

“Ngomong langsung” (Fitri, 4 Oktober 2019).

Berdasarkan kata kunci yang sudah ada, peneliti melihat bahwa proses pengiriman pesan yang dilakukan oleh pemilik sesuai dengan tahapan komunikasi interpersonal yang diungkapkan oleh Suranto (2011:11) yaitu media yang digunakan bergantung pada karakteristik pesan, lokasi

komunikasikan, media yang tersedia, kecepatan, dan karakteristik komunikasi. Pemilik sebagai komunikator memiliki hak untuk memilih media apa yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan kepada pegawainya. Pada saat pemilik berada di tempat, maka pemilik bertatap muka secara langsung dengan pegawai-pegawainya, sehingga pesan yang disampaikan dapat dikomunikasikan secara langsung. Namun saat pemilik berada diluar, pemilik menggunakan media telepon, atau *chat*. Melalui media tersebut, pemilik dapat mengawasi, melakukan cek dan control terhadap stok bahan-bahan dapur, serta dapat membantu pemilik untuk memberikan informasi kepada pegawainya jika pemilik meminta tolong sesuatu. Misalnya menyuruh pegawai untuk membuka pintu gerbang saat pemilik kembali ke warung, dan menyuruh pegawai untuk melakukan pengecekan ulang bahan – bahan dapur pada saat pemilik tidak ada di tempat. Berikut percakapannya :

“Oh seringnya ngomong langsung mas, soalnya kan saya juga nginep disini tiap hari jadinya sering ketemu, kalau misalnya pas ada perlu mendadak misal Omnya lupa bawa kunci buat buka pintu gerbang, baru dia biasanya telpon buat bukain gerbang.” (Tiya, 4 Oktober 2019)

“Biasanya sih ngomong langsung sama telpon mas, itu yang paling sering. Kalau ngomong langsung ya biasanya kalau pas Omnya ke dapur ngecek biasanya ngomongin stok bahan atau pesanan apa yang kurang, gitu juga telpon biasanya pas Omnya sama tantanya pergi belanja mau tanya stok bahan di warung biasanya lewat telpon. Semisal mbak Ning ndak ada ya tantanya ke saya soal stok bahan ada yang kurang atau tidak.” (Dewi, 4 Oktober 2019)

Media komunikasi yang digunakan membantu pemilik dalam mengirim pesan kepada pegawainya. Apabila media tidak digunakan dengan sesuai maka proses pengiriman pesan tidak dapat berjalan dan diterima dengan baik. Media komunikasi yang digunakan pemilik juga bertujuan untuk bisa

memberikan informasi atau pesan kapanpun dan di manapun sehingga hubungan komunikasi antara pemilik dan pegawai tidak terputus.

4) Penerimaan Pesan

Tahapan keempat dari proses komunikasi interpersonal adalah penerimaan pesan. Penerimaan pesan diartikan sebagai pesan yang dikirim oleh komunikator telah diterima oleh komunikan (Suranto, 2011:11).

Dalam tahapan ini pegawai menerima pesan yang telah disampaikan oleh pemilik baik secara langsung atau tatap muka maupun melalui media komunikasi yang lain. Dalam penerimaan pesan, konsentrasi merupakan hal penting agar tidak terjadi perbedaan makna pesan yang disampaikan oleh pemilik kepada pegawai. Perilaku penerimaan pesan dari narasumber sebagai berikut :

“Mendengarkan perintah” (Tiya, 4 Oktober 2019).

“Memperhatikan secara serius” (Irma, 4 Oktober 2019).

“Fokus memperhatikan apa yang pemilik kerjakan” (Dewi, 4 Oktober 2019).

“Benar-benar mendengarkan” (Nia, 4 Oktober 2019).

“Memperhatikan sungguh-sungguh” (Mia, 4 Oktober 2019).

“Paham sekali” (Ning, 4 Oktober 2019).

“Cukup jelas, terkadang kurang menangkap dikarenakan masih baru” (Fitri, 4 Oktober 2019).

Berdasarkan kata kunci yang sudah ada, peneliti menyimpulkan bahwa pegawai menerima pesan yang disampaikan oleh pemilik serta melakukan

apa yang diperintahkan atau diinformasikan oleh pemilik. Dalam penerimaan pesan, panca indera dari pegawai seperti mendengar, memperhatikan, dan melihat menjadi saluran dalam penerimaan pesan yang dilakukan oleh pegawai. Hal ini membuat pesan, perintah, atau informasi yang diberikan pemilik dapat tersampaikan dengan baik kepada pegawai. Namun ada salah satu pegawai yang mengalami hambatan dalam melakukan penerimaan pesan dikarenakan pegawai tersebut belum terbiasa dengan cara pengiriman pesan dari pemilik. Hambatan yang muncul dari pegawai terhadap komunikasinya kepada pemilik dikarenakan pegawai masih baru bekerja di Mie Ayam Bandung 59 sehingga belum merasa nyaman dan dekat ketika melakukan komunikasi dengan pemilik. Tahapan ini tidak dapat dipisahkan dengan tahapan *decoding* karena pada saat komunikasi menerima pesan maka disaat itu juga proses *decoding* terjadi. Proses *decoding* tersebut terjadi didalam diri komunikasi itu sendiri.

5) *Decoding*

Tahapan kelima dalam proses komunikasi interpersonal adalah *decoding* yang dilakukan oleh penerima pesan atau komunikasi. *Decoding* merupakan kegiatan internal yang terjadi dalam diri komunikasi untuk memahami pesan apa yang disampaikan oleh komunikator (Suranto 2011:11). Pegawai Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta sebagai komunikasi berusaha memahami pesan yang disampaikan oleh pemilik Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta dari dalam dirinya sendiri.

Setelah pegawai menerima pesan, dari pemilik, pegawai mencoba memahami pesan apa yang dikirimkan oleh pemilik kepadanya. Ketika pegawai sudah memahami pesan yang disampaikan, maka selanjutnya pegawai akan melakukan perintah, serta aturan yang diberikan oleh pemilik.

Langkah *decoding* yang ditunjukkan oleh pegawai adalah sebagai berikut :

“Mencoba apa yang sudah dicontohkan” (Dewi, 4 Oktober 2019).

“Melaksanakan perintah yang diberikan pemilik” (Nia, 4 Oktober 2019).

Berdasarkan kata kunci yang telah didapatkan diatas, peneliti menyimpulkan bahwa pegawai melakukan proses *decoding* dalam dirinya pada saat mendapatkan pesan yang disampaikan oleh pemilik. Hal yang dilakukan pegawai dalam tahapan *decoding* ini adalah dengan memahami, mencoba melakukan serta melaksanakan perintah yang diberikan oleh pemilik. Pesan yang dikirim oleh pemilik dipahami oleh pegawai – pegawainya dan dalam pemahaman pesan, pegawai melakukan apa yang dicontohkan oleh pemilik, seperti cara memasak mie yang benar, bagaimana cara memberikan bumbu supaya tidak terlalu banyak, serta melaksanakan perintah dari pemilik seperti melayani pelanggan, mengantar pesanan.

Berikut percakapannya :

“Saya diajarin buat gimana masak mienya biar pas, bumbunya apa saja yang harus dimasukan.” (Dewi, 4 Oktober 2019)

6) Feedback

Tahapan terakhir dari proses komunikasi interpersonal adalah timbal balik atau *feedback*. Komunikator yang telah menerima dan memahami pesan dari pemilik biasanya akan memberikan respon atau *feedback* terhadap pesan yang diterima. Dengan umpan balik ini, komunikator dapat menilai efektivitas komunikasi yang terjadi. Umpan balik juga menjadi awal dimulainya proses komunikasi yang baru, sehingga komunikasi dapat berlangsung secara berkelanjutan. (Suranto, 2011:11).

Setelah pegawai menerima pesan yang disampaikan oleh pemilik, biasanya pegawai memberikan *feedback* terhadap pesan tersebut. Langkah pemberian *feedback* yang ditunjukkan oleh pegawai adalah sebagai berikut :

“Pegawai sudah menangkap informasi, Pegawai menanyakan kembali informasi ketika kurang memahami” (Dana, 4 Oktober 2019).

“Menanyakan benar atau tidak, menanyakan jumlah takaran bumbu, menanyakan waktu dalam memasak mie” (Dewi, 4 Oktober 2019).

“Menanyakan kembali perihal pesanan” (Tiya, 4 Oktober 2019).

Berdasarkan kata kunci yang telah didapat, peneliti dapat menyimpulkan bahwa pemilik Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta merupakan orang yang cukup terbuka dengan tanggapan atau informasi yang disampaikan oleh pegawai. Dalam memberikan *feedback*, pegawai biasanya menggunakan tanggapan berupa pertanyaan yang ditujukan kepada pemilik. Pertanyaan yang diberikan oleh pegawai nantinya akan dijawab oleh pemilik. Melalui pertanyaan-pertanyaan tersebut dapat membuat proses komunikasi antara pemilik dan pegawai dapat terus berlanjut, hal ini menunjukkan adanya

proses siklus komunikasi interpersonal antara pemilik dan pegawai di Mie Ayam Bandung 59 Yogyakarta. *Feedback* yang terjadi juga dapat membantu pegawai untuk bisa melakukan pekerjaannya dengan lebih baik, hal ini menunjukkan bahwa *feedback* yang terjadi merupakan sesuatu yang positif.

