

STRATEGI KOMUNIKASI STARBUCKS *SIGNING STORE* DALAM MENGATASI KESENJANGAN INTERAKSI DAN KOMUNIKASI ANTARA TEMAN TULI DENGAN TEMAN DENGAR

Alya Fauziah Nursyifa¹, A. Hasan Al Husain², Wa Ode Seprina³
^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Telkom

Jl. Telekomunikasi. 1 Terusan Buahbatu – Bojongsoang, Dayeuhkolot, Bandung
corresponding author: alhuseyn@telkomuniversity.ac.id

Submitted: 22 Agustus 2024 | Accepted: 3 September 2024 | Published: 5 November 2024

Website: <https://e-journal.umc.ac.id/index.php/jike/index>

DOI: <https://doi.org/10.32534/jike.v8i1.6332>

Abstract

Job opportunities for individuals with disabilities remain extremely limited due to discrimination and societal views that underestimate their ability to contribute productively in the workplace. In 2022, only 720,748 out of 22.97 million people with disabilities were employed, highlighting the scarce job opportunities available to this group. The introduction of Starbucks Signing Store has created job opportunities for deaf individuals. This study aims to understand the communication strategies employed by Starbucks Signing Store to address the interaction and communication gap between deaf and hearing individuals. The research uses a qualitative case study methodology. Data collection methods include observation, interviews, documentation, and audio-visual materials. The data sources for this study include informants from Starbucks management, deaf partners, and hearing customers. The analysis techniques involve data collection, data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The findings indicate that the communication strategies implemented to address the communication gap between deaf and hearing individuals involve identifying communication targets, selecting communication media, evaluating message goals, and the role of communicators in the communication process..

Keywords: *Employment Opportunities for Disabilities, Starbucks Signing Store, Communication Strategies, Deaf Individuals, Hearing Individual*

Abstrak

Kesempatan kerja bagi individu disabilitas masih sangat terbatas karena diskriminasi dan pandangan masyarakat yang meremehkan kemampuan mereka untuk berkontribusi secara produktif di tempat kerja. Hanya 720.748 dari 22,97 juta penyandang disabilitas yang bekerja pada tahun 2022, hal ini membuktikan sedikitnya kesempatan kerja bagi kelompok disabilitas. Hadirnya Starbucks Signing Store menghadirkan lapangan pekerjaan bagi individu teman tuli. Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi komunikasi yang digunakan oleh Starbucks Signing Store dalam mengatasi kesenjangan interaksi dan komunikasi antara teman tuli dan teman dengar. Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Pengumpulan dengan cara observasi, wawancara, dokumentasi, dan materi audio-visual. Sumber data penelitian adalah informan yang berasal dari pihak manajemen Starbucks, partner teman tuli dan pengunjung teman dengar. Teknik analisis yang dilakukan dengan cara pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan conclusion drawing. Hasil penelitian menunjukkan strategi komunikasi yang dilakukan dalam mengatasi kesenjangan komunikasi teman tuli dengan teman dengar yaitu dengan mengenali sasaran komunikasi, pemilihan media komunikasi, pengkajian tujuan pesan komunikasi, peranan komunikator dalam proses komunikasi.

Kata kunci: *Kesempatan Bekerja Disabilitas, Starbucks Signing Store, Strategi Komunikasi, Teman Tuli, Teman Dengar.*

A. PENDAHULUAN

Bisnis *coffee shop* berkembang pesat diikuti dengan ketersediaan lapangan pekerjaan untuk banyak orang, tidak terkecuali bagi para penyandang disabilitas. Kesempatan bekerja untuk penyandang disabilitas merupakan sebuah persoalan yang masih belum dapat teratasi dengan baik di Indonesia. Menurut laporan Badan Pusat Statistik, disabilitas di Indonesia yang bekerja sebanyak 720.748 orang pada tahun 2022 atau dalam persentase sebesar 0,53% dari total penduduk yang bekerja yang berjumlah 131,05 juta pada tahun lalu (Annur, 2023). Angka tersebut termasuk kecil jika dibandingkan dengan jumlah individu penyandang disabilitas di Indonesia yang mencapai 22,97 juta jiwa atau sekitar 8,5% dari jumlah penduduk Indonesia (Supanji, 2023). Oleh karena itu, lapangan pekerjaan bagi penyandang disabilitas pada saat ini masih menjadi sebuah persoalan yang belum dapat teratasi secara maksimal.

Pemerintah Indonesia telah mengupayakan kesamaan hak untuk memperoleh pekerjaan bagi para penyandang disabilitas dengan memunculkan Undang-undang Nomor 8 Tahun 2016. Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2016 pasal 1 dijelaskan bahwa yang dimaksud dengan penyandang disabilitas merupakan setiap orang yang mengalami keterbatasan fisik, mental, intelektual, dan atau sensorik dalam jangka waktu lama sehingga dalam berinteraksi dengan lingkungan mengalami hambatan dan kesulitan untuk berpartisipasi secara penuh dan efektif dengan warga negara lainnya berdasarkan kesamaan hak. Kesamaan hak bagi para penyandang disabilitas mencakup hak-hak yang sejajar dengan hak sebagai warga negara lainnya seperti dalam hal kesehatan, pendidikan, hukum, dan lainnya. Undang-undang ini berupaya menjamin penghormatan, perlindungan, dan pemenuhan hak-hak penyandang disabilitas salah satunya yaitu pada teman tuli (Indonesia, 2016).

Teman tuli merupakan istilah umum yang digunakan untuk individu yang memiliki kekurangan pendengaran yang disebabkan oleh adanya kerusakan atau kecacatan dalam pendengaran. Menurut Sutjihati Somantri (2006) dalam Juherna et al., (2020) kata tunarungu merujuk pada kesulitan pendengaran dari yang ringan sampai yang berat, yang digolongkan kedalam bagian tuli dan kurang dengar sehingga mengakibatkan seseorang tidak dapat menangkap berbagai rangsangan, terutama melalui indera pendengarannya. Menurut data Statistik Sekolah Luar Biasa pada tahun 2020/2021 jumlah penyandang tuli di Indonesia mencapai 28.385 jiwa. Dari data tersebut Provinsi DKI Jakarta menempati posisi pertama dengan jumlah penyandang tuli terbanyak yaitu berjumlah 1.672 jiwa (Statistik Sekolah Luar Biasa (SLB), 2021).

Keterbatasan pendengaran yang dimiliki teman tuli dalam berkomunikasi dan berinteraksi ini membuat mereka sulit dalam mendapatkan pekerjaan. Hal ini dipengaruhi oleh fakta bahwa tidak sedikit masyarakat yang bersikap diskriminatif dan merendahkan tuli dengan menganggapnya sebagai individu yang tidak berguna. Penyebab adanya sikap diskriminatif tersebut adalah karena adanya gap komunikasi dan perbedaan bahasa yang digunakan dalam interaksi antara teman dengar dengan teman tuli. Dalam kesehariannya, teman tuli tampak seperti orang normal pada umumnya, karena keterbatasan mereka hanya terletak pada pendengaran. Hal ini membuat mereka tidak mudah dibedakan dengan individu normal. Namun, individu teman tuli ini dapat langsung dibedakan ketika mereka melakukan interaksi dengan orang lain, karena cara mereka berkomunikasi berbeda yaitu dengan menggunakan bahasa isyarat SIBI (Sistem Isyarat Bahasa Indonesia) dan BISINDO (Bahasa Isyarat Indonesia) untuk berkomunikasi dengan individu lainnya.

Persaingan bisnis *coffee shop* yang tinggi membuat pelaku bisnis di bidang ini terus berupaya untuk menciptakan pengalaman baru bagi konsumennya, dengan harapan dapat merangsang konsumen untuk datang langsung dan merasakan pengalaman baru. Hal inilah yang dihadirkan oleh salah satu brand besar di bisnis *coffee shop* yaitu Starbucks. Starbucks membuat sebuah konsep toko yang berbeda dari biasanya yaitu “Starbucks *Signing Store*” atau gerai dengan konsep

bahasa isyarat yang terletak di Jl. Tanjung Karang No.3 Kebon Melati di Jakarta Pusat. Konsep toko ini mengangkat konsep “*Signing Store*”. Interior yang digunakan pada Starbucks ini dihiasi oleh elemen yang menggambarkan komunitas teman tuli seperti adanya logo khas Starbucks yang dilengkapi dengan Bisindo di atas pintu utama. Ada juga desain mural yang dibuat oleh seniman teman tuli dengan ukuran 4 x 11 meter yang menggambarkan interaksi teman tuli yang tengah menggunakan bahasa isyarat. Bukan hanya interiornya, Starbucks juga turut menghadirkan teman tuli sebagai bagian dari partner mereka sehingga pengunjung dapat berinteraksi langsung. Tentunya bagi sebagian masyarakat hal ini merupakan sebuah pengalaman baru. Hadirnya teman tuli disini juga merupakan bagian dari tanggungjawab sosial Starbucks. Ini merupakan sebuah bentuk dedikasi Starbucks kepada komunitas tuli, gangguan pendengaran, dan komunitas dengan bahasa isyarat sekaligus sebagai bentuk perayaan hari jadi Starbucks yang ke-20 di tanah air (Starbucks, 2022).

Keberadaan Starbucks sebagai sebuah merek besar yang sudah ternama di dalam bisnis coffee shop ini tidak membuatnya berhenti untuk terus melebarkan cakupannya. Dengan memunculkan Starbucks *Signing Store*, mereka mencoba untuk menjadi wadah yang menyediakan tempat ketiga untuk komunitas tuli agar dapat bersosialisasi ataupun berkumpul agar bisa menjalin hubungan antar sesama teman tuli. Lebih lanjut, Starbucks mencoba untuk menjangkau individu teman tuli dengan menciptakan konsep yang ramah untuk para teman tuli dengan menghadirkan partner Starbucks yang juga merupakan teman tuli. Partner merupakan sebuah sebutan yang digunakan oleh Starbucks untuk para karyawannya. Hadirnya Starbucks *Signing Store* juga membukakan kesempatan bagi para teman tuli untuk bisa mendapatkan pekerjaan yang layak sejalan dengan hak bagi para disabilitas menurut Undang-Undang Pemerintah yang sebelumnya sudah dijelaskan. Starbucks *Signing Store* menjadikan keterbatasan sebagai sebuah kekuatan tersendiri dalam menjangkau konsumen. Starbucks *Signing Store* menghadirkan sebuah pengalaman baru kepada para konsumen terutama individu teman dengar untuk dapat langsung berinteraksi menggunakan bahasa isyarat. Komunikasi yang terjalin menggunakan bahasa isyarat ini menjadi sebuah edukasi tersendiri bagi individu teman dengar mengenai bahasa isyarat. Konsep store yang dipenuhi dengan desain yang kental dengan bahasa isyarat ini semakin memperkaya pengalaman tak terlupakan bagi konsumen ketika datang langsung ke Starbucks *Signing Store*.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, penulis melihat adanya keunikan tersendiri yang hadir dengan mengangkat sebuah keterbatasan menjadi sebuah kekuatan untuk menciptakan sebuah pengalaman baru. Maka dari itu, penulis memiliki ketertarikan sendiri untuk meneliti komunikasi yang dilakukan oleh Starbucks *Signing Store* dengan penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi yang dilakukan oleh Starbucks *Signing Store* dalam Mengatasi Kesenjangan Interaksi dan Komunikasi Antara Teman Tuli dengan Teman Dengar (Studi Kasus Interaksi dan Komunikasi Pada Starbucks Partner Dan Pengunjung)”, dengan tujuan penelitian yaitu untuk memahami ataupun mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Starbucks *Signing Store* dalam mengatasi kesenjangan interaksi dan komunikasi antara teman tuli dengan teman dengar.

B. Tinjauan Pustaka Strategi Komunikasi

Penggunaan strategi komunikasi dalam penelitian ini digunakan sebagai konsep utama untuk menjelaskan mengenai rancangan komunikasi yang terjadi dalam proses komunikasi antara teman tuli dengan teman dengar. Menurut Effendy, (1984) dalam Ramadhani dan Primasari, (2023) strategi komunikasi adalah perancangan dalam menyusun pesan agar proses komunikasi terjadi dengan efektif sehingga mudah dipahami dan dapat mengubah sikap atau perilaku komunikator dan juga penerima pesan.

Menurut (Effendy, 1984) dalam penyusunan strategi komunikasi mencakup beberapa komponen-komponen yaitu seperti:

1. Mengetahui sasaran komunikasi
Pada sebuah proses komunikasi, penting untuk mengetahui siapa sasaran komunikasi yang akan dituju agar bisa disesuaikan dengan karakteristik pengunjung yang datang.
2. Menentukan media komunikasi
Menentukan media yang sesuai untuk menyampaikan sebuah pesan. Sebuah pesan dalam proses komunikasi dapat disampaikan melalui verbal menggunakan kata-kata maupun nonverbal seperti bahasa isyarat, gerak tubuh, ekspresi wajah dan lain-lain. Komunikasi nonverbal dapat pula menciptakan sebuah komunikasi yang efektif ketika komunikasi verbal menjadi penghalang bagi beberapa individu yang memiliki keterbatasan yaitu seperti penyandang disabilitas tuli.
3. Melakukan pengkajian tujuan pesan komunikasi.
Sebuah komunikasi terjadi karena tujuan tertentu, maka dari itu pengkajian terhadap tujuan pesan komunikasi penting dilakukan untuk dapat mengetahui arah tujuan komunikasi mengarah pada tipe komunikasi untuk yang bersifat informasi, untuk persuasi, atau intruksi.
4. Peranan komunikator dalam komunikasi
Seorang komunikator memiliki peran untuk dapat memahami komunikan yang dituju agar proses komunikasi dapat berjalan dengan baik karena terciptanya sikap empati.

Penggunaan teori strategi komunikasi pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui bentuk perancangan pesan pada proses komunikasi yang terjadi antara teman dengar dengan teman tuli di Starbucks *Signing Store*. Dengan memperhatikan aspek strategi komunikasi ini maka peneliti dapat mengetahui cara yang dilakukan agar proses komunikasi bisa terjadi secara efektif sehingga komunikator dan komunikan dapat saling menangkap pesan yang ingin disampaikan, dan dapat mencapai tujuan komunikasi.

Interaksi Sosial

Pada hakekatnya manusia adalah salah satu makhluk sosial yang memerlukan interaksi dengan orang lain. Pemilihan teori interaksi sosial ini digunakan sebagai konsep untuk menjelaskan bentuk hubungan interaksi antara individu teman tuli dengan teman dengar yang berinteraksi pada Starbucks *Signing Store*. Interaksi sosial merupakan sebuah bentuk kegiatan bersosialisasi yang terjadi antara dua orang atau lebih dengan aksi tindakan yang timbal balik. Tindakan timbal balik yang terjadi melibatkan aksi mendengar dan berbicara secara bergantian untuk saling menanggapi (Fahri & Qusyairi, 2019). Dijelaskan lebih lanjut bahwa, terdapat beberapa bentuk interaksi sosial seperti interaksi sosial asosiatif yang meliputi bentuk kerja sama, asimilasi, akulturasi, dan akomodasi. Di samping itu ada pula interaksi sosial disosiatif yang meliputi persaingan, disosiatif, kontravensi, atau konflik. Berdasarkan penjelasan diatas interaksi sosial merupakan sebuah hubungan yang terjalin antara dua individu dalam kasus ini yaitu antara teman tuli dengan teman dengar pada Starbucks *Signing Store* yang saling timbal balik mendengarkan dan menyampaikan informasi secara bergantian untuk saling memengaruhi dan memberikan efek satu sama lain.

Kesenjangan Komunikasi

Kesenjangan atau gap komunikasi menjadi salah satu pembahasan penting dalam penelitian ini. Penulis akan melihat kesenjangan komunikasi yang terjadi antara teman tuli yang menjadi Starbucks partner dengan teman dengar yang menjadi konsumen di Starbucks *Signing Store*. Definisi konsep kesenjangan komunikasi adalah sebuah keterbatasan yang terjadi dalam proses penyampaian informasi pada sebuah komunikasi yang terjalin antara individu yang terlibat (Setat,

2021). Definisi lain mengatakan bahwa kesenjangan komunikasi adalah kegagalan upaya menyampaikan dan mengonsumsi informasi dengan benar. Kesenjangan komunikasi terjadi karena terdapat banyak hambatan yang menyebabkan pertukaran pesan tidak berjalan dengan baik yang dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kurangnya rasa menghargai, kurangnya empati, tidak terbuka, dan tidak rendah hati (Herda, 2021). Kesenjangan komunikasi yang terjalin antara teman tuli dengan teman dengar terletak pada perbedaan cara berkomunikasi antara dua individu yang terlibat. Penggunaan bahasa isyarat oleh teman tuli dan ketidakmampuan teman dengar untuk memahaminya menjadi sebuah hambatan yang terjadi sehingga tercipta sebuah kesenjangan komunikasi. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa kesenjangan atau gap komunikasi terjadi karena adanya keterbatasan dalam proses penyampaian informasi atau hambatan komunikasi seperti perbedaan cara berkomunikasi antar individu yang terlibat yang dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kurangnya sifat-sifat berempati.

Teori Interaksi Simbolik

Interaksi manusia memiliki keistimewaan yang mempunyai keunggulan dibandingkan interaksi yang terjalin pada makhluk lainnya yaitu dalam hal penggunaan lambang sebagai kebutuhan dalam menjalin sebuah interaksi dengan sesama manusia (Siregar, 2011). Pada kasus ini penggunaan teori interaksi simbolik dirasa sesuai dengan penelitian ini yang memiliki fokus penelitian interaksi teman tuli dan teman dengar yang memiliki kesenjangan dalam berkomunikasi, karena seperti yang kita ketahui individu teman tuli berkomunikasi menggunakan simbol-simbol atau lebih dikenal sebagai bahasa isyarat. Esensi utama dari teori interaksi simbolik adalah untuk berfokus mempelajari aktivitas sosial manusia dalam berinteraksi yang diketahui aktif berubah-ubah, maka manusia bukanlah organisme pasif yang perilakunya ditentukan oleh struktur dari luar dirinya, melainkan manusia pada dasarnya aktif, reflektif dan kreatif, dalam menafsirkan dan menampilkan perilaku yang kompleks dan tak terduga (Nugroho, 2021). Dalam interaksi simbolik, teman tuli menggunakan bahasa isyarat meliputi gerakan tangan, ekspresi wajah, dan bahasa tubuh sebagai cara mereka untuk berkomunikasi dengan teman dengar.

Awal perkembangan interaksi simbolik dipelopori oleh ilmuwan pengajar filsafat bernama George Herbert Mead yang mengemukakan tentang interaksi simbolik yang kemudian berkembang dan mengalir dalam bukunya *Mind, Self, and Society*. Dalam pemaparannya tersebut, tiga ide dasar dari interaksi simbolik dapat didefinisikan sebagai berikut:

1. Pikiran (*Mind*)

Pikiran manusia berkembang seiring dengan proses komunikasi dan interaksi dengan manusia lain, dan pemberian makna simbol memiliki peranan penting bagi perilaku manusia saat berkomunikasi dalam menyampaikan makna yang kompleks menggunakan bahasa isyarat, gerakan tubuh, ataupun lambang. Menurut Mead (2015) dalam Siregar (2011) pikiran (*mind*) menjadi sebuah proses berfikir dalam merencanakan suatu tindakan terhadap objek melalui kemampuan penggunaan simbol. Proses memahami simbol yang digunakan dalam berinteraksi termasuk ke dalam proses penafsiran pada berkomunikasi, yang mana hal ini sejalan dengan salah satu premis hermeneutik yang mempelajari tentang interpretasi makna yang mengatakan bahwa manusia secara sadar maupun tidak sadar selalu melakukan penafsiran (Aini, 2022). Oleh karena itu, proses komunikasi yang terjalin antara teman tuli dengan teman dengar menjadi sebuah proses penafsiran simbol yang dilakukan antar individu dalam menggunakan bahasa maupun bahasa isyarat.

2. Diri (*Self*)

Diri (*self*) merupakan proses sosial yang terjalin dengan orang lain untuk merefleksikan diri berdasarkan sudut pandang orang lain sehingga memunculkan sebuah identitas diri. Kesadaran diri memungkinkan individu untuk bisa memahami diri mereka sendiri. Peran diri dalam teori interaksi

simbolik menurut Mead sangat terkait dengan proses komunikasi, dalam penelitian ini yaitu komunikasi antara teman tuli dengan teman dengar yang menggunakan simbol-simbol bahasa isyarat dalam berinteraksi. Pemahaman terhadap peran diri dalam membentuk identitas menjadi sangat penting untuk memahami bagaimana individu dapat menyesuaikan diri dengan perasaan, emosi, dan keadaan temantuli. Konsep diri memungkinkan individu untuk memahami diri mereka sendiri dan bagaimana mereka berinteraksi dengan orang lain. Dalam konteks komunikasi antara teman tuli dengan teman dengar, konsep diri memungkinkan individu teman dengar untuk memahami kebutuhan dan keterbatasan teman tuli. Konsep diri juga memungkinkan individu untuk memahami bagaimana simbol-simbol yang digunakan dalam komunikasi dapat mempengaruhi pemahaman terhadap pesan yang disampaikan. Dengan demikian, peran diri dalam teori interaksi simbolik mead memberikan pandangan yang memahami bagaimana komunikasi antara teman tuli dengan teman dengar berlangsung dan berkembang.

3. Masyarakat (*Society*)

Masyarakat (*society*) memegang peranan dalam membentuk individu melalui proses interaksi yang melibatkan penggunaan bahasa ataupun isyarat. Masyarakat berfungsi sebagai lingkungan yang memengaruhi individu memahami diri sendiri dan bagaimana berkomunikasi dan menjalin interaksi satu sama lain. Oleh karena itu, sebuah makna individu terbentuk karena berinteraksi dengan individu lainnya sehingga makna individu terbentuk dari makna masyarakat. Dalam konteks komunikasi antara teman tuli dengan teman dengar, teori interaksi simbolik dalam penelitian ini digunakan karena terdapat perbedaan latar belakang masyarakat di antara teman dengar dan teman tuli yang memengaruhi perbedaan pemaknaan diri masing-masing. Adanya hambatan dari kekurangan yang mereka miliki, teman tuli memiliki caranya sendiri untuk berkomunikasi di tengah masyarakat agar memudahkan mereka untuk menyampaikan pesan.

Komunikasi Verbal

Proses komunikasi yang dilakukan oleh manusia saat berinteraksi tatap muka memungkinkan dua orang atau lebih untuk berkomunikasi secara verbal dengan kata-kata maupun nonverbal baik dengan gerak tubuh. Dijelaskan komunikasi verbal menurut Lane, Bisen dan Priya dalam Suwatno dan Arviana, (2023) terjadi ketika seseorang menyampaikan pesan dengan menggunakan lisan maupun tulisan dengan menggunakan kata-kata kepada penerima pesan. Selanjutnya menurut Deddy Mulyana komunikasi verbal adalah proses penyampaian sebuah informasi menggunakan simbol berupa kata-kata, dengan melibatkan bentuk interaksi yang dengan sengaja ditunjukkan kepada orang lain dalam bentuk lisan ataupun tertulis. Selanjutnya menurut Liliweri komunikasi verbal memiliki unsur seperti komunikasi lisan dan komunikasi tulisan. Komunikasi verbal merupakan sebuah bentuk komunikasi tatap muka secara lisan agar dapat saling memengaruhi, sedangkan komunikasi tulisan adalah kumpulan kata-kata atau simbol-simbol di atas kertas dalam bentuk surat, memo, gambar, dan sebagainya (Bintoro, 2011). Komunikasi verbal juga melibatkan unsur komunikasi lisan dan komunikasi tulisan. Dalam konteks komunikasi lisan, individu melakukan interaksi secara lisan dengan pendengar untuk memengaruhi penerima pesan pada saat tatap muka. Sementara dalam komunikasi tulisan, kata-kata berupa simbol-simbol dituangkan ke dalam tulisan, seperti surat, memo, gambar, dan sebagainya. Dengan demikian, komunikasi verbal melibatkan penggunaan kata-kata untuk menciptakan dan menyampaikan makna penerima pesan tersebut.

Komunikasi Nonverbal

Pada poses berkomunikasi dengan teman tuli, individu teman dengar perlu melibatkan penggunaan komunikasi nonverbal dalam menyampaikan sebuah pesan. Menurut Bisen dan Priya dalam

Suwatno dan Arviana (2023) komunikasi nonverbal dipersepsikan sebagai proses komunikasi yang terjadi dengan melibatkan pengiriman dan penerimaan pesan dalam bentuk isyarat, bahasa tubuh, ekspresi wajah, postur tubuh, dan kontak mata. Sejalan dengan pengertian tersebut, sebagai pelengkap menurut buku Komunikasi Interpersonal: Panduan Membangun Keterampilan Relasional Kontemporer karya Suwanto dijelaskan bahwa, komunikasi nonverbal terjadi melalui ekspresi wajah, gerak tubuh, orientasi dan posturtubuh, sentuhan, dan kontak mata, kualitas vokal dan aksen, bentuk tubuh, serta pakaian dan perhiasan/aksesori yang memiliki kaitan yang sangat erat dengan kekuatan observasi. Dalam proses komunikasi nonverbal ini, penerima pesan komunikasi harus berada dalam posisi yang siap untuk mendengar, melihat, dan bahkan merasakan komunikator. Hal ini dimaksudkan agar ketika komunikator menyampaikan pesan tertentu kepada kelompok sasaran, ia dapat menggunakan isyarat sadar, postur tubuh, dan bentuk bahasa tubuh lainnya. Dengan begitu, komunikasi nonverbal adalah semua komunikasi manusia yang melampaui kata-kata lisan atau tertulis (Suwatno & Arviana, 2023).

Disabilitas

Kata disabilitas berasal dari kata “*disability*” yang didefinisikan oleh *The Social Work Dictionary* sebagai gangguan fungsi secara sementara ataupun permanen dan ketidakmampuan individu untuk melakukan sesuatu yang dapat dilakukan oleh orang lain dikarenakan akibat dari kecacatan mental maupun fisik (Nafiyanti, 2019). Serupa dengan penjelasan sebelumnya, menurut Wright (1960) dalam Alam (2020) diungkapkan bahwa *disability* merupakan kondisi adanya ketidaklengkapan fungsi baik secara fisik maupun mental. Menurut Soleh (2016) dalam Kurniawati (2021) terdapat tiga jenis penyandang disabilitas diantaranya yaitu kelompok penyandang disabilitas fisik seseorang yang mencakup tunarungu, tunanetra, tunawicara, dan tunadaksa. Kelompok selanjutnya adalah kelainan nonfisik yang terdiri dari autisme, hiperaktif, dan tunagrahita. Adapun kelompok terakhir terdiri dari orang-orang dengan kelainan yang lebih dari satu. Berdasarkan penjelasan tersebut, disimpulkan bahwa disabilitas merupakan sebuah kondisi seseorang yang memiliki keterbatasan atau ketidaklengkapan secara fisik maupun mental sehinggaberpengaruh pada proses interaksi mereka dengan lingkungan dalam berpartisipasi secara penuh dan efektif. Pada penelitian ini, peneliti akan berfokus pada kelompok penyandang disabilitas yang berkaitan dengan fisik yaitu teman tuli.

Tuli

Menurut Sumarto (1995) dalam Aini (2022) dijelaskan mengenai pengertian tunarungu atau tuli yaitu sebagai kondisi seseorang yang kurang mampu atau tidak bisa mendengar suara yang diklasifikasikan menjadi dua tipe yaitu kurang dengar (*hard of hearing*) dan tuli (*deaf*). Sejalan dengan pengertian tersebut menurut Kuswarno (2011) dalam Kurniawati (2021) terdapat dua batasan yang umum digunakan mengenai definisi tuli, yaitu batasan secaramedis yang memuat mengenai adanya ketidakmampuan seseorang dalam mendengar karena rusak atau tidak berfungsinya indra pendengaran seseorang. Selain itu, ada pula secara pedadogis yang berarti adanya ketidakmampuan dalam mendengar yang berakibat pada terhambatnya perkembangan bahasa seseorang sehingga membutuhkan bimbingan dan pendidikan khusus yang berbeda dari kebanyakan orang. Menurut Setyawan (2019) istilah tunarungu diambil dari kata “tuna” dan “rungu” yang memiliki arti kurang dan pendengaran. Dijelaskan lebih lanjut, tunarungu merupakan seseorang yang mempunyai gangguan pada pendengarannya sehingga tidak dapat mendengar bunyi dengan sempurna atau bahkan tidak dapat mendengar sama sekali. Dengan keterbatasan pendengaran yang menghambatnya proses komunikasi para penyandang disabilitas ini membuat mereka menggunakan sebuah bahasa yang disebut sebagai bahasa isyarat.

Bahasa Isyarat

Manusia sebagai makhluk sosial sudah pasti tidak akan terlepas dari komunikasi. Keterbatasan yang dimiliki tuli tidak berarti menyebabkan mereka tidak bisa melakukan komunikasi dengan individu yang lain. Menurut Berger (2014) komunikasi dapat terjadi secara verbal yang menggunakan suara dan komunikasi nonverbal yang memerlukan simbol atau gerakan tangan dan tubuh dalam menyampaikan sebuah pesan seperti yang digunakan oleh para teman tuli yang umum disebut sebagai bahasa isyarat (Setyawan, 2019). Menurut KBBI, bahasa isyarat merupakan bahasa yang tidak memerlukan bunyi ucapan manusia atau tulisan, melainkan bahasa yang menggunakan isyarat gerakan seperti tangan, badan, ekspresi, dan sebagainya yang khusus diciptakan untuk mereka para penyandang disabilitas tuli. Sejalan dengan pendapat tersebut, menurut Aini (2022), bahasa isyarat tidak menekankan pada bunyi, salah satu sistem bahasa isyarat yang banyak digunakan oleh penyandang disabilitas adalah SIBI dan BISINDO.

C. Metode Penelitian

Metode penelitian pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Penggunaan metode penelitian tersebut dipilih agar dapat memaknai keunikan objek yang diteliti untuk memahami strategi komunikasi yang dilakukan dalam mengatasi kesenjangan komunikasi dan interaksi antar individu teman dengar dengan teman tuli pada Starbucks *Signing Store*. Hal ini sesuai dengan pendapat Saryono dalam (Harahap (2020) yang mengartikan sebuah penelitian kualitatif adalah sebuah penelitian yang digunakan untuk menemukan, menyelidiki, menjelaskan, dan menggambarkan keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dipecahkan melalui pendekatan kuantitatif. Selanjutnya, pemilihan metode deskriptif kualitatif digunakan karena menurut Bungin (2007) memiliki tujuan untuk mendeskripsikan kemudian memberikan kesimpulan mengenai situasi ataupun kondisi di sekitar lingkungan yang menjadi objek penelitian. Penelitian ini akan menggunakan teknik pengumpulan data berupa triangulasi data atau gabungan dari observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk dapat menggali secara mendalam mengenai strategi komunikasi yang dilakukan dalam mengatasi kesenjangan antar individu teman dengar dengan teman tuli dalam melakukan interaksi pada Starbucks *Signing Store*.

D. Hasil dan Pembahasan Strategi Komunikasi

1. Mengenali Sasaran Komunikasi

Starbucks *Signing Store* mengidentifikasi berbagai kelompok pengunjung, termasuk pekerja, keluarga, dan teman dengar. Demografi pengunjung bervariasi dari usia 16 hingga 50 tahun, didominasi oleh pekerja kantoran, mahasiswa, dan anak muda. Secara psikografis pengunjung yang datang adalah masyarakat yang suka mempelajari dan mencoba hal baru serta menyukai hal-hal unik. Toko ini didesain sebagai *community store* untuk menciptakan sebuah lingkungan yang inklusif, memungkinkan interaksi antara teman tuli dan teman dengar. Menurut Effendy (1984) mengenali sasaran komunikasi menjadi faktor yang harus diperhatikan dengan mempertimbangkan kerangka referensi serta situasi dan kondisi komunikasi.

a) Kerangka Referensi

Lokasi Starbucks *Signing Store* di pusat kota Jakarta sangat strategis, menarik banyak pekerja kantoran untuk diskusi santai atau beristirahat. Diketahui bahwa Starbucks sudah mengenali sasaran komunikasinya dengan memerhatikan aspek kerangka referensi dengan menyediakan tempat untuk para pengunjungnya yang didominasi oleh pekerja kantoran dan juga komunitas

untuk berkumpul dan bersosialisasi di *community table*. *Community table* di toko ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan pengunjung pekerja kantor dan komunitas, menyediakan ruang nyaman dan fungsional untuk meeting atau diskusi kelompok. Starbucks telah mengenali sasaran komunikasinya dengan baik, ditunjukkan dengan tidak adanya keluhan dari pengunjung dan dukungan dari informan. Pengenalan sasaran komunikasi yang baik memungkinkan Starbucks untuk mengatasi

kesenjangan komunikasi dan menciptakan pengalaman baru bagi pengunjung. Keberadaan *community table* ini Starbucks *Signing Store* menegaskan komitmennya untuk menciptakan lingkungan yang inklusif dengan menjadi tempat yang ramah bagi teman tuli untuk bersosialisasi. Dengan desain meja yang besar dan terbuka, memudahkan pengunjung yang duduk di *community table* ini untuk dapat berinteraksi dengan lebih merata, memungkinkan percakapan yang lebih nyaman dan inklusif. Keberadaannya juga memberikan kemudahan bagi pekerja kantor untuk duduk bersama tanpa harus berpisah, sehingga mereka dapat tetap produktif melakukan pertemuan informal dengan menikmati suasana ibukota.

b) Situasi dan Kondisi

Adapun menurut Effendy (1984), dalam mengenali sasaran komunikasi perlu juga memerhatikan faktor situasi dan kondisi pada saat komunikasi akan menerima pesan yang ingin disampaikan. Faktor situasi memfokuskan pada hal-hal apa saja yang dapat menghambat jalannya komunikasi, sedangkan faktor kondisi memfokuskan pada keadaan fisik dan psikis komunikasi pada saat menerima pesan komunikasi. Starbucks *Signing Store* memperhatikan faktor situasi dan kondisi pengunjung saat menerima pesan dengan merancang toko ini untuk meminimalkan hambatan komunikasi. Dengan desain lantai banyang lebih tinggi untuk memudahkan partner tuli melihat tulisan pengunjung. Hal ini meningkatkan efektivitas komunikasi non-verbal. Respon positif dari pengunjung teman dengar menunjukkan bahwa Starbucks mampu menciptakan lingkungan inklusif. Partner teman tuli cepat merespon kebingungan pengunjung dan ramah, meskipun ada perbedaan bahasa dan kondisi psikis. Penyesuaian ini tidak hanya meningkatkan efisiensi komunikasi, tetapi juga memperkuat rasa inklusivitas dan kesetaraan di dalam lingkungan Starbucks *Signing Store*. Dengan mempertimbangkan hal tersebut, Starbucks mampu mengantisipasi hambatan yang mungkin terjadi pada saat komunikasi akan menerima pesan dengan memastikan komunikasi dan komunikator memiliki akses melihat yang jelas dan tidak terhalang. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan efektivitas penyampaian pesan tetapi juga menciptakan lingkungan yang inklusif, di mana setiap pengunjung, terlepas dari kemampuan komunikasinya, dapat merasa dipahami dan dilayani dengan baik.

2. Pemilihan Media Komunikasi

Menurut Effendy (1984) pemilihan media komunikasi memiliki peranan penting dalam memengaruhi efektivitas komunikasi. Pemilihan media komunikasi yang tepat penting untuk menjembatani kesenjangan komunikasi di Starbucks *Signing Store*. Media komunikasi yang digunakan meliputi perangkat elektronik, perangkat lunak, dan media cetak.

a) Perangkat Elektronik

Keberadaan media seperti perangkat elektronik mempunyai fungsi untuk menyampaikan pesan atau informasi. Pemilihan media komunikasi berupa perangkat elektronik yang berorientasi audio-visual ini memiliki fungsi penting dalam menjembatani proses penyampaian pesan antara teman tuli dengan teman dengar. Starbucks *Signing Store* memilih untuk menggunakan media seperti *writing tablet* yang dijadikan sebagai media komunikasi dua arah antara partner teman tuli dengan

pengunjung teman dengar. Media *writing tablet* yang dipilih ini memiliki dimensi ukuran sebesar 22,5 cm x 31,8 cm x 0,7 cm. Media tersebut berada pada tempat yang aksesibel yaitu di depan kasir dan berada disebelah menu, sehingga pengunjung teman dengar dapat langsung menulis pesan yang ingin disampaikan kemudian menunjukkannya kepada partner teman tuli. Adapun penggunaan media lain yaitu televisi yang digunakan untuk menampilkan informasi nomor antrian yang sedang diproses sesuai dengan nomor yang tercetak pada struk pembelian. Penggunaan *writing tablet* dan televisi membantu menjembatani komunikasi antara teman tuli dan teman dengar. Media ini aksesibel dan mudah digunakan oleh pengunjung.

b) Perangkat Lunak

Dalam kasus ini, Starbucks *Signing Store* berkolaborasi dengan penyedia jasa layanan teknologi yaitu PT Esensi Solusi Buana untuk menyediakan sistem operasional restoran dengan mengoptimalkan manajemen antrian. ESB menyediakan fitur-fitur canggih seperti notifikasi suara, tampilan antrian, dan penyajian informasi pelanggan secara *real-time*, yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan pengalaman pelanggan di restoran. Masing-masing fitur yang tersedia dalam perangkat lunak ini memiliki fungsi yang membantu proses penyampaian informasi pada komunikasi antara partner teman tuli dengan pengunjung teman dengar. Fitur notifikasi suara berfungsi untuk mempermudah pelanggan yang menunggu pesanan melalui notifikasi suara yang nantinya akan mengumumkan bahwa pesanan telah selesai diproses dan siap diambil. Selain itu, fungsi dari fitur tampilan pesanan ini adalah untuk menampilkan nomor antrian menjadi beberapa bagian mulai dari nomor pesanan yang diproses maupun siap diambil. Fitur lain yang menjadi pelengkap yaitu fitur informasi pengunjung yang menampilkan informasi ekstra di samping nomor pesanan sesuai dengan data yang diinput pada kasir seperti data nama pelanggan. Pemanfaatan teknologi ini membuat Starbucks dapat mengelola antrian dan pesanan dengan lebih efektif, mengurangi waktu tunggu, dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

c) Media Cetak

Starbucks juga menggunakan media cetak seperti poster dan *x-banner* untuk menyampaikan informasi dan mendukung komunikasi non-verbal. Dengan desain visual dan elemen verbal yang berisikan himbuan dan informasi, media cetak ini membantu menciptakan komunikasi yang dapat diakses oleh semua orang. Hal ini memungkinkan pengunjung teman dengar untuk lebih mengenali toko ini dan mempersiapkan diri dalam berinteraksi dengan teman tuli. Selain itu, peletakan media cetak ini berada pada posisi yang strategis dan mudah dijangkau oleh pengunjung, yaitu di depan kasir dan di tempat pengambilan minuman, memastikan bahwa informasi dapat diterima secara optimal oleh setiap pengunjung. Pendekatan ini mendukung terciptanya lingkungan yang inklusif dimana rasa empati dan rasa dapat saling menghargai tanpa memandang perbedaan komunikasi dapat tercipta karena terdapat media yang menjadi penghimbau sebelumnya. *X-banner* menampilkan alfabet BISINDO untuk mengedukasi pengunjung tentang bahasa isyarat.

Penggunaan media ini berfungsi untuk mengedukasi pengunjung teman dengar agar mendapat wawasan baru tentang cara berkomunikasi dengan teman tuli. Dengan demikian, pengunjung dapat mengaplikasikan wawasan tersebut secara efektif saat berinteraksi dengan individu tuli baik di Starbucks *Signing Store* maupun di lingkungan luar. Secara keseluruhan, pendekatan yang dilakukan oleh Starbucks *Signing Store* dalam memilih media komunikasi tidak hanya efektif dalam menjembatani kesenjangan komunikasi antara teman tuli dan teman dengar, tetapi juga mendukung terciptanya lingkungan yang inklusif dan ramah bagi semua pengunjung.

3. Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi

Adanya kesenjangan pada penggunaan bahasa antara individu teman tuli dengan teman dengar menjadi sebuah tantangan tersendiri untuk mencapai tujuan dalam menciptakan lingkungan yang

inklusi. Untuk mengatasi hal tersebut, digunakan media-media pendukung yang mampu menjembatani komunikasi antara mereka. Berdasarkan hasil penelitian, keberadaan media membantu membangun lingkungan inklusi, terlihat dari sikap menghormati yang ditunjukkan oleh pengunjung teman dengar. Pesan informatif yang disampaikan oleh Starbucks *Signing Store* mampu menghadirkan kesadaran bagi pengunjung untuk lebih mempersiapkan diri dan berempati dengan partner teman tuli. Tidak adanya sikap diskriminatif yang muncul pada individu pengunjung menjadi sebuah indikator terciptanya kesetaraan tanpa membedakan antara teman tuli dengan teman dengar.

4. Peranan Komunikator dalam Komunikasi

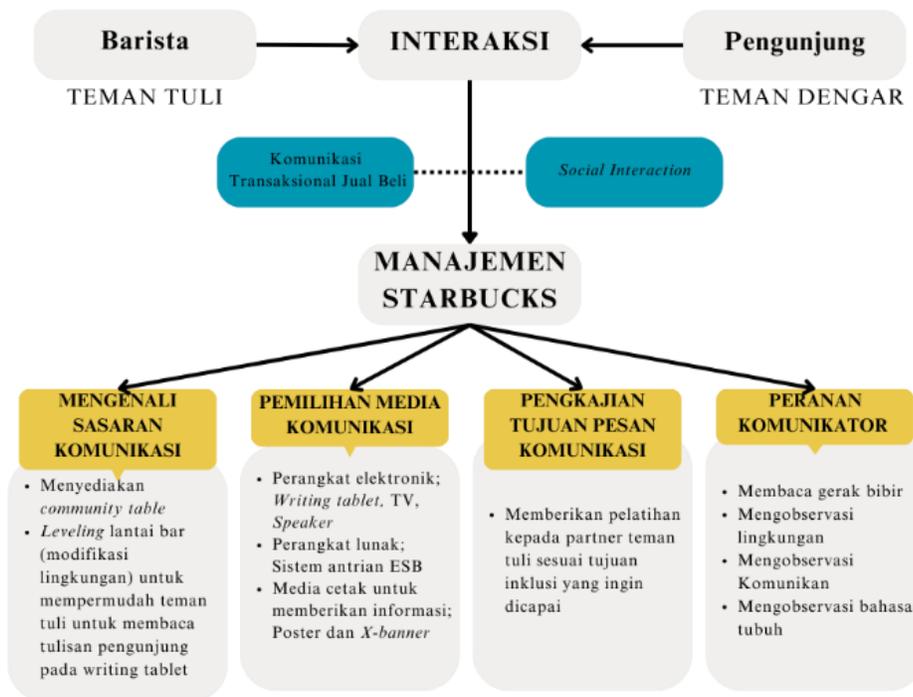
a) Daya Tarik Komunikator

Dalam kasus penelitian ini keberadaan partner teman tuli dengan kemampuan berkomunikasi menggunakan bahasa isyarat memberikan pengalaman menarik tersendiri. Penggunaan bahasa isyarat tidak hanya memperkaya pengalaman berinteraksi di Starbucks *Signing Store*, tetapi juga berfungsi mengedukasi masyarakat umum dengan meningkatkan kesadaran dan pemahaman pengunjung tentang komunitas tuli. Dengan kepribadian dan karakteristik dari individu partner teman tuli yang ramah, pengunjung dapat terpengaruhi secara emosional untuk turut berpartisipasi mengenal bahasa isyarat dan menghormati perbedaan yang ada. Dengan demikian, daya tarik komunikator dalam bentuk kemampuan berbahasa isyarat ini berhasil menarik minat teman dengar dan mempengaruhi perubahan sikap untuk lebih berempati dan menghargai perbedaan bahasa yang digunakan.

b) Kredibilitas sumber

Komunikasi efektif terbangun melalui kepercayaan, yang diperoleh dari kredibilitas komunikator. Pada penelitian ini ditemukan bahwa peranan komunikator yang dilakukan di Starbucks *Signing Store* adalah dengan melakukan pendekatan empati. Dalam memberikan respon yang sesuai dengan kebutuhan komunikan, komunikasi dapat terjalin dengan efektif karena tercipta rasa dihargai dan dipahami. Partner teman tuli selaku komunikator mampu menginterpretasikan pesan yang disampaikan pengunjung melalui berbagai cara seperti membaca gerak bibir, memperhatikan perasaan pengunjung, melalui isyarat nonverbal dengan gerakan tangan. Dengan demikian, hal ini menunjukkan bahwa pendekatan empati dan kemampuan beradaptasi dari partner teman tuli di Starbucks *Signing Store* tidak hanya efektif dalam mengatasi kesenjangan komunikasi, tetapi juga dalam membangun rasa kepercayaan dan ikatan emosional yang kuat antara komunikator dan komunikan. Melalui keahlian membaca gerak bibir dan penggunaan isyarat nonverbal, partner teman tuli berhasil menciptakan lingkungan yang inklusif dan saling menghargai. Ini menggarisbawahi pentingnya kredibilitas dan daya tarik komunikator dalam menjalin komunikasi yang efektif dan harmonis, terutama di lingkungan yang melibatkan teman tuli dan teman dengar. Hasil penelitian ini menekankan bahwa komunikasi yang empatik dan adaptif adalah kunci utama dalam menciptakan pengalaman positif bagi semua pihak yang terlibat.

Secara keseluruhan, Starbucks *Signing Store* berhasil menerapkan strategi komunikasi yang efektif dengan mengenali sasaran komunikasi, memilih media yang tepat, mengkaji tujuan pesan komunikasi, dan memanfaatkan daya tarik komunikator. Pendekatan ini menciptakan lingkungan inklusif yang menghargai perbedaan komunikasi, menjembatani kesenjangan, dan membangun komunitas yang saling mendukung.



Gambar 1 Hasil Penelitian Strategi Komunikasi dalam Kesenjangan Komunikasi Teman tuli dengan Teman Dengar
Sumber: Olahan Data Penulis (2024)

Interaksi Simbolik

1. Pikiran (*mind*)

Pada hasil penelitian, ditemukan bahwa simbol yang terdapat pada interaksi partner teman tuli dengan partner teman dengar ini terdiri dari komunikasi verbal dan nonverbal. Komunikasi verbal meliputi penggunaan bahasa melalui gerak bibir yang dibaca oleh teman tuli, sementara komunikasi nonverbal mencakup gerak tubuh, ekspresi wajah, dan bahasa isyarat. Hal ini menunjukkan adanya kemampuan teman tuli dan teman dengar teman dalam memahami makna dari simbol berupa gerakan tangan dan ekspresi wajah. Pengunjung mendengar, misalnya, mungkin perlu waktu untuk menyesuaikan diri dengan cara baru dalam berkomunikasi, sementara teman tuli mengandalkan kemampuan mereka dalam membaca gerak bibir dan menggunakan bahasa isyarat untuk menyampaikan pesan.

2. Diri (*self*)

Konsep diri (*self*) menurut Mead (2015) dapat diartikan sebagai sebuah kemampuan seorang individu untuk merefleksikan dirinya sendiri yang dapat muncul karena aktivitas interaksi dengan individu lain. Kesadaran partner teman tuli atas adanya kesenjangan komunikasi mencerminkan kemampuan mereka menilai diri sendiri sesuai dengan konsep diri. Di Starbucks *Signing Store*, partner teman tuli menerima umpan balik positif dan dukungan dari pengunjung teman dengar, yang memperkuat rasa harga diri dan kepercayaan diri mereka. Umpan balik yang didapatkan selama interaksi ini tidak hanya membantu teman tuli untuk mengembangkan cara pandang positif terhadap diri sendiri, tetapi juga mengatasi kesenjangan komunikasi dengan masyarakat umum. Penelitian ini menemukan bahwa meskipun terdapat kendala komunikasi, kegigihan partner teman tuli dalam melayani pengunjung serta respons positif dari teman dengar membantu

memperkuat konsep diri para partner tuli. Pengunjung teman dengar selaku informan mengakui bahwa walaupun mereka awalnya merasa bingung dan tidak terbiasa dengan bahasa isyarat, kegigihan dan keramahan partner teman tuli membuat mereka merasa dihargai dan nyaman.

3. Masyarakat (*society*)

Dalam sebuah konsep masyarakat (*society*) menurut Mead (2015) merujuk pada cara individu berinteraksi dan membentuk pemahaman diri mereka dalam kelompok sosial yang lebih luas. Diketahui bahwa interaksi dan komunikasi yang terjalin membentuk pemahaman diri seseorang dalam menyesuaikan cara berkomunikasi dalam sebuah kelompok sosial. Pada kasus ini, Starbucks turut membentuk pemahaman individu yang terlibat di dalamnya dengan menghadirkan media sebagai sarana yang disediakan untuk menjembatani komunikasi yang ada. Selain itu, dengan menyediakan ruang di mana teman tuli dan teman dengar dapat berinteraksi secara langsung, mengembangkan pemahaman satu sama lain, dan menyesuaikan cara berkomunikasi mereka.

Dengan penerapan tika konsep dasar ini, Starbucks *Signing Store* berhasil menciptakan lingkungan inklusif yang mencerminkan teori "*Mind, Self, and Society*" dari Herbert George (Mead, 2015). Interaksi yang terjadi tidak hanya membantu teman tuli dan teman dengar berkomunikasi secara efektif tetapi juga mendukung pembentukan identitas diri yang inklusif dan empatik, serta membangun masyarakat mini di dalam toko yang mendorong norma-norma inklusif.

E. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Kesempatan bekerja untuk penyandang disabilitas merupakan sebuah persoalan yang masih belum dapat teratasi dengan baik di Indonesia. Starbucks sebagai salah satu brand besar di bisnis coffee shop, pada tahun 2022 hadir dengan membuka lapangan pekerjaan baru bagi para disabilitas tuli di Indonesia. Berdasarkan hasil temuan diketahui bahwa Starbucks melakukan serangkaian hal untuk dapat menunjang kesenjangan komunikasi antara teman tuli dengan teman dengar. Diantara lain dengan mengenali sasaran komunikasi, melakukan pemilihan media komunikasi, memerhatikan pengkajian tujuan pesan komunikasi, dan juga Peranan komunikator dalam komunikasi. Starbucks menyediakan *community table* dan menggunakan media komunikasi seperti *writing tab*, televisi, perangkat lunak manajemen antrian, serta poster dan x-banner untuk menjembatani interaksi antara teman tuli dan teman dengar. Dalam pengkajian tujuan pesan komunikasi, Starbucks *Signing Store* mempunyai tujuan menciptakan lingkungan yang inklusi. Untuk mencapai tujuan tersebut, disediakan banyak media informasi disekitar toko yang berfungsi sebagai himbuan kepada pengunjung agar mempersiapkan diri untuk berinteraksi dengan individu teman tuli, sehingga dari sinilah empati pengunjung mulai tumbuh dan tujuan untuk menciptakan lingkungan yang inklusi dapat tercapai. Peranan komunikator seperti beradaptasi juga mempengaruhi proses komunikasi.

Saran

Saran Akademik

1. Penelitian ini diharapkan memberikan pemahaman baru terkait strategi komunikasi yang dilakukan dalam menjembatani teman tuli dengan teman dengar.
2. Penelitian ini diharapkan memberikan pemahaman bagi peneliti selanjutnya terkait konsep komunikasi yang terjalin dengan teman tuli. Peneliti memberikan sejumlah rekomendasi yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya yang dengan meneliti mengenai efektivitas dari penggunaan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Starbucks *Signing Store* dengan menggunakan metode kuantitatif. Diharapkan penelitian tersebut dapat mengetahui efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan oleh Starbucks *Signing Store*.

Saran Praktis

1. Pada perusahaan Starbucks *Signing Store* untuk mempertimbangkan menambahkan alat pendukung lainnya yang dapat membantu pengunjung teman dengar untuk dapat memanggil atau mendapatkan perhatian dari partner teman tuli ketika mereka ingin berkomunikasi namun tidak kunjung melakukan kontak mata. Selain itu juga peneliti merekomendasikan kepada Starbucks *Signing Store* untuk mencoba memasang beberapa media promosi lainnya di sekitar toko untuk menyebarkan informasi mengenai keberadaan toko ini yang menjadi satu-satunya konsep toko Starbucks yang mempekerjakan teman tuli.
2. Pada pemerintah diharapkan dapat membentuk sebuah kebijakan dengan memberikan dorongan penuh bagi perusahaan yang bergerak di industri makanan dan minuman untuk melakukan hal serupa. Dengan memberikan subsidi atau modal bagi perusahaan yang mempekerjakan penyandang disabilitas diharapkan dapat membangun keinginan banyak perusahaan untuk membuka banyak lapangan pekerjaan individu tuli.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, S. (2022). Komunikasi Interaksi Simbolik Guru Terhadap Peningkatan Prestasi Belajar Murid Disabilitas (Tunarungu) Slb Negeri Meulaboh Kabupaten Aceh Barat. *Journal of Al-Madaris, Vol 4 no.2 (2023): Education*. <https://doi.org/https://doi.org/10.47887/amd.v4i2.147>
- Alam, M. N. A. (2020). Efektivitas Komunikasi Antarpribadi Guru Dan Anak Disabilitas Pada Art Therapy Di Kelompok Seni Di Bandung. *Journal Openlibrary*. Telkom University.
- Annur, C. M. (2023). Jumlah Pekerja Disabilitas Indonesia Meningkat pada 2022, Didominasi Laki-laki. In *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/22/jumlah-pekerja-disabilitas-indonesia-meningkat-pada-2022-didominasi-laki-laki#:~:text=Berdasarkan%20jenis%20kelaminnya%2C%20jumlah%20pekerja,2021%20yang%20sebanyak%20177.433%20orang>.
- Bintoro, Totok. (2011). Kemampuan Komunikasi Anak Tunarungu. *Jurnal Perspektif Ilmu Pendidikan*, 22. <https://doi.org/10.21009/PIP.231.2>
- Bungin, Bungin. (2007). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta, Kencana.
- Effendy, O. Uchjana. (1984). *Ilmu komunikasi: teori dan praktek*. Bandung, Rosda Karya.
- Fahri, L. M., & Qusyairi, La. H. (2019). Interaksi Sosial Dalam Proses Pembelajaran. *Jurnal Studi Keislaman Dan Ilmu Pendidikan*.
- Harahap, Nursapiah. (2020). *Penelitian Kualitatif*. Medan, Wal Ashri Publishing.
- Herda, Lusiana. (2021). Kesenjangan Orang Tua Dalam Membangun Komunikasi Yang Efektif Kepada Anak. *Jurnal Preprints*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/6q4fz>
- Indonesia. (2016). *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2016 Tentang Penyandang Disabilitas*.
- Juherna, E., Purwanti, E., Sri Utami, Y., & Muhammadiyah Kuningan, S. (2020). Implementasi Pendidikan Karakter Pada Disabilitas Anak Tunarungu. *Jurnal Golden Age vol 04(1)*, 12–19.
- Kurniawati, Ima. (2021). Komunikasi Pendidikan Guru Pada Pernari Disabilitas Tunarungu Di Smile Motivator. *Journal Openlibrary*. Telkom University
- Mead, G. H. (2015). *Mind, Self, & Society The Definitive Edition*. United States, The University Of Chicago Press.
- Nafiyanti, Asyamin. (2019). Tinjauan Hukum Terhadap Partisipasi Pemilih Penyandang Disabilitas Pada Pilkada Serentak Di Kabupaten Tulungagung Tahun 2018. *Jurnal UIN Satu Tulungagung*.
- Nugroho, A. C. (2021). Teori Utama Sosiologi Komunikasi (Fungsionalisme Struktural, Teori

- Konflik, Interaksi Simbolik). *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 186.
- Ramadhani, M. Y., & Primasari, I. (2023). Strategi Komunikasi Melalui Website Indobuggy. *Journal Openlibrary*. Telkom University
- Setat, I. N. (2021). *Kesenjangan Perilaku Komunikasi (Studi Kasus Manajemen Public Relation (PR) PT Columbus Multi Sarana Lampung*.
- Setyawan, A. (2019). Komunikasi Antar Pribadi Non Verbal Penyandang Disabilitas di Deaf Finger Talk. *Jurnal Kajian Ilmiah. Jurnal UNILA*
- Siregar, N. S. S. (2011). Kajian Tentang Interaksionisme Simbolik. *Jurnal Ilmu Sosial Fakultas ISIPOL UMA*.
- Starbucks. (2022, December 1). *Starbucks Indonesia Opens First Signing Store*. Starbucks Stories Asia.
- Statistik Sekolah Luar Biasa (SLB) 2020/2021*. (2021). Jakarta. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan
- Supanji, T. H. (2023, June 15). *Pemerintah Penuhi Hak Penyandang Disabilitas di Indonesia*. Kemenko PMK.
- Suwatno, & Arviana, N. (2023). *Komunikasi Interpersonal: Panduan Membangun Keterampilan Relasional Kontemporer*. Jakarta, Bumi Aksara.