

**STRATEGI KOMUNIKASI INTERPERSONAL PEMILIK
DALAM MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN
DI SAFA SALON KOTA MEDAN**

SKRIPSI

OLEH:

SALWA HANIFA ABDI

218530156



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2025**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 20/2/26

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)20/2/26

**STRATEGI KOMUNIKASI INTERPERSONAL PEMILIK
DALAM MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN
DI SAFA SALON KOTA MEDAN**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Medan Area*



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN**

2025

LEMBARR PENGESAHAN

Nama : Salwa Hanifa Abdi
Npm : 218530156
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Interpersonal Pemilik Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Di Safa Salon Kota Medan

Disetujui Oleh:

Pembimbing


Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, M.AP

Diketahui Oleh,


Dr. Walid Musthafa S, S.Sos, M.IP

Dekan




Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, M.AP

Ka. Prodi

Tanggal Lulus 19 Agustus 2025

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/2/26

Access From (repository.uma.ac.id)20/2/26

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Salwa Hanifa Abdi

NPM : 218530156

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri, adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apalagi dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 19 Agustus 2025



Salwa Hanifa Abdi

218530156

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini;

Nama : Salwa Hanifa Abdi

NPM : 218530156

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: "Strategi Komunikasi Interpersonal Pemilik Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Di Safa Salon Kota Medan " dengan hak bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 19 Agustus 2025



Salwa Hanifa Abdi

218530156

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

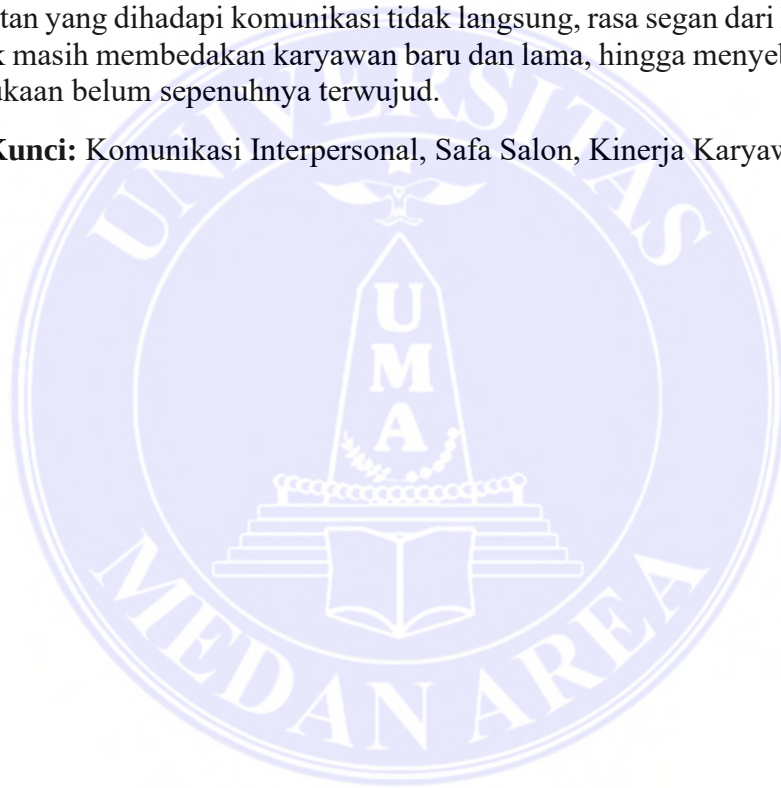
Document Accepted 20/2/26

Access From (repository.uma.ac.id)20/2/26

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi interpersonal yang diterapkan oleh pemilik Safa Salon Medan dalam meningkatkan kinerja karyawan, dan untuk mengetahui hambatan yang dihadapi dalam proses komunikasi tersebut. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dengan Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik keabsahan data dengan menggunakan triangulasi sumber. Teori komunikasi interpersonal Joseph A. Devito menjadi landasan dalam menganalisis temuan lapangan, yang meliputi lima aspek: keterbukaan (*openness*), empati (*empathy*), dukungan (*supportiveness*), kesetaraan (*equality*), dan sikap positif (*positiveness*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilik telah menerapkan strategi komunikasi interpersonal melalui *briefing*, pemberian pelatihan, memperhatikan kondisi kesehatan karyawan, pujian dan motivasi. Hambatan yang dihadapi komunikasi tidak langsung, rasa segan dari karyawan, dan pemilik masih membedakan karyawan baru dan lama, hingga menyebabkan prinsip keterbukaan belum sepenuhnya terwujud.

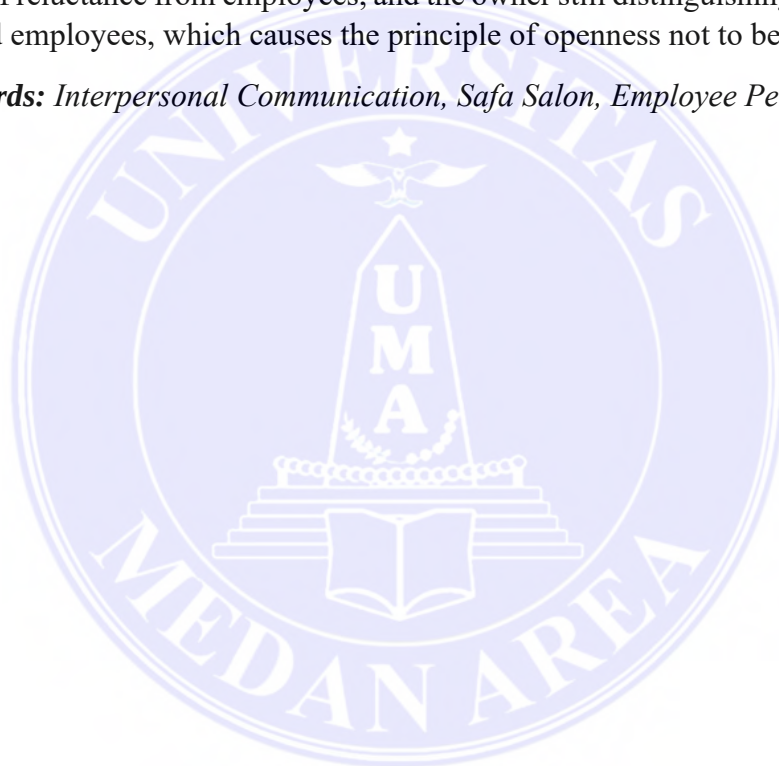
Kata Kunci: Komunikasi Interpersonal, Safa Salon, Kinerja Karyawan



ABSTRACT

This study aims to determine the interpersonal communication strategies implemented by the owner of Safa Salon Medan in improving employee performance, and to identify the obstacles faced in the communication process. This study uses a descriptive method with a qualitative approach. With data collection techniques through interviews, observation, and documentation. Data validity techniques use source triangulation. Joseph A. Devito's interpersonal communication theory is the basis for analyzing field findings, which include five aspects: openness, empathy, support, equality, and positive attitude. The results of the study indicate that the owner has implemented interpersonal communication strategies through briefings, providing training, paying attention to employee health conditions, praise and motivation. Obstacles faced are indirect communication, a sense of reluctance from employees, and the owner still distinguishing between new and old employees, which causes the principle of openness not to be fully realized.

Keywords: *Interpersonal Communication, Safa Salon, Employee Performance*



RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Salwa Hanifa Abdi lahir di Medan pada tanggal 27 september 2003. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara, anak dari Alm Rahmat Abdi dan Syarifah Aini. Penulis menyelesaikan pendidikan menengah atas di SMA Negeri 1 Delitua, dan melanjutkan pendidikan tinggi Starata-1 di Universitas Medan Area, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi.

Selama masa perkuliahan, penulis aktif mengikuti kegiatan akademik dan melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di Biro Administrasi Pimpinan Sekretariat Daerah Provinsi Sumatera Utara pada bulan Agustus 2024. Sebagai bentuk tanggung jawab akademik, penulis menyusun tugas akhir sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi di Universitas Medan Area dengan judul “Strategi Komunikasi Interpersonal Antara Pemilik dan Karyawan Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Di Safa Salon Kota Medan”

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, nikmat, dan kesempatan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Medan Area. Skripsi ini merupakan hasil dari proses yang panjang—penuh tantangan, pembelajaran, proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari berbagai tantangan dan pembelajaran. Penulis menyadari bahwa pencapaian ini tidak bisa diraih tanpa bantuan dan dukungan dari banyak pihak.

Dengan rasa syukur dan hormat, penulis menyampaikan terima kasih kepada teristimewa kedua orangtua saya, cinta pertama **Alm. Rahmat Abdi** yang kini menjadi kenangan abadi, dan mama tercinta **Syarifah Aini**, terimakasih telah memberikan kasih sayang dan doa yang tiada hentinya, terimakasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih yang diberikan. Terimakasih untuk mama yang selalu berjuang untuk kehidupan anaknya dan sudah memberikan segalanya yang tak terhitung jumlahnya. Sehat selalu dan hiduplah lebih lama, harus selalu ada di setiap perjalanan dan pencapaian hidup saya.

1. **Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc**, selaku Rektor Universitas Medan Area
2. **Bapak Dr. Walid Musthafa S, S.Sos, M.IP**, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
3. **Bapak Dr. Selamat Riadi, S.E, M.I.Kom**, selaku Wakil Bidang Penjamin Mutu Akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, sekaligus dosen penguji sidang skripsi saya

4. **Bapak Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, M.AP**, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area, Sekaligus dosen pembimbing yang telah dengan sabar dan penuh perhatian membimbing penulis melewati proses penyusunan skripsi ini. Terimakasih atas waktu, ilmu dan ketulusan yang diberikan.
5. **Bapak Dr. Armansyah Matondang, S.Sos., M.Si dan Bapak Sugiatmo, S.Ag, MA**, selaku ketua dan sekretaris pada sidang skripsi saya yang telah meluangkan waktu dan bimbingan untuk memberikan saran dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Teman-teman seperjuangan selama kuliah, khususnya **Sriwahyu Hidayati, Sastra Linda Yumarni, Mia Firza Tanjung, Rizka Fadillah Lubis**, dan semua teman seangkatan, terimakasih atas tawa, pelukan, dukungan, dan kenangan luar biasa yang tak akan terlupakan.
7. Untuk **Rinaldi** yang menemani dan membantu penulis dari awal kuliah sampai penyusunan tugas akhir ini, Terima kasih atas segala kebaikan dan ketulusan yang diberikan.

Medan, 19 Agustus 2025

Salwa Hanifa Abdi

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ix
RIWAYAT HIDUP	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 8
2.1 Strategi Komunikasi Interpersonal.....	8
2.1.1 Pengertian Strategi Komunikasi Interpersonal	8
2.1.2 Proses Strategi Komunikasi Interpersonal	9
2.2 Komunikasi Interpersonal	12
2.2.1 Pengertian Komunikasi Interpersonal.....	12
2.2.2 Tujuan Komunikasi Interpersonal	18
2.2.3 Karakteristik Komunikasi Interpersonal	22
2.2.4 Teori Komunikasi Interpersonal	24
2.3 Pemilik atau Pemimpin dalam Usaha.....	26
2.4 Karyawan.....	27
2.5 Kinerja Karyawan.....	28
2.5.1 Pengertian Kinerja Karyawan.....	28
2.5.2 Kinerja Karyawan dalam Organisasi	30
2.5.3 Hubungan Strategi Komunikasi Interpersonal dengan Kinerja Karyawan	31
2.5.4 Komunikasi Interpersonal dalam Dunia Kerja	32
2.5.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja	33
2.6 Penelitian Terdahulu.....	37
2.7 Kerangka Berpikir	43

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	45
3.1 Metode Pendekatan Penelitian	45
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	45
3.2.1 Lokasi Penelitian.....	45
3.2.2 Waktu Penelitian.....	46
3.3 Informan Penelitian	46
3.4 Sumber Data	47
3.5 Teknik Pengumpulan Data	48
3.6 Teknik Analisis Data	49
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Hasil Penelitian.....	52
4.1.1 Gambaran Umum Safa Salon	52
4.1.2 Struktur Organisasi Safa Salon	55
4.1.3 Temuan Wawancara	56
4.2 Pembahasan	65
4.2.1 Strategi Komunikasi Interpersonal Pemilik Safa Salom dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan.....	65
4.2.2 Hambatan Strategi Komunikasi Interpersonal Pemilik Safa Salon Medan	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran	75
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terhadapulu.....	37
Tabel 2.2 Perbedaan & Persamaan Penelitian Terdahulu	40
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	46
Tabel 4.4. Struktur Organisasi.....	55



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.	43
Gambar 4.1. Akun Instagram Pemilik Safa Salon @safasalon	54
Gambar 4.2. Akun Instagram Safa Salon Studio @safasalonstudio	55



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi Interpersonal adalah sebuah proses pertukaran informasi, ide, perasaan yang dilakukan antara dua orang atau lebih yang terjadi secara langsung atau tatap muka. Di dalam komunikasi interpersonal ini mencakup timbal balik yang kuat, dimana para pihak saling mengerti, memahami serta menciptakan hubungan personal yang mempengaruhi lingkungan kerja dan kualitas interaksi. Aspek utama komunikasi interpersonal adalah kejelasan komunikasi, empati, kepercayaan dan keterbukaan dalam berinteraksi.

Dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi berperan sebagai suatu sistem yang mengatur penyampaian pesan agar dapat direspons oleh penerima. Oleh karena itu, proses penyampaian sebagian informasi atau pesan dari sumber perlu dirancang secara menarik, sehingga mampu mencapai tujuan yang diharapkan. (Liliweri, A. 2010)

Komunikasi interpersonal berperan penting untuk menjalin hubungan kerjasama antar karyawan yang terlibat dalam sebuah organisasi atau perusahaan dan sangat besar pengaruhnya terhadap ketercapaian tujuan organisasi itu sendiri. Komunikasi akan memungkinkan setiap anggota organisasi untuk saling membantu dan mengadakan interaksi (Mulaya, dalam Dewi 2018).

Komunikasi interpersonal memegang peranan penting dalam menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan produktif. Dalam organisasi kecil maupun besar, strategi komunikasi yang dilakukan oleh pimpinan sangat berpengaruh terhadap

motivasi, kedekatan emosional, dan semangat kerja karyawan. Komunikasi yang tidak hanya bersifat informatif tetapi juga penuh empati, keterbukaan, dan saling menghargai dapat meningkatkan kenyamanan bekerja dan loyalitas karyawan.

Sebagai pendiri sekaligus pemilik *safa salon*, pemilik *Safa Salon* tidak hanya berperan sebagai pengusaha salon, tetapi juga aktif sebagai *Make Up Artist* (MUA) professional yang telah merias kurang lebih 3000 pengantin di berbagai kesempatan, dan menjalankan usaha lainnya seperti *Safa Coffee* dan bisnis Travel Umroh. Kesibukan ini membuat pemilik memiliki tanggung jawab dan aktivitas yang sangat padat di luar manajemen salon.

Safa Salon Medan, sebagai usaha jasa yang sudah berdiri sejak tahun 2008, memiliki jumlah karyawan yang cukup banyak dan sebagian besar tinggal bersama di tempat kerja. Situasi ini menciptakan kebutuhan komunikasi yang lebih intens dan personal. Namun, berdasarkan temuan wawancara dan observasi awal, ditemukan adanya beberapa hambatan dalam komunikasi antara pemilik dan karyawan, seperti masih adanya rasa segan untuk menyampaikan pendapat, komunikasi yang lebih banyak dilakukan melalui perantara (asisten), Hambatan-hambatan ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi interpersonal yang diterapkan belum sepenuhnya menciptakan relasi yang terbuka dan setara.

Hal inilah yang membuat peneliti untuk meneliti bagaimana strategi komunikasi interpersonal dijalankan oleh pemilik *Safa Salon Medan* dalam membina hubungan kerja, dan bagaimana hal tersebut memengaruhi kinerja karyawan. Penelitian ini penting untuk menggali bagaimana praktik komunikasi

interpersonal yang seharusnya dua arah dan setara bisa berjalan dalam konteks kerja informal yang padat aktivitas seperti di salon.

Komunikasi antara pemilik dan karyawan tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan tugas dan tanggung jawab, tetapi juga menjadi kunci utama dalam menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan meningkatkan kinerja karyawan. Dalam dunia kerja, komunikasi berperan penting dalam mengelola konflik, memotivasi dan membangun kerjasama antar anggota, terutama di lingkungan kerja seperti salon, dimana kerjasama karyawan dibutuhkan untuk memberikan layanan pelanggan yang baik.

Kehidupan manusia bergantung pada hubungan interpersonal yang baik, baik itu pribadi maupun profesional. Kemampuan untuk meningkatkan kualitas hidup dan mencapai kesuksesan dalam berbagai aspek kehidupan.. Di lingkungan kerja, hubungan interpersonal yang kuat juga dapat membantu membangun jaringan kerja yang kuat, meningkatkan kolaborasi, dan mencapai tujuan bersama (Nurrachmah, 2024).

Komunikasi interpersonal di tempat kerja memiliki peran yang sangat penting dalam menciptakan hubungan yang harmonis dan produktif. Selain itu, komunikasi yang baik dapat meningkatkan kohesi tim, memfasilitasi solusi konflik, dan mengurangi kesalahpahaman yang sering menjadi pemicu ketegangan di tempat kerja (Nur Cahya dalam Sundari, 2024)

Kinerja karyawan sangat dipengaruhi oleh bagaimana pola komunikasi yang dibangun antara pimpinan dan bawahan. Ketika komunikasi berlangsung secara terbuka, saling menghargai, dan mendukung, maka akan tercipta suasana

kerja yang positif dan produktif. Oleh karena itu, strategi komunikasi interpersonal dari seorang pemilik usaha menjadi salah satu aspek penting yang menentukan kualitas kerja dari para karyawan.

Pada Safa Salon, penerapan strategi komunikasi interpersonal yang tepat diharapkan dapat meningkatkan kinerja karyawan. Pemilik salon memiliki peran penting dalam menentukan strategi komunikasi yang dapat menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan produktif. Melalui strategi komunikasi yang terbuka dan empati, diharapkan pemilik dapat memberikan dukungan, dan umpan balik dan membangun hubungan yang baik dengan karyawan.

Komunikasi interpersonal yang efektif penting bagi anggota organisasi untuk mengarah pada berbagi informasi dan saling pengertian. Hubungan interpersonal yang ditandai dengan kesetaraan, ketidakberdayaan, ketidaksepakatan dan konflik, dipandang sebagai upaya untuk memahami perbedaan yang tak terhindarkan dan bukan sebagai peluang untuk mengatasi yang lain (Hendrayani dalam Pamungkas & Khotimah, 2022).

Dharma (dalam (Ramada, 2020) satu faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan adalah Lingkungan kerja, meliputi faktor-faktor lokasi dan kondisi kerja, iklim organisasi dan komunikasi. Sehingga komunikasi interpersonal mempengaruhi kinerja karyawan dari sebuah perusahaan. Dimana penulis ingin mengetahui apa saja hambatan dan juga tantangan yang di hadapi safasalon dan juga bagaimana mereka menghadapi persoalan tersebut.

Penelitian sebelumnya cenderung lebih banyak membahas komunikasi interpersonal dalam organisasi besar atau formal. Namun, penelitian yang berfokus pada usaha kecil dan menengah (UKM), khususnya di sektor jasa seperti salon kecantikan, masih sangat terbatas. Padahal, karakteristik interaksi interpersonal di usaha kecil sangat unik karena pemilik sering kali berperan langsung dalam mengelola dan memotivasi karyawan. Selain itu, penelitian yang mengeksplorasi strategi komunikasi interpersonal terhadap kinerja karyawan di lingkungan kerja yang spesifik seperti Safa Salon belum banyak ditemukan.

Menurut devito (dalam Kalimau & Rina, 2023) komunikasi interpersonal dapat berjalan dengan baik jika terdapat perbaikan dalam kualitas komunikasi dengan membangun hubungan berdasarkan lima karakteristik komunikasi keterbukaan, empati, dukungan, rasa positif, dan kesetaraan. Komunikasi yang terjalin dengan baik dari orang tua kepada anak ditentukan oleh seberapa banyak keterbukaan diri yang dilakukan anak ketika terlibat, sehingga dapat menumbuhkan keterbukaan diri lebih banyak dalam interaksi sosial.

Ada beberapa bentuk komunikasi yang saat ini, salah satunya adalah komunikasi Interpersonal. Dalam kehidupan manusia komunikasi bentuk ini sering digunakan. Komunikasi Interpersonal biasa juga diartikan sebagai komunikasi dua orang. Komunikasi Interpersonal merupakan salah satu faktor yang bisa memberikan pengaruh terhadap konsep diri seseorang. Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi paling efektif untuk merubah sikap, pendapat atau perilaku seseorang dalam (Septiani et al., 2019)

Karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi interpersonal yang diterapkan oleh pemilik Safa Salon Medan, dan bagaimana strategi tersebut memengaruhi kinerja para karyawannya. Penelitian ini juga menggunakan teori komunikasi interpersonal dari Devito sebagai dasar untuk menganalisis temuan di lapangan.

Penelitian ini, teori komunikasi interpersonal membantu peneliti memahami pentingnya hubungan antara pemilik dan karyawan dalam menciptakan suasana kerja yang produktif. Pemilik memberikan arahan, dukungan, dan penghargaan kepada karyawan. Hubungan ini akan berjalan efektif jika ada keseimbangan antara kontribusi dan imbalan yang diterima oleh kedua belah pihak.

Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui lebih dalam bagaimana pemilik safa salon menerapkan strategi komunikasi interpersonal kepada karyawannya, sejauh mana strategi tersebut berdampak pada kinerja, dan apa saja hambatan yang dihadapi dalam proses komunikasi tersebut. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran nyata bagaimana praktik komunikasi interpersonal diterapkan di dunia kerja jasa, dan menjadi masukan bagi pemilik usaha serupa untuk membangun hubungan kerja.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan, oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi komunikasi interpersonal yang diterapkan pemilik dalam meningkatkan kinerja karyawan di safa salon?
2. Apa saja hambatan yang dihadapi dalam menjalankan komunikasi interpersonal pemilik di safa salon kota medan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi interpersonal yang diterapkan pemilik dalam membangun hubungan kerja dengan karyawan di safa salon.
2. Untuk mengetahui hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi komunikasi interpersonal pemilik sfa salon medan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang komunikasi interpersonal di lingkungan kerja informal, seperti usaha jasa kecantikan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pemilik safa salon dalam mengembangkan strategi komunikasi yang lebih sistematis untuk mendukung kinerja karyawan, Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi untuk pelaku usaha sejenis dalam membangun hubungan kerja yang harmonis dan produktif.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Strategi Komunikasi Interpersonal

2.1.1 Pengertian Strategi Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal, menurut Joseph DeVito, adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan antara dua orang atau kelompok kecil orang, dengan efek umpan balik. Komunikasi interpersonal adalah salah satu aspek penting dalam menjalin hubungan yang efektif dalam sebuah organisasi, termasuk di dunia usaha seperti *safa salon*. Komunikasi interpersonal juga merupakan proses pertukaran informasi, ide, perasaan, dan pemikiran yang terjadi antara dua individu atau lebih. Menurut DeVito (2013), komunikasi interpersonal adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan antara dua orang atau lebih yang memiliki pengaruh terhadap perilaku satu sama lain. Pada konteks organisasi, komunikasi interpersonal tidak hanya penting antara atasan dan bawahan.

Strategi komunikasi interpersonal meliputi berbagai teknik yang digunakan untuk menyampaikan pesan dan menjalin hubungan. Menurut Burgoon (2016), beberapa strategi yang dapat diterapkan dalam komunikasi interpersonal antara pemilik dan karyawan antara lain:

1. Keterbukaan: Memberikan ruang bagi karyawan untuk menyampaikan pendapat dan masukan.
2. Empati: Memahami perasaan dan kebutuhan karyawan untuk menciptakan ikatan emosional.

3. Asertivitas: Mampu menyampaikan kebutuhan dan harapan secara jelas tanpa merendahkan pihak lain.

Strategi komunikasi adalah paduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan.¹ Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.

Strategi komunikasi menurut Onong Uchjana menyatakan bahwa strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan.² Dari dua pengertian strategi komunikasi tersebut dapat ditarik benang merah bahwa yang dimaksud adalah suatu rancangan (*planing*) untuk mentransfer ide kreatif seseorang atau kelompok dalam mencapai suatu tujuan.

Dengan demikian dapat dipahami bahwa strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan dan manajemen komunikasi yang dilakukan oleh organisasi untuk mencapai tujuan bersama, Strategi menjadi hal yang harus ada guna untuk mencapai suatu tujuan (Ummah, 2019).

2.1.2 Proses Strategi Komunikasi Interpersonal

Menurut Hafied Cangara yang mengutip pendapat Judi C. Person (dalam Ponorogo, 2020), menyebutkan enam karakteristik yang menentukan proses dalam komunikasi personal sebagai berikut:

1. Komunikasi interpersonal dimulai dengan diri pribadi (self), berbagai persepsi yang menyangkut pengamatan dan pemahaman berasal dari dalam diri kita sendiri, yang artinya dibatasi oleh siapa diri kita dan bagaimana pengalaman kita.
2. Komunikasi interpersonal bersifat transaksional, pengertian ini mengacu pada terjadinya proses pertukaran pesan yang bermakna diantara mereka yang berinteraksi.
3. Komunikasi interpersonal mencakup aspek-aspek isi pesan dan kualitas hubungannya, artinya dalam proses komunikasi interpersonal tidak hanya menyangkut pertukaran isi pesan saja. Akan tetapi berkaitan dengan sifat hubungan dalam arti siapa pasangan komunikasi kita dan bagaimana hubungan kita dengan pasangan.
4. Komunikasi interpersonal masyarakat adanya kedekatan fisik diantara pihak-pihak yang berkomunikasi.
5. Komunikasi interpersonal melibatkan pihak-pihak yang saling tergantung satu sama lain dalam proses komunikasinya.
6. Komunikasi interpersonal tidak dapat diubah maupun diulang atau suatu pernyataan tidak dapat diulang dengan harapan mendapatkan hasil yang sama karena di dalam proses komunikasi antar manusia sangat tergantung dari respon pasangan komunikasi.

Komunikasi antarpribadi memiliki peran vital dalam mengalihkan informasi dan juga pesan dari satu individu kepada individu lain, mencakup fakta, gagasan, ide, dan emosi. Maka dari itu, komunikasi interpersonal dapat dianggap sebagai sarana penghubung bagi setiap individu, yang memungkinkan

mereka untuk berbagi perasaan, pengetahuan, dan memperkuat interaksi antarindividu dalam lingkungan sosial mereka (Nuzulia, 2023).

Proses komunikasi antarpribadi selalu menghasilkan gegar budaya atau saling mempengaruhi antara individu dengan individu lainnya (Djamadin, 2004:17). Dalam dinamika komunikasi, komunikator memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan dalam bentuk verbal atau nonverbal.

Pesan verbal melibatkan penggunaan kata-kata atau ucapan, sementara pesan nonverbal melibatkan bahasa tubuh, isyarat, dan simbol, tanpa menggunakan kata-kata secara langsung.

a) Komunikasi verbal

Komunikasi verbal dapat dipahami sebagai ungkapan yang melibatkan perkataan baik dalam bentuk lisan maupun tulisan. Komunikasi verbal sangat umum digunakan ketika menjalin interaksi sosial di masyarakat. Komunikasi ini berguna untuk menyatakan gagasan, fakta, opini, dan data informasi dengan cakupan yang luas.

Komunikasi verbal lisan dapat ditemukan diberbagai hal, misalnya saat anak berbicara kepada ibunya dan saling memberi respon secara langsung. Di sisi lain, Komunikasi lisan melalui tulisan terjadi ketika komunikator tidak berinteraksi secara langsung dengan komunikan, melainkan menggunakan media seperti surat, grafik, lukisan, dan lain sejenisnya.

Terdapat unsur esensial didalam komunikasi verbal. Unsur tersebut berupa kata-kata yang mewakili objek, barang, peristiwa, atau situasi tertentu. Arti dari kata-kata tidak terletak pada benda itu sendiri, melainkan hanya dalam pikiran

individu. Tidak terdapat hubungan langsung antara kata dan objek yang dimaksud, hanyalah kata dengan pemahaman dalam pikiran oranglah yang memiliki hubungan langsung.

Komunikasi lisan memiliki sifat universal dan perlu dibagi antara semua pihak yang terlibat dalam komunikasi tersebut. Sementara itu, Bahasa adalah keistimewaan kemampuan manusia dalam berinteraksi dan menjadi system lambang yang memungkinkan individu untuk berbagi dan memahami makna.

Di dalam komunikasi verbal, lambang bahasa dapat berbentuk bahasa lisan, tulisan di atas kertas, atau bahkan melalui media elektronik. Bahasa mempunyai 3 fungsi yang berkaitan erat dengan penciptaan efektifitas sebuah komunikasi. Fungsi tersebut digunakan untuk memahami dunia sekitar, membangun hubungan harmonis antar individu, dan membina ikatan satu dengan yang lain.

2.2 Komunikasi Interpersonal

2.2.1 Pengertian Komunikasi Interpersonal

Secara etimologis, istilah *komunikasi* (*communication*) memiliki keterkaitan dengan dua kata lain, yaitu *communion* dan *community*. Keduanya berasal dari bahasa Latin *communicare* yang berarti “membuat sesuatu menjadi bersama” (*to make common*) atau “membagi” (*to share*). Makna ini kemudian berkembang, misalnya menjadi pemahaman bahwa komunikasi adalah proses atau tindakan penyampaian pesan dari sumber kepada penerima melalui suatu saluran, dalam kondisi yang mungkin disertai gangguan atau interferensi.

Definisi ini juga sering diperluas menjadi, komunikasi adalah proses transmisi pesan yang bertujuan menghasilkan makna atau perubahan tertentu. Sebagai proses maupun tindakan, komunikasi berasal dari kata *communicate* yang berakar pada kata *common*, yang mengandung makna membagi, mempertukarkan, mengirimkan, mengalihkan, berbicara, memberi isyarat, menulis, memanfaatkan, hingga menghubungkan (*to share, exchange, send along, transmit, talk, gesture, write, put in use, relate*) (DeVito dalam Liliweri 2010).

Komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran pesan atau informasi antara dua orang atau lebih yang saling berinteraksi dan memengaruhi satu sama lain. Tujuan utama dari komunikasi ini adalah untuk membangun pemahaman dan hubungan yang lebih dalam. Komunikasi interpersonal mencakup pesan verbal dan non-verbal yang mencerminkan perasaan, gagasan, dan kebutuhan individu dalam interaksi sosial. Komunikasi melibatkan keterampilan seperti mendengarkan, memberikan umpan balik, menunjukkan empati, dan menjaga keterbukaan untuk mencapai pemahaman bersama.

Secara umum, komunikasi interpersonal merupakan proses kita berkomunikasi dengan orang lain ciri-ciri komunikasi interpersonal antara lain bersifat spontan dan kerap terjadi secara kebetulan, tidak memiliki identitas keanggotaan yang jelas dan sering pula terjadi sebagai sebuah aktivitas yang sambil lalu meski komunikasi interpersonal secara umum merupakan proses komunikasi antara individu namun terdapat bentuk khusus dari komunikasi interpersonal yaitu komunikasi diadik. Komunikasi diadik merupakan bentuk komunikasi interpersonal yang melibatkan Hanya dua orang partisipan saja dan terdapat kedekatan emosional diantara keduanya (Rahmi 2021)

Komunikasi interpersonal dapat diartikan sebagai keterampilan individu untuk membangun hubungan dengan individu yang lain baik secara tertulis maupun lisan. Ruang lingkup komunikasi interpersonal juga cukup luas mencakup pada aspek gerakan tubuh, kontak mata, dan gestur tangan juga merupakan bagian dari komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal berfungsi untuk mendengarkan, berbicara, dan resolusi konflik. Jenis komunikasi interpersonal bervariasi dari verbal ke non-verbal dan dari situasi ke situasi (Pamungkas & Khotimah, 2022)

Menurut Kathleen S. Verderber (dalam Afriyadi, 2015) komunikasi interpersonal adalah proses melalui mana orang menciptakan dan mengelola hubungan mereka, melaksanakan tanggung jawab secara timbal balik dalam menciptakan makna. Unsur-unsur tambahan di dalam proses komunikasi antarpribadi adalah pesan dan isyarat perilaku verbal.

Komunikasi antarpribadi atau komunikasi interpersonal Menurut Nasrullah (dalam Diasmoro, 2017) adalah komunikasi yang terjadi diantara satu individu dengan individu lainnya secara tatap muka yang ditandai dengan suatu proses pertukaran makna. Ciri-ciri komunikasi interpersonal adalah komunikasi berada dalam jarak yang dekat, peserta komunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal maupun non verbal.

Komunikasi interpersonal, hubungan dibangun melalui keterbukaan, empati, dukungan, perasaan positif, dan kesetaraan. Hal ini menekankan pentingnya komponen seperti keterampilan mendengarkan, ekspresi wajah, kontak mata, dan bahasa tubuh yang menunjukkan ketertarikan atau empati terhadap lawan bicara.

Secara umum, komunikasi interpersonal berperan penting dalam banyak aspek kehidupan, baik di lingkungan kerja, keluarga, maupun sosial, karena memungkinkan individu untuk berinteraksi secara lebih efektif dan memperkuat hubungan antar pribadi.

Selain itu, komunikasi interpersonal dianggap sebagai bentuk komunikasi yang lebih intens dan personal, berbeda dari komunikasi publik atau massal, karena melibatkan interaksi langsung yang lebih mendalam dan personal. Komunikasi interpersonal yang baik antara atasan dan karyawan di tempat kerja seperti Safa Salon dapat membantu mereka bekerja sama dengan baik dan memberikan layanan pelanggan yang baik.

Menurut Murniarti dalam (Azzahra, 2023) Komunikasi bertujuan untuk membagikan informasi agar dapat dipahami dengan cara yang sama oleh semua pihak yang terlibat. Menurut Yuniar 2019, Komunikasi yaitu suatu kegiatan yang dilakukanseseorang padasebuah hubungan didalam kelompok, organisasi, atau masyarakat untuk mengirimkan dan menggunakan informasi dengan tujuan mengoordinasikan orang lain di lingkungannya.

Komunikasi berarti proses menyampaikan pesan atau informasi yang dilakukan olehsatu individukepada orang lain dengan maksud ataautujuan tertentu (Afriyadi, 2015). Komunikasi dapat terjadi apabila kita memiliki kemampuan untuk memahami suatu sikap dan perasaan orang lain (Afriyadi, 2015). Komunikasi didefinisikan juga sebagai tingkah laku individu baik secara verbal berupa kata-kata maupun nonverbal yang ditunjukkan melalui ekspresi atau gerak tubuh untuk

mengungkapkan suatu pesan kepada orang lain yang nantinya akan ditanggapi oleh lawan bicara tersebut (Yuniar, 2019).

Komunikasi interpersonal yang efektif sifatnya penting bagi anggota di dalam organisasi atau perusahaan karena mengarahkan untuk berbagi informasi dan saling pengertian. Hubungan interpersonal yang ditandai dengan kesetaraan, ketidakberdayaan, ketidaksepakatan dan konflik menjadi upaya dalam memahami perbedaan yang tak terhindarkan bukan sebagai peluang untuk mengatasinya (Pamungkas & Khotimah, 2022).

Dalam komunikasi interpersonal, yang biasanya terjadi secara tatap muka, setiap orang yang terlibat mempengaruhi cara mereka melihat lawan bicara. Komunikasi diadik adalah jenis komunikasi interpersonal ini.

Menurut DeVito, komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terjadi di antara dua orang yang memiliki hubungan yang jelas satu sama lain dan terhubung dengan beberapa cara. Oleh karena itu, komunikasi interpersonal seperti komunikasi antara ibu dengan anak, dokter dengan pasien, atau dua orang dalam wacana, dll. Dalam beberapa ahli komunikasi menjelaskan apa itu Komunikasi Interpersonal salah satunya Deddy Mulyana dalam buku “Ilmu Komunikasi: suatu pengantar” sebagai berikut, komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara orang-orang yang bertatap muka, memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal atau non verbal. Komunikasi Interpersonal ini adalah komunikasi yang melibatkan hanya dua orang, seperti suami istri, dua sejawat, dua sahabat dekat, guru-murid dan sebagainya.

Secara konstektual, komunikasi interpersonal digambarkan sebagai suatu komunikasi antara dua individu atau sedikit individu, yang mana saling berinteraksi, saling memberikan umpan balik satu sama lain misalnya antara karyawan dengan pimpinan atau sesama rekan sejawat.

Namun, memberikan definisi konstektual saja tidak cukup untuk menggambarkan komunikasi interpersonal karena setiap interaksi antara satu individu dengan individu lain berbeda-beda. Arni Muhammad dalam (Ramadhani & Septa, 2014) menyatakan bahwa “komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi diantara seseorang dengan paling kurang seorang lainnya atau biasanya di antara dua orang yang dapat langsung diketahui balikkannya”. Mulyana (2000: 73) menyatakan bahwa “komunikasi interpersonal ini adalah komunikasi yang hanya dua orang, seperti suami istri, dua sejawat, dua sahabat dekat, guru-murid dan sebagainya”.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal merupakan sebuah pertukaran secara lisan maupun tulisan yang dilakukan oleh kedua belah pihak misalnya antara pimpinan dan karyawan ataupun teman sejawat. Di mana aktivitas tersebut dilakukan untuk mempermudah koordinasi dalam melakukan pekerjaan supaya tidak menimbulkan ambiguitas dalam melakukan pekerjaan.

Hambatan dalam komunikasi interpersonal dapat mengganggu kelancaran komunikasi, sehingga perlu dicari solusi untuk mengatasinya. Terdapat beberapa cara untuk menghadapi hambatan tersebut, antara lain: 1) Membangun hubungan yang lebih mendalam secara emosional dan kemanusiaan; 2) Menyampaikan

contoh-contoh nyata atau cerita yang mengandung pesan moral; 3) Menggunakan bahasa yang jelas, tepat, dan mudah dimengerti. (Hijrawati dalam Keikazeria 2017)

2.2.2 Tujuan Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal mempunyai beberapa tujuan. Disini akan dipaparkan 4 tujuannya, antara lain Devito dalam (Afriyadi, 2015)

a) Mengurangi Kesepian

Kontak dengan sesama manusia akan mengurangi kesepian, adakalanya kita mengalami kesepian karena secara fisik kita sendirian. Di pihak lain, kita kesepian karena, meskipun mungkin bersama orang lain, kita mempunyai kebutuhan yang terpenuhi akan kontak dekat.

b) Mendapatkan Rangsangan

Manusia membutuhkan rangsangan untuk berkomunikasi, manusia akan mengalami kemunduran dan bisa mati apabila tidak adanya rangsangan antar manusia.

c) Mendapatkan Pengetahuan Diri

Sebagian besar melalui kontak dengan sesama manusia, kita belajar mengenai diri kita sendiri. Persepsi diri kita sangat dipengaruhi oleh apa yang kita yakini dan pikirkan orang tentang kita.

d) Memaksimalkan Kesenangan, Meminimalkan Penderitaan Alasan paling umum untuk membina hubungan dan alasan yang dapat mencakup semua alasan lainnya, yaitu kita berusaha berhubungan dengan manusia lain untuk memaksimalkan kesenangan kita dan meminimalkan penderitaan.

Menurut devito (dalam Budianto 2013) ada 5 tujuan yang ingin dicapai oleh seseorang saat melakukan komunikasi interpersonal:

1. Untuk belajar (*to learn*):

Salah satu tujuan utama meyangkut penemuan diri (*personal discovery*). Dengan berkomunikasi dengan orang lain maka anda akan belajar mengenai diri sendiri selain juga tentang orang lain. Dengan berbicara tentang diri kita maka kita akan memperoleh umpan balik yang berharga mengenai perasaan, pemikiran, dan perilaku kita. Dengan kata lain dengan kita berkomunikasi dengan orang lain juga terjadi proses perbandingan sosial, melalui perbandingan sosial tersebut maka kita mengevaluasi sebagian besar dalam diri sendiri dengan membandingkan diri kita dengan orang lain.

2. Untuk berhubungan (*to relate*):

Dengan kita berkomunikasi maka kita akan menjaga hubungan dengan orang lain. Bila kita ingin dicintai dan disukai, namun kadang kita juga ingin mencintai dan menyukai orang lain.

3. Untuk meyakinkan (*to influence*):

Dalam kehidupan sehari-hari kita banyak dipengaruhi oleh media massa, surat kabar dan iklan, namun kita lebih banyak menghabiskan waktu untuk melakukan persuasi antarpribadi, baik sebagai komunikator maupun sebagai komunikan. Dalam perjumpaan sehari-hari kita berusaha untuk mengubah sikap dan perilaku orang lain. Dalam sebuah penelitian bahwa semua kegiatan dalam berkomunikasi adalah peruasif. Contohnya :Untuk mempresentasikan diri seseorang

berkomunikasi untuk membangun gambar diri sesuai yang ia inginkan.

Untuk membangun hubungan, seorang berkomunikasi untuk membentuk hubungan yang ia butuhkan. Seseorang berkomunikasi untuk meminta seseorang melakukan sesuatu untuknya.

4. Untuk bermain (*to play*) : Kita menggunakan komunikasi untuk bermain dan menghibur diri. Banyak dari kita mendengarkan musik, pelawak, dan film. Banyak dari perilaku komunikasi kita dirancang untuk menghibur orang lain-menceritakan lelucon, mengutarakan sesuatu, dan mengaitkan cerita. Namun hiburan ini selalu mempunyai tujuan akhir yaitu untuk menarik perhatian orang lain sehingga kita dapat mencapai tujuan-tujuan lain.

5. Untuk menolong (*to help*) :

Terapis, konselor, orang tua, dan teman adalah hanya kategori sedikit dari mereka yang sepuluh berpikir selalu berkomunikasi dalam rangka untuk membantu. karena hal ini terjadi dengan conselors dan theraphist, profesions keseluruhan yang tidak membuat setidaknya beberapa penggunaan yang signifikan dari fungsi ini membantu. Anda juga menggunakan fungsi ini ketika mengkritik secara konstruktif, mengungkapkan, empati, bekerjasama kelompok tersebut untuk memecahkan masalah, atau mendengarkan dengan penuh perhatian dan penuh dukungan kepada pembicara publik. Tidak mengejutkan, obtaining dan memberikan bantuan antara fungsi utama untuk komunikasi internet dan salah satu alasan utama orang menggunakannya.

Menurut Devito dalam Afriyandi F. 2015 Komunikasi interpersonal mempunyai beberapa tujuan. Disini akan dipaparkan 4 tujuannya, antara lain:

- a. Mengurangi Kesepian Kontak dengan sesama manusia akan mengurangi kesepian, adakalanya kita mengalami kesepian karena secara fisik kita sendirian. Di pihak lain, kita kesepian karena, meskipun mungkin bersama orang lain, kita mempunyai kebutuhan yang terpenuhi akan kontak dekat.
- b. Mendapatkan Rangsangan Manusia membutuhkan rangsangan untuk berkomunikasi, manusia akan mengalami kemunduran dan bisa mati apabila tidak adanya rangsangan antar manusia.
- c. Mendapatkan Pengetahuan Diri Sebagian besar melalui kontak dengan sesama manusia, kita belajar mengenai diri kita sendiri. Persepsi diri kita sangat dipengaruhi oleh apa yang kita yakini dan pikirkan orang tentang kita.
- d. Memaksimalkan Kesenangan, Meminimalkan Penderitaan Alasan paling umum untuk membina hubungan dan alasan yang dapat mencakup semua alasan lainnya, yaitu kita berusaha berhubungan dengan manusia lain untuk memaksimalkan kesenangan kita dan meminimalkan penderitaan.

Sunarto dalam (Sumiyati et al., 2023) menyatakan bahwa “tujuan komunikasi interpersonal antara lain:

- (a) Mengungkapkan perhatian kepada orang lain
- (b) Menemukan diri sendiri
- (c) Menemukan dunia luar
- (d) Membangun dan memelihara hubungan yang harmonis
- (e) Mempengaruhi sikap dan tingkah laku
- (f) Mencari kesenangan atau sekedar menghabiskan waktu
- (g) Menghilangkan kerugian akibat salah komunikasi
- (h) Memberi bantuan (konseling)”.

2.2.3 Karakteristik Komunikasi Interpersonal

Karakteristik komunikasi interpersonal perlu diuraikan agar dapat terlaksana antara dua orang atau lebih dalam kondisi yang harmonis dan berkesinambungan. Lebih lanjut, harus bisa memahami ciri-ciri komunikasi interpersonal tersebut agar komunikator dan komunikan dapat menjalin hubungan verbal tersebut.

Menurut Monsour dalam Sarwono (Ummah, 2019) menyatakan bahwa adanya kehendaknya untuk saling komunikasi akan mempercepat proses komunikasi, guna mencapai saling pengertian secara kognitif dalam komunikasi interpersonal. Proses itu sendiri berjalan dalam kegiatannya dengan waktu, dan seringnya pengulangan sehingga dicapai saling pengertian yang makin tinggi.

Menurut Wood (2013), komunikasi interpersonal memiliki karaktersistik atau aspek-aspek tersendiri yang membedakan dengan jenis komunikasi lainnya, yaitu sebagai berikut:

1. Selektif. Kita tidak mungkin berkomunikasi secara akrab dengan semua orang yang dijumpai dalam kehidupan sehari-hari dan kita berusaha untuk membuka diri seutuhnya hanya dengan beberapa orang yang dikenal baik.
2. Sistemis. Dikatakan bersifat sistemis karena ia terjadi dalam sistem yang bervariasi. Komunikasi terjadi dalam konteks yang mempengaruhi peristiwa dan makna yang melekat terhadapnya. Terdapat banyak sistem yang melekat pada proses komunikasi interpersonal. Setiap sistem mempengaruhi apa yang kita harapkan dari orang lain. Cara manusia berkomunikasi sangat beragam dan bervariasi.
3. Unik. Pada tingkatan yang paling dalam komunikasi interpersonal sangat unik, pada interaksi yang melampaui peran sosial, setiap orang menjadi unik dan oleh karena itu menjadi tidak tergantikan.
4. *Processual*. Komunikasi interpersonal adalah proses yang berkelanjutan. Hal ini berarti komunikasi senantiasa berkembang dan menjadi lebih personal dari masa ke masa. Hubungan persahabatan dan hubungan romantis dapat tumbuh lebih dalam atau lebih renggang seiring berjalannya waktu. Hubungan dalam lingkungan kerja juga dapat berkembang dari masa ke masa.
5. Transaksional. Pada dasarnya, komunikasi interpersonal adalah proses transaksi antara beberapa orang. Ketika bercerita sesuatu yang menarik pada seorang teman, ia tertawa. Ketika atasan anda di kantor menjelaskan sebuah gagasan, anda mengangguk sebagai tanda kalau anda paham. Ketika anda dimarah orang tua, bisa jadi kepala anda tertunduk sebagai tanda rasa bersalah.

6. Individual. Kita mengetahui bahwa bagian terdalam dari komunikasi interpersonal melibatkan manusia sebagai individu yang unik dan berbeda dengan orang lain.
7. Pengetahuan personal. Komunikasi interpersonal membantu perkembangan pengetahuan personal dan wawasan kita terhadap interaksi manusia. Agar dapat memahami keunikan individu, kita harus memahami pikiran dan perasaan orang lain secara personal.
8. Menciptakan makna. Komunikasi interpersonal adalah berbagi makna dan informasi antara dua belah pihak. Kita tidak hanya bertukar kalimat, tetapi juga saling berkomunikasi. Kita menciptakan makna seperti kita memahami tujuan setiap kata dan perilaku yang ditampilkan oleh orang lain.

2.2.4 Teori Komunikasi Interpersonal

Menurut Joseph A. DeVito (Liliweri dalam Ummah, 2019) Komunikasi Interpersonal adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan secara verbal maupun non-verbal antara dua orang atau lebih, dengan umpan balik (*feedback*) secara langsung. Dalam buku tersebut, DeVito juga mengatakan bahwa Komunikasi Interpersonal merupakan komunikasi yang menghubungkan antar individu yang meliputi seluruh kehidupan manusia sehingga Komunikasi Interpersonal terjadi karena adanya interaksi antar manusia.

Joseph A. DeVito mengemukakan pendapat bahwa komunikasi adalah adanya keterbukaan (*openess*), kesamaan (*equality*), empati (*empathy*), dukungan (*supportif*) dan positif (*positiveness*). Menurut Joseph A. DeVito, komunikasi interpersonal adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua

orang atau diantara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika.

Menurut Devito (Rahmi, 2021) siswa yang memenuhi kriteria dalam komunikasi interpersonal memiliki keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan. Dalam terpenuhinya kriteria tersebut dalam komunikasi, maka komunikasi yang dilakukan siswa tersebut termasuk dalam komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal adalah penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang untuk memberikan umpan balik segera.

Dibandingkan dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya, Komunikasi interpersonal dinilai paling baik dalam kegiatan mengubah sikap, kepercayaan, opini, dan perilaku komunikan. Alasannya adalah karena komunikasi interpersonal dilakukan secara tatap muka dimana antara komunikator dan komunikan saling terjadi kontak pribadi; pribadi komunikator menyentuh pribadi komunikan, sehingga akan ada umpan balik yang seketika (perkataan, ekspresi wajah, ataupun gesture).

Apabila umpan baliknya positif, artinya tanggapan komunikan menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan tadi bisa dimengerti oleh komunikan menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan tadi bisa dimengerti oleh komunikan atau sesuai yang diinginkan komunikator, maka komunikator dapat mempertahankan gaya komunikasinya, sebaliknya jika tanggapan komunikan negatif, maka komunikator dapat mengubah gaya komunikasinya sampai komunikasi tersebut berhasil (Harsono, 2017).

Teori komunikasi interpersonal menurut Joseph A Devito mengemukakan pendapat menekankan pentingnya interaksi dan hubungan antarpribadi. Beberapa poin dari teorinya adalah keterbukaan (*openess*), kesamaan (*equality*), empati (*empathy*), dukungan (*supportif*) dan positif (*positiveness*).

Menurut Joseph A. Devito, komunikasi interpersonal adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau diantara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika.

Menurut Joseph DeVito bahwa komunikasi interpersonal tidak hanya berfungsi untuk bertukar informasi, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan akan hubungan sosial, memperdalam ikatan personal, mempengaruhi orang lain, dan membantu dalam proses pengambilan keputusan.

2.3 Pemilik atau Pemimpin dalam Usaha

Pemilik usaha adalah individu atau sekelompok orang yang memiliki hak penuh atas jalannya sebuah bisnis usaha atau perusahaan. Pemimpin dalam usaha memiliki tanggung jawab untuk mengarahkan, membina, dan menciptakan suasana kerja yang sehat dan produktif.

Pemilik organisasi merupakan mereka yang secara historis maupun hukum yang menyatakan bahwa mereka pemilik organisasi karena penyertaan modal, ide, ataupun berdasarkan ketentuan lain yang menyatakan sebagai pemilik organisasi dalam (Adolph, 2016).

Pemilik proyek (owner) adalah seseorang atau instansi tertentu yang memiliki hak terhadap suatu proyek yang dibangun dan membiayai seluruh pekerjaan dalam proyek tersebut. (Surian & T, 2018)

2.4 Karyawan

Menurut Sandewa dalam (Pranitasari & Khotimah, 2021) karyawan merupakan makhluk hidup yang mempunyai pikiran, perasaan, sifat, perilaku, dan kebutuhan yang berbeda-beda di dalam perusahaan, maka pegawai tidak dapat diperlakukan sekehendak hati oleh pimpinannya.

Karyawan merupakan individu yang bekerja pada suatu lembaga, organisasi, atau perusahaan baik milik pemerintah maupun swasta, dengan tujuan untuk menjalankan tugas-tugas tertentu sesuai dengan perjanjian kerja yang telah disepakati bersama. Dalam hubungan kerja ini, karyawan mendapatkan imbalan berupa gaji, upah, atau bentuk kompensasi lainnya yang diberikan secara rutin sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Peran karyawan sangat penting karena mereka menjadi sumber daya manusia (SDM) yang menggerakkan roda operasional perusahaan, baik dalam aspek produksi, administrasi dan pelayanan.

Karyawan ialah pekerja yang memberikan sebuah jasa biasanya dalam bentuk tenaga ataupun pikiran dan mendapatkan upah berdasarkan perjanjian yang telah disepakati oleh bersama Anto, Mustafidah, & Suyadi dalam (Witasari & Jumaryadi, 2020)

2.5 Kinerja Karyawan

2.5.1 Pengertian Kinerja Karyawan

Kinerja merupakan unsur penting dalam manajemen, yang dimaksud dengan kinerja atau performance adalah hasil atau tingkat keberhasilan seseorang secara keseluruhan selama periode tertentu di dalam melaksanakan tugas berdasarkan berbagai ukuran, seperti standar hasil kerja, target, sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati bersama.

Nawawi dalam (Darsana, 2023) menyatakan kinerja adalah hasil kerja yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya berdasarkan kecakapan, pengalaman, kesungguhan dan waktu. Kinerja sebagai hasil-hasil fungsi pekerjaan atau kegiatan seseorang atau kelompok dalam suatu organisasi yang dipengaruhi oleh berbagai faktor untuk mencapai tujuan organisasi dalam periode waktu tertentu Tika dalam (Darsana 2023).

Menurut Wibono dalam (Parianti et al., 2023) berpendapat bahwa kinerja adalah nilai serangkaian perilaku pekerjaan yang memberikan kontribusi, baik secara positif maupun negatif dalam penyelesaian pekerjaan. Hasil kerja yang dicapai seseorang ketika mereka melakukan tugas yang diberikan dengan keterampilan, pengalaman, kejujuran dan waktu.

Kinerja karyawan adalah hasil yang dicapai oleh seorang karyawan dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya di tempat kerja. Kinerja ini mencakup tingkat produktivitas, kualitas pekerjaan, dan pencapaian target yang telah ditentukan oleh organisasi. Kinerja karyawan dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kemampuan, motivasi, komunikasi, dan lingkungan kerja, yang secara keseluruhan berkontribusi pada keberhasilan organisasi.

Berdasarkan penelitian, Naharuddin dan Sadegi (dalam Lestary & Harmon, 2017) membuktikan kinerja karyawan tergantung pada kemauan dan juga keterbukaan karyawan itu sendiri dengan dirinya dan orang lain dalam melakukan pekerjaannya. Selanjutnya dia menyatakan adanya kemauan dan keterbukaan karyawan dalam menjalankan tugasnya, dapat meningkatkan produktivitas karyawan yang juga berujung pada kinerja.

Setiap organisasi akan selalu berusaha untuk meningkatkan kinerja karyawannya, dengan harapan apa yang menjadi tujuan organisasi akan tercapai. Kemampuan karyawan tercermin dari kinerja, kinerja yang baik adalah kinerja yang optimal. Kinerja karyawan tersebut merupakan salah satu modal bagi organisasi untuk mencapai tujuannya. Sehingga kinerja karyawan adalah hal yang patut diperhatikan oleh pemimpin organisasi (Silaen 2021).

Menurut Sumitra dkk (dalam Adolph, 2016) kinerja karyawan adalah seperangkat hasil yang dicapai dan merujuk kepada pencapaian dan pelaksanaan suatu pekerjaan individu atau kelompok yang diminta oleh atasan, kinerja juga dapat dikatakan sebagai suatu fungsi dari kemauan untuk menyelesaikan tugas dan pekerjaan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing secara legal dan tidak melanggar hukum serta sesuai dengan moral dan etika.

Kinerja karyawan melibatkan berbagai aspek, seperti kemampuan teknis, penguasaan tugas, efisiensi kerja, serta kemampuan bekerja sama dalam tim. Hasil kinerja biasanya diukur berdasarkan indikator tertentu, seperti tingkat produktivitas, ketepatan waktu, pencapaian target, serta kepuasan pelanggan atau

pengguna layanan. Dengan demikian, kinerja karyawan tidak hanya dilihat dari apa yang dikerjakan, tetapi juga dari bagaimana pekerjaan tersebut diselesaikan.

2.5.2 Kinerja Karyawan dalam Organisasi

Kinerja karyawan adalah hasil kerja yang dicapai oleh karyawan dalam suatu organisasi sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab yang diberikan organisasi dalam upaya mencapai visi, misi, dan tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral maupun etika. Berbagai cara dilakukan oleh perusahaan dalam meningkatkan kinerja karyawan meskipun cara dari satu perusahaan dengan perusahaan lain berbeda-beda, Wiandari & Darma dalam (Rezeki, F. 2022)

Menurut Mangkunegara (2007), kinerja secara umum terbagi menjadi dua, yaitu kinerja individu dan kinerja organisasi. Kinerja individu merujuk pada hasil kerja karyawan berdasarkan standar tertentu, sedangkan kinerja organisasi merupakan kombinasi dari kinerja individu dan kelompok, sebagaimana dijelaskan oleh Foster dan Seeker (2001). Sementara itu, Qordhawi (1997) mengemukakan bahwa kinerja individu dapat diukur melalui tiga indikator utama, yaitu kuantitas, kualitas, dan ketepatan waktu. Dalam organisasi berbasis jasa, indikator tersebut menjadi sangat penting karena karakteristik pekerjaan yang tidak berulang serta dikerjakan secara mandiri oleh tenaga profesional dalam (Nilamsari, 2018)

Jenis komunikasi di dalam organisasi terbagi menjadi internal dan eksternal. Komunikasi internal mencakup interaksi antara individu di dalam organisasi, seperti komunikasi vertikal (atas-bawah), horizontal (antarrekan kerja), dan diagonal (lintas departemen). Tujuan utamanya adalah untuk membangun kerja sama, meningkatkan produktivitas, dan memperkuat rasa kepemilikan terhadap

organisasi. Sementara itu, komunikasi eksternal melibatkan hubungan dengan pihak luar, seperti masyarakat, instansi pemerintah, atau media. Hal ini bertujuan untuk menciptakan opini publik yang positif dan meningkatkan citra organisasi (Febri Rahmanto, 2004).

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa kinerja karyawan merupakan hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang karyawan dalam usaha meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan atau jabatan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas pekerjaan karyawan. Dengan meningkatkan kinerja karyawan maka akan menimbulkan dampak positif terhadap produktivitas perusahaan yang dapat menghasilkan kinerja karyawan yang baik (Rezeki, F. 2022)

2.5.3 Hubungan Strategi Komunikasi Interpersonal dengan Kinerja Karyawan

Hubungan interpersonal merupakan prasyarat penting untuk terwujudnya komunikasi yang berhasil. Komunikasi yang berhasil akan menghasilkan pemahaman yang mendalam, penafsiran yang akurat, dan tindakan yang tepat. Ketika hubungan interpersonal seseorang semakin baik, individu tersebut cenderung lebih terbuka dalam menyampaikan pikiran, perasaan, dan ide-ide mereka. Hal ini pada gilirannya meningkatkan efektivitas komunikasi antara pembicara dan pendengar, memungkinkan adanya pertukaran informasi yang lebih baik dan pengertian yang lebih mendalam di antara mereka (Hadna, dalam siti nurrachmah 2013).

Perusahaan dan karyawan pada hakekatnya saling membutuhkan, karyawan adalah asset perusahaan karena tanpa adanya sumber daya manusia maka perusahaan tidak akan bisa berjalan, begitu juga karyawan tidak dapat menunjang kesejahteraan hidupnya tanpa adanya perusahaan sebagai tempat mencari nafkah sekaligus implementasi dari disiplin ilmu yang mereka miliki sendiri. Fajarwati & Laksana dalam (Mulyani et al., 2024)

Hubungan interpersonal dalam sebuah organisasi dapat menciptakan suatu komunikasi baik formal maupun informal yang terjadi antara para pekerja, sehingga dapat menimbulkan iklim yang telah disepakati secara bersama-sama. Dalam rangka mengefektifkan, memelihara serta meningkatkan hubungan interpersonal dalam organisasi sangat diperlukan adanya iklim suportif Keith Davis & John W. Newstro, 1996:12 dalam (Oktafian & Yuliani, 2024)

2.5.4 Komunikasi Interpersonal dalam Dunia Kerja

Komunikasi interpersonal dalam organisasi adalah proses berinteraksi dan berkomunikasi antara individu dalam konteks lingkungan kerja. Ini melibatkan pertukaran informasi, gagasan, pendapat, dan perasaan antara rekan kerja, atasan, dan bawahan. Komunikasi interpersonal yang efektif dalam lingkungan kerja sangat penting untuk mencapai tujuan organisasi, membangun hubungan kerja yang baik, meningkatkan kolaborasi, dan menghindari konflik. Kemampuan untuk mendengarkan dengan baik, berbicara secara jelas, dan memahami perspektif orang lain adalah keterampilan penting dalam komunikasi interpersonal di dunia kerja. (Jasmine, 2014)

Komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana administrasi, tetapi juga sebagai alat untuk menciptakan lingkungan kerja yang kondusif, menjalin hubungan yang berkelanjutan, meningkatkan citra organisasi, dan mendukung pemasaran produk atau jasa. Bentuk komunikasi dalam organisasi dapat berupa verbal (lisan dan tulisan) serta nonverbal (bahasa tubuh dan simbol). Proses komunikasi yang berhasil membutuhkan keterpaduan antara elemen-elemen ini untuk memastikan pesan yang disampaikan dipahami dengan baik (Febri Rahmanto, 2004).

Komunikasi antarpribadi yang tepat, secara jelas menyatakan pandangan karyawan mengenai rekan kerja dalam organisasi. Hal ini mengakui hak individu mereka serta hak para karyawan lainnya bisa dilindungi oleh seorang ahli komunikasi antarpribadi yang mampu membela hak-hak tersebut, mengungkapkan ketidaksetujuan, dan menyampaikan perspektif yang berbeda tanpa menimbulkan kecemasan atau tekanan pada rekan kerja lain. Di sisi lain, Seorang pekerja yang memiliki kelemahan dalam berkomunikasi antarpribadi merasa cemas dalam situasi yang serupa dan menunjukkan perilaku agresif alih-alih perilaku yang tegas. Singh & Lalropuii (dalam Suhairi, 2023).

2.5.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja

Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja antara lain sikap dan pola pikir, pendidikan, keterampilan, kepemimpinan, tingkat pendapatan, gaji dan kesehatan, jaminan sosial, suasana kerja, sarana dan prasarana, teknologi dan peluang untuk sukses(Sudarmayati dalam (Parianti et al., 2023).

Menurut A. Dale timple dalam (Sihombing & Batoebara, 2019), faktor-faktor kinerja terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal (disposisional) yaitu faktor yang dihubungkan dengan sifat-sifat seseorang.

Misalnya, kinerja seseorang baik disebabkan karena mempunyai kemampuan tinggi dan seseorang itu tipe pekerja keras, sedangkan seseorang mempunyai kinerja jelek disebabkan orang tersebut mempunyai kemampuan rendah dan orang tersebut tidak memiliki upaya-upaya untuk memperbaiki kemampuannya.

Faktor eksternal yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja seseorang yang berasal dari lingkungan. Seperti perilaku, sikap, dan tindakan-tindakan rekan kerja, bawahan atau pimpinan, fasilitas kerja, dan iklim organisasi perusahaan. Faktor internal dan faktor eksternal ini merupakan jenis-jenis atribusi yang mempengaruhi kinerja seseorang. Jenis-jenis atribusi yang dibuat para karyawan memiliki sejumlah akibat psikologis dan berdasarkan kepada tindakan.

Dalam penelitian terdahulu (Ramada, 2020) Faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal memiliki faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kualitasnya. Menurut Lunandi dalam Ramada 2020) ada enam faktor yang mempengaruhi komunikasi interpersonal, faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut:

a. Citra diri (*Self image*)

Setiap individu mempunyai gambaran tertentu mengenai dirinya, status sosialnya, kelebihan dan kekurangannya. Dengan kata lain citra diri menentukan ekspresi dan persepsi individu. Individu belajar menciptakan

citra diri melalui hubungannya dengan individu lain, terutama individu lain yang penting baginya.

b. Citra pihak lain (*The image of the others*)

Citra pihak lain juga menentukan cara dan kemampuan individu berkomunikasi. Di pihak lain, individu yang diajak berkomunikasi mempunyai gambaran khusus bagi dirinya. Dalam konteks orangtua anak, citra pihak lain diberikan oleh orangtua terhadap anak atau anak terhadap orangtua. Terkadang proses komunikatif dapat berjalan dengan lancar, tenang dan jelas. Namun proses komunikatif juga bisa menjadi canggung, gugup dan bingung. Hal ini menjelaskan bahwa pada saat orangtua dan anak berkomunikasi terdapat peran citra pihak lain yang diberikan oleh orang tua maupun anak.

c. Lingkungan Fisik

Tingkah laku individu berbeda dari satu tempat ke tempat lain, karena setiap tempat memiliki kondisi grafis yang berbeda-beda pula, sehingga kondisi geografis tersebut menjadi faktor yang mempengaruhi komunikasi interpersonal, sebagai contoh keluarga yang mempunyai lingkungan fisik di tepian pantai akan berkomunikasi dengan nada keras agar pesan dapat diterima oleh orangtua atau anak karena adanya dampak noise yang disebabkan oleh suara ombak di pantai. Hal ini tentunya tidak akan terjadi pada keluarga yang mempunyai lingkungan fisik di pinggiran hutan yang berkomunikasi dengan nada lebih pelan karena tidak ada dampak noise.

d. Lingkungan sosial

Lingkungan sosial berbeda dengan lingkungan fisik, lingkungan sosial mencakupi nilai-nilai dan norma-norma yang ada di tengah masyarakat, sehingga norma-norma dan nilai-nilai telah mengatur adat berbahasa yang sopan dan baik sesuai dengan tempat lingkungan sosial tersebut berada, sehingga individu yang tinggal di lingkungan sosial tersebut harus menjaga dan mentaatinya.

e. Kondisi

Kondisi mempunyai pengaruh terhadap komunikasi, baik itu kondisi fisik maupun emosional. Kondisi fisik yang sakit akan menjadikan individu kurang cermat dalam memilih kata-kata.

Sedangkan kondisi emosional yang kurang stabil menyebabkan kurangnya pengendalian pesan yang ingin disampaikan. Kondisi tersebut bukan hanya mempengaruhi pengiriman pesan dalam komunikasi tetapi juga mempengaruhi penerima pesan, maka tidak heran jika banyak terjadi miss komunikasi antara orangtua dan anak yang disebabkan kondisi fisik dan kondisi emosional yang kurang stabil.

2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Teori	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Sinthya Mardarani, dkk (2022)	Strategi Komunikasi Interpersonal Restoran Marugame Udon Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Kepada Konsumen	Teori Komunikasi Interpersonal Joseph Devito	Metode Penelitian Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan oleh pimpinan dengan karyawan di restoran Marugame Udon menggunakan strategi komunikasi interpersonal dimana pimpinan membangun pendekatan dengan karyawan.
2.	Ni Luh Putu Sariani (2019)	Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Di BHR LAW Office	Teori komunikasi interpersonal menurut Onong Uchjana Effendy (2013).	Teknik analisis data yang dilakukan adalah deskriptif kualitatif	kesimpulan dari penelitian tersebut yaitu strategi komunikasi pada BHR Law Office menitik beratkan kepada pesan, baik melalui komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal. Dimana pesan menjadi produk komunikasi perusahaan melalui rapat rutin bulanan, rapat informal bulanan, serta rapat informal tahunan.
3.	Anida Ulfa, Happy Fitria, Nurkhalis (2021)	Peranan Komunikasi Interpersonal Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Kinerja Guru	Teori Komunikasi Interpersonal	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan komunikasi interpersonal yang telah dilakukan kepala sekolah terhadap guru-guru yang dilakukan

					secara formal dan informal telah optimal. Unsur-unsur Efektivitas komunikasi interpersonal antara lain keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif dan kebersamaan telah dilakukan oleh kepala sekolah dengan baik
4.	Aizun Najih, Suspahariati Emili, Putri Wardhani (2023)	Peran Komunikasi Interpersonal antara Pimpinan dan Karyawan Guna Meningkatkan Kinerja Karyawan pada Assyifa Farma Group Indonesia	Penelitian ini menggunakan Teori Joseph A. DeVito	Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif	Komunikasi interpersonal antara pimpinan dan karyawan belum berjalan optimal karena kurangnya keterbukaan, sering terjadi miskomunikasi, dan informasi yang simpang siur.
5.	Novianto Eko Nugroho, (2022)	Peningkatan Kinerja Karyawan Di Pengaruhi Oleh Kepemimpinan Partisipatif, Komunikasi Interpersonal Dan Kepuasan Kerja Pada PT Putra Wijaya Klaten, Jawa Tengah	Penelitian ini menggunakan teori kepemimpinan partisipatif, komunikasi interpersonal, dan kepuasan kerja	Kuantitatif dengan pendekatan kausal komparatif untuk menganalisis hubungan sebab-akibat antar variabel.	Komunikasi interpersonal berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan dengan nilai dan, Kepuasan kerja memiliki pengaruh paling kuat terhadap kinerja karyawan dengan nilai.
6.	M Rasyid Al Fariz, Hamidah, dan Manalullaili (2024)	Strategi Komunikasi Interpersonal Ketua dan Anggota dalam Menanamkan Nilai Kerukunan pada Paguyuban Sambirejo Rukun (PSR) di Desa Sambirejo, Kecamatan Selupu Rejang	Penelitian ini menggunakan Teori Komunikasi Interpersonal Menurut Joseph A. DeVito dan Teori Solidaritas Sosial menurut Emile Durkheim.	Penelitian ini menggunakan penelitian metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif.	Dari hasil penelitian ini yang menjelaskan bahwa strategi komunikasi interpersonal yang diterapkan meliputi keterbukaan, empati, sikap mendukung, rasa positif, dan kesetaraan. Sementara itu, konsep solidaritas

					mekanis dan organis digunakan untuk memperkuat kerukunan di dalam kelompok.
7.	Anisti, Tuty Mutiah, Naurah Raihaanah Hisaana (2024)	Strategi Komunikasi Interpersonal antara Atasan dan Bawahan dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan PT. Adyawinsa Telecommunications & Electrical	Teori yang digunakan adalah teori komunikasi interpersonal dari DeVito.	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus sebagai desain penelitian utama.	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa komunikasi yang efektif antara pimpinan dan bawahan tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan produktivitas, tetapi juga menjadi dasar untuk membentuk lingkungan kerja yang positif, berfokus pada kerja sama, dan saling mendorong untuk kemajuan. Dengan menerapkan strategi komunikasi yang terarah dan positif, Karyawan Divisi Konstruksi di PT. Adyawinsa Telecommunications & Electrical dapat terus meningkatkan kinerja nya.

Sumber:Oleh peneliti, 2025

Tabel 2.2 Perbedaan & Persamaan Penelitian Terdahulu

No.	Nama Penelitian	Judul	Perbedaan	Persamaan
1.	Sinthya Mardarani, dkk (2022)	Strategi Komunikasi Interpersonal Restoran Marugame Udon Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Kepada Konsumen	Penelitian ini berfokus utama keluhan pelanggan terkait kualitas layanan, yang berisiko mengurangi reputasi restoran. Strategi komunikasi mereka berfokus pada penanganan keluhan pelanggan dengan cepat dan tepat.	Mengangkat fungsi komunikasi sebagai alat membangun hubungan kerja yang produktif.
	Salwa Hanifa Abdi	Strategi Komunikasi Interpersonal Antara Pemilik dan Karyawan Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Di Safa Salon Kota Medan	Tujuan penelitian salwa untuk peningkatan kinerja dan kenyamanan kerja	
2.	Ni Luh Putu Sariani (2019)	Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Di BHR LAW Office	Masalah utama Salwa lebih pada kesenjangan hubungan interpersonal dan ketidakseimbangan komunikasi, sedangkan Ni Luh lebih pada distribusi informasi dan dokumentasi administratif.	Sama-sama membahas strategi komunikasi dalam meningkatkan kinerja karyawan dan sama menggunakan wawancara sebagai metode utama pengumpulan data.
	Salwa Hanifa Abdi	Strategi Komunikasi Interpersonal Antara Pemilik dan Karyawan Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Di Safa Salon Kota Medan	Salwa menggunakan teori Devito dengan lima elemen komunikasi interpersonal, sedangkan Ni Luh lebih menekankan pada media dan bentuk komunikasi verbal dan nonverbal.	
3.	Anida Ulfa, Happy Fitria, Nurkhalis (2021)	Peranan Komunikasi Interpersonal Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Kinerja Guru	Pada penelitian ini fokusnya lebih pada bagaimana komunikasi kepala sekolah dapat mempengaruhi kinerja pengajaran guru.	Sama menekankan pentingnya komunikasi interpersonal dalam membangun hubungan yang

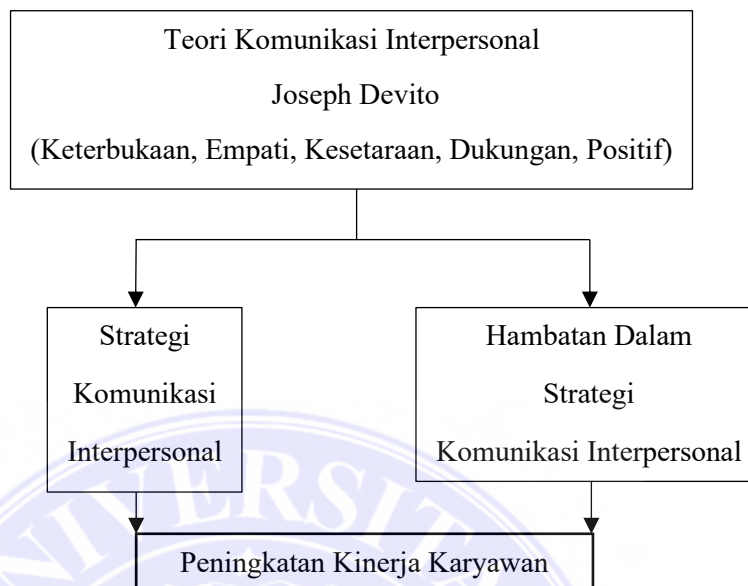
	Salwa Hanifa Abdi	Strategi Komunikasi Interpersonal Antara Pemilik dan Karyawan Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Di Safa Salon Kota Medan	Fokus penelitian safasalon, strategi komunikasi interpersonal pemilik usaha terhadap karyawan	baik, baik antara pemilik dan karyawan di Safa Salon maupun antara kepala sekolah dan guru.
4.	Aizun Najih, Suspahariati Emili, Putri Wardhani (2023)	Peran Komunikasi Interpersonal antara Pimpinan dan Karyawan Guna Meningkatkan Kinerja Karyawan pada Assyifa Farma Group Indonesia	Hambatan dalam penelitian di Assyifa Farma Group, Komunikasi hanya melalui leader, informasi simpang siur, kurang keterbukaan	Persamaan pada penelitian ini yaitu menekankan pentingnya elemen-elemen komunikasi interpersonal seperti keterbukaan, empati, dukungan, dan sikap positif dalam membangun hubungan kerja yang baik.
	Salwa Hanifa Abdi	Strategi Komunikasi Interpersonal Antara Pemilik dan Karyawan Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Di Safa Salon Kota Medan	Hambatan dalam penelitian safasalon waktu pemilik terbatas, komunikasi lewat perantara, keseganan karyawan baru	
5.	Novianto Eko Nugroho, (2022)	Peningkatan Kinerja Karyawan Di Pengaruhi Oleh Kepemimpinan Partisipatif, Komunikasi Interpersonal Dan Kepuasan Kerja Pada PT Putra Wijaya Klaten, Jawa Tengah	Penelitian PT Putra Wijaya melibatkan teori kepemimpinan partisipatif dan kepuasan kerja selain komunikasi interpersonal. Safa Salon hanya fokus pada teori komunikasi interpersonal dari Joseph A. DeVito.	Penelitian ini sama menjelaskan pentingnya komunikasi interpersonal dalam meningkatkan kinerja karyawan.
	Salwa Hanifa Abdi	Strategi Komunikasi Interpersonal Antara Pemilik dan Karyawan Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Di	Penelitian Safa Salon hanya fokus pada teori komunikasi interpersonal dari Joseph A. DeVito.	

		Safa Salon Kota Medan		
6.	M Rasyid Al Fariz, Hamidah, Manalullaili (2024)	Strategi Komunikasi Interpersonal Ketua dan Anggota dalam Menanamkan Nilai Kerukunan pada Paguyuban Sambirejo Rukun (PSR) di Desa Sambirejo	Penelitian rasyid dkk, menggunakan 2 teori, Teori Devito dan Solidaritas Sosial (Durkheim)	Sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.
	Salwa Hanifa Abdi	Strategi Komunikasi Interpersonal Antara Pemilik dan Karyawan Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Di Safa Salon Kota Medan	Penelitian salwa hanya menggunakan teori devito saja.	
7.	Anisti, Tuty Mutiah, Naurah Raihaanah Hisaanah (2024)	Strategi Komunikasi Interpersonal antara Atasan dan Bawahan dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan PT. Adyawinsa Telecommunications & Electrical	Pada Penelitian PT. Adyawinsa mengelola komunikasi di lingkungan kerja yang lebih besar, formal, dan menggunakan teknologi untuk mengatasi hambatan geografis dan teknis.	Penelitian sama sama menggunakan teori menurut devito dan menggunakan penelitian kualitatif.
	Salwa Hanifa Abdi	Strategi Komunikasi Interpersonal Antara Pemilik dan Karyawan Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Di Safa Salon Kota Medan	Strategi komunikasi interpersonal pemilik usaha mikro (UMKM) terhadap karyawan	

Sumber: Oleh peneliti, 2025

2.7 Kerangka Berpikir

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir



Sumber: Oleh peneliti, 2025.

Kerangka berpikir dalam penelitian ini disusun berdasarkan teori komunikasi interpersonal yang dikemukakan oleh Joseph A. Devito. Menurut Devito, komunikasi interpersonal merupakan proses pengiriman dan penerimaan pesan antar dua orang atau lebih yang bersifat langsung dan memiliki dampak terhadap hubungan sosial dan psikologis antarindividu. Teori ini menekankan lima komponen utama dalam komunikasi interpersonal, yaitu keterbukaan (openness), empati (empathy), kesetaraan (equality), dukungan (supportiveness), dan sikap positif (positiveness).

Kelima unsur tersebut menjadi landasan dalam menganalisis bagaimana komunikasi interpersonal dibangun oleh pemilik Safa Salon terhadap karyawannya, serta bagaimana komunikasi tersebut memengaruhi suasana kerja dan kinerja individu dalam organisasi. Penelitian ini mengarah pada dua fokus utama. Pertama,

menganalisis strategi komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh pemilik, baik melalui interaksi langsung seperti briefing maupun melalui komunikasi tidak langsung melalui media atau perantara seperti asisten. Kedua, melihat hambatan yang dihadapi dalam proses komunikasi tersebut, seperti perbedaan cara penyampaian pesan, keterbatasan waktu, keseganan karyawan baru, dan ketimpangan komunikasi antara karyawan lama dan baru.

Strategi dan hambatan tersebut kemudian dihubungkan dengan hasil atau dampak yang dituju, yaitu peningkatan kinerja karyawan. Dalam konteks ini, komunikasi interpersonal yang baik diyakini dapat menciptakan lingkungan kerja yang lebih positif, meningkatkan motivasi, dan membentuk hubungan kerja yang lebih harmonis antara atasan dan bawahan. Oleh karena itu, kerangka berpikir ini menggambarkan alur berpikir logis dari teori yang digunakan, fokus permasalahan yang diteliti, hingga tujuan akhir dari penelitian.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam strategi komunikasi interpersonal yang diterapkan oleh pemilik dan karyawan *safa salon* dan berinteraksi baik antar mereka.

Peneliti memilih pendekatan kualitatif karena memungkinkan pemahaman perilaku komunikasi dan hubungan antar individu dalam dunia nyata, dan pendekatan kualitatif lebih tepat digunakan untuk mengeksplorasi aspek-aspek tersebut secara mendalam. Dengan cara ini, peneliti dapat memahami secara lebih jelas dan mendalam tentang proses yang terjadi di lapangan, dan memperoleh wawasan yang lebih relevan terkait strategi komunikasi yang diterapkan di *Safa Salon*.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di tempat kerja karyawan yang beralamat di Jalan Karya Wisata No.32b, Gedung Johor, Kecamatan Medan Johor, Kota Medan, Sumatera Utara 201460, Lokasi ini dipilih karena relevan dengan topik penelitian, di mana interaksi antara pemilik dan karyawan dapat diamati secara langsung untuk memperoleh data yang mendalam dan sesuai dengan tujuan penelitian.

3.2.2 Waktu Penelitian

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

Tahapan Penelitian	2024			2025							
	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli	Agu
Pengajuan Judul											
Penyusunan Proposal											
Bimbingan Perbaikan											
Seminar Proposal											
Pengumpulan Data Bimbingan Penelitian											
Seminar Hasil											
Perbaikan Laporan											
Sidang Meja Hijau											

Sumber: Oleh peneliti, 2025

3.3 Informan Penelitian

Menurut Bugin (rukajar, 2021)informan adalah orang yang diwawancarai, diminta informasi oleh pewawancara, informan ini juga diperkirakan menguasai dan memahami data, informasi, ataupun fakta dari suatu objek penelitian.

Adapun kriteria informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk informan kunci, yaitu pemilik Safa Salon, dipilih karena memiliki peran langsung dalam merancang dan menerapkan strategi komunikasi interpersonal kepada karyawan. Pemilik juga memiliki kewenangan penuh dalam pengambilan keputusan, menyusun aturan kerja, dan berinteraksi secara intensif dalam proses manajerial dan pelayanan di salon.

2. Untuk informan utama, yaitu asisten pemilik, dipilih karena bertugas membantu pemilik dalam mengatur jadwal, menyampaikan arahan, dan memfasilitasi komunikasi antara pemilik dan karyawan. Asisten ini dianggap memahami pola komunikasi yang diterapkan pemilik dan menjadi penghubung langsung dalam operasional salon sehari-hari.
3. Sementara itu, informan tambahan adalah karyawan Safa Salon yang telah bekerja minimal selama satu tahun dan memiliki pengalaman langsung dalam menjalani komunikasi dengan pemilik, baik dalam menerima instruksi, memberikan umpan balik, maupun terlibat dalam proses kerja tim. Karyawan ini dipilih untuk memberikan gambaran nyata tentang bagaimana komunikasi interpersonal tersebut diterima dan dirasakan dalam kerja sehari-hari.

3.4 Sumber Data

1. Data Primer

Data primer diperoleh secara langsung dari lapangan melalui wawancara mendalam dengan tiga kategori informan, yaitu pemilik sebagai informan kunci, asisten owner sebagai informan utama, dan empat orang karyawan sebagai informan tambahan. Selain itu, data juga dikumpulkan melalui observasi pada aktivitas komunikasi di salon, serta dokumentasi berusaha catatan lapangan dan foto kegiatan selama proses penelitian.

Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun dalam bentuk file-file. Data ini harus dicari melalui narasumber atau dalam istilah teknisnya responden, yaitu orang yang kita jadikan objek penelitian atau

orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi ataupun data (Ummah, 2019)

2. Data Skunder

Data skunder diperoleh melalui studi pustaka yang mencakup buku, jurnal, skripsi terdahulu, serta dokumen lain yang relevan. Data ini digunakan sebagai landasan teori, mendukung analisis, dan memperkuat pembahasan dalam penelitian.

Menurut Sugiyono data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Data sekunder didapatkan dari sumber yang dapat mendukung penelitian antara lain dari dokumentasi dan literatur (Koessiantara, 2021)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang melibatkan interaksi langsung antara Peneliti dan partisipan penelitian. Wawancara kualitatif bertujuan untuk Mendapatkan pemahaman mendalam tentang pengalaman, pandangan, dan Perspektif individu terkait fenomena yang diteliti. Wawancara dapat dilakukan Secara terstruktur, semi-terstruktur, atau tidak terstruktur, tergantung pada Tingkat kerangka yang telah ditentukan sebelumnya, Creswell (dalam Ardiansyah 2023).

2. Observasi

Observasi dapat bersifat partisipatif atau non-partisipatif, tergantung pada seberapa besar keterlibatan peneliti dalam situasi yang diamati. Peneliti akan melakukan observasi langsung di salon untuk mengamati bagaimana

komunikasi antara pemilik dan karyawan terjadi dalam konteks sehari-hari. Fokus observasi mencakup interaksi verbal dan non-verbal, pola komunikasi, serta cara penyelesaian konflik.

3. Dokumentasi

Sugiyono (2019) mengemukakan dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, cerita, biografi, peraturan, dan kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, dan sketsa. Dokumen berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, dan film. Dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif (Sugiyono, 2021).

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang dilakukan menggunakan Milles dan Huberman (dalam Sinaga, 2023) yaitu dengan menggunakan *interactive model* yang terdiri dari tiga tahapan antara lain:

a) Reduksi Data

Proses pemilihan data, pengabstrakan dan mentransformasi data kasar yang muncul dari berbagai kondisi yang terjadi di lapangan. Penggabungan data dilakukan pada tahap ini dari hasil wawancara dan observasi dalam bentuk narasi.

b) Penyajian Data

Data yang disusun sedemikian rupa agar dapat dilakukan penarikan kesimpulan terhadap penelitian yang telah dilakukan.

Dalam penyajian data, maka akan mempermudah untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.(Yusri, 2020)

c) Penarikan Kesimpulan

Pada tahap ini peneliti mengungkap dari hasil data yang dikumpulkan selama penelitian berlangsung, yang mengacu pada reduksi data dan penyajian data. Langkah ketiga dalam analisis data dalam penelitian kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan mengalami perubahan apabila tidak ditemukan buktibukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

3.7 Teknik Keabsahan Data

Untuk memastikan keabsahan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber.

1. Triangulasi sumber, dilakukan dengan cara membandingkan dan mengecek kembali data yang diperoleh dari berbagai sumber yang berbeda, yaitu pemilik Safa Salon Medan, asisten pemilik, karyawan, dan informan pendukung (konsumen).

Teknik ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana data yang diperoleh dari masing-masing informan menunjukkan kesamaan pandangan atau perbedaan yang signifikan terhadap permasalahan yang diteliti. Dengan adanya triangulasi sumber, peneliti dapat memperoleh gambaran

yang lebih objektif dan menyeluruh mengenai bagaimana strategi komunikasi interpersonal pemilik Safa Salon Medan berperan dalam meningkatkan kinerja karyawan. Selain triangulasi sumber, peneliti juga melakukan triangulasi teknik.

2. Triangulasi Sumber, yaitu dengan menggunakan beberapa cara dalam mengumpulkan data seperti wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi kegiatan di Safa Salon Medan. Melalui kombinasi berbagai teknik ini, peneliti dapat membandingkan hasil data yang diperoleh dari metode berbeda untuk memastikan kebenaran dan konsistensi informasi.

Hasil dari proses triangulasi menunjukkan bahwa informasi yang diperoleh dari para informan memiliki kesamaan makna dan saling menguatkan, terutama dalam hal pola komunikasi antara pemilik dan karyawan yang berpengaruh terhadap suasana kerja dan kinerja. Dengan demikian, data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid dan layak dijadikan dasar untuk penarikan kesimpulan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai strategi komunikasi interpersonal pemilik Safa Salon Medan dalam meningkatkan kinerja karyawan, maka dapat ditarik kesimpulan yakni:

1. Strategi Komunikasi Interpersonal Pemilik Safa Salon Medan dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilik Safa Salon Medan menerapkan berbagai bentuk komunikasi interpersonal kepada karyawan seperti keterbukaan, empati, dukungan, kesetaraan, dan sikap positif. Dalam praktiknya, pemilik selalu berupaya menjalin hubungan yang baik melalui kegiatan briefing, memberikan arahan kerja, dan menyampaikan apresiasi terhadap kinerja karyawan. Pemilik juga terbuka dalam memberikan bimbingan dan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan kerja. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa keterbukaan dan kesetaraan belum sepenuhnya berjalan dengan baik. Beberapa karyawan baru masih merasa segan untuk menyampaikan pendapat atau keluhan secara langsung karena belum memiliki kedekatan dengan pemilik. Meskipun demikian, sikap positif pemilik yang selalu memberikan pujian atas hasil kerja dan menegur secara pribadi apabila ada kesalahan mampu membangun suasana kerja yang kondusif dan memotivasi karyawan untuk bekerja lebih baik.

2. Hambatan dalam Strategi Komunikasi Interpersonal Pemilik Safa Salon Medan

Hambatan utama yang ditemukan dalam strategi komunikasi interpersonal di Safa Salon Medan adalah keterbatasan waktu dan kesibukan pemilik sehingga tidak dapat berkomunikasi langsung secara intens dengan seluruh karyawan. Akibatnya, beberapa pesan atau arahan sering disampaikan melalui perantara asisten, yang kadang menimbulkan perbedaan persepsi.

Selain itu, adanya perbedaan karakter antar karyawan juga menjadi hambatan, seperti sikap segan pada pemilik, kurangnya keberanian dalam menyampaikan pendapat, dan adanya jarak antara karyawan lama dengan karyawan baru. Meskipun demikian, pemilik berupaya mengatasi hambatan tersebut dengan tetap mengadakan briefing rutin, membuka ruang diskusi, serta menegaskan pentingnya kerja sama dan saling menghargai dalam komunikasi sehari-hari di lingkungan salon.

5.2 Saran

1. Untuk Safa Salon

Pemilik disarankan lebih sering melakukan komunikasi langsung dengan seluruh karyawan, tidak hanya melalui asisten atau grup WhatsApp. Kehadiran langsung walau sebentar dapat meningkatkan kedekatan dan membangun rasa nyaman bagi karyawan. Selain itu, pemilik sebaiknya memberi perhatian yang merata, termasuk kepada karyawan baru, agar mereka tidak merasa terpinggirkan.

Sebagai perantara utama, asisten perlu memastikan bahwa pesan dari pemilik tersampaikan dengan jelas dan tidak salah tafsir. Jika memungkinkan, asisten juga bisa menjadi jembatan untuk membangun kedekatan emosional antara pemilik dan karyawan.

Karyawan disarankan untuk lebih berani dalam menyampaikan pendapat atau masalah kepada pemilik maupun asisten. Komunikasi dua arah tidak akan tercipta jika hanya menunggu, maka diperlukan inisiatif agar hubungan kerja berjalan lebih sehat.

2. Untuk Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini hanya berfokus pada satu objek usaha, yaitu Safa Salon Medan. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk meneliti lebih dari satu tempat usaha sejenis agar dapat memberikan perbandingan yang lebih luas. Selain itu, bisa juga menggali lebih dalam tentang komunikasi antar karyawan atau komunikasi berbasis media digital dalam lingkungan kerja jasa.



DAFTAR PUSTAKA

- Afriyadi, F. (2015). Efektivitas Komunikasi Interpersonal Antara. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 362–376.
- Dewi, S. K. (2018). *Hubungan Antara Komunikasi Interpersonal Dengan Kinerja Karyawan Grand Artos Hotel & Convention Magelang*. 1–39.
- Darsana, M. Kinerja Karyawan Berbasis Organizational Citizenship Behavior, Kepribadian Dan Budaya Organisasi. (2023). CV. Intelektual Manifes Media.
- Diasmoro, O. (2017). Hubungan Komunikasi Interpersonal dengan Kepuasan Kerja Karyawan Dewasa Awal Bagian Produksi PT. Gangsar Tulungagung. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 05(01), 107–125.
- Febri Rahmanto, A. (2004). Peranan Komunikasi Dalam Suatu Organisasi. *Jurnal Komunikologi*, 1(2), 59.
- Jasmine, K. (2014). *Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu*, 10(September), 318–322.
- Komunikasi Interpersonal - Pengertian, Karakteristik, Komponen, Bentuk dan Hambatan <https://www.kajianpustaka.com/2021/11/komunikasi-interpersonal.html?m=1>
- Komunikasi Interpersonal dan Hubungannya Dalam Konseling. (2021). (Siti Rahmi): Syiah Kuala University Press.
- Lestary, L., & Harmon. (2017). Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Divisi Detail Part Manufacturing Direktorat Produksi PT Dirgantara Indonesia (Persero). *Riset Bisnis & Investasi*, 3(2), 94–103.
- Liliweri, A., Komunikasi Serba Ada Serba Makna. (2010). Indonesia: Kencana Prenada Media Group.
- Mulyani, A. D., Sodikin, S., Suheti, S., & Rachmawati, A. P. (2024). *Peran Komunikasi dalam Membangun Hubungan Antar Individu dan Dinamika Tim terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan di Kafe Otsukohi*. 4.
- Nilamsari, D. P. (2018). Pengukuran Kinerja Tenaga Profesional Pada Organisasi Jasa (Studi Kasus Kotabahasa Salatiga). *Jemap*, 1(1), 129. <https://doi.org/10.24167/jemap.v1i1.1588>
- Nurrachmah, S. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Dalam Membangun Hubungan Interpersonal Yang Efektif. *Jurnal Inovasi Global*, 2(2), 265–275. <https://doi.org/10.58344/jig.v2i2.60>
- Nuzulia, A. (2023). Strategi Komunikasi Interpersonal Antara Pelatih Dan Pemain Futsal. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.

- Oktafian, F., & Yuliani, F. (2024). Analisis Komunikasi Interpersonal Atasan Dan Bawahan Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Cv. Al-Qaisar (Al- Group) Bengkulu Utara. *J-Sikom*, 5(1), 61–72. <https://doi.org/10.36085/jsikom.v5i1.6399>
- Pamungkas, A., & Khotimah, K. (2022). Komunikasi Interpersonal Dalam Peningkatan Kinerja ASN BKPSDM kabupaten Banyumas. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 1(2), 103–114. <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/arkana/article/view/3627>
- Parianti, P., Sahrir, S., & Syamsuddin, S. (2023). Pengaruh Penerapan Prinsip Good Corporate Governance dalam meningkatkan kinerja karyawan. *Owner*, 7(3), 2225–2233. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i3.1425>
- Ponorogo, J. I. (2020). Strategi Komunikasi Interpersonal. *Iain Ponorogo*, 12–33.
- Pranitasari, D., & Khotimah, K. (2021). Analisis Disiplin Kerja Karyawan pada PT. Bont Technologies Nusantara. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18(01), 22–38. <https://doi.org/10.36406/jam.v18i01.375>
- Ramada, I. (2020). Hubungan Komunikasi Interpersonal Dan Motivasi Kerja Dengan Kinerja Karyawan Du PT. MNC Skyvision, Tbk Cabang KPU Pekanbaru. *Skripsi*, 64. <http://repository.uin-suska.ac.id/25628/>
- Ramadhani, T., & Septa, D. (2014). *Pengaruh Stress Kerja , Beban Kerja , dan Komunikasi Interpersonal terhadap Kinerja Karyawan BPR Artha Samudra Indonesia*. 27–38.
- Rezeki, F. Strategi dan Implementasi Kinerja Karyawan Pada Usaha Dagang. (2022). (n.p.): PT KIMHSAFI ALUNG CIPTA.
- Rina, K. I. & N. (2023). 12. *Peran Kepuasan Nasabah Dalam Memediasi Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah*, 2(3), 310–324. <https://bnr.bg/post/101787017/bsp-za-balgaria-e-pod-nomer-1-v-buletinata-za-vota-gerb-s-nomer-2-pp-db-s-nomer-12>
- Septiani, D., Azzahra, P. N., Wulandari, S. N., & Manuardi, A. R. (2019). Self Disclosure Dalam Komunikasi Interpersonal: Kesetiaan, Cinta, Dan Kasih Sayang. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 2(6), 265. <https://doi.org/10.22460/fokus.v2i6.4128>
- Sihombing, P. L. T., & Batoebara, M. U. (2019). Strategi Peningkatan Kinerja Dalam Pencapaian Tujuan. *Jurnal Publik Reform UND HAR MEDAN*, 6, 1–16.
- Silaen, N. R., Syamsuriansyah, S., Chairunnisah, R., Sari, M. R., Mahriani, E., Tanjung, R., Triwardhani, D., Haerany, A., Masyuroh, A., & Satriawan, D. G. (2021). *Kinerja Karyawan*.
- Suhairi, Rahmah, M., Uljannah, A., Fauziah, N., & Musyafa, M. H. (2023). Peranan Komunikasi Antarpribadi Dalam Manajemen Organisasi. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 3, 4810–4823.

- Sinaga, D. (2023). *Buku Ajar Metodologi Penelitian (Penelitian Kualitatif)*.
- Sumiyati, Herleandhi, F., & Supriadi. (2023). Pendekatan Komunikasi Interpersonal Waroeng Noesantara dalam Menjaga Loyalitas Pelanggan. *Jurnal CommLine*, 08(02), 94–109.
- Sundari, S. (2024). *Komunikasi Interpersonal dalam Membangun Harmoni dan Produktivitas di Tempat Kerja*. 1(3).
- Surian, A. N., & T, J. S. (2018). Analisis Faktor – Faktor Eksternal Yang Memengaruhi Kinerja Mutu Dalam Pelaksanaan Konstruksi Pada Bangunan Tinggi. *JMTS: Jurnal Mitra Teknik Sipil*, 1(1), 9. <https://doi.org/10.24912/jmts.v1i1.2229>
- Ummah, M. S. (2019a). *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_Sistem_Pembetungan_Terpusat_Strategi_Melestari
- Weny, Nugroho, N., Anggraini, D., Sofian, S., & Erwin, E. (2019). Analisis Pelaksanaan Pelatihan Dan Pendidikan Pada PT . Bimasakti Mahawira Medan. *Seminar Nasional Teknologi Komputer & Sains (SAINTEKS)*, Januari, 87–91. <http://prosiding.seminar-id.com /index.php/sainteks/article/view/129>
- Witasari, D., & Jumaryadi, Y. (2020). Aplikasi Pemilihan Karyawan Terbaik Dengan Metode Simple Additive Weighting (Saw) (Studi Kasus Citra Widya Teknik). *JUST IT: Jurnal Sistem Informasi, Teknologi Informasi Dan Komputer*, 10(2), 115. <https://doi.org/10.24853/justit.10.2.115-122>
- Yusri, A. Z. dan D. (2020). Metode Penelitian. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(2), 809–820.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Dokumentasi Penelitian



BERTANYA: Peneliti (menggunakan hijab warna cream) sedang mewawancarai informan ibu **Faratika Sabrina Barus** pemilik safa salon, di rumah pemilik safa salon, pada hari Senin 17 Februari 2025



DOKUMENTASI: Peneliti (menggunakan hijab warna putih) dengan informan **Anita** asisten owner safa salon, di safa salon studio, pada hari Kamis 20 Februari 2025



BERTANYA: Peneliti (menggunakan hijab) sedang mewawancarai informan **Sinta** karyawan safa salon, di safa salon studio, pada hari Kamis 20 Februari 2025



DOKUMENTASI: Peneliti (menggunakan hijab putih) sedang foto bersama dengan asisten dan karyawan safa salon, di safa salon studio, pada hari Kamis 20 Februari 2025



Alamat Safa Salon Studio Jl. Karya Wisata No.32b, Gedung Johor, Kecamatan Medan Johor, Kota Medan, Sumatera Utara 20146



Alamat Safa Salon Jl. Karya Jaya No.126 B, Pangkalan Masyhur, Kecamatan Medan Johor, Kota Medan, Sumatera Utara 20147

Lampiran 2:

Wawancara Informan Pemilik Safa Salon

No.	Nama : Faratika Sabrina Barus Jenis Kelamin : Perempuan Pekerjaan : Pemilik Safa Salon	
1.	Assalamualaikum wr wb, sebelumnya saya ingin perkenalkan diri, nama saya Salwa Hanifa Abdi dari universitas medan area, izin untuk mewawancarai kakak sebagai pemilik Safa Salon untuk kepentingan tugas akhir saya. Baik kak, boleh perkenalkan diri kakak dulu?	baik, assalamualaikum perkenalkan nama saya Faratika Sabrina Barus, saya founder dari safasalon dan Safa Salon Studio.
2.	Boleh ceritakan singkat sejarah safasalon?	Safa salon awalnya berdiri di tahun 2008 bulan juni sampai sekarang ini, safasalon ini pertama kali hanya salon kecantikan seperti creambath, smoothing, cutting dan treatment salon lainnya, tp semakin kesini safasalon lebih ke detail makeup dan hairstylish rambut, Safa salon memiliki 22 karyawan, karyawan yang di safasalon ini karyawan yang dari luar kota semua, kita menyediakan tempat penginapannya. Jadi safasalon sudah berdiri 17 tahun, tapi untuk makeupnya kurang lebih 10 tahun.
3.	Untuk kelebihan dan kekurangannya safasalon apa saja?	Untuk kelebihan nya itu kami tidak menerima lelaki safasalon hanya menerima wanita saja, untuk kekurangannya kalau ada karyawan resign kami harus me rekrut karyawan butuh waktu yang lama beberapa bulan untuk di training.
4.	Apa yang membedakan safasalon dengan salon yang lain?	Yang membedakannya mungkin salon yang lain itu pada dasarnya hanya potong rambut, treatment dan makeup tidak include kalau mua mua saja gitu,

		sedangkan di safe salon ada treatment rambut, badan dan makeup juga, jadi klien butuh makeup ada, klien butuh hairdo ada, klien butuh haircolor, smoothing , body kita ada.
5.	Bagaimana cara kakak menyampaikan arahan dan instruksi kerja ke karyawan?	Cara menyampaikannya langsung ya ke karyawan dan saat briefing juga, tapi Kalau saya sedang tidak di tempat, biasanya saya sampaikan pesan melalui asisten atau lewat WhatsApp.
6.	Bagaimana cara kakak menerima dan menanggapi umpan balik dari karyawan terkait pekerjaan atau instruksi yang sudah kakak berikan?	Biasanya saya dengar laporan dari asisten dulu, tapi kadang juga langsung dari karyawan pas briefing. Tapi memang tidak semua karyawan langsung menyampaikan kalau ada kendala, karena mungkin segan atau merasa kek saya yang terlalu sibuk.
7.	Bagaimana kakak memastikan bahwa setiap karyawan merasa nyaman untuk menyampaikan pendapat atau keluhan terkait pekerjaan?	Di briefing itu jg kita bahas, setiap saya kasih masukan setiap ada keluhan dari pelanggan, setiap ada modal terbaru disitu kita briefing kita keluarkan unek uneknya dan mereka saya buka sesi pertanyaan apakah ada yang mau disampaikan apakah ada keluhan atau adakah yang mau diperbaiki dari salon ini, karnakan saya tidak berhadapan langsung dengan klien mereka yang lebih sering berhadapan langsung, jadi saya tanya gimana pendapat klien terhadap hasil kerja kalia, apa revisi revisi yang harus kita perbarui
8.	Dalam menghadapi perbedaan pendapat atau konflik dengan karyawan, bagaimana cara Anda menyelesaikannya?	Untuk sejauh ini belum ada sih saya ada konflik dengan karyawan, karna ada briefing itu kita selalu tanya apa masalahnya dan apa yang mereka keluhkan dan mereka oke gitu, saya menerima pendapat apa yang mau saya ungkapkan, apa yang mereka mau kita selesaikan, jadi selama ini tidak ada, kecuali karyawan dengan karyawan saya penengahnya.

9	Apa bentuk dukungan yang Anda berikan kepada karyawan untuk meningkatkan keterampilan dan motivasi kerja mereka?	Kalau ada teknik baru atau produk baru, saya kasih tahu dan diajarin ke mereka apalagi yang junior harus ada training khusus dan pelajaran baru, karna kalau ilmu salon ilmu makeup ini tidak berhenti disitu aja pasti ada hal hal yang baru.
10.	Bagaimana cara Anda memberikan apresiasi terhadap karyawan yang memiliki kinerja baik? Apakah ada bentuk penghargaan tertentu?	Bentuk apresiasi pasti, jadi saya selalu memuji mereka misalnya mereka melakukan hal yang baik, dan mereka dapat sesuatu gitu ya dari customer selalu saya puji di depan kawan kawannya kalo ada keburukan saya selalu hadapan 4 mata, kalau untuk sokongan yang lain ada juga, Cuma tidak terlalu banyak.
11.	Apakah semua karyawan diperlakukan dengan cara yang sama dalam hal komunikasi dan pembagian tugas? Jika ada perbedaan, apa pertimbangannya?	Engga, beda. ada karyawan yang susah dibilangin yang bandel itu mungkin harus 3x atau 4 kali bilang tapi balik lagi ya. beberapa karyawan, terutama yang sudah lebih berpengalaman, bisa bekerja dengan lebih mandiri dan tidak memerlukan banyak arahan. Sementara karyawan baru, saya lebih sering memberi instruksi yang lebih jelas dan terperinci agar mereka bisa lebih mudah memahami tugasnya. Kan mereka ada jobdesknya masing masing jadi saya bisa bilang lewat asisten dulu, tapi kalau asisten ga cocok bilang ke mereka baru saya yang bilangkan ke mereka gitu, ada juga karyawan yang sikit aja dikenakan langsung malu kali rasa mereka, ada juga karyawan yang kita tegur harini besok diulangi lagi itu emang kita harus sedikit keras.
12.	Apa saja faktor yang menurut Anda mendukung komunikasi yang baik antara Anda dan karyawan di Safa Salon?	Faktor yang mendukung komunikasi yang baik ya keterbukaan itu tadi, jadi mereka ga dibatasi apa yang mereka bilang, jadi kalau ga bisa sampaikan langsung ke aku, mereka nyampaikan langsung ke senior mereka atau asisten, trs nanti asisten yang nyampaikan ke aku, jadi nanti aku yang hadapan langsung sama mereka.

13.	Apa tantangan terbesar dalam menjaga komunikasi yang efektif dengan karyawan? Bagaimana Anda mengatasinya?	Tantangan terbesar dalam menjaga komunikasi yang efektif dengan karyawan adalah waktu dan kesibukan saya sendiri. Karena saya tidak hanya mengelola Safa Salon, tapi juga menjalankan bisnis lain saya tidak selalu bisa hadir setiap hari atau berkomunikasi langsung dengan semua karyawan. Hal ini kadang membuat pesan atau arahan tidak tersampaikan secara utuh, apalagi jika harus disampaikan lewat perantara seperti asisten. Namun, untuk mengatasi hal ini, saya berusaha membentuk sistem kerja yang jelas dan memilih asisten yang bisa saya percaya untuk menyampaikan informasi dengan baik.
14.	Apakah ada kebiasaan atau perilaku dari karyawan yang membuat kinerjanya menjadi menurun?	Kalau itu biasanya sih kayak mereka ada masalah diluar jadi pas kerja mereka gak konsen sama kerjanya mereka karena ada masalah diluar dari pekerjaan itu yang biasanya buat mereka jadi gak fokus
15.	Bagaimana komunikasi interpersonal yang baik dapat meningkatkan kinerja karyawan dan kualitas layanan di Safa Salon?	Jadi mereka itu kerjanya ada jobdesk masing masing ya, kadang cust ini ke salon bukan hanya untuk creambath atau perawatan lain tapi pengen cerita jadi saya selalu bilang ke karyawan jadi kalian kalau megangg cust kalian tanya Namanya alamatnya dia darimana paling tidak kek sekedar memuji misalnya kek kita tau nih umurnya walaupun 50 tahun udh cerita cerita jauh ibu umurnya berapa uh keknya ga keliatan lah umurnya sekedar yang kek sekecil itu membuat customer kek merasa dihargai merasa kek oh oke ya pelayanannya gitu, terus untuk urusan makeup selalu saya tanya nanti tanyakan ke cust nya mereka puas ga dengan makeupnya gitu sama kaya hairdo juga gitu setelah mereka pergi kita chat mereka gimana hasilnya harini gitu
16.	Bagaimana jika ada permasalahan karyawan tanpa sepengetahuan owner, bagaimana tindakan anda dalam menghadapinya?	Kalau ada permasalahan yang muncul di antara karyawan tanpa sepengetahuan saya, jelas saya merasa agak kecewa karena komunikasi yang tidak berjalan dengan baik. misalnya kecurangan karyawan gitu ya, tergantung kasusnya dulu, kalau misal kasus nya masih bisa kita briefing tapi kalau misalnya dia udh kecurangan kadang kalau kecurangan ini mereka berklompokan gitu nah barulah disitu pertama kita ingatin dulu, kedua kalau tidak paham juga baru kita suruh pergi gitu. Saya selalu berharap agar masalah bisa segera disampaikan agar bisa segera ditangani. Tapi juga saya memahami tidak semua karyawan merasa nyaman untuk menyampaikan masalah langsung ke saya, terutama jika masalahnya sifatnya pribadi atau sensitif.ada juga Kalau di briefing sih kadang ada

		masalah kayak ada beberapa karyawan gak ikut disitu jadi memang ada info yang kelewatan dari mereka
17.	Apa selama ini ada banyak berbeda pendapat dari karyawan lainnya?	ya selama ini pasti sering,saya jugak kan pasti dengari pendapat mereka biar saya tau jugak dari pandangan mereka kayak misalnya mereka tentang konten yang mau di upload di Instagram jadi bukan cuman dari pendapat saya yang mereka buat jadi mereka bisa leluasa jugak buat konten.



Lampiran 3:**Wawancara Informan Asisten Safa Salon**

No.	Nama : Anita Azzahra Jenis Kelamin : Perempuan Pekerjaan : Asisten Safa Salon	
1.	Jelaskan bagaimana tugas dan peran anda sebagai asisten owner safasalon?	Saya mencatat jadwal owner untuk berjumpa dengan client , membuat jadwal semua tim yang ada di safasalon , melakukan control semua pegawai safasalon dan vendor vendor yang berkaitan dengan owner
2.	Seberapa sering anda berinteraksi langsung dengan owner safasalon terkait pengelolaan karyawan?	Sangat sering , karena memang saya langsung yg di tuju owner untuk mengecek karyawan safasalon
3	Sebagai asisten, bagaimana cara Anda menyampaikan pesan atau arahan dari pemilik kepada karyawan? Apakah semua pesan selalu diterima dan dijalankan dengan baik oleh karyawan?	Saya biasanya menyampaikan pesan dari pemilik lewat grup WhatsApp atau secara langsung saat berada di salon. Tapi memang, kadang ada pesan yang saya rasa sudah jelas, ternyata ditangkap berbeda oleh beberapa karyawan
4	Apakah pemilik salon memberikan ruang atau kesempatan bagi karyawan untuk menyampaikan pendapat, keluhan, atau saran?	Ya ,owner memberi kan kesempatan kepada kami semua untuk bisa berkerja sama yang baik di dalam lingkungan safasalon
5	Apakah komunikasi antara pemilik dan karyawan berjalan dua arah, atau hanya pemilik saja yang lebih sering menyampaikan?	Berjalan dua arah , karna owner juga membutuhkan pendapat kami di karena kami yang terjun langsung dengan customer
6	Apakah pesan atau instruksi dari pemilik yang Anda sampaikan pernah menimbulkan reaksi atau efek tertentu dari karyawan, misalnya bingung, salah paham, atau malah termotivasi?	Pernah sih, ada juga karyawan yang bingung karena mereka tahunya dari saya, bukan langsung dari owner. Tapi ada juga yang semangat karena merasa diperhatikan. Jadi memang efeknya beda-beda, tergantung cara penyampaianya dan karakter masing-masing karyawan
7	Apakah pemilik menunjukkan kepedulian terhadap kondisi pribadi atau masalah kerja yang dihadapi karyawan?	Ya owner selalu peduli kepada karyawannya layaknya ibu dan anak yang memiliki tanggung jawab besar atas apa yang terjadi terhadap kondisi karyawannya

8	Bagaimana pemilik memberikan bimbingan atau dukungan saat karyawan menghadapi kesulitan dalam bekerja?	Saya sering kali harus menyampaikan arahan atau dukungan kepada karyawan, namun terkadang saya merasa ada keterbatasan karena saya juga harus memastikan jalannya berbagai hal lain di salon. Beberapa karyawan mungkin merasa bahwa mereka tidak mendapatkan bimbingan langsung dari pemilik saat menghadapi kesulitan, karena pemilik sangat sibuk dengan banyak pekerjaan lain di luar salon. Walaupun gitu, saya selalu berusaha untuk memberikan dukungan yang maksimal dengan mendengarkan masalah karyawan dan memberikan arahan berdasarkan pengalaman saya dan kebijakan yang telah ditetapkan oleh pemilik. Selain itu, saya juga sering berkomunikasi dengan pemilik untuk memastikan bahwa setiap masalah yang dihadapi karyawan dapat segera ditangani dengan solusi yang tepat.
9	Apakah selama ini terdapat permasalahan yang terjadi selama owner tidak ada disini?	Kadang karyawan disini merasa kalau owner kurang dekat sama mereka jadi mereka takut kalau bicara jadi mereka kurang dekat sama owner padahal owner sendiri gak buat jarak antara dia sama karyawan lain
10.	Apakah pemilik memberikan apresiasi atau penghargaan terhadap karyawan yang menunjukkan kinerja baik? Jika iya, dalam bentuk apa?	Iya pemilik selalu memberikan apresiasi kepada karyawannya baik itu uang atau barang barang yang bermanfaat
11.	Apakah menurut Anda semua karyawan mendapat perlakuan dan kesempatan komunikasi yang sama dari pemilik?	Sebenarnya, saya rasa tidak semua karyawan mendapatkan perlakuan atau kesempatan komunikasi yang sama dari pemilik. Pemilik sering kali lebih banyak berkomunikasi dengan karyawan yang memiliki tugas lebih strategis atau yang lebih senior, sementara karyawan baru atau yang memiliki tugas lebih rutin mungkin tidak mendapatkan kesempatan yang sama untuk berbicara langsung dengan pemilik. Hal ini mungkin karena kesibukan pemilik yang sangat padat, sehingga tidak semua karyawan mendapatkan waktu atau perhatian yang sama. Tapi meskipun ada perbedaan dalam kesempatan komunikasi, pemilik selalu berusaha untuk memberikan kesempatan kepada setiap karyawan untuk mengungkapkan pendapat atau menyampaikan masalah.
12.	Apakah ada hambatan terhadap karyawan terhadap komunikasi yang dijalin?	kalau itu biasanya ada karyawan yang kayak pendiam, dia gak mau cerita tentang masalah masalah entah di pekerjaan atau diluar itu karena mungkin emang orangnya pendiam jadi

		kita sulit untuk jalin komunikasinya karena emang anaknya pendiam gak sukak cerita
13.	Menurut kamu sendiri, apa yang sudah baik dan apa yang masih perlu ditingkatkan dari cara pemilik berkomunikasi dengan karyawan?	Menurut ku, cara pemilik berkomunikasi dengan karyawan memang sudah cukup baik dalam beberapa hal, terutama dalam hal memberikan instruksi yang jelas ketika diperlukan. Pemilik juga terbuka untuk mendengarkan masukan dari karyawan saat ada masalah yang perlu diatasi, meskipun komunikasi tersebut sering kali tidak langsung, melainkan melalui saya sebagai asisten. Tapi ada beberapa hal yang masih perlu ditingkatkan. Misalnya, karena kesibukan pemilik yang sangat padat, terkadang komunikasi langsung dengan karyawan jadi kurang intens, terutama untuk karyawan yang baru bergabung.
14.	Kesulitan selama ini dalam menjalin komunikasi disini apa saja?	Kadang kan ada beberapa karyawan yang emang susah diajak bicara karena emang pendiam aja atau dia orangnya cuek jadi itu sih biasanya kendalanya.

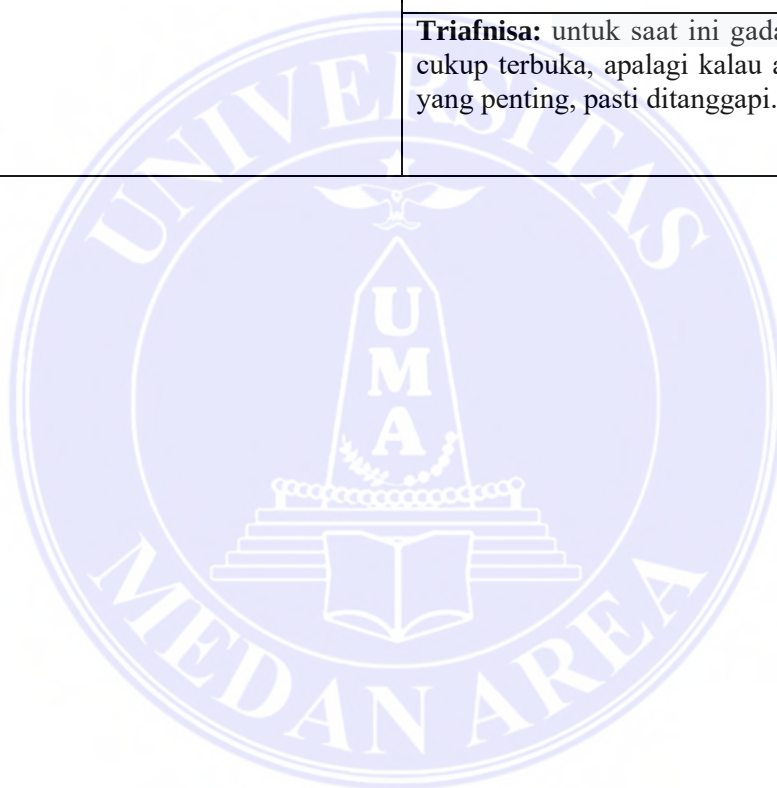
Lampiran 4:**Wawancara Informan Karyawan**

No.	Nama:	Jenis Kelamin:	Pekerjaan:
	1. Sinta 2. Tarisa 3. Arianti 4. Triafnisa	1. Perempuan 2. Perempuan 3. Perempuan 4. Perempuan	1. Hairstylish 2. Make-Up 3. Treatment 4. Treatment
1.	Bagaimana kesan kakak bekerja di Safa Salon selama ini?	Sinta: Kesan saya selama ini baik semuanya baik termasuk jg pemiliknya	
		Tarisa: kesan saya disini enak dan nyaman udah itu aja	
		Arianti: kesannya saya disini enak baik karna nyaman juga disini	
		Triafnisa: menyenangkan sih kak kesan aku selama disini	
2.	Bagaimana cara pemilik menyampaikan arahan atau instruksi kerja kepada Anda?	Sinta: baik, kadang owner menyampaikan langsung kadang juga asisten yang menyampaikan kalau owner tidak bisa menyampaikan	
		Tarisa: Biasanya sih dari asisten atau lewat grup WhatsApp. Kadang langsung juga kalau owner ke salon. Tapi kalau lewat orang lain, kami kadang kurang yakin maksudnya apa, jadi kami biasanya tanya lagi ke senior biar nggak salah paham	
		Arianti: bagus, enak juga dengarnya kalau owner menyampaikan arahnya dan memberikan masukan kalau ada waktu.	
		Triafnisa: biasanya arahan kerja dari pemilik disampaikan lewat WhatsApp atau asisten. Memang tidak selalu langsung, tapi kami tetap merasa diperhatikan karena komunikasi tetap jalan.	
3.	Apakah Anda merasa diberi kesempatan untuk menyampaikan pendapat, pertanyaan, atau keluhan kepada pemilik?	Sinta: iyaa ada, kesempatan tapi Kalau dibilang sering sih nggak juga, tapi ada kok kesempatan buat ngomong langsung sama pemilik. Kak rina (pemilik) sering ke salon juga, cuma karena kesibukan, kadang kita yang ngerasa kek segan aja buat nyampaikan pendapat atau keluhan. Tapi pas udah berani ngomong, Kak rina (pemilik) nanggapi baik	
		Tarisa: iya kita setiap ada briefing selalu dikasih kesempatan untuk menyampaikan apa yang ingin kita bilang	

		Arianti: Kadang agak segan ya, soalnya owner sibuk dan nggak selalu di salon. Tapi kalau ada briefing, biasanya kami dikasih kesempatan ngomong. Cuma nggak semua karyawan berani, jadi kadang disampaikan ke asisten dulu. Triafnisa: Kalau aku pribadi sih pernah menyampaikan saran, dan pemiliknya terima dengan baik. Memang nggak tiap hari kami diskusi langsung, tapi kalau ada yang mau disampaikan pasti owner terima masukannya.
4.	Menurut Anda, apakah semua karyawan diperlakukan sama dalam hal komunikasi dan tugas?	Sinta: sama, semua sama, kecuali waktu masih ditraining beda karna Namanya masih baru kan tapi kalau udh lama di dalam sama semua Tarisa: iya sama semua apalagi dalam komunikasi itu sama Arianti: iya kak sama semua kak tapi Ada juga beberapa yang lebih sering diajak ngobrol langsung, mungkin karena udah kerja lebih lama atau lebih dekat sama pemilik. Tapi ya, yang penting semua tetap dapet arahan dan tahu tugas masing-masing. Triafnisa: Menurutku belum semua sama, kalau soal komunikasi ya, dari segi tugas, juga belum, Pemilik kayaknya nyesuain sama kemampuan dan pengalaman masing-masing tapi bukan berarti dibedakan ya pemilik juga baik ke kami semua
5.	Jika Anda mengalami kesulitan dalam pekerjaan, apakah pemilik memberikan bantuan atau solusi?	Sinta: Kalau lagi ada kesulitan, pemilik sebenarnya mau bantu, tapi kadang kami harus nunggu momen yang pas buat nyampaikan masalahnya. Soalnya kak rina (pemilik) juga sibuk, jadi nggak selalu bisa langsung tanggap. Tapi kalau udah disampaikan, pasti langsung dibantu. Tarisa: iyaa owner memberikann bantuan Arianti: Sempat beberapa kali ngalamin kendala kerja, dan pemilik kasih arahan, walaupun lewat perantara. Jadi memang nggak langsung, tapi tetap ada solusi yang dikasih. Cuma kadang kami butuh respon yang lebih cepat gitu. Triafnisa: diberikan, kadang juga bantuannya nggak langsung dari pemilik, tapi dari asistennya.

6.	Apakah pemilik menunjukkan perhatian atau kepedulian terhadap kondisi Anda sebagai karyawan?	Sinta: iyaa apalagi kalau kami lagi sakit gitu, owner selalu memperhatikan kami
		Tarisa: iya kak peduli pun, misalnya kalau lagi banyak kerjaan, pemilik ngerti dan nggak maksa gitu jadi kami disuruh istirahat, Tapi mungkin ke depan bisa lebih ditingkatkan lagi komunikasi langsungnya, biar semua karyawan bisa ngerasain perhatian yang sama.
		Arianti: diperhatikan kak kami semua yang tinggal disini juga
		Triafnisa: Sebenarnya owner itu peduli, tapi karena owner kadang suka sibuk juga perhatian itu nggak selalu ditunjukin langsung.
7.	Apakah Anda pernah mendapatkan pujian atau apresiasi dari pemilik atas pekerjaan yang Anda lakukan? Bagaimana bentuknya?	Sinta: iyaa kami dikasih pujian kalau kami lebih mahir lagi dalam pekerjaan kami pasti kami dikasih tambahan bonus
		Tarisa: pernah, sering juga mendapat pujian kalau bagus kerjanya
		Arianti: pernah kak sering juga dapat pujian kalau customer senang sama hasil kerja kami
		Triafnisa: iya pernah karna rajin juga jadi juga dapat pujian atau apresiasi
8.	Apa yang biasanya membuat Anda semangat bekerja di salon? Apakah pemilik punya peran dalam hal itu?	Sinta: banyak kak, termasuk bonusnya
		Tarisa: yang buat semangat dukungan dan dapat banyak bonus juga
		Arianti: semangat kerja disini karna orang-orang yang kerja disini juga enak berkawan dan pasti juga karna banyak cuannya
		Triafnisa: karna banyak temannya disini semua kak, dan owner juga baik
9.	Kalau untuk Kakak satu sama lain saling bercerita tentang permasalahan yang terjadi entah di lingkup kerjaan atau diluar kerjaan	Sinta: kalau itu iya kak karekanaan ya kita ada yang tinggal disini, pasti cerita
		Tarisa: ya pastinya, kita kadang kan cerita karena kita biar ada bahan pembicaraan juga
		Arianti: iya kak karna kan kek mana tau jugak kita bisa bantu dari permasalahan itu biar saling bantu
		Triafnisa: memang kalo cerita permasalahan pasti kita jugak sharing satu sama lain kak.

10.	Menurut Anda, apa yang sudah baik dari komunikasi pemilik kepada karyawan? Dan apa yang masih perlu diperbaiki?	Sinta: engga ada sih, bahkan kalau owner nya kalau udah dekat sama kita jadi lebih enak jadi gada yang perlu diperbaiki dari komunikasinya.
		Tarisa: Menurut aku sih pemilik udah baik dalam kasih motivasi dan pujian kalau kerjaan kami bagus. Tapi kadang penyampaian arahan masih lewat perantara, jadi rasanya kurang dekat aja. Kalau bisa lebih sering ngobrol langsung pasti lebih enak
		Arianti: gada kak karna udh baik juga dari komunikasi owner nyampaikan ke kita, tapi paling masalahnya Cuma di kesibukannya owner aja
		Triafnisa: untuk saat ini gada sih, kak rina udah cukup terbuka, apalagi kalau ada masalah kerjaan yang penting, pasti ditanggapi.



Lampiran 5 : Surat Izin Penelitian



UNIVERSITAS MEDAN AREA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20223
Kampus II : Jalan Seliabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 55 /FIS.3/01.10/1/2025
Lampiran. : -
Hal : 1
Medan, 6 Januari 2025

Kepada Yth.
Owner Safa Salon Medan
Jl. Karya Jaya No. 126 B Pangkalan Masyhur Kec. Medan Johor, Kota Medan

Dengan hormat,

Kami dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, dengan ini mengajukan permohonan kepada Bapak/Ibu untuk dapat kiranya menerima mahasiswa kami berikut ini :

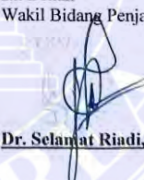
Nama : Salwa Hanifa Abdi
NIM : 218530156
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Saat ini sedang membutuhkan beberapa data pada Owner Safa Salon Medan untuk menyelesaikan penelitian/riset yang berjudul :

"Strategi Komunikasi Interpersonal Pemilik Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Di Safa Salon Kota Medan"

Perlu kami jelaskan bahwa penelitian dan pengambilan data yang diperlukan ini semata-mata hanya untuk kepentingan penelitian dalam penyusunan skripsi. Sehubungan dengan ini, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan data yang diminta pada bidang yang bersangkutan.

Demikian surat ini kami ajukan. Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

a.n Dekan
Wakil Bidang Penjaminan Mutu Akademik

Dr. Selamat Riadi, SE, M.L.Kom

Tembusan:

1. Ka. Prodi Ilmu Komunikasi
2. Mahasiswa ybs
3. Arsip



Lampiran 6: Surat Selesai Penelitian

Safa Salon

**SAFA SALON
MAKEUP DAN HAIR BODY SPA
MEDAN**
Jl. Karya Jaya No 126 B, Pangakan Masyhur, Kec. Medan Johor,
Kota Medan, Sumatera Utara 20147, Telp. 0822-7701-2227
Email: salonstudiosafa@gmail.com

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Faratika Sabrina Barus
Jabatan : Pemilik Safa Salon

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Salwa Hanifa Abdi
NPM : 218530156
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas : Universitas Medan Area

Adalah benar telah melakukan dan menyelesaikan riset di Safa Salon dari tanggal 14 Februari s.d 24 Februari 2025 terkait penelitian berjudul **"Strategi Komunikasi Interpersonal Pemilik dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan di Safa Salon Kota Medan"** dengan fokus pada observasi, wawancara, dan pengumpulan data guna kepentingan akademik.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 26 Februari 2025

Safa Salon
 **PT. SAFA NISA RIZKY**
Jl. Karya Wisata No. 36 C
Medan Johor - Sumatera Utara
0813 6164 2222
Faratika Sabrina Barus
Pemilik Safa Salon