

Bahasa Isyarat dan Antusiasme Bekerja Karyawan Disabilitas di Sunyi Coffee

Fiona Natania¹, Riris Loisa^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: fiona.915190014@stu.untar.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*
Email: ririsl@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal : 09-12-2022, revisi tanggal : 07-01-2023, diterima untuk diterbitkan tanggal : 05-02-2023

Abstract

The lack of job opportunities due to the wrong stigma in the world of disabilities is a problem that needs to be resolved. Therefore, socially-oriented businesses that are open as a forum for employees with disabilities have emerged. Good business communication has great power over a socially oriented business and the enthusiasm of employees working in it. Sunyi Coffee is a coffee shop where all employees are persons with disabilities with different impairments, the majority are deaf and mute. The purpose of this study is to describe how socially oriented business communication builds enthusiasm for the work of employees with disabilities and what the obstacles experienced in efforts to develop an enthusiasm for the work of employees with disabilities in socially oriented business communication and what the solutions are. This study uses the theories and concepts of business communication, non-verbal communication, socially oriented business, employees with disabilities, and employee enthusiasm for work. Using a qualitative approach and case study research method with data acquisition through interviews with Sunyi Group founders, Sunyi Coffee disabled employees, observation, documentation, and literature study. This study also uses coding as a data collection and analysis technique and source triangulation as a data validation technique. The results obtained from this study reveal that Sunyi Coffee's socially oriented business communication process needs to adapt and innovate, provide accessibility, and special tools, modify the environment, and achieve the desired changes in employees through a family and professional approach that is carried out using non-verbal communication. Sign language is the main language for business communication processes in Sunyi Coffee, so enthusiasm for working with employees with disabilities is built.

Keywords: *employee enthusiasm for work, employees with disabilities, social oriented business communication*

Abstrak

Minimnya lapangan pekerjaan karena adanya stigma yang salah dalam dunia disabilitas merupakan masalah yang perlu diselesaikan. Maka dari itu, bisnis berorientasi sosial yang terbuka sebagai wadah bagi para karyawan disabilitas bermunculan. Komunikasi bisnis yang baik memiliki kekuatan yang besar terhadap suatu bisnis berorientasi sosial dan antusiasme bekerja karyawan di dalamnya. Sunyi Coffee merupakan sebuah kedai kopi yang seluruh karyawannya merupakan penyandang disabilitas dengan gangguan yang berbeda-beda, mayoritas tunarungu dan tunawicara. Tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan bagaimana komunikasi bisnis berorientasi sosial dalam membangun antusiasme bekerja karyawan disabilitas dan apa hambatan yang dialami dalam upaya pembangunan antusiasme bekerja karyawan disabilitas dalam komunikasi bisnis berorientasi sosial serta bagaimana solusinya. Dalam penelitian ini menggunakan teori dan konsep komunikasi bisnis, komunikasi non-verbal, bisnis berorientasi sosial, karyawan penyandang disabilitas, dan antusiasme

bekerja karyawan. Menggunakan pendekatan kualitatif dan metode penelitian studi kasus dengan perolehan data melalui wawancara dengan *founder* Sunyi Group, karyawan disabilitas Sunyi Coffee, observasi, dokumentasi dan studi pustaka. Penelitian ini juga menggunakan *coding* sebagai teknik pengumpulan dan analisis data serta triangulasi sumber sebagai teknik keabsahan data. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini mengungkapkan bahwa proses komunikasi bisnis berorientasi sosial Sunyi Coffee perlu beradaptasi dan berinovasi, menyediakan aksesibilitas, alat bantu khusus, modifikasi lingkungan, dan mencapai perubahan yang diinginkan pada karyawan melalui pendekatan secara kekeluargaan dan *professional* yang dilakukan menggunakan komunikasi non-verbal bahasa isyarat sebagai bahasa utama proses komunikasi bisnis dalam Sunyi Coffee sehingga terbangun antusiasme bekerja pada karyawan penyandang disabilitas.

Kata Kunci: antusiasme bekerja karyawan, karyawan penyandang disabilitas, komunikasi bisnis berorientasi sosial

1. Pendahuluan

Stigma yang salah dalam dunia disabilitas masih begitu kuat berkembang di tengah masyarakat. Masyarakat disabilitas sering kali dianggap sebagai kaum yang lemah dan berbeda. Hal ini membuat tuntutan dalam dunia pekerjaan masyarakat disabilitas berbeda dengan masyarakat non-disabilitas pada umumnya. Padahal, masyarakat disabilitas memiliki kemampuan dan antusiasme bekerja yang sama dengan masyarakat non-disabilitas pada umumnya, hanya saja mereka memerlukan suatu aksesibilitas khusus untuk bisa bersaing di dunia kerja yang sesungguhnya. Sama dengan yang dikemukakan oleh Didi Tarsidi (Widinarsih, 2019) bahwa seseorang dengan disabilitas bukan memiliki kemampuan yang berbeda tetapi memiliki kemampuan yang sama namun harus menggunakan cara yang berbeda.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik 2022 (Kustiani, 2022), di Indonesia jumlah masyarakat penyandang disabilitas dengan usia produktif sekitar 17 juta dan sangat jauh dari ideal untuk angka penyerapan tenaga kerja bagi masyarakat disabilitas yang ditunjukkan hanya 7,6 juta penyandang disabilitas yang bekerja. Selain itu juga, masih banyak standarisasi dan syarat-syarat yang menyulitkan untuk kaum disabilitas melalui tahap seleksi kerja dan mencapai jenjang karier yang diinginkan. Masih banyak juga kaum disabilitas yang berputar dalam kebingungan mereka untuk mengeksekusi ide-ide bisnis dan mengelolanya dengan keterbatasan yang dimiliki, dan tidak sedikit diskriminasi terjadi saat bekerja yang membuat rasa trauma karena adanya perbedaan tersebut.

Maka dari itu, saat ini bisnis berorientasi sosial yang terbuka dan fokus pada masyarakat disabilitas bermunculan. Bisnis berorientasi sosial memiliki empat dimensi utama (Setiawan et al., 2020) yaitu nilai sosial yang menciptakan manfaat sosial bagi masyarakat dan lingkungan, masyarakat sipil yang berinisiatif dan berpartisipasi dengan mengoptimalkan modal sosial di masyarakat, inovasi yang berasal dari kearifan lokal, dan juga aktivitas ekonomi yang menunjang misi sosial. Dalam suatu bisnis berorientasi sosial juga memerlukan komunikasi bisnis yang baik di dalamnya. Komunikasi bisnis (Pace & Faules, 2010) yang merupakan suatu pertunjukan, penafsiran pesan, proses penciptaan makna di antara unit komunikasi yang merupakan bagian dari organisasi tertentu.

Sama halnya dengan salah satu *coffee shop* yang berdiri sebagai bisnis berorientasi sosial dengan fokus pada karyawan penyandang disabilitas. Sunyi Coffee hadir di tengah masyarakat Indonesia untuk membawa naik persamaan hak bagi para

karyawan penyandang disabilitas dalam persaingan dunia kerja atas dasar kesetaraan dengan memberikan aksesibilitas yang dibutuhkan dan menggunakan komunikasi non-verbal sebagai bahasa utama.

Komunikasi non-verbal (Kusumawati, 2019) yang merupakan proses pertukaran pesan yang dikemas tidak dalam bentuk kata-kata yang diucapkan atau dituliskan. Sunyi Coffee merupakan sebuah kedai kopi yang seluruh karyawannya merupakan penyandang disabilitas dengan gangguan yang berbeda-beda, mayoritas tunarungu dan tunawicara. Dari segi komunikasi bisnis Sunyi Coffee yang berorientasikan pada masyarakat penyandang disabilitas di dalamnya ada suatu hambatan berkomunikasi dari segi fisik. Namun, pada masa pandemi COVID-19, Sunyi Coffee mampu bertahan dan menjalankan aktivitas bisnis dengan beradaptasi dan mengonversikan pengalaman di Sunyi ke digital. Sunyi Coffee juga memiliki reputasi yang kuat dan publisitas yang baik di dalam media massa dan media sosial hingga pada media internasional.

Sunyi Coffee telah terbuka untuk menjadi wadah para karyawan disabilitas menyalurkan dan mengoptimalkan antusiasme mereka dalam bekerja di tengah keterbatasan yang dimiliki masing-masing karyawan. Antusiasme bekerja (Yudystira, 2013) yang merupakan suatu kondisi mental atau perasaan yang mempengaruhi seorang karyawan untuk melakukan dan menyelesaikan pekerjaan mereka dengan giat. Maka dari itu, hal ini menarik untuk diteliti terkait komunikasi bisnis berorientasi sosial yang berdampak besar pada antusiasme bekerja karyawan disabilitas di dalamnya. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana komunikasi bisnis berorientasi sosial dalam membangun antusiasme bekerja karyawan disabilitas dan apa saja hambatan yang dihadapi serta bagaimana solusinya.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif jenis deskriptif untuk memahami makna dan fakta mengenai bagaimana komunikasi bisnis berorientasi sosial dalam membangun antusiasme bekerja karyawan disabilitas.

Dalam pelaksanaan penelitian ini, peneliti juga menggunakan metode penelitian studi kasus karena merupakan suatu strategi yang tepat untuk meneliti secara mendalam dengan pokok pertanyaan bagaimana komunikasi bisnis berorientasi sosial dalam membangun antusiasme bekerja karyawan disabilitas dan apa hambatan yang dihadapi serta solusinya.

Subyek yang akan diteliti dalam penelitian ini dilihat dari sudut pandang yang berbeda yang memiliki keterikatan pada Sunyi Coffee dengan memberikan jawaban yang kuat dan kredibel. Informan pertama merupakan pemilik Sunyi Coffee, Mario P. Hasudungan Gultom sebagai pihak utama internal yang terlibat langsung dalam proses perintisan dan berjalannya bisnis. Informan kedua dan ketiga merupakan pandangan dari dua karyawan penyandang disabilitas yang bekerja aktif di Sunyi Coffee yaitu Monica Virginia Agustin dan Theresia Elok Wijayanti dengan landasan sebagai pihak yang terlibat langsung dalam proses komunikasi bisnis berorientasi sosial dalam membangun antusiasme bekerja karyawan disabilitas. Penelitian ini juga memiliki obyek penelitian yaitu proses komunikasi bisnis berorientasi sosial Sunyi Coffee dalam membangun antusiasme bekerja karyawan disabilitas, apa hambatan yang dialami dan bagaimana solusinya.

Peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan data primer melalui wawancara terbuka dan observasi, serta data sekunder melalui dokumentasi dan studi

pustaka. Wawancara kepada pemilik Sunyi Coffee yaitu Mario P. Hasudungan Gultom dilaksanakan melalui *Zoom meeting*, dan wawancara kepada kedua karyawan disabilitas Sunyi Coffee yaitu Monica Virginia Agustin dan Theresia Elok Wijayanti dilaksanakan melalui *direct message* di Instagram dan juga *personal chat* di WhatsApp.

Pada teknik pengumpulan dan analisis data penelitian ini menggunakan teknik *coding* yang memiliki tiga tahapan yaitu *open coding*, *axial coding*, dan juga *selective coding*. Dan teknik keabsahan data melalui triangulasi sumber kepada ahli akademisi, Dosen Fikom Untar.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Berjuang melawan stigma yang salah dalam dunia disabilitas yang menyebabkan minimnya penyerapan tenaga kerja bagi masyarakat disabilitas, Sunyi Coffee sebagai bisnis berorientasi sosial berdiri berdasarkan kesamaan *passion* di kemanusiaan, yang memiliki nilai sosial untuk mengedukasi masyarakat dengan mendefinisikan masalah disabilitas dan menjadi wadah untuk menyalurkan dan mengoptimalkan antusiasme bekerja masyarakat disabilitas atas dasar kesetaraan. Seperti yang dinyatakan oleh *Founder* dari Sunyi Coffee yaitu Mario P. Hasudungan Gultom:

“Memang pada awalnya saya punya passion di kemanusiaan yang di mana saya merasa manusia kan harusnya saling tolong menolong ya. Sebenarnya tujuan hidup apa sih? Apakah untuk cari uang/cari cuan gitu kan engga tapi memang kita harus ada passionate di humanity kan. Nah ini ketemu lah sama temen-temen saya yang sebenarnya memiliki passion yang sama, yang kata-katanya tuh ya mereka jenuh melihat bisnis yang sekarang. Seandainya saya mau bikin bisnis, saya ingin membuat perubahan.”- Mario P. Hasudungan Gultom.

Dalam prosesnya diperlukan adaptasi dan inovasi dengan melibatkan langsung masyarakat disabilitas, mempelajari langsung dunia disabilitas dan mencapai perubahan yang diinginkan pada karyawan dengan pelatihan, *review* secara rutin, serta pelaksanaan aturan. Hasil pernyataan analisis dari data dan fakta yang sudah dikumpulkan ini diperkuat oleh konsep bisnis berorientasi sosial yaitu proses menciptakan nilai sosial yang memiliki manfaat sosial bagi masyarakat dan lingkungan dengan mendefinisikan masalah sosial tertentu, melalui kerja sama dengan masyarakat sipil yang berinisiatif dan berpartisipasi dengan mengoptimalkan modal sosial di masyarakat. Aktivitas ekonomi yang menunjang misi sosial dengan mengatur, membuat, dan mengelola usaha sosial untuk mencapai perubahan yang diinginkan dengan berorientasikan pada inovasi yang berasal dari kearifan lokal dan laba. Dari temuan ini, sejalan juga dengan riset (Sofia, 2015) yang dikemukakan bahwa bisnis berorientasi sosial mengandung empat elemen utama yaitu *social value* atau menciptakan manfaat sosial bagi masyarakat dan lingkungan, *civil society* yaitu berasal dari partisipasi dan inisiatif masyarakat sipil dengan mengoptimalkan modal sosial di tengah masyarakat, *innovation* yaitu pemecahan masalah sosial dengan cara yang inovatif melalui inovasi sosial dan kearifan lokal, dan juga *economic activity* yaitu menyeimbangkan antara aktivitas bisnis dengan sosial.

Sebagai bisnis berorientasi sosial yang fokus pada masyarakat penyandang disabilitas, Sunyi Coffee menjadi wadah untuk masyarakat penyandang disabilitas menyalurkan dan mengoptimalkan antusiasme mereka dalam bekerja. Seluruh karyawan penyandang disabilitas di Sunyi Coffee memiliki gangguan yang berbeda-beda yaitu gangguan fisik dan mayoritas tunarungu sehingga mereka diberikan aksesibilitas sesuai dengan kebutuhan masing-masing bahkan melalui pelatihan karyawan sehingga mampu bekerja secara *professional* tanpa ada diskriminasi. Meskipun dalam eksekusinya memerlukan alat bantu khusus seperti alat bantu dengar dan modifikasi lingkungan kerja seperti melalui bentuk meja kotak/bulat dan tinggi meja yang disesuaikan dengan tingginya kursi roda, peletakan kaca di belakang bar, peletakan huruf *braille* di mesin-mesin kopi, dan lainnya.

Hal ini diperkuat dengan konsep karyawan penyandang disabilitas. Sama seperti karyawan pada umumnya, mereka memiliki kemampuan yang sama dengan masyarakat non-disabilitas namun harus menggunakan cara yang berbeda karena gangguan fungsi panca indera seperti menggunakan alat bantu khusus, modifikasi lingkungan, dan teknik alternatif lainnya. Akhirnya dari hasil interaksi antara penyandang disabilitas dengan hambatan sikap dan lingkungan menghambat partisipasi mereka secara penuh dalam masyarakat atas dasar kesetaraan. Dari triangulasi kepada *customer* juga terungkap bahwa karyawan disabilitas di Sunyi Coffee sangat percaya diri dan antusias dalam bekerja, melayani dengan senyum dan sopan santun, serta *professional* dengan kemampuan yang sama seperti karyawan non-disabilitas pada umumnya melalui bahasa isyarat dan alat bantu khusus. Namun berbeda dengan riset (Wahdini, 2020), karyawan disabilitas di Transmart Padang diberikan bordir label “difabel” dengan penjelasan seperti “tunarungu” di belakang baju mereka sehingga karyawan non-disabilitas di sana sudah terbiasa dan maklum.

Dalam keberlangsungan bisnis berorientasi sosial diperlukan komunikasi bisnis yang baik di dalamnya. Komunikasi bisnis merupakan suatu proses pertukaran pendapat, gagasan, instruksi, penafsiran pesan dan proses penciptaan makna di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu yang memiliki tujuan baik secara personal maupun impersonal melalui simbol atau sinyal. Pada proses komunikasi bisnis juga ditemui hambatannya seperti proses penyandian atau simbol yaitu bahasa yang tidak jelas atau sulit dimengerti, simbol yang digunakan tidak sama, adanya hambatan fisik seperti gangguan kesehatan/cacat tubuh, hambatan karena faktor emosi dan persepsi, dan lainnya. Untuk mengetahui manajemen komunikasi yang terjadi dalam suatu bisnis dapat melalui beberapa pendekatan. Sama dengan yang diterapkan oleh Sunyi Coffee, komunikasi bisnis di dalamnya terus dibangun secara intens, yang di dalamnya terdapat karyawan penyandang disabilitas proaktif dalam menyampaikan gagasan/pendapat mereka di momen/kesempatan kapan pun secara bebas dan terbuka dengan adanya pendekatan yang dilakukan melalui komunikasi *one on one*, pendekatan secara kekeluargaan dan *professional*, kegiatan-kegiatan bersama, penanaman pemahaman strata dan nilai kesopanan dalam berkomunikasi, tuntutan bekerja *professional* mengikuti aturan dan dengan memberikan pelatihan *professional* pada karyawan meskipun terdapat hambatan dari bahasa isyarat yang digunakan karena berbeda-beda dan kaidah penyusunan kalimat yang berbeda daripada umumnya. Namun, hambatan-hambatan tersebut dapat teratasi melalui konfirmasi ulang, pengawasan langsung, bahasa isyarat yang diikuti dengan tulisan dan bicara pelan, serta teknik alternatif lain yang mengarah pada subsidisial. Sejalan dengan riset (Santy et al., 2021) yang mengungkapkan bahwa komunikasi bisnis merupakan proses kegiatan menghasilkan, mengirim, menerima, dan

menafsirkan pesan dalam komunikasi antar individu, publik dan massa, baik secara verbal maupun non-verbal yang merupakan kunci untuk merencanakan, memimpin, mengelola, dan mengendalikan sumber daya di dalamnya agar mencapai tujuan.

Komunikasi bisnis berorientasi sosial Sunyi Coffee menggunakan komunikasi non-verbal bahasa isyarat sebagai bahasa utama sehari-hari, pelengkap, pengulangan, dan penekanan. Bahkan, *customer* di Sunyi Coffee juga melakukan komunikasi menggunakan bahasa isyarat seperti yang diungkapkan oleh Mario P. Hasudungan Gultom:

“Di sini seluruh karyawan kita yang non-disabilitas itu bisa bahasa isyarat dan kalau kesulitan kita sediakan mereka segala jenis file untuk membuat laporan secara tertulis. Tapi yang penting semua sudah tertulis dan tercatat. Di sini customer juga wajib memesan dengan bahasa isyarat.” – Mario P. Hasudungan Gultom.

Bahasa isyarat yang digunakan berbeda-beda namun BISINDO dijadikan sebagai pedoman umum bahasa isyarat di Sunyi Coffee seperti riset (Mandasari & Winduwati, 2022) yang mengungkapkan bahwa BISINDO digunakan sebagai bahasa isyarat sehari-hari teman-teman Tuli. Selain itu juga, terdapat beberapa gerakan spesifik yang sudah ditetapkan untuk berkomunikasi dalam Sunyi Coffee seperti mengucapkan seperti kata “terima kasih” dan “sama-sama”.

Gambar 1. Pajangan Bahasa Isyarat BISINDO di Sunyi Coffee Alam Sutera



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 19 Oktober 2022

Dalam aktivitas sehari-hari, komunikasi bahasa isyarat di Sunyi Coffee juga diikuti oleh bicara pelan dan tulisan untuk menghindari miskomunikasi. Hal ini diperkuat oleh konsep komunikasi non-verbal bahasa isyarat yang merupakan proses menciptakan atau menukar pesan yang dikemas tidak dalam bentuk kata-kata yang diucapkan atau dituliskan namun menggunakan gerakan dan sikap tubuh, vokal yang bukan kata-kata, kontak mata, ekspresi muka, kedekatan jarak dan sentuhan sebagai simbol dari makna lisan. Komunikasi non-verbal juga memiliki fungsi sebagai pengulangan, pelengkap, pengganti, penekanan, dan memberdayakan. Berbeda dengan hasil riset (Wahdini, 2020) yang mengungkapkan bahwa dalam proses komunikasi bisnis di Transmart Padang, komunikasi non-verbal bahasa isyarat cukup memakan waktu yang lama dan menyulitkan khususnya pada saat pemberian tugas yang cukup banyak kepada karyawan disabilitas, sehingga komunikasi bahasa isyarat

bukan bahasa utama yang digunakan oleh karyawan disabilitas di Transmart Padang, mereka berkomunikasi menggunakan tulisan.

Dari proses komunikasi bisnis berorientasi sosial bahasa isyarat, terbangunnya antusiasme bekerja para karyawan disabilitas di Sunyi Coffee karena adanya kondisi/perasaan yang baik dengan komunikasi yang terbuka, kepercayaan dan kenyamanan dengan diri sendiri melalui alat bantu dengar dan bahasa isyarat yang nyaman, dorongan hati yang penuh energi untuk bekerja, saling bertukar cerita/hal yang positif, saling menghormati dengan nilai kesetaraan, dorongan untuk menambah pengalaman kerja, lingkungan kerja yang saling membantu dan kekeluargaan, adanya pelatihan karyawan, adanya *open discussion* dengan karyawan dan juga peran aktif orang tua, adanya rasa kepuasan bekerja dengan tugas yang diberikan, perasaan bermanfaat bagi pencapaian tujuan, kepuasan dari penghasilan yang didapatkan, dan juga ketenangan jiwa para karyawan. Diperkuat dengan konsep antusiasme bekerja yang merupakan suatu kondisi perasaan yang mempengaruhi seseorang atau karyawan melakukan dan menyelesaikan pekerjaannya dengan giat yang dilandasi oleh rasa percaya diri, motivasi diri yang kuat, kegembiraan dalam mengerjakan tugas dan juga hubungan yang harmonis, kepuasan bekerja, suasana kerja yang bersahabat, adanya perasaan bermanfaat bagi pencapaian tujuan, kepuasan ekonomi, ketenangan jiwa, jaminan kepastian dan perlindungan keselamatan.

Dari triangulasi kepada *customer* Sunyi Coffee juga terungkap bahwa Sunyi Coffee memang hadir untuk kaum disabilitas bisa bekerja dengan bahasa isyarat sebagai bahasa utama berkomunikasi di Sunyi Coffee bahkan dari pajangan dan dekorasi di Sunyi Coffee juga menunjukan bahwa Sunyi Coffee merupakan *coffee shop* dengan para karyawannya disabilitas yang berkomunikasi lewat bahasa isyarat sehingga para karyawan menjadi nyaman dan percaya diri waktu mereka bekerja dan berkomunikasi yang juga membangun antusiasme mereka dalam bekerja.

4. Simpulan

Berdasarkan hasil pengumpulan data dan fakta yang sudah dikumpulkan, peneliti menyimpulkan bahwa proses komunikasi bisnis berorientasi sosial Sunyi Coffee perlu beradaptasi dan berinovasi dengan melibatkan langsung masyarakat disabilitas untuk menyediakan aksesibilitas, alat bantu khusus seperti alat bantu dengar, modifikasi lingkungan, dan mencapai perubahan yang diinginkan pada karyawan melalui pelatihan dan *review* secara rutin, pendekatan secara kekeluargaan dan *professional*, komunikasi yang terbuka, kebebasan berpendapat para karyawan yang dilakukan menggunakan komunikasi non-verbal bahasa isyarat yang nyaman sebagai bahasa utama, pelengkap, pengulangan, dan penekanan sehingga terbangun antusiasme bekerja pada karyawan penyandang disabilitas. Serta menghadapi hambatan dalam proses berkomunikasi karena adanya perbedaan bahasa isyarat, kaidah penyusunan kalimat S-P-O-K yang berbeda daripada umumnya dengan cara konfirmasi ulang, bahasa isyarat diikuti tulisan dan bicara pelan, pengawasan langsung, serta teknik lainnya yang mengarah pada subsidisial.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, ketiga narasumber dari Sunyi Coffee, serta semua pihak yang turut serta membantu sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

6. Daftar Pustaka

- Kustiani, R. (2022, Februari). *17 Juta Difabel Usia Produktif, yang Bekerja Baru 7,6 Juta Orang - Difabel Tempo.co.* Tempo.Co. <https://difabel.tempco.co/read/1561356/17-juta-difabel-usia-produktif-yang-bekerja-baru-76-juta-orang>
- Kusumawati, T. I. (2019). Komunikasi Verbal dan Nonverbal. *Al-Irsyad: Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 6(2). <http://dx.doi.org/10.30829/al-irsyad.v6i2.6618>
- Mandasari, R., & Winduwati, S. (2022). Upaya Public Relations Pubbisindo dalam Mengampanyekan Penggunaan Bahasa Isyarat Indonesia di Kalangan Masyarakat. *Prologia*, 6(2), 355–361. <https://doi.org/10.24912/PR.V6I2.15572>
- Pace, W., & Faules, D. F. (2010). *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan* (D. Mulyana, Ed.).
- Santy, R. D., Suryani, E. S., Itfilarasati, S., Situmorang, R., & Saputra, H. (2021). Dampak Teknologi Pada Pola Komunikasi Bisnis. *JISAMAR*, 5(3), 608-612. <https://doi.org/https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i3.474>
- Setiawan, H. H., Susantyo, B., Purwanto, A. B., Sulubere, M. B., & Delfirman. (2020). *Kewirausahaan Sosial Penerima Program Keluarga Harapan (PKH) Graduasi*. (B. Rudito, Ed.). Puslitbang Kementerian Sosial RI.
- Sofia, I. P. (2015). Konstruksi Model Kewirausahaan Sosial (Social Entrepreneurship) Sebagai Gagasan Inovasi Sosial Bagi Pembangunan Perekonomian. *Widyakala: Journal of Pembangunan Jaya University*, 2(1), 2–23. <https://doi.org/10.36262/widyakala.v2i1.7>
- Wahdini, & Iswari, M. (2020). Persepsi Karyawan terhadap Karyawan Disabilitas di Transmart Padang. *Juppekhu: Jurnal Penelitian Pendidikan Khusus*, 8(1), 13–18. <https://doi.org/10.24036/juppekhu1084620.64>
- Widinarsih, D. (2019). Penyandang Disabilitas di Indonesia: Perkembangan Istilah dan Definisi. *Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial*, 20(2), 127–142. <https://doi.org/10.7454/jurnalkessos.v20i2.239>
- Yudystira, J. (2013). Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Semangat Kerja Tenaga Pengajar (Studi Pada Lembaga Bimbingan Belajar PT. Gadjahmada Indonesia). *UIN Alauddin Makassar*, 1–78. <http://repository.uin-alauddin.ac.id/id/eprint/10476>