

## Kegiatan *Employee Relations* yang Dilakukan oleh Kedai Lyke Eat

Muhammad Arie\*, Mohamad Subur

Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi,  
Universitas Islam Bandung, Indonesia.

\*ariesyah007@gmail.com, msuburdrajat@gmail.com

**Abstract.** Lyke Eat shop is a micro, small and medium enterprise or commonly abbreviated as MSME. Lyke Eat shop is one of the SMEs that has good employee relations. Employee relations here is the relationship between the owners and their employees. The owners choose employee relations through interpersonal communication. Because interpersonal communication is personal and involves feelings. Therefore, the purpose of this study is to determine employee relations activities through interpersonal communication by the owners to their employees. The approach used in this research is a qualitative approach with a case study method. The theory used is the theory of social interaction and internal communication. Data collection techniques used are observation, interviews, and documentation. Data analysis techniques used are data reduction techniques, data presentation, and drawing conclusions. The last process is to test the validity of the data or the validity of the data through triangulation of sources. The result of the research is that interpersonal communication steps in employee relations activities, the owners approach character by using social interaction. Integrating the employee relations activity plan they have with their interpersonal communication implementation plan, the owners use internal communication, specifically vertical communication, to overcome the bad effects. The reason for using interpersonal communication in employee relations activities is because the owners consider this interpersonal communication important because it is a form of communication that can make employee relations well formed, very effective, easy to implement, and can also accelerate the process of closeness and trust.

**Keywords:** *Social Interaction, Internal Communication, Employee Relations, Interpersonal Communication.*

**Abstrak.** Kedai Lyke Eat merupakan usaha mikro, kecil, dan menengah atau biasa disingkat UMKM. Kedai Lyke Eat merupakan salah satu UMKM yang memiliki employee relations yang baik. Employee relations disini merupakan hubungan antara para owner dengan para pegawainya. Para owner memilih employee relations melalui komunikasi interpersonal. Karena komunikasi interpersonal bersifat pribadi serta melibatkan perasaan. Maka dari itu tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui kegiatan employee relations melalui komunikasi interpersonal oleh para owner terhadap para pegawainya. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teori yang digunakan adalah teori interaksi sosial dan komunikasi internal. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses terakhir yaitu uji keabsahan data atau validitas data melalui triangulasi sumber. Hasil dari penelitian adalah langkah komunikasi interpersonal dalam kegiatan employee relations para owner melakukan pendekatan karakter dengan menggunakan interaksi sosial. Mempadukan rencana kegiatan employee relations yang dimiliki dengan rencana pelaksanaan komunikasi interpersonalnya, para owner menggunakan komunikasi internal tepatnya komunikasi vertikal untuk mengatasi dampak buruknya. Alasan menggunakan komunikasi interpersonal dalam kegiatan employee relations dikarenakan para owner menganggap komunikasi interpersonal ini penting karena salah satu bentuk komunikasi yang dapat membuat employee relations terbentuk dengan baik, sangat efektif, mudah untuk dilaksanakan, dan juga dapat mempercepat proses kedekatan serta kepercayaan.

**Kata Kunci:** *Interaksi Sosial, Komunikasi Internal, Employee Relations, Komunikasi Interpersonal.*

## A. Pendahuluan

Kota Cimahi yang relatif ramai, memberikan suatu dorongan dalam membuat suatu bisnis atau usaha. Hal ini terbukti karena semakin banyak usaha mikro, kecil, dan menengah atau yang biasa disebut UMKM yang bermunculan. Tidak mudah untuk mendirikan suatu UMKM hingga sukses. UMKM pada masa sekarang, tentunya sangat membutuhkan hubungan yang baik di internal untuk menjalankan UMKM tersebut, baik untuk membentuk sebuah chemistry, meningkatkan ke loyalan karyawan ataupun hal-hal lainnya.

Untuk mewujudkan pembentukan hal-hal tersebut, tentunya ada peran dari sebuah kegiatan public relations di dalamnya. Salah satu kegiatan public relations yang mengutamakan hubungan yang harmonis di dalam internal adalah employee relations. Maka dari itu, strategi employee relations sangatlah penting dalam sebuah UMKM. Walaupun setiap UMKM memiliki strateginya masing-masing, namun yang terpenting strategi tersebut sudah di pikirkan secara matang-matang.

Kedai Lyke Eat mengambil langkah dalam strategi employee relations dengan cara pendekatan personal dan lebih condong ke komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal disini adalah komunikasi yang terjadi pada suatu kelompok kecil didalam sebuah UMKM antara para owner dengan para pegawainya. Komunikasi ini biasanya terlaksana secara langsung dan tatap muka, bersifat intim, melibatkan perasaan dan kerap terjadi.

Berdasarkan yang telah diuraikan, maka fokus penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana kegiatan *Employee Relations* melalui komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh para *owner* dari Kedai Lyke Eat?” Selanjutnya, pertanyaan penelitian dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Bagaimana cara komunikasi interpersonal dalam kegiatan employee relations yang dilakukan oleh para owner Kedai Lyke Eat?
2. Bagaimana manfaat komunikasi interpersonal dalam kegiatan employee relations yang dilakukan oleh para owner terhadap para pegawai?
3. Mengapa para owner Kedai Lyke Eat menggunakan komunikasi interpersonal dalam kegiatan employee relations?

## B. Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan paradigma konstruktivisme dikarenakan meneliti pola interaksi manusia yang kompleks dan penuh akan makna. Tentunya dikarenakan setiap manusia memiliki kepribadian dan pola pikir yang berbeda setiap individunya.

Menurut Ibid dalam (Gatot 2020: 19), paradigma konstruktivisme merupakan paradigma yang mencoba untuk memahami dunia dalam pengalaman nyata yang kompleks berdasarkan sudut pandang orang-orang yang tinggal di dalamnya. Menurut Thomas A. Schwandt dalam (Gatot 2020: 20), dasar pemikiran dari paradigma konstruktivisme ini utamanya ialah keyakinan terhadap untuk memahami dunia, seseorang harus mampu menginterpretasikannya.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif. Digunakannya pendekatan ini, penulis akan mengamatai suatu fenomena atau kondisi alamiah yang terjadi sehingga nantinya akan memunculkan sebuah data yang deskriptif.

Menurut Sugiyono (2013:1) Pendekatan kualitatif kerap disebut sebagai penelitian naturalistic disebabkan penelitian akan dilakukan dengan kondisi yang alami, selain itu dikatakan pula etnographi, karena awal-awal sering digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya, alasan dikatakan kualitatif, disebabkan data yang dikumpulkan serta dianalisis lebih bersifat kualitatif.

Dapat diartikan bahwa penelitian ini bertujuan untuk menguraikan suatu fenomena atau kondisi alamiah secara lebih mandalam karena data yang didapatkan merupakan data yang tidak teramati secara langsung. Maka dibutuhkan pengumpulan data yang berbentuk analisis di lapangan mengenai strategi komunikasi interpersonal pada employee relations di Kedai Lyke Eat.

Sedangkan metode yang digunakan oleh penulis adalah metode studi kasus. Studi kasus yaitu salah satu jenis metode dalam penelitian kualitatif, yang menurut Krisyanto (2006: 66), studi kasus ini memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Partikularistik, atau bisa dikatakan pokok dari studi kasus adalah keadaan, kejadian, program, ataupun fenomena.
2. Deskriptif, dikarenakan pada akhir dalam metode ini adalah deskripsi rinci atas pembahasan yang diteliti.
3. Heuristik, metode studi kasus mendukung khalayak untuk mengerti atas pembahasan yang diteliti. Pemahaman, pandangan, serta arti baru adalah tujuan metode ini.
4. Induktif, metode ini dilandaskan oleh fakta-fakta yang terjadi di lapangan, yang akan disimpulkan ke tataran rancangan maupun teori.

Penulis menggunakan teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Tujuan dari penelitian ini yakni untuk mengetahui cara komunikasi interpersonal dalam kegiatan *employee relations* yang dilakukan para *owner* Kedai Lyke Eat, untuk mengetahui manfaat dari komunikasi interpersonal dalam kegiatan *employee relations* yang dilakukan para *owner* terhadap para pegawai, untuk mengetahui alasan para *owner* Kedai Lyke Eat menggunakan komunikasi interpersonal dalam kegiatan *employee relations*.

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

#### Cara komunikasi interpersonal dalam kegiatan *employee relations* yang dilakukan oleh para *owner* Kedai Lyke Eat

Cara komunikasi interpersonal dalam kegiatan *employee relations* nya, para *owner* Kedai Lyke Eat terlebih dahulu melakukan pendekatan karakter. Dalam pendekatan karakter yang dilakukan oleh para *owner* terhadap para pegawai memiliki tujuan untuk mengetahui karakter-karakter personal para pegawai, para *owner* pun menggunakan interaksi sosial dalam pendekatan karakter tersebut pada saat *interview*, jam kerja, dan diluar jam kerja.

Interaksi yang dijalin oleh para *owner* adalah hubungan secara langsung atau bisa disebut *face to face*. Bentuk hubungan secara langsung yang digunakan oleh para *owner* untuk mengetahui karakter pegawai di Kedai Lyke Eat ini berupa kerja sama dalam pekerjaan, para *owner* melakukan kerja sama dengan para pegawai dalam melayani konsumen yang datang atau pembeli. Saat hubungan secara langsung tersebut terjalin, para *owner* Kedai Lyke Eat pun sekaligus menjalin komunikasi terhadap para pegawainya, komunikasi yang dijalin oleh para *owner* tersebut dapat berupa verbal maupun non verbal, para *owner* pun sering menyelipkan sebuah candaan dalam komunikasi yang dijalinnya guna mencari tahu karakter-karakter para pegawai dan upaya pendekatan karakter.

Pendapat penulis tersebut diperkuat oleh teori interaksi sosial menurut Soerjono Soekanto. Menurut Soerjono Soekanto (2006: 64) interaksi sosial tidak akan terjadi apabila tidak ada dua hal, yaitu:

1. Kontak sosial

Kontak sosial merupakan usaha pendekatan pertemuan fisik dan rohaniah. Kontak sosial dapat bersifat primer atau secara langsung (*face to face*) dapat pula bersifat sekunder atau berhubungan melalui media, surat kabar, tv, radio, dan lain-lain. Kontak sosial inipun dapat bersifat positif contohnya seperti kerja sama, adapula kontak sosial yang bersifat negatif contohnya seperti pertentangan atau konflik

2. Komunikasi

Komunikasi merupakan penyampaian informasi dari manusia ke manusia lainnya. Tanpa adanya komunikasi maka tidak akan terjadi interaksi sosial. Karakteristik komunikasi manusia tidak hanya menggunakan bentuk isyarat fisik, ada juga berkomunikasi menggunakan kata-kata yaitu simbol-simbol suara yang mengandung arti bersama dan bersifat standar.

Kemudian setelah itu para *owner* menentukan strategi yang akan digunakan, seperti membuat rencana kegiatan *employee relations* atau agenda bersama, kemudian merencanakan pelaksanaan komunikasi interpersonalnya, hingga akhirnya para *owner* padukan dua rencana tersebut menjadi satu kesatuan.

Penulis menafsirkan bahwa strategi yang digunakan oleh para *owner* adalah strategi komunikasi interpersonal sahabat karib. Penulis menafsirkan demikian karena para *owner* terlihat selalu beranggapan bahwa dirinya adalah sahabat karib atau teman dekat para pegawai

saat beragamnya komunikasi interpersonal tersebut terjalin. Selain itu, menurut penulis strategi yang digunakan oleh para *owner* adalah strategi komunikasi interpersonal saat agenda bersama. Para *owner* sering sekali melakukan komunikasi interpersonal meskipun itu sedang dalam agenda bersama, seperti saat liburan ataupun nonton film bareng tak jarang para *owner* mendatangi para pegawai satu persatu untuk diajak berkomunikasi, hal tersebut di mata penulis merupakan sebuah pengakuan dari para *owner* terhadap para pegawai.

Berdasarkan temuan dan analisis dari penulis mengenai strategi komunikasi interpersonal sahabat karib yang dilakukan oleh para *owner* dalam beragamnya komunikasi interpersonal yang dilakukan tersebut diperkuat oleh empat klasifikasi dari Muhammad Arni terutama pada poin satu, dua dan tiga.

Komunikasi interpersonal diklasifikasikan menjadi 4 menurut (Muhammad Arni, 2005: 159-160), yaitu sebagai berikut:

1. Interaksi Intim

Interaksi intim termasuk komunikasi di antara teman baik, keluarga, dan orang-orang yang sudah memiliki atau mempunyai ikatan emosional yang kuat. Di dalam organisasi atau perusahaan, hubungan ini dikembangkan dalam sistem komunikasi informal, yang mempunyai interaksi personal mungkin di luar peranan dan fungsinya dalam organisasi atau perusahaan.

2. Percakapan Sosial

Percakapan sosial adalah interaksi untuk menyenangkan seseorang secara sederhana. Tipe komunikasi secara tatap muka sangat penting untuk mengembangkan hubungan informal dalam suatu organisasi atau perusahaan. Seperti berbicara tentang perhatian, minat, isu politik, olahraga, teknologi dan lain-lain.

3. Interogasi atau pemeriksaan

Interogasi atau pemeriksaan adalah interaksi antara seseorang yang ada dalam kontrol, yang meminta atau bahkan menuntut informasi dari yang lain.

4. Wawancara

Wawancara adalah salah satu bentuk komunikasi interpersonal di mana dua orang terlibat dalam percakapan yang berbentuk tanya jawab.

### **Manfaat komunikasi interpersonal dalam kegiatan *employee relations* yang dilakukan para *owner* terhadap para pegawai**

Manfaat dari dilaksanakannya komunikasi interpersonal dalam kegiatan *employee relations* adalah timbulnya keterbukaan komunikasi dari para pegawai kepada para *owner*, sehingga dengan timbulnya keterbukaan tersebut dapat menghasilkan SOP melalui komunikasi atasan dengan bawahan. Kemudian diketahui pula dampak buruknya, hingga akhirnya para *owner* menggunakan komunikasi internal tepatnya komunikasi vertikal sebagai langkah mengatasi dampak buruknya tersebut.

Penulis menyimpulkan bahwa manfaat dilakukan komunikasi interpersonal dalam kegiatan *employee relations* di Kedai Lyke Eat adalah keterbukaan dalam berkomunikasi. Penulis dapat berkata demikian karena setelah dilakukannya komunikasi interpersonal dalam kegiatan *employee relations* para pegawai menjadi berani untuk mengeluarkan pendapat, ide, gagasan ataupun masukan terhadap para *owner*.

Penulis pun menyimpulkan dengan keterbukaan komunikasi tersebut, menyebabkan manfaat lainnya, karena terkadang para pegawai memberikan masukan juga mengenai SOP atau aturan yang berlaku di Kedai Lyke Eat itu sendiri. Sehingga dengan begitu SOP atau aturan yang berlaku menjadi lebih berkembang atas kesepakatan antar dua pihak antara para *owner* dan juga para pegawai.

Tentunya ketika ada manfaat yang terasa, ada pula dampak buruk yang terjadi, dampak buruk yang terjadi tersebut pun berasal dari manfaat yang terasa, karena menurut penulis sendiri dengan adanya keterbukaan komunikasi dan kedekatan yang berhasil dijalin, para pegawai tentunya menjadi merasa sangat dekat dengan para *owner* sehingga terkadang para pegawai akan lupa batasan, atau dapat dikatakan menurut penulis para pegawai lupa bahwa dirinya adalah pegawai di Kedai Lyke Eat tersebut.

Dalam mengatasi dampak buruk yang timbul di Kedai Lyke Eat ini, para *owner*

mengatakan langkah pertama yang dilakukan adalah mengidentifikasi masalahnya dengan cara berkomunikasi dengan pegawai bersangkutan. Kemudian para *owner* akan mengatasi dampak tersebut berdasarkan hasil dari identifikasi masalah tersebut, langkah selanjutnya yang biasa *owner* gunakan untuk mengatasi dampak buruk tersebut, yaitu dengan cara menegaskan perihal *Standard Operating Procedure* atau biasa disebut SOP. SOP ini sendiri merupakan sebuah standar perusahaan yang membantu mengatur kelancaran sebuah perusahaan tersebut. yang ada ataupun merubah sop pegawai yang ada dan juga dengan melakukan sebuah peneguran secara langsung kepada pegawai yang bersangkutan.

Setelah mengingatkan mengenai SOP atau peraturan yang berlaku, jika masih ada pegawai yang melakukan kesalahan kembali, maka ada kemungkinan para *owner* merubah SOP yang berlaku, penulis berpandangan bahwa para *owner* akan memperketat SOP atau peraturan tersebut dengan cara menambahkan sanksi yang lebih berat di dalamnya.

Para *owner* pun terkadang melakukan peneguran untuk mengatasi dampak buruk yang timbul, namun peneguran tersebut biasanya dilakukan dengan cara menyesuaikan pegawai nya. Jika pegawai nya dirasa tidak mudah tersinggung dan suka bercanda maka peneguran dilakukan para *owner* dengan sebuah sindiran yang diselipkan dalam sebuah candaan, tapi apabila pegawai nya terkesan serius, maka para *owner* akan menegur dengan bentukan serius pula.

Maka dari itu, berdasarkan temuan dan analisisnya, menurut penafsiran penulis, para *owner* mengatasi dampak yang timbul tersebut melalui komunikasi terhadap pegawai yang bersangkutan, atau biasa disebut komunikasi vertikal. Komunikasi vertikal sendiri menurut penulis adalah sebuah komunikasi atasan terhadap bawahan dan juga komunikasi bawahan terhadap atasan.

Penulis dapat mengatakan bahwa para *owner* menggunakan komunikasi vertikal dalam mengatasi dampak yang timbul, karena para *owner* selalu berkomunikasi dengan para pegawai yang bersangkutan untuk menyelesaikan dampak tersebut, entah itu berupa peneguran, mengingatkan SOP ataupun hal lainnya.

Berdasarkan pandangan penulis mengenai para *owner* mengatasi dampak buruk yang timbul di Kedai Lyke Eat ini diperkuat oleh teori komunikasi vertikal yang dapat menunjang komunikasi internal menurut Effendy.

Komunikasi internal dapat ditunjang dengan dua kegiatan komunikasi, salah satunya adalah komunikasi vertikal (Effendy, 2009:18-20):

Komunikasi vertikal yaitu komunikasi dari bawah ke atas (*upward communication*) dan dari atas ke bawah (*downward communication*) secara timbal balik. Dalam proses komunikasi vertikal, manajer atau pemimpin memberikan instruksi, informasi, arahan, dll. kepada bawahannya. Kemudian bawahan memberikan laporan, gagasan, saran, dsb. kepada manajer atau pemimpin.

### **Alasan para *owner* Kedai Lyke Eat menggunakan komunikasi interpersonal dalam kegiatan *employee relations***

Alasan menggunakan komunikasi interpersonal ke dalam kegiatan *employee relations* adalah dikarenakan para *owner* menganggap komunikasi interpersonal ini sangat penting karena komunikasi interpersonal merupakan salah satu bentuk komunikasi yang dapat membuat *employee relations* terbentuk dengan baik, agenda bersama terasa lebih efektif dengan hadirnya komunikasi interpersonal sehingga dirasa bahwa komunikasi interpersonal sangat efektif untuk digunakan, komunikasi interpersonal dirasa merupakan strategi yang tepat apabila digabungkan dengan kegiatan *employee relations* atau agenda bersama, komunikasi interpersonal dirasa mudah untuk dilaksanakan, tapi dapat menghasilkan *employee relations* yang baik, dan juga dapat mempercepat proses kedekatan serta kepercayaan.

Menurut penulis dengan digunakannya komunikasi interpersonal ke dalam kegiatan *employee relations* akan membuat kedekatan lebih terasa antara pegawai dengan para *owner* karena komunikasi yang dilakukan merupakan komunikasi interpersonal, komunikasi yang terjalin secara empat mata antara pegawai dengan *owner*. Sehingga menyebabkan kedekatan lebih terasa karena lebih *privacy* komunikasi yang terjalinnya. Maka dari itu penulis menafsirkan bahwa komunikasi interpersonal digunakan oleh para *owner* karena komunikasi

interpersonal sangat penting untuk menyokong *employee relations* agar terbentuk dengan baik.

Berdasarkan penafsiran penulis yang menyatakan bahwa alasan para *owner* menggunakan komunikasi interpersonal ke dalam kegiatan *employee relations* adalah karena para *owner* menganggap bahwa komunikasi interpersonal sangat penting karena dapat membuat *employee relations* terbentuk dengan baik diperkuat oleh teori Ruslan Rosady mengenai pelaksanaan program komunikasi ke dalam program *employee relations*.

Menurut (Ruslan Rosady 2014: 272) Pelaksanaan program komunikasi ke dalam melalui program *employee relations* akan menimbulkan hasil yang positif yaitu merasa dihargai dan diperhatikan sehingga dapat menciptakan rasa memiliki, motivasi, kreativitas, dan ingin mencapai prestasi kerja semaksimal mungkin sehingga pada akhirnya akan memberi dampak positif terhadap motivasi kerja.

Selain itu, menurut penulis kegiatan *employee relations* atau agenda bersama antara para *owner* dengan para pegawai seperti liburan, nonton film, arisan, dan lain-lain tidak terasa memberikan dampak besar untuk mencapai sebuah kedekatan yang diharapkan. Kemudian para *owner* mencari tahu kedekatan yang terjalin ini berasal dari mana jika bukan dari agenda bersama yang dimilikinya. Hingga pada akhirnya para *owner* menyadari bahwa kedekatan yang terjalin saat agenda bersama dapat lebih terasa karena kehadiran komunikasi interpersonal di dalamnya.

Kemudian setelah diketahui bahwa komunikasi interpersonal yang membuat kedekatan lebih efektif, maka para *owner* pun mencoba untuk menggabungkan atau melibatkan komunikasi interpersonal ke kegiatan *employee relations* atau agenda bersama yang dimilikinya. Maka dari itu, penulis menyimpulkan bahwa para *owner* menganggap komunikasi interpersonal sangat efektif dalam kegiatan *employee relations*.

Selain itu, penulis pun memiliki pandangan bahwa para *owner* menganggap komunikasi interpersonal ini mudah dilaksanakan karena komunikasi yang dilakukan dapat verbal maupun non-verbal, sehingga para *owner* tidak akan merasa kesulitan dalam berkomunikasi secara tatap muka, karena setiap berada di Kedai para *owner* akan selalu berusaha untuk menjalin komunikasi interpersonal dengan tiap pegawainya. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa para *owner* memiliki anggapan jika komunikasi interpersonal mudah untuk dilaksanakan.

Kemudian penulis pun menafsirkan bahwa para *owner* menggunakan komunikasi interpersonal ke dalam kegiatan *employee relations* karena dengan adanya timbal balik dalam komunikasi interpersonal tatap muka yang dijalin oleh para *owner* terhadap para pegawai, tentunya membuat kedekatan menjadi lebih cepat, dikarenakan adanya timbal balik tersebut menandakan komunikasi yang terjalin pun dua arah. Hal tersebut mengakibatkan dua individu yang terlibat akan lebih serius dalam berkomunikasi, sehingga penulis berpandangan bahwa komunikasi yang dijalin dapat melibatkan emosional atau perasaan individu yang sedang melaksanakan komunikasi interpersonal tersebut. Dengan begitu maka kepercayaan satu sama lain yang terlibat akan mulai terbentuk.

#### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Cara komunikasi interpersonal dalam kegiatan *employee relations* nya, para *owner* Kedai Lyke Eat melakukan pendekatan karakter. Dalam pendekatan karakter yang dilakukan oleh para *owner* terhadap para pegawai memiliki tujuan untuk mengetahui karakter-karakter personal para pegawai, para *owner* pun menggunakan interaksi sosial dalam pendekatan karakter tersebut saat interview, jam kerja, dan diluar jam kerja. Kemudian setelah itu menentukan strategi yang akan digunakan, seperti membuat rencana kegiatan *employee relations*, merencanakan pelaksanaan komunikasi interpersonalnya, yang kemudian dipadukan menjadi satu kesatuan.
2. Manfaat dari komunikasi interpersonal dalam kegiatan *employee relations* adalah keterbukaan komunikasi, menghasilkan SOP melalui komunikasi atasan dengan bawahan. Kemudian diketahui pula dampak buruknya, hingga akhirnya para *owner* menggunakan komunikasi internal tepatnya komunikasi vertikal sebagai langkah

- mengatasi dampak buruknya tersebut.
3. Alasan menggunakan komunikasi interpersonal ke dalam kegiatan employee relations adalah dikarenakan para owner menganggap komunikasi interpersonal ini sangat penting karena salah satu bentuk komunikasi yang dapat membuat employee relations terbentuk dengan baik, sangat efektif, strategi yang tepat, mudah untuk dilaksanakan, dapat menghasilkan employee relations yang baik, dan juga dapat mempercepat proses kedekatan serta kepercayaan.

### **Acknowledge**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada para owner dan seluruh pegawai Kedai Lyke Eat yang telah mendukung dan juga membantu dalam memberikan data ataupun informasi untuk tujuan penelitian ini.

### **Daftar Pustaka**

- [1] Soekanto, Soerjono. 2006. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- [2] Muhammad, Arni. 2005. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- [3] Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Human Relation & Public Relation*. Bandung: Mandar Maju.
- [4] Ruslan, Rosady. 2014. *Manajemen Publik Relation dan Media Komunikasi (Konsep dan Aplikasi)*. Jakarta: Raja Grafindo.
- [5] Haryono, Cosmas Gatot. 2020. *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. Sukabumi: Jejak.
- [6] Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [7] Krisyanto, R. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.