

Penerapan komunikasi dan *public relation* pada karyawan baru kafe

Siti Fatimah Hestiyanti

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: 210503110107@student.uin-malang.ac.id

Kata Kunci:

komunikasi; *public relation*;
kafe; karyawan baru

Keywords:

communication; *public relation*; café; new employees

ABSTRAK

Dalam bisnis global saat ini, *public relations* adalah suatu elemen yang mendukung dan membantu suatu usaha atau bisnis. *Public Relations* (PR) sendiri pun juga merupakan aspek penting dalam bisnis apapun itu, salah satunya yaitu termasuk kafe. Penerapan komunikasi dan *public relations* yang efektif terhadap karyawan baru adalah kunci untuk membangun tim yang kompeten, berkomitmen, bertanggung jawab dan saling membantu. Begitupun RS Kafe juga telah menerapkan komunikasi dan *public relations* yang baik didalamnya. Hal tersebut

bertujuan agar memungkinkan karyawan baru untuk memahami budaya kerja, nilai-nilai, dan tujuan kafe. Selain itu, komunikasi dan *public relations* yang efektif juga membantu kafe menjawab tantangan tertentu.

ABSTRACT

In today's global business, *public relations* is an element that supports and helps an enterprise or business. *Public Relations* (PR) itself is also an important aspect in any business, one of which includes cafes. Applying effective communication and *public relations* to new employees is the key to building a team that is competent, committed, responsible and helpful to each other. Likewise, RS Kafe has also implemented good communication and *public relations* within it. This aims to enable new employees to understand the work culture, values and goals of the cafe. Apart from that, effective communication and *public relations* also help cafes respond to challenges situations.

Pendahuluan

Dalam bisnis global saat ini, *public relations* adalah suatu elemen yang mendukung dan membantu suatu usaha atau bisnis. *Public relations* adalah suatu bentuk komunikasi yang berlaku terhadap semua jenis organisasi, baik yang bersifat komersial maupun non-komersial, di sektor publik (pemerintahan) maupun privat (pihak swasta). *Public Relations* (PR) sendiri pun juga merupakan aspek penting dalam bisnis apapun itu, salah satunya yaitu termasuk kafe.

Kafe saat ini menjadikannya salah satu representasi dari *third place*, jadi café saat ini tidak hanya dipandang sebagai tempat untuk meminum kopi, akan tetapi juga sebagai ruang sosial yang telah dikonsep ulang menjadi ruang-ruang untuk berkumpul alternatif yang memungkinkan memiliki keterikatan dengan kondisi ruang pribadi



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

sehari-hari (Maharani, 2016:11). Hal tersebut dapat terlihat dari jumlah kafe di Indonesia yang mengalami perkembangan pesat, terutama di kota-kota besar di Indonesia, seperti: Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Surabaya, dan Malang. Jumlah kafe tersebut di Indonesia saat ini diperkirakan telah lebih dari 10.000 kafe dan diprediksi akan memberikan nilai ekonomi sebesar USD 4,16 miliar pada akhir tahun 2018 (Septiyaning, 2016).

Rumah Sakit (RS) Kafe merupakan salah satu kafe yang ada di Kota Malang. Kafe ini termasuk dalam Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang berperan penting dalam perekonomian (Minai et.al., 2021; Dima & Segaf, 2023; Sarif et.al., 2023). Letak kafe ini berada di posisi yang strategis karena berada di dekat kawasan kampus-kampus besar seperti UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, Universitas Brawijaya, Universitas Islam Malang, dll. RS Kafe ini berada di jalan Simpang Gajayana No.76, Merjosari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur. Di kafe ini juga menawarkan beberapa minuman seperti milkshake, kopi-kopian (seperti V60, Coffee Drip, dll), dan snack-snack (seperti *French Fries*, *Mixplate*, dll).

RS Kafe juga dapat sebagai tempat yang menawarkan pengalaman untuk merasakan sensasi minuman dan kopi-kopian, dan juga menawarkan keramahan karyawan maupun owner kepada pelanggan. Akan tetapi, pelanggan bukanlah satu-satunya faktor pendorong kemajuan industri kafe, tetapi karyawan pun juga faktor pendorong dan merupakan suatu aset berharga. Karyawan yang baru bergabung dengan kafe pun juga merupakan hal yang penting dalam mempertahankan reputasi kafe, kualitas produk yang ada di kafe, dan pengalaman pelanggan yang bernilai positif. Maka dari itu, penerapan komunikasi dan public relations yang efektif terhadap karyawan baru adalah kunci untuk membangun tim yang kompeten, berkomitmen, bertanggung jawab dan saling membantu.

Penerapan komunikasi dan public relations dalam konteks ini bukanlah hanya sekadar alat untuk menyampaikan suatu informasi, tetapi juga sebagai cara untuk membina hubungan yang sehat antara manajemen kafe dan karyawan baru. Karyawan baru yang merasa didengarkan, dihargai, dibantu saat mengalami kesusahan dan memiliki pemahaman yang jelas tentang budaya, tujuan, dan nilai-nilai kafe, cenderung lebih termotivasi, produktif, dan loyal terhadap kafe.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan komunikasi dan public relation kepada karyawan baru di RS Kafe. Selain itu, bertujuan juga agar dapat fokus pada penerapan prinsip-prinsip komunikasi dan public relations yang kuat. Serta, kafe dapat mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan mempertahankan citra positif di mata karyawan dan pelanggan.

Pembahasan

Penerapan komunikasi dan public relations terhadap karyawan baru di kafe adalah salah satu aspek penting dalam membangun budaya kerja yang positif, meningkatkan keterlibatan karyawan, dan memastikan bahwa karyawan baru tersebut merasa diterima di lingkungan kerjanya dan memiliki pemahaman yang baik tentang nilai-nilai dan tujuan kafe itu sendiri. Maka dari itu, disini akan membahas secara lengkap tentang

bagaimana komunikasi dan public relations pada karyawan baru yang telah diterapkan di RS Kafe:

Memberikan Orientasi atau Masa Pengenalan yang Efektif

Memberikan Program Pelatihan atau Masa Training

Kafe setidaknya harus memiliki program pelatihan karyawan baru. Ini bukan hanya tentang prosedur kerja, tetapi juga tentang budaya kafe, nilai-nilai, dan standar kualitas yang dipegang oleh kafe. Program ini membantu membangun pemahaman yang kuat di antara karyawan baru. Pada RS Kafe menerapkan masa training kepada karyawan selama kurang lebih dalam seminggu. Kegiatannya disini berupa pengenalan terhadap lingkungan, pengenalan kepada karyawan lama, pengenalan terhadap menu-menu yang ada di Kafe. Pada hari pertama bekerja, karyawan baru membantu dibagian waitress atau mengantarkan pesanan kepada pelanggan.

Mentor dan Panduan

Menetapkan seorang mentor atau dapat juga berupa karyawan lama bagi karyawan baru untuk membantunya beradaptasi lebih cepat. Mentor ini dapat membantu menjawab pertanyaan, memberikan panduan, dan memberikan dukungan kepada karyawan baru. Di RS kafe menerapkan hal ini dengan dibantu oleh karyawan lama yang telah berpengalaman disana. Karyawan lama dapat memberikan arahan kepada karyawan mengenai hal-hal yang perlu dicatat oleh karyawan baru apabila ada suatu kelupaan mengenai menu atau hal lain sebagainya agar dapat membantu karyawan baru tersebut.

Menjalin Komunikasi secara Terbuka

Menjalankan Evaluasi

Kafe sebaiknya mendorong karyawan baru untuk memberikan umpan balik tentang pengalaman mereka dan bagaimana kafe dapat memperbaiki pelayanan atau kondisi kerja. Ini menciptakan perasaan bahwa suara mereka didengar. Dapat pula menyelenggarakan rapat dan diskusi reguler antara owner, manajer dan karyawan baru maupun lama untuk membantu menyampaikan informasi penting, menciptakan kesempatan bagi pertanyaan, dan memastikan bahwa karyawan baru memahami perubahan atau kebijakan yang terbaru. Penerapan kegiatan ini di RS Kafe adalah dengan cara mengadakan evaluasi setiap bulannya. Dalam evaluasi ini nantinya akan membahas mengenai kinerja karyawan selama sebulan, keluhan yang dirasakan pada karyawan baru maupun lama, dan lain hal sebagainya. Hal ini bertujuan untuk memperbaiki apa yang kurang selama sebulan terakhir dan meningkatkan kelebihan yang telah ada selama sebulan terakhir.

Cara Menangani Krisis dan Tanggapan Darurat

Perencanaan Krisis

Kafe seharusnya memiliki rencana tanggapan darurat yang mencakup komunikasi dengan karyawan. Karyawan baru perlu tahu apa yang harus mereka lakukan dalam situasi darurat dan bagaimana mereka akan diberitahu. Penerapan di RS Kafe apabila mengalami suatu kondisi krisis yaitu sebagai berikut:

1. Mencatat Resep diletakkan di dinding atau area yang dapat dilihat dengan mudah: Di RS Kafe menerapkan hal tersebut dengan cara menempelkan resep-resep yang cukup rumit dibuat. Jadi, apabila karyawan baru mengalami krisis seperti lupa cara membuat atau menakar minumannya dapat melihat resep yang ditempel atau melihat catatan sendiri yang telah dijelaskan atau diarahkan oleh mentor. Serta bisa juga menanyakan kepada karyawan lama yang bertugas bersama saat itu.
2. Tetap tenang dan fokus: Apabila karyawan baru mengalami kepanikan atau membuat minuman yang salah. Mentor atau karyawan lama tetap mengarahkan untuk tidak perlu panik dan tetap fokus dan tenang. Serta mengarahkan untuk membuat minuman baru lagi dengan benar.
3. Meminta maaf secara langsung kepada pelanggan: Apabila terjadi suatu kesalahan yang berhubungan langsung dengan pelanggan seperti salah atau lupa mengantarkan pelanggan, tidak sengaja menumpahkan minuman pelanggan, RS Kafe memberikan arahan untuk sesegera mungkin meminta maaf kepada pelanggan secara langsung, dan menyelesaikan masalah yang dibuat sampai masalah tersebut telah diselesaikan.

Kesimpulan

Komunikasi yang efektif dan public relations yang baik membantu karyawan baru merasa diterima, terlibat, dan dihargai. Begitupun RS Kafe juga telah menerapkan komunikasi dan public relations yang baik didalamnya. Hal tersebut bertujuan agar memungkinkan karyawan baru untuk memahami budaya kerja, nilai-nilai, dan tujuan kafe. Serta, kafe pun juga dapat memberikan saluran untuk berbagi umpan balik, memecahkan masalah, dan berkontribusi pada perkembangan kafe. Selain itu, komunikasi dan public relations yang efektif juga membantu kafe menjawab tantangan, menghadapi situasi krisis, Dan dengan menciptakan transparansi dan kepercayaan antara manajemen dan karyawan baru, yang pada gilirannya dapat memperkuat loyalitas, motivasi, dan produktivitas.

Kesuksesan kafe pun tidak hanya bergantung pada kualitas kopi atau hidangan yang disajikan, tetapi juga pada tim yang kuat, berkomitmen, dan bersemangat. Komunikasi dan public relations yang baik membantu membangun tim seperti itu, menggerakkan kafe menuju pencapaian tujuan yang lebih besar. Serta memberikan respon positif kepada pelanggan saat berkunjung dengan dimilikinya karyawan yang kompeten.

Daftar Pustaka

Diana, Ilfi Nur., Segaf, Segaf., Ibrahim, Yusnidah., Minai, Mohd Sobri., & Saqlain, Raza. (2020). Barriers to small enterprise growth in the developing countries: Evidences from case studies in Indonesia and Malaysia. *Academy of Strategic Management Journal*, 19 (4). ISSN 15441458, 19396104. <http://repository.uin-malang.ac.id/17921/>

- Jefkins, F. (1992). *Public Relations* (edisi keempat). Jakarta: Erlangga.
- Minai, M. S., Raza, S., & Segaf, S. (2021). Post COVID-19: Strategic digital entrepreneurship in Malaysia. In *Modeling economic growth in contemporary Malaysia* (pp. 71-79). Emerald Publishing Limited. <http://repository.uin-malang.ac.id/11165/>
- Poedjadi, M. R., Agustin, H., & Hafiar, H. (2022). Peran Public Relations Terhadap Pengelolaan Café Inklusif. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 7(3), 486. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v7i3.25713>
- Rahayu, Y. S. (2013). Pengaruh Integrated Marketing Communication Terhadap Brand Equity Perbankan Syariah di Kota Malang. *EL DINAR: Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 1(02).
- Sarif, Reza., Susanto, Rosya Mawaddah., Retnasih, Nora Ria., & Segaf, Segaf. (2023) Revolutionizing Resilience: MSMEs' Journey with Digital Strategies in Post-Pandemic Recovery. *JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan)*, 8 (3). pp. 203-218. ISSN 2477-3166. <http://repository.uin-malang.ac.id/16783/>
- Wasesa, S. A. (2005). *Strategi public relation*. Gramedia Pustaka Utama.
- Yazid, T. P., & Asfarina, M. (2017). Proses Marketing Public Relations Pada Kafe. *Prosiding CELSciTech UMRI*, vol 2, 38-44.