

**MANAJEMEN KOMUNIKASI CAFÉ TST ABE DALAM
MEMPERTAHANKAN USAHA DI KOTA MEDAN**

SKRIPSI

Oleh:

MUHAMMAD NADIF HADI

NPM : 1803110128

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Broadcasting



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

MEDAN

2023

PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama : MUHAMMAD NADIF HADI
NPM : 1803110128
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari, tanggal : Kamis, 09 Maret 2023
Waktu : Pukul 08.00 s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr. Ribut Priadi, S.Sos, M.I.Kom
PENGUJI II : Dr. Sigit Hardiyanto, S.Sos, M.I.Kom
PENGUJI III : Fadhil Pahlevi Hidayat, S.I.Kom., M.I.Kom

()
()
()

PANTIA PENGUJI

Ketua



Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP

Sekretaris





Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

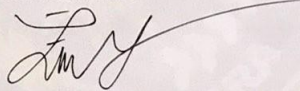
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi, oleh:

Nama : **MUHAMMAD NADIF HADI**
NPM : 1803110128
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **MANAJEMEN KOMUNIKASI CAFE TST ABE
DALAM MEMPERTAHANKAN USAHA DI KOTA
MEDAN**

Medan, 09 Maret 2023

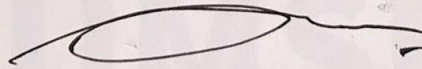
PEMBIMBING



FADHIL PAHLEVI HIDAYAT, S.I.Kom., M.I.Kom

Disetujui Oleh

KETUA PROGRAM STUDI



AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom


DEKAN

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, **Muhammad Nadif Hadi**, NPM **1803110128**, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kerjasama di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar keserjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 08 Juni 2023

Yang menyatakan,

A 1000 Rupiah postage stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '1000', 'REPUBLIK INDONESIA', 'METEBAI TEMPEL', and the serial number '416E1AKX452769434'.

MUHAMMAD NADIF HADI

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah Rabbil'alaminn, puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat tersusun hingga selesai. Salam dan shalawat tercurah kepada baginda Nabi Muhammad shalallahualaihiwassalam yang telah membawa kabar tentang ilmu pengetahuan kepada umatnya yang berguna untuk kehidupan didunia dan akhirat kelak.

Skripsi merupakan salah satu syarat wajib untuk menyelesaikan pendidikan sarjana di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Skripsi ini berisikan **“Manajemen Komunikasi Café TST Abe Dalam Mempertahankan Usaha Di Kota Medan”**, skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena dalam proses penyelesaiannya tidak sedikit kesulitan dan hambatan dalam penyusunan skripsi ini. Dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada Allah SWT yang telah membeikan rahmat dan hidayanya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini hingga selesai.

Tak lupa pula penulis berterima kasih kepada Kedua orang tua tercinta Ayahanda Suwardi dan Ibunda Hawa Sri Haryati yang telah membesarkan, mendidik, memberi dukungan moral maupun materi, nasehat serta lantunan doa. Sehingga anakmu mampu menyelesaikan skripsi ini. Begitu juga dengan peran Abang peneliti Muhammad Reza. Serta banyak pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak akan mungkin

terselesaikan tanpa doa, usaha, bimbingan, dan juga arahan dari berbagai pihak.

Untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos, MSP. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU.
3. Bapak Dr. Abrar Adhani.,S.Sos.,M.I.Kom. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU.
4. Ibu Dra. Hj. Yurisna Tanjung, M.AP. selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Umsu
5. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi UMSU.
6. Bapak Faizal Hamzah Lubis, S.Sos, M.I.Kom. selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi UMSU.
7. Bapak Fadhil Pahlevi Hidayat, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing yang sudah membimbing peneliti dengan sabar dari penyusunan proposal skripsi hingga menjadi sebuah skripsi.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah mendidik peneliti sampai sekarang ini.
9. Kepada Staff Biro FISIP UMSU yang telah membantu peneliti dalam hal mengurus berkas-berkas perkuliahan

10. Pengelola perpustakaan UMSU yang senantiasa melayani pemenuhan referensi buku.
11. Terima kasih kepada Nina Yuni G. yang telah menyemangati peneliti dan membantu membimbing saya dalam mengerjakan skripsi peneliti.
12. Terima kasih kepada Mhd Al Qodri Nasution yang telah mau memberitahu serta membimbing peneliti dalam mengerjakan skripsi penulis. Dan terima kasih kepada Fikri Adinata Rangkuti yang telah menyemangati peneliti pada awal pengerjaan skripsi peneliti.
13. Serta kepada teman-teman dan pihak-pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu disini yang telah membantu peneliti dalam penyelesaian skripsi ini. Inshaa Allah perbuatan kalian menjadi amal yang baik, Aamiin.

Akhir kata, peneliti memohon maaf jika dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kesalahan dan kekurangan. Namun peneliti berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak dan bermanfaat bagi penulis khususnya pembaca dalam menambah pengetahuan dan wawasan.

Medan, 31 Januari 2023

Penulis

Muhammad Nadif Hadi

1803110128

**MANAJEMEN KOMUNIKASI CAFÉ TST ABE DALAM
MEMPERTAHANKAN USAHA DI KOTA MEDAN
MUHAMMAD NADIF HADI**

1803110128

ABSTRAK

Manajemen komunikasi merupakan bagaimana orang-orang mengelola proses komunikasi dalam hubungannya dengan orang lain dalam setting atau konteks komunikasi. Manajemen komunikasi menggunakan berbagai sumber daya komunikasi secara terpadu melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan dan sumber daya manusia, untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Komunikasi adalah bagian yang tidak bisa dilepaskan dalam kehidupan manusia. Segala proses yang dilakukan manusia memerlukan komunikasi agar bisa berinteraksi antar sesama untuk membangun kontak sosial. Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu, mengubah sikap, pendapat atau perilaku, baik secara lisan ataupun tidak langsung. Manajemen adalah proses merencanakan, mengorganisasi, mengarahkan, dan mengendalikan kegiatan untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien dengan menggunakan sumber daya organisasi. Komunikasi memegang peranan sentral dalam media komunikasi dimana pesan yang disampaikan oleh komunikator harus dapat dipahami dengan baik oleh komunikan melalui media komunikasi baik media elektronik maupun non elektronik. Komunikasi pada prinsipnya merupakan aktivitas pertukaran ide atau gagasan. Secara sederhana komunikasi dipahami sebagai kegiatan penyampaian pesan dan penerimaan pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media. Dengan begitu penelitian ini mencari tahu bagaimana cara manajemen komunikasi dalam mempertahankan usaha di Kota Medan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan metode deskriptif. Hasil dari penelitian ini Penerapan manajemen komunikasi yang berlangsung di Café TST Abe sendiri sudah berjalan cukup meyakinkan dan terbilang sukses dalam meningkatkan mempertahankan usaha di Kota Medan dengan berjalannya perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan dan sumber daya manusia. Maka dari itu dapat disimpulkan manajemen komunikasi yang mempengaruhi keberlangsungan Café TST Abe dalam mempertahankan usaha di Kota Medan serta mempengaruhi perilaku orang-orang yang berada di dalam usaha tersebut.

Kata Kunci : Manajemen, Komunikasi, Manajemen komunikasi, Mempertahankan usaha

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian	6
1.3.1 Tujuan penelitian	6
1.3.2 Manfaat penelitian.....	6
1.4 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II URAIAN TEORITIS.....	9
2.1 Manajemen.....	9
2.2 Komunikasi	10
2.3 Café	11
2.3.1 Sejarah Café	11
2.4 TST.....	12
2.5. Manajemen Komunikasi	13
BAB III METODE PENELITIAN	15
3.1 Jenis Penelitian.....	15
3.2 Kerangka Konsep.....	16
3.3 Definisi Konsep.....	18
3.4 Kategorisasi Penelitian.....	21
3.5 Informan Narasumber	21
3.6 Teknik Pengumpulan Data	22

3.7 Teknik Analisis Data.....	23
3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian	24
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	25
4.1 Hasil Penelitian	25
4.1.1 Hasil Wawancara	25
4.1.2 Hasil Wawancara Pemilik Café TST Abe	25
4.1.3 Hasil Wawancara Karyawan.....	32
4.2 Pembahasan.....	36
BAB V PENUTUP.....	39
5.1 Simpulan	39
5.2 Saran.....	41
DAFTAR PUSTAKA	42
Lampiran	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian.....	21
Tabel 4.1 Tabel Profil Narasumber 1	25
Tabel 4.2 Tabel Profil Narasumber 2.....	32

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pengembangan minuman khas daerah memerlukan beragam upaya mengingat banyaknya kendala yang di temui seperti gaya hidup modern yang mengakomodir minuman serba instan dalam tampilan menarik dibandingkan dengan minuman tradisional. Disisi lain minuman khas daerah memiliki keunggulan yaitu memiliki nilai yang memberikan manfaat bagi konsumen. Sehingga pelanggan bersedia membayar/membeli produk minuman dan keunikannya yang tidak bisa di temukan di kota lain selain kota medan, padang, dan pekanbaru.

Sesuai dengan perkembangan ilmu komunikasi pemasaran, saat ini media sosial mempunyai karakteristik kemampuan untuk mem branding. Media baru ini di gunakan sebagai alat komunikasi pemasaran. Media sosial mampu memberikan solusi bagi permasalahan tingginya biaya pemasaran seperti promosi dan berbagai media komunikasi pemasaran pada umumnya. Fakta bahwa 5 sampai 10 tahun kedepan generasi Y dan Z akan menjadi pelaku utama perekonomian (Winangsih et al., 2019).

Manajemen komunikasi adalah bagaimana orang orang mengola proses komunikasi dalam hubungannya dengan orang lain dalam setting atau konteks komunikasi. Manajemen komunikasi adalah proses penggunaan berbagai sumber daya komunikasi secara terpadu melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengontrolan unsur unsur komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah di tentukan.

Manajemen sering juga di definisikan sebagai seni untuk melaksanakan suatu pekerjaan melalui orang lain. Karena itu manajemen komunikasi merupakan perpaduan konsep komunikasi dan manajemen yang di aplikasikan dalam berbagai kegiatan komunikasi dengan tujuan untuk membuat pelaksanaan komunikasi itu berjalan efektif, sehingga pesan atau hasil yang di harapkan dari penyampaian informasi tadi sesuai dengan yang di harapkan (Hasmawati, 2018).

Dalam mencapai tujuan dan sasaran yang di perlukan dalam manajemen sebuah tujuan tujuan manajemen yaitu: perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*directing*) dan pengawasan (*controlling*). Inilah usaha usaha yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Faktor komunikasi sering sering dianggap sebagai suatu sub sistem yang melengkapi strategi manajemen secara keseluruhan. Dengan kata lain faktor komunikasi tidak di pandang sebagai sebuah faktor yang esensial demi tercapainya tujuan umkm. Apa yang terjadi pada masalah komunikasi di dalam organisasi inilah disebut dengan Krisis komunikasi.

Untuk itu perlu ada rencana krisis komunikasi, untuk melakukan Langkah Langkah strategis. Rencana krisis komunikasi adalah alat penting dalam berurusan dengan krisis, bencana atau kecelakaan. Setiap umkm, tidak peduli disektor apa, jenis aktivitas apa ataupun seberapa besar ukurannya harus memiliki up-to-date rencana krisis komunikasi. Manajemen komunikasi umkm dapat dianggap sebagai kunci dari strategi manajemen, karena kenyataan bahwa perannya menyiratkan pemilihan pesan yang terkait dengan tujuan umkm, berbagai sudut pandang, dan kemudian mengirimkannya ke pihak yang berkepentingan. Komunikator sebagai

spesialis dari dominan, harus siap untuk menangani Tindakan komunikasi yang kompleks (Sahputra, 2020).

Komunikasi adalah bagian yang tidak bisa dilepaskan dalam kehidupan manusia. Segala proses yang dilakukan manusia memerlukan komunikasi agar bisa berinteraksi antar sesama untuk membangun kontak sosial. Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu, mengubah sikap, pendapat atau perilaku, baik secara lisan ataupun tidak langsung.

Perencanaan dan manajemen komunikasi merupakan langkah awal sekaligus aturan tertentu yang berlaku dalam tindakan berkomunikasi antara komunikator kepada komunikan sehingga dapat memberikan dampak tertentu yang diinginkan baik secara langsung maupun tidak langsung (Kholik, 2020).

Komunikasi memegang peranan sentral dalam media komunikasi dimana pesan yang disampaikan oleh komunikator harus dapat dipahami dengan baik oleh komunikan melalui media komunikasi baik media elektronik maupun non elektronik. Komunikasi pada prinsipnya merupakan aktivitas pertukaran ide atau gagasan. Secara sederhana komunikasi dipahami sebagai kegiatan penyampaian pesan dan penerimaan pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media tertentu. Dengan demikian fungsi manajemen komunikasi perlu dijalankan dengan dalam mendukung keberhasilan usaha. Bahwa dalam melaksanakan tanggung jawab manajerial, pada umumnya melaksanakan 4 fungsi yaitu: *planning, organizing, actuating, controlling* (Hartini, 2021).

Seperti yang kita ketahui dalam teori manajemen komunikasi menggunakan komunikasi untuk menghasilkan kesan yang ingin dibentuk dan itu bersinggungan pada fungsi komunikasi sebagai fungsi instrumental. Dimana komunikasi dilakukan untuk mendorong mengubah perilaku, sikap, menginformasikan entah itu untuk tujuan jangka pendek atau jangka panjang (Romadhan et al., 2021).

Manajemen komunikasi merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pengaruh, kontrol, kepemimpinan dan pengendalian suatu kegiatan yang dilakukan secara proposional dan professional untuk mencapai target/sasaran yang telah ditentukan (Nasution, 2018).

Schodderbek, Cosier dan Aplin memberikan defenisi manajemen sebagai (*A processing of achieving organizational goal through others*) suatu proses untuk mencapai tujuan organisasi melalui pihak lain. Manajemen sebagai proses perencanaan, pengarahan, dan pengawasan usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan yang telah di ciptakan (Wilti, 2022).

Komunikasi sebagai sejumlah kemampuan, selanjutnya, disebut *resources*, yang dimiliki seorang komunikator untuk digunakan dalam proses komunikasi. Definisi ini adalah pendekatan strategik, berorientasi, tujuan terhadap kompetensi yang menekankan pengetahuan dan kemampuan (Rudianto, 2020)

Komunikasi merupakan apa makna pesan verbal dan non verbal, apa yang layak dikomunikasikan, bagaimana cara mengkomunikasikannya (verbal dan non verbal) dan kapan mengkomunikasikannya (Anshori, 2021).

Pentingnya manajemen komunikasi adalah untuk dapat mempertahankan eksistensi suatu usaha baik dalam pandangan masyarakat sehingga dengan strategi manajemen komunikasi ini semua rencana kegiatan atau program kerja dapat terlaksana dengan baik. Manajemen komunikasi dapat dikatakan sebagai suatu wacana yang menggunakan gagasan relevansi, dimana wacana tersebut secara sadar direncanakan dan disusun untuk memecahkan suatu masalah dalam suatu usaha untuk mencapai tujuan yang ada dalam suatu usaha (Faizal Hamzah Lubis, 2021).

Tst ini memiliki potensi untuk berkembang sebagai komoditas pasar dengan cara memperbanyak mengikuti pasar kuliner di kota Medan sehingga banyak masyarakat yang belum mengetahui jadi tahu bahwasannya minuman tradisional icon Medan ini jadi mengetahui minuman tersebut. Tst ini juga harus banyak membranding bisnis usahanya melalui media sosial yang sangat berkembang pesat sehingga mempermudah pelaku bisnis usaha tst tersebut.

Jadi manajemen komunikasi café tst Abe dalam mempertahankan usaha di kota Medan diperlukannya komunikasi pemasaran yang baik agar sampai ke konsumen, dengan cara strategi manajemen komunikasi pemilihan pesan komunikasi harus dapat sampai dan mudah di mengerti supaya audience yang diinginkan tercapai tujuannya dalam mempertahankan usaha di kota Medan.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai latar belakang di atas rumusan masalah ini adalah “bagaimana cara manajemen komunikasi café tst abe dalam mempertahankan usaha di kota medan”

1.3 Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mendeskripsikan tentang manajemen komunikasi café tst abe dalam mempertahankan usaha di kota medan?

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang di harapkan pada penelitian ini yaitu:

a. Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat terhadap penulis serta menambah pemahaman penelitian dalam kajian ilmu komunikasi, khususnya manajemen komunikasi café tst abe dalam mempertahankan usaha di kota medan.

b. Secara Praktis

Hasil dari penelitian ini di harapkan bisa menjadi sumber refrensi bagi penulis yang lain terkhususnya yang ingin melakukan penelitian di bidang ilmu komunikasi

c. Secara Akademis

Hasi penelitian ini di harapkan dapat menjadi terobosan baru dalam bidang keilmuan pada saat ini terutama pada kajian Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

1.4 Sistematika Penulisan

Sesuai dengan standar penulisan ilmiah, maka dalam penyusunan proposal skripsi ini dibagi kedalam lima bab. Masing masing bagian di bagi kedalam sub babnya masing masing. Adapun pembagiannya sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan pendahuluan yang memaparkan latar belakang masalah perumusan masalah serta tujuan dan manfaat penelitian

BAB II : URAIAN TEORITIS

Uraian Teoritis yang menguraikan teori dan konsep penelitian mengenai Manajemen Café TST Abe dalam mempertahankan usaha di Kota Medan

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan persiapan dari pelaksanaan peneliti yang menguraikan tentang metodologi penelitian, jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi penelitian,

informan dan narasumber, tehnik pengumpulan data, tehnik analisi data, serta waktu dan tempat penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini penulis menjelaskan tentang ilustrasi penelitian, hasil penelitian dan pembahasan

BAB V : PENUTUP

Bab ini penulis menguraikan tentang simpulan dan saran dari hasil penelitian dan pembahasan.

BAB II

URAIAN TEORITIS

1.1 Manajemen

Manajemen adalah proses merencanakan, mengorganisasi, mengarahkan, dan mengendalikan kegiatan untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien dengan menggunakan sumber daya organisasi. Menurut para ahli pengertian manajemen di bagi menjadi 4 yaitu:

- a. Manajemen adalah suatu proses saat suatu kelompok orang bekerja sama mengarahkan orang lainnya untuk bekerja mencapai tujuan yang sama (Massie dan Douglas)
- b. Manajemen adalah suatu proses bekerja sama dengan dan melalui lainnya untuk mencapai tujuan organisasi dengan efektif dan secara efisien menggunakan sumber daya yang terbatas di lingkungan yang berubah ubah (Kreitner)
- c. Manajemen adalah koordinasi semua sumber daya melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian supaya mencapai tujuan tertentu yang di tentukan (Sisk)
- d. Manajemen adalah menciptakan lingkungan yang efektif agar orang bisa bekerja di organisasi formal (Koontz dan O'Donnel)

Manajemen menginginkan tujuan tercapai dengan efektif dan efisien, dua kata tersebut semakin penting sekarang ini. Dengan kata lain prestasi manajer diukur

dari efektivitas dan efisiensi pencapaian tujuan organisasi, tidak sekedar mencapai tujuan organisasi (Hanafi, 2015).

2.2 Komunikasi

Komunikasi adalah suatu proses perpindahan informasi, perasaan, ide, dan pikiran seseorang individu kepada individu atau sekelompok individu yang lain. Pada umumnya komunikasi dengan menggunakan kata kata (lisan) yang dapat di mengerti oleh kedua belah pihak. Apabila tidak ada Bahasa verbal yang dapat di mengerti oleh keduanya, maka komunikasi masih bisa dilakukan dengan menggunakan gerak gerik badan atau menunjukkan sikap tertentu. Misalnya tersenyum, menggelengkan kepala, dan mengangkat bahu. Cara seperti ini disebut komunikasi dengan Bahasa bukan lisan atau Bahasa isyarat.

komunikasi adalah *the exchange of meanings between individuals through a common system of symbols*, artinya adalah pertukaran makna makna antara individu melalui sebuah sistem umum yang berbentuk simbol.

Proses komunikasi secara ringkas adalah sebagai berikut:

- a. Komunikator (*sender*) yang mempunyai maksud berkomunikasi dengan orang lain mengirimkan suatu pesan kepada orang yang dimaksud
- b. Pesan yang di sampaikan itu bisa berupa informasi dalam bentuk Bahasa ataupun melalui simbol simbol yang bisa di mengerti kedua pihak

- c. Pesan (*massage*) itu disampaikan atau di bawa melalui suatu media atau saluran, baik secara langsung maupun tidak langsung. Contohnya berbicara langsung melalui telfon, surat, e-mail, atau media lainnya.
- d. Komunikan (*receiver*) menerima pesan yang disampaikan dan menerjemahkan isi pesan yang di terimanya kedalam Bahasa yang di mengerti kedua pihak.
- e. Komunikan memberikan Tindakan balas (*feedback*) atau tanggapan atas pesan yang dikirimkan kepadanya, apakah dia mengerti atau memahami pesan yang dimaksud oleh si pengirim (Takari et al., 2019).

2.3 Café

Kafe adalah tempat yang nyaman untuk hangout atau mengobrol dengan teman/sahabat/keluarga sambil menikmati minuman dan makanan yang telah di tawarkan di daftar menu. Sebuah kafe seringkali di desain sangat menarik dan sangat fungsional agar pelanggan betah berlama lama. Untuk lebih menarik minat anak muda, tidak jarang kafe memiliki fitur hiburan seperti live music pada minggu minggu tertentu atau hari hari khusus untuk mengobrol dengan pengunjung dadakan mengikuti alunan musik.

2.3.1 Sejarah café

Kafe adalah istilah yang berasal dari Bahasa Prancis yang berarti kopi. Hal ini didasarkan pada kebiasaan penduduk setempat yang menyebut kafe dengan

istilah “kopi”. Prancis memang di kenal sebagai negara kedai kopi karena perkembangannya yang sangat pesat terdapat banyak kedai kopi yang tersebar di Sebagian besar wilayah Prancis.

Meskipun kopi yang kita kenal berasal dari Turki, tepatnya dibuat pada tahun 1475 di Konstantinopel. Awalnya kafe hanya menawarkan kopi sebelum beralih ke berbagai minuman , sementara itu di Eropa, kedai kopi pertama berdiri pada tahun 1529 dan langsung diminati masyarakat Eropa karena idenya untuk memurnikan dan menyaring kopi kemudian mencampurnya dengan kopi dan susu agar kopinya lebih enak. Dari situ kafe Kafe di Eropa semakin populer dan berkembang dan tidak hanya menjual minuman kopi, tetapi juga mulai menjual kue kue sebagai makanan pelengkap.

2.4 Tst

Di wilayah medan (Sumatera Utara), teh, susu, telur (TST) menjadi salah satu minuman favorit, bahkan ada yang mengatakan bahwa TST merupakan minuman terpopuler kedua setelah tuak. Ternyata teh yang terkenal dengan rasa dan khasiatnya itu bukan berasal dari kota ini, melainkan dari dataran Minangkabau, di Sumatera Barat. Di daerah asli Minangkabau teh susu telur disebut dengan teh talua, talua sendiri berarti telur. Minuman ini dibuat dengan cara mencampurkan kuning telur ayam kampung sampai berbusa dengan gula di dalam gelas, kemudian dituangkan larutan teh panas/mendidih dan ditambahkan susu kental manis ke dalam gelas.

Teh talua mudah ditemukan di took lapau di kerajaan minang, biasanya minuman ini diminum di pagi hari sebelum orang minang beraktivitas. Secara sejarah masyarakat MinangKabau meminum teh talua sambil membuat mahota yaitu sebuah diskusi/cerita di lapau dimana masyarakat berbagi informasi dan debat diantara mereka sendiri tentang perkembangan, kondisi saat ini, negara atau situasi dunia secara umum. Minuman teh talua dengan mahota sangat cocok untuk mereka beberapa orang bahkan mengatakan bahwa jika anda meminum teh talua tanpa menyeduh mahota rasanya akan berbeda.

Apalagi teh talua juga identik dengan kelas menengah di daerah Minang. Teh talua sering disajikan sebagai suguhan oleh pedagang lokal, saat menerima tamu. Di Medan pertama kali diketahui bahwa teh talua berasal dari kedai teh di JL. Puri, di Pak Haji Puri, secara sejarah teh adalah campuran teh dan telur tanpa tambahan susu. Pengunjung disini juga menyarankan pak haji menambahkan susu kental manis secukupnya seperti teh talua yang ada di Padang. Singkat cerita terjadilah teh susu telur atau biasa disebut TST.

2.5 Manajemen komunikasi

Manajemen komunikasi adalah manajemen yang diterapkan dalam kegiatan komunikasi agar tujuan komunikasi tercapai dengan baik. Manajemen komunikasi juga memberi saran kepada khalayak bahwa kemampuan untuk berkomunikasi dengan baik bukan hanya sebagai hal yang sudah melekat dalam diri saja, melainkan sebagai suatu hal yang dapat dipelajari dan dikembangkan (Fauzuna, 2021).

Manajemen komunikasi sebagai proses pengelolaan sumber daya komunikasi yang ditujukan untuk meningkatkan kualitas dan efektivitas pertukaran pesan yang terjadi dalam berbagai konteks komunikasi. Manajemen komunikasi ialah proses menyalurkan informasi, ide, penjelasan, perasaan pertanyaan dari orang ke orang lain atau dari kelompok ke kelompok. Manajemen komunikasi merupakan perpaduan konsep komunikasi dan manajemen yang diaplikasikan dalam berbagai setting komunikasi (Komang Dyah Setuti Sebuah, 2022).

Manajemen komunikasi berperan sangat penting dalam rangkai mengubah perilaku karyawan di dalam organisasi usaha untuk tercapainya tujuan organisasi secara optimal, secara pada hakekatnya manajemen komunikasi mengkomunikasikan tujuan usahanya kepada karyawan atau orang lain yang menyangkut kegiatan tersebut. Dengan demikian manajemen komunikasi menjadi sangat urgen dalam menentukan keberhasilan suatu usaha (Ismawanti, 2021).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian kualitatif lebih berdasarkan pada filsafat fenomenologis yang mengutamakan penghayatan (*verstehen*). Metode kualitatif berusaha memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa interaksi tingkah laku manusia dalam situasi tertentu menurut perspektif peneliti sendiri.

Jadi dalam penelitian kualitatif, Langkah Langkah peneliti tidak dapat ditentukan dengan pasti seperti halnya penelitian kuantitatif, karena Langkah Langkah dalam penelitian kualitatif tidak mempunyai batas batas yang tegas. (Prof. Dr. Husaini Usman, 2011).

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi pada saat sekarang. Penelitian deskriptif memusatkan perhatian kepada pemecah masalah masalah aktual sebagaimana iadanya pada saat penelitian dilaksanakan. Dalam Pendidikan, penelitian deskriptif lebih berfungsi untuk pemecahan praktis dari pada pengembangan ilmu pengetahuan.

Penelitian berusaha memotert peristiwa dan kejadian yang menjadi pusat perhatiannya, kemudian menggambarkan atau melukiskannya sebagaimana adanya, sehingga pemanfaatan temuan penelitian ini berlaku pada saat itu pula yang belum tentu relevan bila digunakan untuk waktu.

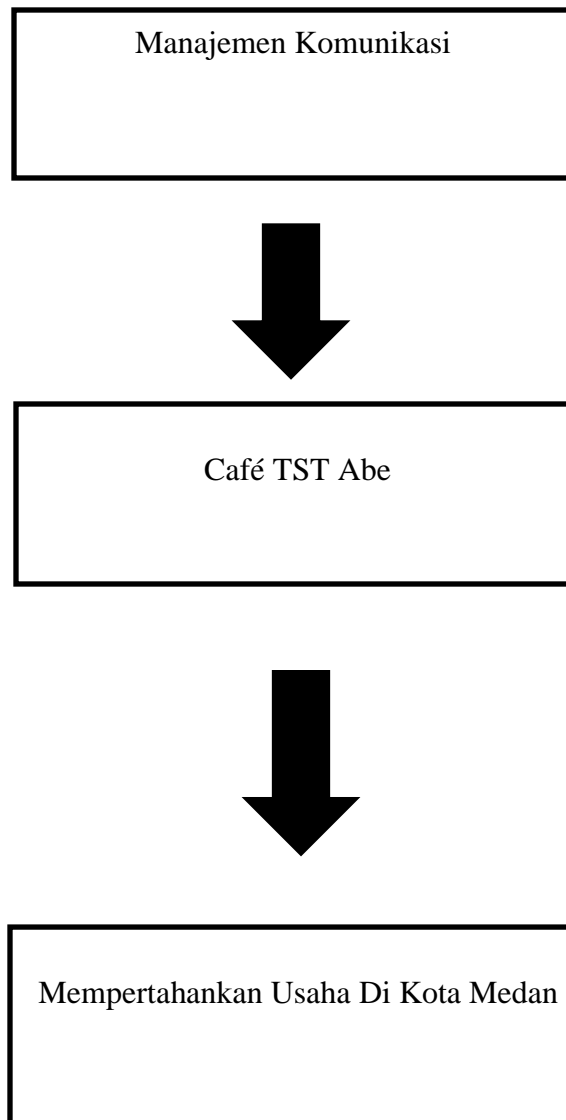
Karena itu tidak selalu menuntut adanya hipotesis, tidak menuntut adanya perlakuan atau manipulasi variabel karena gejala dan peristiwanya telah ada dan penelitian tinggal mendeskripsikannya, variabel yang di teliti bisa tunggal atau lebih dari satu variabel (Soendari, 2012).

Maka dari itu penelitian ini menggunakan metode kualitatif dimana penulis akan melakukan pengamatan secara keseluruhan terhadap suatu objek yang akan di teliti yaitu: “Café TST Abe”.

3.2 Kerangka Konsep

Dalam pelaksanaan penelitian ini, kerangka konsep dibuat untuk mempermudah dalam penyusunan skripsi dan menjadi penilaian lebih sistematis. Berdasarkan judul penelitian, maka Batasan Batasan konsep yang dipakai dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Kerangka Konseptual



3.3 Definisi Konsep

A. Manajemen Komunikasi

Manajemen komunikasi adalah proses timbal balik (resipokal) pertukaran sinyal untuk memberi informasi, membujuk atau memberi perintah, berdasarkan makna yang sama dan di kondisikan oleh konteks hubungan para komunikator dan konteks sosialnya. Manajemen komunikasi lahir karena adanya tuntutan untuk menjembatani antara teoritis komunikasi dengan praktisi komunikasi.berapa pengertian manajemen komunikasi dari berbagai ahlinya:

Michael Kaye (1994) *communication management is how people manage their communication processes through construing meanings about their relationship with others in various setting. They are managing their communication and actions in a large of relationship some personal some professional.* Bagaimana orang orang mengelola proses komunikasi dalam hubungannya dengan orang lain dalam setting atau konteks komunikasi.

Manajemen komunikasi merupakan proses penggunaan berbagai sumber daya komunikasi secara terpadu melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengontrolan unsur unsur komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah di terapkan. Ada kalanya kita harus mampu untuk menyesuaikan diri dengan tepat dalam situasi tertentu, kita juga harus mampu menghadapi dan

menjalani Kerjasama dengan orang lain tanpa harus mencampurkan urusan pribadi (Samsudin, 2020).

B. Café TST Abe

Teh Talua atau yang biasa disebut di Kota Medan itu TST merupakan salah satu contoh minuman tradisional daerah Sumatera Barat yang sudah menjadi salah satu daya Tarik wisata kuliner daerah ini. Minuman ini dulunya hanya di tawarkan di kedai kedai minuman tradisional, namun beberapa tahun terakhir minuman ini masuk ke warung kopi yang sekarang menyediakan TST. Dulu Teh Talua hanya di konsumsi oleh kalangan tertentu seperti para petani atau pemuda desa asli Sumatera Barat sebagai minuman penambah stamina. Namun, karena cita rasanya yang enak dan khas minuman ini tidak hanya berperan sebagai daya Tarik kuliner khas Sumatera Barat, tetapi juga dapat meningkatkan daya tahan tubuh karena kandungan nutrisinya (Novra & Ariani, 2020)

TST ini mulai masuk dan di perkenalkan di Sumatera Utara oleh Pak Haji yang menjual minuman tradisional ini di Kota Medan, kedainya berada di JL. Puri. Sampai saat ini TST menjadi minuman terpopuler di Kota Medan dan menjadi icon dan banyak dari orang orang penikmat TST membuka usaha minuman ini yang sekarang tersebar luas di wilayah Kota Medan. TST Abe ini sendiri merupakan bekas mantan anggota pekerja dari Pak Haji yang membuka usahanya sendiri dan banyak dari penikmat minuman TST Pak Haji mengikuti TST Abe ini.

C. Mempertahankan Usaha Di Kota Medan

Layanan distribusi makanan dan minuman online saat ini menjalankan aplikasi yang menyediakan fungsi layanan bagi pelaku bisnis dan solusi alternatif atas kebutuhan konsumen. Sebuah aplikasi yang saat ini menyediakan pengiriman makanan dan minuman online adalah GO-Jek dan Grab. Media online mendorong bagi konsumen untuk lebih sering berbelanja dan meningkatkan penjualan produk. Go-Food dan Grab-Food merupakan layanan pesan antar makanan dan minuman, seperti memesan ke restoran, warkop dan lainlain (Candraningrat et al., 2021).

Jadi bagi pelaku bisnis untuk mempertahankan usaha diperlukan inovasi baru dengan seiring perkembangan zaman teknologi banyak layanan atau media untuk melakukan promosi contohnya: Instagram, Go-jek, dan Grab. Bagi pelaku bisnis lebih memudahkan untuk mempertahankan usaha melalui media teknologi yang semakin berkembang di zaman sekarang ini.

3.4 Kategorisasi Penelitian

Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian

NO	Konsep Teoritis	Indikator
1.	Manajemen Komunikasi	-Tujuan -Fungsi
2.	Mempertahankan usaha	-Promosi -Inovasi -Kualitas

3.5 Informan Dan Narasumber

Informan merupakan orang diwawancarai, dimintai informasi oleh pewawancara, yang diperkirakan menguasai dan memahami data, informasi, ataupun fakta dari suatu objek penelitian. Penelitian informan, yang berarti orang pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi situasi dan kondisi latar penelitian, pasangan yang mengalami hubungan jarak jauh akan menjadi informan peneliti (Pratiwi, 2017).

Narasumber dalam penelitian ini adalah pemilik bisnis/usaha Café TST Abe, anggota, dan konsumen. Peneliti memilih narasumber penelitian ini berdasarkan pra riset yang sudah dilakukan.

3.6 Tehnik Pengumpulan Data

Dalam penulisan proposal ini penulis menggunakan beberapa cara untuk mengumpulkan data pada penelitian ini:

a. Wawancara

Wawancara adalah bentuk pengumpulan data yang paling sering digunakan dalam penelitian kualitatif. Wawancara penelitian untuk mendapatkan informasi dari satu sisi saja, oleh karena itu hubungan asimetris harus tampak (Rachmawati, 2007).

b. Observasi

Observasi merupakan salah satu dasar fundamental dari semua metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif, khususnya menyangkut ilmu ilmu sosial dan perilaku manusia, observasi proses pengamatan sistematis dari aktivitas manusia dan pengaturan fisik dimana kegiatan tersebut berlangsung secara terus menerus dari lokasi aktivitas bersifat alami untuk menghasilkan fakta. (Hasanah, 2017).

c. Dokumentasi

Dokumentasi difokuskan untuk memperoleh data ataupun informasi langsung dari tempat penelitian, meliputi buku buku yang relevan, peraturan peraturan, laporan kegiatan, foto foto, film documenter dan data data penelitian yang relevan.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang di teliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain. Dari pengertian itu tersirat beberapa hal yang harus di garis bawahi yaitu: upaya mencari data, menata secara sistematis hasil temuan di lapangan, menyajikan temuan di lapangan, dan mencari makna secara terus menerus sampai tidak ada lagi makna lain yang memalingkannya. Terdapat tiga komponen penting dalam Teknik analisis ini diantaranya adalah:

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Proses ini berlangsung terus menerus selama penelitian berlangsung, bahkan sebelum data benar-benar terkumpul sebagaimana terlihat dari kerangka konseptual penelitian, permasalahan studi, dan pendekatan pengumpulan data yang dipilih peneliti.

2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan Tindakan. Bentuk penyajian data

kualitatif dapat berupa teks naratif berbentuk catatan lapangan, matriks, grafik, jaringan, dan bagan.

3. Penarikan kesimpulan

Upaya penarikan kesimpulan dilakukan peneliti secara terus menerus selama berada di lapangan. Dari permulaan pengumpulan data, penelitian kualitatif mulai mencari arti benda benda, mencatat keteraturan pola pola (dalam catatan teori), penjelasan penjelasan konfigurasi konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposi (Rijali, 2019).

3.8 Waktu dan lokasi penelitian

Tempat penelitian ini dilaksanakan langsung di Café TST Abe, Medan, Sumatera Utara. Dengan waktu yang digunakan dalam penelitian ini mulai dengan tahap persiapan, pengumpulan data dan penulis penelitian yaitu kurang lebih selama 7 bulan yakni dari awal Agustus 2022 sampai awal Februari 2023

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Pada bab ini penulis menyampaikan dan membahas data yang di peroleh penelitian di lapangan. Penelitian ini dilakukan dengan cara pendekatan kualitatif yaitu data yang diperoleh melalui komunikasi secara langsung dengan para narasumber yang berwenang untuk menjawab pertanyaan yang kemudian di ambil kesimpulan.

Analisis dari data ini bertujuan dan berfokus pada Manajemen Komunikasi Café TST Abe dalam mempertahankan usaha di kota Medan. Berikut informan atau narasumber pada penelitian ini terdiri dari seorang Pemilik Café TST Abe dan 1 (satu) karyawan TST Abe.

4.1.1 Hasil Wawancara

4.1.2 Hasil Wawancara Pemilik Café TST Abe

Tabel 4.1 Profil Narasumber 1.

NAMA	BASRIMAN
STATUS	MENIKAH
UMUR	55
JENIS KELAMIN	LAKI –LAKI



Foto Pemilik

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada informan 1, penulis memperoleh informasi dari pemilik Café TST Abe yaitu , beliau menyampaikan dalam menerapkan manajemen komunikasi yang baik pada Café

TST Abe yaitu suatu proses yang merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan, dan melaksanakan kegiatan untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien serta menggunakan sumber daya manusia dengan sebaik baiknya, dengan begitu adanya manajemen komunikasi dapat menjalankan tujuan dan fungsi yang telah di tetapkan.

Kemudian untuk mempertahankan usaha ini pada hambatan Café TST Abe menurut pemiliknya dengan terciptanya pola manajemen komunikasi, hambatan yang ada dalam mempertahankan usaha ini ialah tergantung pada kebutuhan konsumen yang pada hakikatnya apa yang ingin dibutuhkan untuk kebutuhan para konsumen untuk mengkonsumsi TST pada Café TST Abe.

Lalu dalam mempertahankan usahanya agar bertahan sampai saat ini pemilik Café TST Abe menyampaikan untuk menggunakan manajemen komunikasi dalam mempertahankan usahanya agar tetap bertahan samapai saat ini ialah manajemen komunikasi yang dilakukan tetap mempertahankan pengolahan sumber daya manusia yang optimal, perencanaan, pelaksanaan serta meningkatkan kualitas dan efektifitas pada Café TST Abe.

Namun menurut pemiliki Café TST Abe sudah seharusnya karyawan memberikan loyalitas di pekerjaannya dengan melaksanakan tanggung jawab yang sudah di berikan dan rela berkorban untuk perkembangan Café TST Abe lebih besar lagi. Pemilik Café TST Abe ini menyampaikan apabila konsumen tidak mendapatkan pelayanan yang baik maka dia akan menegur karyawan dan memberitahukan soal pelayanan yang baik dalam menghadapi konsumen, serta

akan memberikan hukuman atau peringatan kepada karyawannya agar menjadi lebih baik lagi. Menurut pemilik Café TST Abe cara memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen dengan memberikan kebutuhan konsumen, melayani konsumen dengan cepat dan tepat, memberikan keramahan terhadap konsumen, melakukan segalanya dengan semaksimal mungkin, dan memberikan fasilitas terbaik terhadap konsumen agar konsumen betah berada di Café TST Abe.

Kemudian pemilik Café TST Abe menyampaikan akan membuat inovasi yang terbaik untuk keberlangsungan usaha Café TST Abe yang dimana dalam mempertahankan usahanya perlu adanya promosi, inovasi, kualitas untuk menjaga eksistensi Café TST Abe. Pada hal ini usaha untuk memperkenalkan usaha Café TST Abe ini menurut pemiliknya manajemen komunikasi yang di sampaikan kepada konsumen atau masyarakat yaitu sudah terbentuk pada konsumen dan masyarakat tersendiri. Yang dimana menurut pemilik Café TST Abe ini sudah cukup dikenal pada Café TST atau Warkop TST pada umumnya dan untuk manajemennya tersendiri memiliki proses dalam merencanakan, mengorganisasi, mengarahkan, dan mengendalikan kegiatan untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien dengan menggunakan sumber daya organisasi.

Dengan begitu hal tersebut sesuai pada pengertian manajemen tersendiri yaitu:

- (1) Manajemen adalah suatu proses saat suatu kelompok orang bekerja sama mengarahkan orang lainnya untuk bekerja mencapai tujuan yang sama.
- (2)

Manajemen adalah suatu proses bekerja sama dengan dan melalui lainnya untuk mencapai tujuan organisasi dengan efektif dan secara efisien menggunakan sumber daya yang terbatas di lingkungan yang berubah ubah. (3) Manajemen adalah koordinasi semua sumber daya melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian supaya mencapai tujuan tertentu yang di tentukan. (4) Manajemen adalah menciptakan lingkungan yang efektif agar orang bisa bekerja di organisasi formal. (4) Manajemen menginginkan tujuan tercapai dengan efektif dan efisien, dua kata tersebut semakin penting sekarang ini. Dengan kata lain prestasi manajer diukur dari efektivitas dan efisiensi pencapaian tujuan organisasi, tidak sekedar mencapai tujuan organisasi.

Menurut pemilik Café TST Abe menyampaikan untuk sampai kepada sasaran konsumen tentu sudah, karena pasar TST ini sendiri sudah ada dan diterapkan berkelanjutan dari sebelumnya agar tujuan manajemen komunikasi tercapai dengan baik serta pertukaran informasi yang dilakukan terus berjalan dengan baik supaya tidak terjadi kesalahan informasi yang di berikan.

Dan untuk yang terakhir pemilik Café TST Abe ini menyampaikan untuk membuat karyawan bekerja dengan betah yaitu memberikan upah pada semestinya, jam kerja yang tetap, memenuhi segala kebutuhan karyawan agar komunikasinya berproses perpindahan informasi, perasaan, ide, dan pikiran seseorang individu kepada individu atau sekelompok individu yang lain. Pada

umumnya komunikasi dengan menggunakan kata kata (lisan) yang dapat di mengerti oleh kedua belah pihak. Apabila tidak ada Bahasa verbal yang dapat di mengerti oleh keduanya, maka komunikasi masih bisa dilakukan dengan menggunakan gerak gerik badan atau menunjukkan sikap tertentu. Misalnya tersenyum, menggelengkan kepala, dan mengangkat bahu. Cara seperti ini disebut komunikasi dengan Bahasa bukan lisan atau Bahasa isyarat. komunikasi adalah *the exchange of meanings between individuals through a common system of symbols*, artinya adalah pertukaran makna makna antara individu melalui sebuah sistem umum yang berbentuk simbol. Proses komunikasi secara ringkas adalah sebagai berikut: (1) Komunikator (*sender*) yang mempunyai maksud berkomunikasi dengan orang lain mengirimkan suatu pesan kepada orang yang dimaksud. (2) Pesan yang di sampaikan itu bisa berupa informasi dalam bentuk Bahasa ataupun melalui simbol simbol yang bisa di mengerti kedua pihak. (3) Pesan (*massage*) itu disampaikan atau di bawa melalui suatu media atau saluran, baik secara langsung maupun tidak langsung. Contohnya berbicara langsung melalui telfon, surat, e-mail, atau media lainnya. (4) Komunikan (*receiver*) menerima pesan yang disampaikan dan menerjemahkan isi pesan yang di terimanya kedalam Bahasa yang di mengerti kedua pihak.

Manajemen sering juga di definisikan sebagai seni untuk melaksanakan suatu pekerjaan melalui orang lain. Karena itu manajemen komunikasi merupakan perpaduan konsep komunikasi dan manajemen yang di aplikasikan dalam berbagai kegiatan komunikasi dengan tujuan untuk membuat pelaksanaan

komunikasi itu berjalan efektif, sehingga pesan atau hasil yang di harapkan dari penyampaian informasi tadi sesuai dengan yang di harapkan (Hasmawati, 2018).

Komunikasi adalah bagian yang tidak bisa dilepaskan dalam kehidupan manusia. Segala proses yang di lakukan manusia memerlukan komunikasi agar bisa berinterkasi antar sesama untuk membangun kontak sosial. Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu, mengubah sikap, pendapat atau perilaku, baik secara lisan ataupun tidak langsung. Perencanaan dan manajemen komunikasi merupakan langkah awal sekaligus aturan tertentu yang berlaku dalam tindakan berkomunikasi anatara komunikator kepada komunikasi sehingga dapat memberikan dampak tertentu yang diinginkan baik secara langsung maupun tidak langsung (Kholik, 2020).

Manajamen adalah proses yang kontinu yang bermuatan kemampuan dan keterampilan khusus yang dimiliki oleh seseorang untuk melakukan suatu kegiatan baik secara perorangan ataupun bersama orang lain dan mengkoordinasi dan menggunakan segala sumber untuk mencapai tujuan organisasi secara produktif, efektif dan efisien.

Manajemen komunikasi berperan sangat penting dalam rangkahi mengubah perilaku karyawan di dalam organisasi usaha untuk tercapainya tujuan organisasi secara optimal, secara pada hakekatnya manajemen komunikasi mengkomunikasikan tujuan usahanya kepada karyawan atau orang lain yang

menyangkut kegiatan tersebut. Dengan demikian manajemen komunikasi menjadi sangat urgen dalam menentukan keberhasilan suatu usaha (Ismawanti, 2021).

Komunikasi memberikan Tindakan balas (*feedback*) atau tanggapan atas pesan yang dikirimkan kepadanya, apakah dia mengerti atau memahami pesan yang dimaksud oleh si pengirim. Dengan begitu hasil wawancara dengan pemilik dapat melancarkan manajemen komunikasi Café TST Abe dalam mempertahankan usahanya di Kota Medan.

4.1.3 Hasil Wawancara karyawan Café TST Abe

4.2 Tabel Profil Narasumber 2

NAMA	MUHAMMMAD RAMADHAN
STATUS	BELUM MENIKAH
UMUR	22
JENIS KELAMIN	LAKI-LAKI



Foto Karyawan

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada informan 2, yaitu , selaku karyawan Café TST Abe, beliau selaku karyawan menyampaikan yang membuat dia bertahan di Café TST Abe karena semua kebutuhannya terpenuhi, upah yang terpenuhi pada semestinya, jam kerja yang tetap. Disini manajemen komunikasinya berjalan dengan pengorganisasian dan pelaksanaan yang efektif, Karyawan menyampaikan bahwasannya dia sudah bekerja 3 tahun di Café TST Abe.

Kemudian karyawan menyampaikan dalam menjalankan manajemen komunikasi mempertahankan usaha dia melakukannya dengan menyampaikan informasi terkait Café TST Abe ini dengan baik dalam mempertahankan usaha pada konsumen disitulah terjadinya pertukaran informasi dari Café TST Abe dengan konsumen terjadi.

Menurut karyawan Café TST Abe menyampaikan hambatan dalam bekerjanya harus cepat beradaptasi dengan tanggung jawab yang di berikan, harus cepat beradaptasi juga dengan para konsumen yang tipenya banyak permintaan yang harus di penuhi dan ketika menghadapi konsumen yang buru buru kita harus siap dan cepat untuk melaksanakan pekerjaan tersebut.

Kemudian karyawan Café TST Abe menyampaikan cara memberikan pelayanan yang baik dengan bersikap ramah terhadap konsumen, berpenampilan yang baik, memenuhi kebutuhan konsumen, dan menjaga kenyamanan konsumen yang berada di Café TST Abe serta bekerja dengan cepat dan tepat.

Menurut karyawan Café TST Abe menyampaikan manajemen komunikasi dari pemilik kepada karyawan sudah berjalan dengan dari segi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pemberdayaan sumber daya manusianya sudah tepat sasaran. Disitulah gunanya menggunakan manajemen komunikasi agar dalam menjalankan usaha berjalan dengan baik.

Manajemen komunikasi adalah manajemen yang diterapkan dalam kegiatan komunikasi agar tujuan komunikasi tercapai dengan baik. Manajemen komunikasi juga memberi saran kepada khalayak bahwa kemampuan untuk berkomunikasi dengan baik bukan hanya sebagai hal yang sudah melekat dalam diri saja, melainkan sebagai suatu hal yang dapat dipelajari dan dikembangkan (Fauzuna, 2021).

Komunikasi memegang peranan sentral dalam media komunikasi dimana pesan yang di sampaikan oleh komunikator harus dapat dipahami dengan baik oleh komunikan melalui media komunikasi baik media elektronik maupun non elektronik. Komunikasi pada prinsipnya merupakan aktivitas pertukaran ide atau gagasan. Secara sederhana komunikasi dipahami sebagai kegiatan penyampaian pesan dan penerimaan pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media tertentu. Dengan demikian fungsi manajemen komunikasi perlu dijalankan dengan dalam mendukung keberhasilan usaha. Bahwa dalam melaksanakan tanggung jawab manajerial, pada umumnya melaksanakan 4 fungsi yaitu: *planning, organizing, actuating, controlling* (Hartini, 2021).

Untuk itu perlu ada rencana krisis komunikasi, untuk melakukan Langkah Langkah strategis. Rencana krisis komunikasi adalah alat penting dalam berurusan dengan krisis, bencana atau kecelakaan. Setiap umkm, tidak peduli disektor apa, jenis aktivitas apa ataupun seberapa besar ukurannya harus memiliki up-to-date rencana krisis komunikasi. Manajemen komunikasi umkm

dapat dianggap sebagai kunci dari strategi manjerial, karena kenyataan bahwa perannya menyiratkan pemilihan pesan yang terkait dengan tujuan umkm, berbagai sudut pandang, dan kemudian mengirimkannya ke pihak yang berkepentingan. Komunikator sebagai spesialis dari dominan, harus siap untuk menangani Tindakan komunikasi yang kompleks (Sahputra, 2020).

Penerapan manajemen komunikasi yang berlangsung di Café TST Abe sendiri sudah berjalan cukup meyakinkan dan terbilang sukses dalam meningkatkan mempertahankan usaha di Kota Medan dengan berjalannya perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan dan sumber daya manusia. Serta berjalannya manajemen komunikasi dari pemilik ke karyawan yang dimana berpengaruh pada lingkungan pekerjaan. Hal tersebut pula dapat dilihat dari hasil wawancara yang sudah dilakukan ke pemilik dan karyawan di Café TST Abe oleh penulis.

4.2. Pembahasan

Manajemen adalah proses merencanakan, mengorganisasi, mengarahkan, dan mengendalikan kegiatan untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien dengan menggunakan sumber daya organisasi. Manajemen menginginkan tujuan tercapai dengan efektif dan efisien, dua kata tersebut semakin penting sekarang ini. Dengan kata lain prestasi manajer diukur dari

efektivitas dan efisiensi pencapaian tujuan organisasi, tidak sekedar mencapai tujuan organisasi (Hanafi, 2015).

Komunikasi adalah suatu proses perpindahan informasi, perasaan, ide, dan pikiran seseorang individu kepada individu atau sekelompok individu yang lain. Pada umumnya komunikasi dengan menggunakan kata kata (lisan) yang dapat di mengerti oleh kedua belah pihak. Apabila tidak ada Bahasa verbal yang dapat di mengerti oleh keduanya, maka komunikasi masih bisa dilakukan dengan menggunakan gerak gerik badan atau menunjukkan sikap tertentu. Misalnya tersenyum, menggelengkan kepala, dan mengangkat bahu. Cara seperti ini disebut komunikasi dengan Bahasa bukan lisan atau Bahasa isyarat.

komunikasi adalah *the exchange of meanings between individuals through a common system of symbols*, artinya adalah pertukaran makna makna antara individu melalui sebuah sistem umum yang berbentuk simbol. Komunikasi memberikan Tindakan balas (*feedback*) atau tanggapan atas pesan yang dikirimkan kepadanya, apakah dia mengerti atau memahami pesan yang dimaksud oleh si pengirim (Takari et al., 2019).

Manajemen komunikasi adalah bagaimana orang orang mengelola proses komunikasi dalam hubungannya dengan orang lain dalam setting atau konteks komunikasi. Manajemen komunikasi adalah proses penggunaan berbagai sumber daya komunikasi secara terpadu melalui proses perencanaan,

pengorganisasian, pelaksanaan dan pengontrolan unsur unsur komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah di tentukan.

Manajemen sering juga di definisikan sebagai seni untuk melaksanakan suatu pekerjaan melalui orang lain. Karena itu manajemen komunikasi merupakan perpaduan konsep komunikasi dan manajemen yang di aplikasikan dalam berbagai kegiatan komunikasi dengan tujuan untuk membuat pelaksanaan komunikasi itu berjalan efektif, sehingga pesan atau hasil yang di harapkan dari penyampaian informasi tadi sesuai dengan yang di harapkan (Hasmawati, 2018).

Namun hasil dari wawancara yang penulis laksanakan bahwa tujuan penelitian ini untuk mengetahui mendeskripsikan tentang manajemen komunikasi Café TST Abe dalam mempertahankan usaha di kota medan. Dengan begitu dari manajemen komunikasinya sendiri dapat berjalan sesuai dengan tujuan dan fungsi serta memperthankan usahanya dengan promosi, inovasi dan kualitas untuk Café TST Abe sendiri.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah penulis laksanakan, maka penulis dapat menarik kesimpulan dalam penelitian Manajemen Komunikasi Café TST Abe dalam mempertahankan usaha di Kota Medan yaitu berjalan dengan baik dan sukses. Hal itu dapat di kemukakan berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan. Para informan menyampaikan pada penerpan Manajemen Komunikasi Café TST Abe dalam mempertahankan usaha di Kota Medan yang efektif dan efisien dengan menerapkan komunikasi yang baik. Menjadikan hal tersebut merupakan sebuah kunci dalam menjalankan Café TST Abe.

Dalam mencapai dan sasaran yang di perlukan dalam manajemen sebuah tujuan tujuan manajemen yaitu: perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan. Ini lah usah yang harus di lakukan untuk mencapai tujuan yang di inginkan. Faktor komunikasi sering dianggap sebagai suatu sub sistem yang melengkapi strategi manajemen keseluruhan. Komunikasi berperan penting dalam memperthankan usaha karena terjadinya suatu proses perpindahan informasi, perasaan, ide dan pikiran seseorang individu kepada individu atau sekelompok individu yang lain. Dengan tersampainya informasi membuat konsumen mendapatkan kenyamanan dari Café TST Abe tersebut.

Para informan mengatakan dengan adanya manajemen komunikasi dapat membangun sebuah efektifitas dan efisien dalam memperthankan usaha agar terus berlangsung. Dari segi perencanaan yang di buat dengan matang, pengorganisasian yang baik, pengawasan yang berjalan dengan baik dan pelaksanaan yang mengenai tepat sasaran.

Memiliki ketepatan waktu dalam menyelesaikan pekerjaan dalam upaya salah satu meningkatkan kualitas kinerja karyawan, Café TST Abe harus memiliki ketepatan waktu dalam menyelesaikan dan meningkatkan kualitas kinerjanya. Menurut para informan ketepatan waktu dalam menyelesaikan pekerjaan sangat diperlukan secara mutlak. Namun dalam menetapkan sebuah ketepatan waktu dalam melakukan pekerjaanya upaya yang harus di lakukan yaitu selalu fokus pada pekerjaan.

Maka dari itu dapat disimpulkan manajemen komunikasi yang mempengaruhi keberlangsungan Café TST Abe dalam mempertahankan usaha di Kota Medan serta mempengaruhi perilaku perilaku orang orang yang berada di dalam usaha tersebut, sehingga membuat karyawan dapat menjalankan tanggung jawab pekerjaanya dengan baik, memberikan loyalitas ke pekerjaannya dan untuk pemilik dapat menjalankan manajemen komunikasi dengan sabaik mungkin. Serta membuat konsumen merasakan kenyamanan dari berjalannya manajemen komunikasi Café TST Abe.

5.2 Saran

Pada akhir yang menyelesaikan wawancara penelitian tentang Manajemen Komunikasi Café TST Abe Dalam Mempertahankan Usaha Di Kota Medan, maka penulis mencoba memberikan beberpa saran yang memungkinkan dapat dilaksanakan oleh pemilik Café TST Abe terkait yaitu bisa lebih mendorong karyawannya dalam menerapkan fungsi dari manajemen komunikasi yang dapat berperan lebih aktif dalam melakukan tanggung jawab pekerjaanya pada Café TST Abe. Dan saran untuk karyawan diharapkan mampu menjalankan tanggung jawab yang sudah di berikan dengan sebaik mungkin dan memberikan keramah tamahan ke konsumen agar konsumen merasakan kenyamanan ketika berada di Café TST Abe dan dapat mempertahankan eksistensinya di Kota Medan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainie, R. Q. (2020). Strategi Pesan Persuasif Terkait Program One Ride One Seed Pada Postingan Instagram @Bluebirdgroup. *Persepsi: Communication Journal*, 3(1), 1–11. <https://doi.org/10.30596/persepsi.v3i1.4370>
- Anshori, A. (2021). Komunikasi Organisasi Antar Budaya di Lembaga Penjaminan Mutu Pendidikan Sumatera Utara. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 11–19. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v5i1.5301>
- Candraningrat, Yurisma, D. Y., & Mujanah, S. (2021). Pengembangan Strategi Bisnis Melalui BMC (Business Model Canvas) dan Strategi Pemasaran Bagi UMKM Sari Delight Surabaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 17–24.
- Faizal Hamzah lubis. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi PK IMM FISIP UMSU Dalam Melaksanakan Program Kerja di Masa Pandemi Covid-19. *SiNTESa CERED Seminar Nasional Teknologi Edukasi Dan Humaniora, 2021*, 1.
- Fauzuna, H. (2021). Manajemen Komunikasi Pelestarian Budaya Seni Tari Pada Sanggar “Potre Koneng” Kabupaten Sumenep. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(1), 56–67. <https://doi.org/10.33366/jkn.v3i1.71>
- Hanafi, M. (2015). Konsep Dasar dan Perkembangan Teori Manajemen. *Managemen*, 1(1), 66. <http://repository.ut.ac.id/4533/1/EKMA4116-M1.pdf>
- Hartini, S. (2021). Manajemen Komunikasi Program DIPOTSARI (Didi Kempot Campursari) Di Radio Karysma FM Boyolali. *Intelektiva : Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora Manajerial*, 2(8), 146–151.
- Hasanah, H. (2017). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Hasmawati, F. (2018). Manajemen Dalam Komunikasi. *Al-Idarah*, 5(6), 76–86.
- Ismawanti, R. (2021). Penguatan Manajemen Komunikasi Organisasi Dalam Mengoptimalkan Motivasi Kinerja Pegawai PT. Telkom Indonesia Tbk. Divreg 3 Jawa Barat. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 72–80.
- Kholik, A. (2020). Perencanaan dan Manajemen Komunikasi dalam Membangun Citra Pelayanan Jasa Outsourcing. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 95–103.
- Komang Dyah Setuti Sebuah, I. W. W. sebuahI N. A. (2022). Jurnal Ilmu Komunikasi Hindu. *Jurnal Ilmu Komunikasi Hindu*, 02, 253–262.

- Nasution, N. (2018). Strategi Manajemen Penyiaran Radio Swasta Kiss Fm Dalam Menghadapi Persaingan Informasi Digital. *Jurnal Interaks*, 2(2), 145–156.
- Novra, E., & Ariani, S. (2020). Teh Talua, Daya Tarik Wisata Sumatera Barat. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah Menara ILMU*, XIV(01), 33–41.
- Pratiwi, nuning. (2017). Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1, 213–214.
- Rachmawati, I. N. (2007). Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 11(1), 35–40. <https://doi.org/10.7454/jki.v11i1.184>
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Romadhan, M. I., Cahyo, B., & Adhi, S. (2021). Manajemen Kesan Pelaku Budaya Musik Saronen Dalam Mempertahankan Eksistensi di Masa Pandemi. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 213–227. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v5i2.5835>
- Sahputra, D. (2020). Manajemen Komunikasi Suatu Pendekatan Komunikasi Communication Management A Communication Approach Dedi. *Jurnal Simbolika*, 6(2), 152–162.
- Samsudin, C. M. (2020). No Title. *Konstruksi Pemberitaan Stigma Anti-China Pada Kasus Covid-19 Di Kompas.Com*, 68(1), 1–12. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ndteint.2014.07.001><https://doi.org/10.1016/j.ndteint.2017.12.003><http://dx.doi.org/10.1016/j.matdes.2017.02.024>
- Soendari, T. (2012). Metode Penelitian pendidikan Deskriptif. *Metode Penelitian Deskriptif*, hal 1-26.
- Takari, D. M., Hum, M., & Ph, D. (2019). *Memahami ilmu komunikasi. March*.
- Wilti, I. I. (2022). *Manajemen Produksi Variety Show dan Sinetron dalam Memenuhi Kepentingan Publik. 1*, 61–74.
- Winangsih, R., Widyastuti, N. W., & Widyastuti, Y. (2019). Membangun Kemandirian Pangan Melalui Manajemen Komunikasi Pemasaran Sate Bandeng Sebagai Produk Unggulan Kota Serang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat IPTEKS*, 5(1), 105. https://doi.org/10.32528/pengabdian_iptek.v5i1.2268
- Husaini Usman. (2011) *Metodologi Penelitian Sosial/Husaini Usman;Purnomo Setiady Akbar-Jakarta:Bumi Aksara, 2011*

LAMPIRAN PEDOMAN WAWANCARA

Nama Narasumber : Basriman
Jabatan Narasumber : Pemilik
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Waktu Penelitian : 5 – Januari – 2023

Assalamualaikum Wr.Wb

Perkenalkan saya Muhammad Nadif Hadi, Mahasiswa Semeste IX Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Saat ini saya sedang melakukan penelitian terkait Tugas Akhir/ Skripsi dengan judul : “Manajemen Komunikasi Café TST Abe Dalam Mempertahankan Usaha Di Kota Medan.”

Dengan ini saya sangat memerlukan informasi dari narasumber Café TST Abe. Terkait berjalannya penelitian ini, atas bantuan informasi dan ketersediaan Bapak/ Ibu saya ucapkan terima kasih

Pemilik

Pertanyaan:

1. Bagaimana proses manajemen komunikasi yang selama ini berjalan di Café TST Abe?
2. Apakah ada hambatan ketika anda mempertahankan usaha?

3. Bagaimana manajemen komunikasi mempertahankan usaha agar bisa bertahan sampai saat ini?
4. Apakah karyawan anda memberikan loyalitas di pekerjaannya?
5. Dalam keadaan konsumen yang tidak mendapatkan pelayanan yang baik, apa yang anda lakukan ketika menghadapi hal tersebut?
6. Bagaimana anda memberikan pelayanan yang baikn keapda konsumen?
7. Apakah kedepannya anda akan membuat inovasi dalam usaha ini?
8. Dalam memperkenalkan Café TST Abe, apakah manajemen komunikasi berhasil ke konsumen atau masyarakat?
9. Apakah manajemen komunikasi sampai kepada sasaran konsumen yang dituju?
10. Bagaimana anda membuat karyawan betah bekerja disini?



Karyawan

Pertanyaan

1. Sudah berapa lama bekerja di Café TST Abe?
2. Apa yang membuat anda bertahan di Café TST Abe?
3. Bagaimana manajemen komunikasi anda dalam mempertahankan konsumen TST Abe?

4. Apakah ada hambatan dalam bekerja di Café TST Abe?
5. Bagaimana anda memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen?
6. Apakah manajemen komunikasi berjalan baik antara pemilik dan karyawan?







UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bisa menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
https://fisip.umsu.ac.id fisip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-1

**PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI**

Kepada Yth.
Bapak/Ibu
Ketua Program Studi ILMU KOMUNIKASI
FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 24-Mei 2022

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : MUHAMMAD NADIF HADI
N P M : 1803110128
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Tabungan sks : 130 sks, IP Kumulatif 2,11

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	MANAJEMEN KOMUNIKASI CAFE TST PBE DALAM MEMPERTAHKAN WISATA DI Kota MEDAN	 24-5-2022
2	KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI Studi Kualitatif antara AHLI PT. MANDIRI UTAMA BERGAMA dengan KARYAWAN	
3	DAFTAR NEGATIF yang diM bac terhadap game online "FREE FIRE" bagi anak kecil di lingkungan 3 Kecamatan II	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik / Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Pemohon

Rekomendasi Ketua Program Studi :
Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tgl. 2 Juni 2022

Ketua,

(AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom)
NIDN: 0127048401

178.18.311

(MUHAMMAD NADIF HADI)

Dosen Pembimbing yang ditunjuk
Program Studi.....

(FADHUL PAHLEVI H)
NIDN:



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Sk-2

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**
Nomor : 749/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2022

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor : 1231/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **02 Juni 2022**, dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **MUHAMMAD NADIF HADI**
N P M : 1803110128
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2021/2022
Judul Skripsi : **MANAJEMEN KOMUNIKASI CAFÉ TST ABE DALAM
MEMPERTAHANKAN USAHA DI KOTA MEDAN**
Pembimbing : **FADHIL PAHLEVI HIDAYAT, S.IKom., M.IKom.**

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan skripsi FISIP UMSU sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 1231/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M.
2. Sesuai dengan nomor terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 178.18.311 tahun 2022.
3. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 02 Juni 2023.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 02 Dzulqaidah 1443 H
02 Juni 2022 M



Dr. TRIEN SALEH, S.Sos., MSP.
NIDN. 0030017402



Tembusan :

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Pertinggal.





Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website : http://www.umsu.ac.id E-mai : rektor@umsu.ac.id

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth. Medan,20....
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : MUHAMMAD NAQIF HADI
N P M : 1803110128
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI / BROADCASTING

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor...../SK/IL.3/UMSU-03/F/20..... tanggal dengan judul sebagai berikut :

"MANAJEMEN KOMUNIKASI CAFE TST ABE DALAM MENPERTAHAN-
KAN USAHA DI KOTA MEDAN"

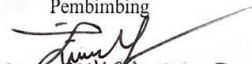
Bersama permohonan ini saya lampirkan :

- 1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
- 2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
- 3. DKAM yang telah disahkan;
- 4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir ASLI;
- 5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP-tahap berjalan;
- 6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
- 7. Propsosal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3)
- 8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP warna BIRU.

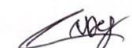
Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Menyetujui :

Pembimbing


(FADHIL PAHLAVI KHIDYAT)
S. I KOM., M. I KOM

Pemohon,


(MUHAMMAD NAQIF HADI..)

UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 1259/UND/II.3.AU/UNSU-03/F/2022

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Jumat, 26 Agustus 2022
Waktu : 09.00 WIB s.d 12.00 WIB
Tempat : Online/Daring
Pemimpin Seminar : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.



9K-4

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMIMPIN	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
11	MUHAMMAD HADIF HADI	1803110128	AKHYAR ANSHORI, S.Sos. M.I.Kom.	FADHL PAHLEVI HIDAYAT, S.I.Kom., M.I.Kom.	MANAJEMEN KOMUNIKASI CAFE TST ABE DALAM MEMPERTAHANKAN USAHA DI KOTA MEDAN
12	NURUL ANNISA	1803110029	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	DR. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom.	POLA KOMUNIKASI ORGANISASI ANGGATAN MUDA PEMBAHARUAN INDONESIA (AMPY) PROVINSI SUMATERA UTARA DALAM MENINGKATKAN SOLIDARITAS KEANGGOTAAN
13	ARJUNA AKBAR RAMADHAN	1803110246	AKHYAR ANSHORI, S.Sos. M.I.Kom.	CORRY NOVIRCA AP SINAGA, S.Sos., M.A.	PERENCANAAN KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENARIK MINAT KUNJUNG KE TAMAN WISATA ALAM GALAH-GALAH LABUHANBATU SELATAN
14	WIDYA AULIA AZZAHRA	1803110038	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	PERSEPSI MASYARAKAT DESA KEDAI DURIAN TERKAIT WACANA PEMBELIAN PERTALITE MENGGUNAKAN APLIKASI MPPERTAMINA
15	DEDE TOMY SETIAWAN	1503110088	AKHYAR ANSHORI, S.Sos. M.I.Kom.	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	OPINI MASYARAKAT KOTA MEDAN TERHADAP PEMBERTAAN PENISTAN NABI MUHAMMAD SAW OLEH POLITIKUS INDIA DI TELEVISI

Medan, 26 Muharram 1444 H

24 Agustus 2022 M



(Dr. Armin Saleh, S.Sos., MSP)



Unggul Cerdas Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : MUHAMMAD NADIF HADI
NPM : 1803110128
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI
Judul Skripsi : MANAJEMEN KOMUNIKASI CAFE TST ABE DACAM
MEMPERTAHANKAN USAHA DI KOTA MEDAN

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1	25/7/22	Bimbingan PROPOSAL BAB I	
2	02/08/22	Bimbingan PROPOSAL BAB II	
3	09/08/22	Bimbingan PROPOSAL BAB III	
4	12/08/22	REVISI PROPOSAL BAB I dan BAB III	
5	20/09/22	Bimbingan Penyusunan Draf wawancara	
6	11/01/23	Bimbingan skripsi BAB IV	
7	18/01/23	Bimbingan skripsi BAB V	
8	18/01/23	REVISI Bimbingan skripsi BAB IV	
9	26/01/23	REVISI Bimbingan skripsi BAB V	
10	31/01/23	ACC SKRIPSI	

Medan,20.....

Dekan,

Ketua Jurusan,

Penibimbing,

(ARIEIN SACEH S.SOS., M.S.P., Dr)

(Anghar Anghar, S.Sos.M.I.kom)

(Fadhil Pahlan Hidayat, S.I.kom, M.I.kom)

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI
Nomor : 389/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2023

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Kamis, 09 Maret 2023
Waktu : 09.00 WIB s.d. Selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2



SK-10

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENJUALI			Judul Skripsi
			PENGJUALI I	PENGJUALI II	PENGJUALI III	
1	ANANDA RIZKY PRATAMA RITONGA	1803110143	Assec. Prof. Dr. LELYLA KHARANI, M.Si	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom	REPRESENTASI PEREMPUAN DALAM BUDAYA PATRIARKI PADA FILM "YUNI" (ANALISIS SEMIOTIK ROLAND BERTHESS)
2	AHMAD KHAIRI SIMANGUNSONG	1803110167	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom	PERAN DINAS PARIWISATA DALAM MEMBANGUN CITRA DESTINASI WISATA ISTANA KOTA PINANG DI MASA PANDEMI COVID-19
3	M. SAUQI GURUH AL FANNY	1803110250	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom	ANALISIS PEMANFAATAN APLIKASI TIK TOK SEBAGAI MEDIA INFORMASI BAGI SISWA SMA NEGERI 3 BINJAI
4	MUHAMMAD NADIF HADI	1803110128	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom	SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom	FADHIL PAHLEVI HIDAAYAT, S.I.Kom., M.I.Kom	MANAJEMEN KOMUNIKASI CAFE TST ABE DALAM MEMPERTAHANKAN USAHA DI KOTA MEDAN
5	AGUS INDRAZAT HANDOKO	1803110290	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom	SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom	STRATEGI PEMASARAN PT. ADIRA FINANCE KISARAN DALAM MENARIK KEPERCAYAAN MASYARAKAT

Menulis Sidang :

Ditetapkan oleh :



Wakil Rektor I
Prof. Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum

Toran 9 Mhs

Inf 06.03.23

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., M.SP.

Medan, 13 Syaban 1444 H

06 Maret 2023 M



Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom



Sekretaris

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Data Pribadi

Nama : Muhammad Nadif Hadi
Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 29 Desember 1999
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : JL. Amaliun Gg. Raja Batu No.249/A Medan
Email : muhammadnadif666@gmail.com

Status keluarga

Nama Ayah : Suwardi
Pekerjaan Ayah : Wiraswasta
Nama Ibu : Hawa Sri Haryati
Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga
Alamat : JL. Amaliun Gg. Raja Batu No.249/A Medan

Pendidikan Formal

2007-2012 : SD Nurul Islam Indonesia
2012-2015 : SMP Nurul Islam Indonesia
2015- 2018 : SMA Negri 5 Medan
2018-2023 : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara