

STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI INKLUSIF CAFE ONNI HOUSE SURABAYA DALAM MELIBATKAN PENYANDANG *DOWN SYNDROME* UNTUK MAGANG SEBAGAI *WAITRESS*

Kartika Conny Brilliant Dwikananda, Sunarto, Turnomo Rahardjo
kartikaconnybd@gmail.com

Program Studi S-1 Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jalan dr. Antonius Suroyo, Kampus Tembalang, Semarang, Kotak Pos 1269, Telepon (024) 746407, Faksimile (024) 746504 Laman: <https://fisip.undip.ac.id> / Email: fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

Organizations require effective communication strategies to achieve their missions and goals. By involving individuals with Down syndrome in a waitress internship program, organizations need to redefine their communication strategies and policies throughout the program to create an inclusive work environment for people with disabilities. Through statements from ten informants involved in the implementation of the collaborative program involving individuals with Down syndrome for a waitress internship, this qualitative research uses an intrinsic case study method within a post-positivist paradigm to find pattern matching from Karl Weick and James Taylor's Theory of Organizational Sensemaking, Widhawati's Concept of Inclusive Environment, and Fred R. David's Strategic Communication Planning are chosen to help explore the theoretical review. Through research, show the stages of communication strategies carried out by ONNI House Surabaya in implementing an inclusive work environment. Through communication strategies starting from planning, implementation, and evaluation, ONNI House Surabaya successfully completed the program to involve Down syndrome trainees as waitresses.

Keywords: *Co-Orientation of Organization; Organizational Communication Strategies; Down syndrome; Inclusive Organization; ONNI House Surabaya*

ABSTRAK

Organisasi memerlukan strategi komunikasi yang efektif untuk mencapai misi dan tujuannya. Dengan melibatkan penyandang *down syndrome* untuk magang sebagai *waitress*, organisasi perlu menentukan strategi komunikasi dan kebijakan selama program berlangsung untuk mewujudkan lingkungan kerja inklusif bagi penyandang disabilitas. Melalui pernyataan dari sepuluh informan yang terlibat dalam pelaksanaan program kolaborasi melibatkan penyandang *down syndrome* untuk magang sebagai *waitress*, penelitian kualitatif ini menggunakan metode studi kasus intrinsik dalam paradigma post-positivistik untuk mendapatkan kesesuaian pola. Teori Koorientasi Organisasi Karl Weick dan James Taylor, Konsep Lingkungan Inklusif dari Widhawati, dan Perencanaan Strategi Komunikasi Fred R. David dipilih untuk membantu mengeksplorasi kajian teoretis. Melalui penelitian, didapatkan temuan yang menunjukkan tahapan strategi komunikasi yang dilakukan oleh ONNI House Surabaya dalam menerapkan lingkungan kerja yang inklusif. Melalui strategi komunikasi yang dimulai dari perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi, ONNI House Surabaya berhasil melibatkan penyandang *down syndrome* magang sebagai *waitress*.

Kata kunci: *Koorientasi Organisasi; Strategi Komunikasi Organisasi; Penyandang Down syndrome; Organisasi Inklusif; ONNI House Surabaya*

PENDAHULUAN

Pada tahun 2020, Badan Pusat Statistik (BPS) memiliki data bahwa jumlah penyandang disabilitas yang berusia 15 tahun ke atas dan sudah mendapatkan status sebagai pekerja (baik pekerja tetap atau lainnya) baru sebanyak 0,18% dari jumlah keseluruhan penduduk di Indonesia. Angka tersebut tergolong masih sangat rendah dan menunjukkan adanya ketimpangan mengingat banyaknya jumlah penyandang disabilitas berusia produktif di Indonesia. Dari jumlah angkatan kerja para penyandang disabilitas tersebut, hanya tercatat sejumlah 720.748 orang disabilitas yang memiliki status sebagai pekerja di Indonesia hingga tahun 2022. Akan tetapi, dilansir dari *indonesia.go.id*, dari jumlah tersebut, hanya 1.271 penyandang disabilitas yang bekerja di 72 BUMN dan 4.554 disabilitas yang bekerja di 588 perusahaan swasta.

Adanya keterbatasan berkomunikasi terutama dari aspek fisik menjadi faktor penghambat bagi para penyandang disabilitas untuk melakukan interaksi dengan orang dan lingkungan di sekitarnya, padahal komunikasi menjadi salah satu elemen penting bagi individu apabila ingin membentuk koneksi dan interaksi dengan orang lain di lingkungannya (Sanders, 2022). Stigma buruk terhadap rendahnya

kemampuan berkomunikasi dan ketidaksiapan kerja penyandang disabilitas bagi masyarakat Indonesia ini kemudian membatasi mereka untuk terlibat ke dalam pasar kerja (Luciana, 2022).

Dalam berinteraksi dan berkomunikasi, para penyandang disabilitas intelektual memanfaatkan bentuk-bentuk komunikasi, seperti komunikasi verbal (bahasa isyarat dan tulisan) dan komunikasi non-verbal (simbol dan gestur). Bagi beberapa penyandang disabilitas intelektual, interaksi sederhana yang ada sehari-hari akan menjadi sulit karena keterbatasannya dengan fungsi intelektual untuk memproses informasi, serta gangguan pada fungsi adaptifnya yang berpengaruh pada kecepatan mereka dalam memahami percakapan dan aktivitas orang di sekitarnya. Adanya hambatan ini kemudian menghalangi proses pembangunan relasi dengan orang lain, baik dalam lingkup keluarga, pertemanan, hingga pekerjaan (Dykens, dkk., 2006).

Hasil penelitian dari World Health Organization (WHO) pada tahun 2011 menunjukkan bahwa rata-rata penyandang disabilitas yang berada di usia kerja di dunia ini belum memiliki pekerjaan (pengangguran), hanya bekerja secara *part-time*, memiliki pekerjaan tidak tetap, hingga mendapatkan gaji lebih rendah dibandingkan

pekerja lain yang non-disabilitas (Bonaccio dkk., 2020). Banyak penyandang disabilitas yang bekerja mengalami hambatan diskriminatif meskipun mereka memiliki hak yang sama ketika bekerja dengan tetap mengutamakan kesetaraan dengan pekerja lainnya (United Nations Department of Economic and Social Affairs, 2018). Ditinjau dari Instagram @kerjabilitas dan @difalink, media sosial yang memberikan informasi terkait lowongan pekerjaan bagi penyandang disabilitas, tidak banyak ditawarkan pekerjaan yang secara jelas ditujukan bagi orang berkebutuhan khusus. Rata-rata lowongan pekerjaan yang diunggah dikhususkan bagi penyandang disabilitas daksa, tuli-wicara, dan netra. Padahal, orang berkebutuhan khusus tetap memiliki kemampuan yang bisa diasah untuk berkomunikasi dengan orang lain dan apabila berada dalam lingkungan dan dengan bimbingan yang tepat, orang dengan *down syndrome* tetap dapat menjalani kehidupan dan memberi manfaat bagi sesama (Persatuan Orang Tua Anak *Down syndrome*, 2021).

Setiap jenjang karier tentu diawali dengan masa percobaan ataupun dengan masa pelatihan, salah satunya melalui magang. Dilansir dari *dsagsl.org*, kesempatan magang yang terbuka bagi penyandang *down syndrome* ini sudah

diterapkan di DSAGSL (*Down syndrome Association of Greater St. Louis*) yang berlokasi di St. Louis County, Missouri, United States. DSAGSL membuka kesempatan magang bagi para penyandang *down syndrome*, salah satu posisi yang menarik adalah Communications Intern, di mana program magang untuk penyandang *down syndrome* yang berfokus pada kegiatan hubungan masyarakat, media sosial, *video marketing*, dan *print marketing* untuk mempertahankan dan/atau meningkatkan DSAGSL *branding standards*.

Ketika ada kesempatan orang dengan *down syndrome* bekerja sebagai *waitress*, itupun hanya *seasonal* saja atau dalam kontrak magang yang bukan merupakan lahan tetap bagi mereka untuk bekerja. Pekerjaan tetap bagi penyandang disabilitas lainnya (di luar disabilitas intelektual atau *down syndrome*) hanya ditemukan bagi mereka yang bekerja sebagai barista, langsung membuat minuman sesuai menu yang dipesan pelanggan, hanya ditemukan di Café More Wyataguna, Bandung, dan Kopi Sunyi di Jakarta dan Yogyakarta, atau kasir yang hanya mengarahkan pelanggan untuk memesan menu yang disediakan, seperti ditemukan di Deaf Café Fingertalk, Depok. Masih sedikitnya perusahaan atau organisasi yang melibatkan disabilitas ini membuktikan

bahwa inklusivitas bagi penyandang *down syndrome* untuk bisa dilibatkan dalam kesempatan kerja secara langsung masih tergolong rendah.

Salah satu perusahaan di Indonesia yang membuka kesempatan bagi para penyandang *down syndrome* untuk berperan kerja sebagai *waitress* adalah Café ONNI House Surabaya. Melanjutkan visinya *to inspire people*, ONNI House Surabaya ingin menunjukkan sisi humanisnya melalui kolaborasi dengan orang berkebutuhan khusus agar keberadaan mereka lebih diterima dan diapresiasi. Perbedaan kesepahaman dan keterampilan untuk memberikan kesempatan magang bagi orang dengan *down syndrome* ini memerlukan pendampingan dari lembaga terkait. Berkolaborasi dengan Destiny Learning Center, lembaga yang menaungi kursus bagi anak berkebutuhan khusus di Surabaya, Café ONNI House Surabaya memberikan pelatihan selama 3 (tiga) minggu sebelum masa magang berlangsung. Dikutip dari unggahan @onnihouse.sby di Instagram, ONNI House Surabaya memberi kesempatan magang menjadi *waitress* bagi 7 (tujuh) orang berkebutuhan khusus (disabilitas intelektual) dengan 4 (empat) orang di antaranya merupakan penyandang *down syndrome*.

Dalam melaksanakan program kolaborasi tersebut, Café ONNI House Surabaya tentu menunjukkan komitmen perusahaan sebagai organisasi *to inspire people*, di mana harapannya dengan melibatkan penyandang disabilitas untuk magang bisa menjadi ajakan bagi organisasi lain dalam menciptakan lingkungan inklusif di dunia kerja. Dengan kata lain, komitmen organisasi mencerminkan loyalitas terhadap upaya mencapai tujuan organisasi yang telah disepakati bersama sebelumnya, dalam kasus ini, visi organisasi dari ONNI House Surabaya adalah *to inspire people*.

Oleh karena itu, penting bagi setiap orang, terutama pemberi kerja yang akan menunjukkan lingkungan kerja inklusif nantinya untuk memahami bagaimana kebijakan dan komitmen organisasi agar bisa merealisasikan sikap inklusivitas dan menjadi organisasi yang terbuka untuk pelibatan penyandang disabilitas dalam kesempatan kerja. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran bagaimana peran Café ONNI House Surabaya sebagai organisasi yang melibatkan penyandang *down syndrome* untuk magang sebagai *waitress*, sekaligus memberikan kesempatan penyandang disabilitas untuk menunjukkan keterampilan komunikasinya di tengah keterbatasan yang dimiliki.

TUJUAN PENELITIAN

Mendesripsikan strategi komunikasi organisasi Café ONNI House Surabaya menerjemahkan inklusivitas dalam lingkup organisasi dengan melibatkan penyandang *down syndrome* untuk magang sebagai *waitress*.

KERANGKA TEORETIS

Teori Koorientasi Organisasi

Teori *Co-Orientation* tentang Organisasi oleh Karl Weick dan James Taylor memberikan gambaran tentang bagaimana percakapan dapat menyusun suatu organisasi. Gambaran terkait percakapan tersebut merupakan bagian dari interaksi. Gagasan berorganisasi akan digambarkan ketika dua orang berinteraksi yang fokus seputar masalah tertentu. Konsep ini disebut sebagai proses koorientasi karena terdapat dua orang berfokus pada sebuah objek yang sama. Objek-objek tersebut dapat berupa apa saja, seperti topik, isu, keprihatinan, situasi, gagasan, tujuan, orang lain, kelompok, dan lain-lain.

Dalam teori koorientasi, komunikasi dipandang sebagai cara individu menyampaikan orientasinya terhadap suatu objek di sekitarnya. Interaksi sosial, termasuk sistem, membantu mencapai keseimbangan antar peserta ketika berkomunikasi. Para

pelaku komunikasi mencoba untuk membicarakan suatu masalah dengan membicarakan makna yang sesuai dengan objek tersebut. Sebagian dari pelaku komunikasi berhasil melakukannya, sementara yang lain tidak karena membutuhkan interaksi yang lebih intens untuk mencapai pemahaman terkait isu atau topik tertentu. Oleh karena itu, beberapa hal diperlukan untuk membantu pemaknaan bagi setiap individu agar dapat saling terkait antar satu sama lainnya, termasuk mencapai kesepakatan tentang fakta yang dihadapi, siapa yang harus bertindak, dan menciptakan konteks atau dasar untuk interaksi yang berkelanjutan.

Teori ini percaya bahwa akan muncul pola interaksi dan hubungan antar anggota organisasi dari kegiatan sehari-harinya yang dapat diperhatikan melalui susunan permukaan (*surface structure*). Interaksi yang muncul tersebut bukan interaksi acak atau tidak berkaitan, melainkan interaksi tersebut muncul karena hasil dari susunan dalam (*deep structure*) organisasi. Susunan dalam organisasi yang dimaksud meliputi tata bahasa, tindakan, pola interaksi, kewajiban anggota, hingga tugas dan tanggung jawab anggota organisasi. Dengan demikian, terdapat hubungan yang berulang antara *deep structure* dengan *surface*

structure dalam sebuah organisasi yang menciptakan lingkaran pengaruh dan melibatkan hubungan dari *text* ke *conversation* ataupun *conversation* ke *text* sehingga kehidupan organisasi akan bisa diduga dari kestabilan yang dimunculkan.

Strategi Komunikasi Organisasi

Strategi komunikasi berawal dari kata strategi yang berasal dari bahasa Yunani klasik, yakni “*stratos*” dengan arti tentara dan akta “*agein*” dengan arti pemimpin. Definisi tersebut kemudian mengarahkan pada konsep dasar strategi yang artinya pemimpin tentara, kemudian diartikan sebagai konsep militer sebagai seni perang para jenderal untuk suatu rancangan terbaik untuk memenangkan suatu perang. Anderson (1968) mengatakan bahwa strategi adalah seni yang melibatkan bagaimana menggunakan sumber daya untuk mencapai tujuan agar dapat memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien.

Menurut Muslimin (2023), strategi komunikasi organisasi adalah pendekatan yang dirancang untuk mengatur dan memfasilitasi aliran informasi, ide, dan pesan yang ada dalam suatu organisasi. Hal ini sangat penting untuk membangun organisasi yang kokoh karena membutuhkan keselarasan pemahaman, koordinasi, dan tujuan bersama antar seluruh anggotanya. Selain itu, penelitian dalam strategi

komunikasi ini akan melibatkan pemahaman mendalam tentang teori dan konsep komunikasi, serta bagaimana mereka dapat diterapkan untuk mencapai tujuan organisasi. Strategi komunikasi organisasi dirancang untuk memastikan informasi mengalir dengan baik antara pimpinan dan bawahan, serta antar karyawan (Zega, 2023). Sebuah strategi mestinya bisa memberikan arah bagi organisasi untuk bisa menentukan inisiatif komunikasi, menjangkau kelompok sasaran, menyesuaikan dengan berbagai sumber daya yang tersedia, dan meminimalisasi resistensi (Asriwati, 2021).

Dalam menerapkan strategi komunikasi organisasi, penting bagi organisasi untuk menentukan tujuan yang jelas dengan melihat apa tujuan besar dari inisiatif komunikasi yang dirancang, apakah untuk memberi tahu, memotivasi, membangun hubungan, mengelola konflik, atau sekadar menjalankan visi dan misi organisasi. Oleh karena itu, organisasi harus memiliki kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan dan permintaan komunikasi pelanggan (Amal, 2018). Pengukuran ini juga diperlukan untuk mendapatkan dampak strategi komunikasi yang dilakukan terhadap pemahaman, partisipasi, hingga pencapaian tujuan organisasi.

Inklusivitas dalam Organisasi

Inklusif merupakan usaha yang dilakukan seseorang atau organisasi dalam menempatkan dirinya ke dalam sudut pandang orang lain dalam memahami suatu hal atau isu tertentu. Secara bahasa, inklusif berasal dari bahasa Inggris “*inclusion*” yang berarti sebuah tindakan mengajak, melibatkan, atau mengikutsertakan. Dari arti tersebut, inklusif dapat dimaknai sebagai pelibatan semua orang dari berbagai kelompok tanpa meninggalkan salah satunya. Inklusi didefinisikan sebagai seberapa baik organisasi dan seluruh anggotanya dapat terhubung sepenuhnya dengan melibatkan semua jenis perbedaan (Ferdman, 2017). Apabila sikap inklusif dapat diterapkan dalam organisasi, sinergi antara organisasi dengan kepemimpinan akan menjadi solusi untuk memunculkan kompleksitas organisasi yang bisa dieksplorasi lebih lanjut.

Komunikasi inklusif dalam organisasi akan lebih mengupayakan praktik komunikasi yang lebih mempertimbangkan perspektif, budaya, dan kemampuan yang beragam dalam penyampaian pesan. Organisasi akan memastikan bahwa komunikasi yang dibentuk dapat diakses dan inklusif untuk semua karyawan, termasuk mereka yang memiliki disabilitas atau hambatan bahasa. Organisasi inklusif hanya

akan tercipta ketika pemimpin organisasi memenuhi tanggung jawab sosial, lingkungan, dan gambaran jangka panjang yang memenuhi berbagai kebutuhan anggota organisasinya (Gomez & Bernet, 2019). Dalam konteks ini, organisasi inklusif dianggap sebagai sesuatu yang normatif dan menjadi konsep strategis yang berfungsi sebagai implementasi tujuan dari organisasi (Ozbilgin, 2009).

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Esterhuizen & Freshwater pada tahun 2015 menemukan bahwa perusahaan dengan kepemimpinan inklusif dapat meningkatkan rasa aman secara psikologis, keterlibatan karyawan, dan kerja sama tim. Dengan menerapkan sistem yang inklusif dengan tidak memperhatikan perbedaan yang ada, organisasi dapat meningkatkan pertumbuhan dan retensi pelanggan, keterlibatan karyawan yang lebih besar, meningkatkan produktivitas dan inovasi, hingga dapat memunculkan peningkatan kualitas ketika pembuatan keputusan (Frost, 2019) sehingga mampu menghasilkan organisasi yang lebih baik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan tipe penelitian deskriptif melalui pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang mengutamakan penjabaran dan penjelasan suatu fenomena dari sudut

pandang subjek dan tidak hanya diproses melalui perhitungan atau angka-angka statistik. Penelitian mencoba memahami kondisi suatu hal secara alami, memfokuskan penelitian pada kondisi atau keadaan sebenarnya dari subjek yang diteliti, kemudian diolah menggunakan analisis data kualitatif. Dalam menguraikan pemahaman pengalaman akan suatu kasus, penelitian ini menggunakan studi kasus intrinsik sebagai desain penelitian. Sesuai dengan prinsip-prinsip dari penelitian studi kasus, beragam aspek yang dimiliki oleh individu, kelompok, kegiatan atau program, situasi sosial, hingga organisasi diuraikan dengan penjelasan yang komprehensif (Mulyana, 2018).

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan hasil wawancara langsung dengan subjek penelitian, di mana subjek penelitian ini merupakan: pemilik organisasi atau yang mewakili sebagai representatif Café ONNI House Surabaya, karyawan tetap (non-disabilitas) dari Café ONNI House Surabaya, fasilitator dari Destiny Learning Center, pelanggan atau konsumen yang melakukan transaksi pada kolaborasi berlangsung, serta penyandang *down syndrome* murid dari Destiny Learning Center yang berperan sebagai *waitress* dalam kolaborasi Anniversary ke-4 Café ONNI

House Surabaya dan Program Magang pada periode Oktober—Desember 2023.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pernyataan yang disampaikan informan sebagai subjek dalam penelitian ini kemudian memunculkan temuan berdasarkan informasi dari 10 (sepuluh) informan yang terlibat dalam pelaksanaan program magang untuk orang berkebutuhan khusus di ONNI House Surabaya. Hal yang didiskusikan pada penelitian ini mencakup perencanaan organisasi dalam menyusun program, tahapan pelaksanaan program organisasi, upaya pengembangan program, dan proses evaluasi program organisasi. Berdasarkan jawaban dari masing-masing informan, sejumlah pola memiliki keterikatan antar satu dengan yang lainnya. Kesesuaian pola tersebut dapat membantu mendeskripsikan bagaimana strategi komunikasi ONNI House Surabaya melibatkan penyandang *down syndrome* untuk magang sebagai *waitress*.

Interaksi dalam Koorientasi Organisasi

Interaksi yang dilakukan oleh ONNI House Surabaya dan Destiny Learning Center sebagai lembaga yang diajak kolaborasi relevan dengan prinsip-prinsip dari Teori Koorientasi Organisasi yang diinisiasi oleh Karl E. Weick dan James Taylor. Dengan ketertarikan isu dan kepekaan yang sama

mengenai orang berkebutuhan khusus, ONNI House Surabaya akhirnya mengajak Destiny Learning Center untuk bersinergi melakukan program kolaborasi agar orang berkebutuhan khusus mendapatkan pengalaman di dunia kerja, serta dapat mengimplementasikan nilai-nilai yang diajarkan di DLC. Bertepatan dengan upaya ONNI House Surabaya untuk terus berinovasi dan membuat budaya baru, ide tersebut diimplementasikan sebagai program perayaan ulang tahun ke-4 ONNI House Surabaya. ONNI House Surabaya dan Destiny Learning Center kemudian membawa misi yang sama untuk diwujudkan dalam program organisasi.

Dengan adanya program kolaborasi antara ONNI House Surabaya dan Destiny Learning Center, kedua belah pihak melakukan koordinasi perencanaan pelaksanaan program dan saling mendiskusikan strategi yang tepat untuk bisa menyukseskan program. Adanya kesamaan pandang dalam melihat isu disabilitas inilah yang membuka kesempatan untuk program kolaborasi akhirnya berjalan.

Pengembangan Pola Perencanaan Komunikasi

Perancangan strategi yang dilakukan oleh ONNI House Surabaya dalam membentuk pola komunikasi selama pelaksanaan program, di antaranya dengan: mengajarkan

SOP dalam melayani pelanggan sebagai *waitress*, menyortir menu dan membuat menu yang dicetak khusus untuk program, pemberian *name tag*, pelatihan intensif pra kegiatan, meningkatkan kuantitas interaksi, *briefing* rutin, penerapan *reward and punishment*, penggunaan metode *roleplay* dalam pengajaran, hingga repetisi pertanyaan agar dapat membantu orang berkebutuhan khusus untuk mengingat. Pola interaksi yang dilakukan untuk membentuk hubungan antar anggota organisasi dapat diperhatikan dari susunan permukaan (*surface structure*) berupa kegiatan sehari-hari yang muncul, serta susunan dalam (*deep structure*) berupa kebijakan yang telah ditetapkan oleh organisasi sebelumnya.

Dalam pelaksanaannya, ONNI House Surabaya memberikan perhatian pada *surface structure* dengan melakukan peninjauan selama implementasi program, baik peninjauan terhadap Staf yang bertugas, maupun peninjauan bagi orang berkebutuhan khusus yang sedang melakukan masa magang sebagai *waitress*. Adapun penerapan *deep structure* yang dilakukan oleh ONNI House Surabaya adalah dengan menetapkan kebijakan tertulis yang ditandatangani oleh kedua belah pihak, yakni dengan Destiny Learning Center mengenai program kolaborasi yang dilakukan. Susunan dalam

yang dilakukan oleh ONNI House Surabaya juga ditunjukkan dengan penerapan SOP organisasi dalam melayani pelanggan, serta penentuan pihak terlibat lainnya dalam melaksanakan program.

Rencana Strategis Program Kolaborasi

Sebagai upaya menerapkan strategi komunikasi organisasi, penting bagi organisasi untuk menentukan tujuan yang jelas dengan melihat apa tujuan besar dengan komunikasi yang akan dirancang, apakah untuk memberi tahu, memotivasi, membangun hubungan, mengelola konflik, atau sekadar menjalankan visi dan misi organisasi. Pada pelaksanaannya, ONNI House Surabaya menetapkan tujuan yang dilatarbelakangi oleh keinginan membangun hubungan dengan khalayak dan menjalankan visi misi organisasi. Pelaksanaan program ini pun dirancang untuk membantu orang berkebutuhan khusus agar bisa belajar mengenal lingkungan luar sekaligus menjadi ajang meningkatkan *awareness* mengenai isu disabilitas di Kota Surabaya.

Dalam pelaksanaannya, ONNI House Surabaya menggunakan Instagram Feeds, Instagram Story, dan WhatsApp Blast sebagai saluran komunikasi keluar untuk memberitakan program yang sedang berjalan ke publik. Praktik tersebut juga didukung oleh cara ONNI House Surabaya dengan

mengajak para *influencer* yang merupakan relasi dari Owner untuk terlibat dalam pelaksanaan program. Meskipun tidak ada kontrak persetujuan yang mengharuskan mereka menaikkan ke media, kawan *influencer* tersebut justru secara mandiri dan inisiatif mengunggah konten ke Instagram dan TikTok.

Pengelolaan Kebijakan Organisasi Melibatkan Penyandang *Down Syndrome* sebagai *Waitress*

Kebijakan dari ONNI House Surabaya untuk menerapkan inklusivitas dilakukan dengan menyesuaikan material bagi orang berkebutuhan khusus yang diajarkan dengan metode *roleplay* dan repetisi. Strategi yang dilakukan tersebut ditetapkan untuk mengimbangi kemampuan berbicara dan daya tangkap dari orang berkebutuhan khusus, seperti pengulangan materi, pemberitahuan secara perlahan, pendekatan secara personal, dan pemberian contoh langsung. Melihat penyandang *down syndrome* yang dilibatkan masih berada pada kategori umur pemuda (18—30 tahun), diperlukan pemahaman atas dinamika emosional yang bisa berubah sewaktu-waktu.

Dalam upaya interaksi langsung antara karyawan ONNI House Surabaya dengan *waitress* berkebutuhan khusus selama program magang tersebut, alurnya sama

seperti bagaimana menciptakan organisasi inklusif dalam kepemimpinan inklusif dan diversitas menurut Dophina, dkk., (2023) yang menyatakan bahwa organisasi yang inklusif akan menunjukkan empati dan komunikasi secara terbuka pada setiap anggota organisasi. Cara komunikasi terbuka ONNI House Surabaya selama program adalah dengan membebaskan setiap karyawannya untuk berinteraksi langsung dan menjalin keakraban agar orang berkebutuhan khusus juga nyaman dengan lingkungan kerja di ONNI.

Dalam kondisi lain, ketika *waitress* berkebutuhan khusus tiba-tiba tantrum saat durasi kerja, ONNI menyerahkan penanganannya kepada DLC. Strategi ini dilakukan untuk memberikan tanggung jawab kepada DLC yang lebih memahami kondisi dan cara penanganan orang berkebutuhan khusus. Pada kondisi ini, ONNI tetap mendampingi dan mencoba memahami cara apa yang dilakukan untuk mempersiapkan diri apabila pada hari berikutnya ada kejadian serupa. Apabila terdapat *waitress* berkebutuhan khusus yang tantrum, DLC mengajak *waitress* tersebut untuk duduk terlebih dahulu, diberikan ketenangan, menanyakan apa hal yang terjadi, memberikan pemahaman atas tindakan yang sudah dilakukan, serta

memberikan arahan atau pesan berupa perintah yang bisa memengaruhi tindakan mereka berikutnya, seperti, “Besok lagi, kalau ada benda tajam, tolong bisa diberikan ke Mister, ya!” (dalam konteks di Florist, terdapat gunting besar pemotong bunga yang tidak sengaja dijadikan mainan).

Dalam mendukung upaya mencapai keberhasilan program, setiap karyawan di ONNI House Surabaya diajak untuk memberikan ungkapan-ungkapan positif agar *waitress* berkebutuhan khusus bisa lebih semangat dan aktif selama *shift* kerja berlangsung. Saran dari informan 7 sebagai fasilitator dari Destiny Learning Center ini kemudian diterapkan selama pelaksanaan program berlangsung, yakni dengan memberikan ajakan, kalimat persuasif, apresiasi, dan afirmasi positif. Kalimat-kalimat yang sering diucapkan oleh Staf dari ONNI, di antaranya: “Ayo, kamu bisa, kok!”, “Gimana? Sudah diantar pesanannya? Good!”, “Kamu cantik sekali hari ini, pakai *make up*, ya? Siapa yang dandanin?”, “Good, pintar sekali (sebut nama)!””, “Yuk, diperhatikan jalannya, ya.”, “Hayo, dilihat pesanannya, gimana cara memegang nampannya?”, “Kemarin belajar apa aja? Yuk, coba ingat-ingat lagi.”, “Kalau habis terima pesanan, *list*-nya dikasihkan ke siapa?”, dan lain-lain. Beberapa kalimat

positif yang diujarkan tersebut diyakini mampu berpengaruh pada sikap semangat dan siap menjalankan *shift* kerja selama menjadi *waitress* di ONNI.

Pelanggan sebagai Acuan Pengembangan Program

Dengan menentukan tujuan bukan pada keuntungan material, koordinasi antar staf yang dilakukan demi mencapai keberhasilan programlah yang diterapkan dalam kolaborasi ini, mengingat cara tersebut bisa dimaksimalkan untuk mencapai tujuan berdasar cara-cara tertentu.

Dalam upaya ONNI House Surabaya untuk melihat respons pelanggan, setiap pelanggan yang sudah selesai makan atau melakukan transaksi pada program tersebut, staf dari ONNI siap untuk bertanya langsung kepada mereka mengenai pengalamannya ketika dilayani oleh *waitress* berkebutuhan khusus. Sebagai pelanggan yang hadir langsung, informan 7 dan informan 8 menyatakan bahwa cukup tertarik dan terkesan dengan cara *waitress* berkebutuhan khusus menerima pesanan, *waitress* berkebutuhan khusus dengan jelas memberikan opsi untuk menu rekomendasi, bahan-bahan yang ada dalam menu terpilih, menanyakan tingkat kematangan daging (*medium rare, medium, well done*) ketika pelanggan memesan *steak*, hingga

menanyakan opsi *desserts* yang ditanyakan di akhir mengingat *desserts* merupakan hidangan penutup. Menurut pelanggan, cara *waitress* berkebutuhan khusus dalam melayani pelanggan sudah seperti *waitress* pada umumnya yang paham betul bagaimana alur menanyakan pesanan kepada konsumen.

Melalui program ini, organisasi ingin menyampaikan bahwa penting bagi setiap orang untuk peka memberikan kesempatan bagi orang dengan disabilitas agar mereka juga bisa merasakan kesempatan eksplorasi lingkungan. Pelibatan penyandang disabilitas tersebut dapat menunjukkan sikap keterbukaan ONNI House Surabaya dalam mengikutsertakan setiap orang tanpa melihat perbedaan, seperti yang disampaikan oleh Ferdman (2017) tentang seberapa jauh organisasi terhubung dengan melibatkan semua tanpa membeda-bedakan.

KESIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian, peneliti menyimpulkan bahwa:

1. Perencanaan strategi komunikasi yang dilakukan oleh ONNI House Surabaya terbagi menjadi 3 (tiga) konsep, yaitu aliran informasi, gagasan, dan pesan. Fungsi aliran informasi yang diterapkan ONNI House Surabaya adalah dengan menyadari pentingnya membagikan

informasi kepada anggota organisasi terkait rencana program, memahami pola penyebaran informasi yang diterapkan dengan pola vertikal, dan memberikan kesempatan setiap pihak untuk terlibat dalam proses pendistribusian informasi.

2. Pelaksanaan strategi komunikasi yang dilakukan terbagi menjadi 2 (dua) konsep, yakni perumusan dan pengembangan program kolaborasi. Perancangan komunikasi yang dilakukan adalah dengan melakukan beberapa penyesuaian, seperti pemilihan menu yang dicetak khusus selama program, pemberian *name tag*, pelatihan intensif pra kegiatan (*training*), meningkatkan kuantitas interaksi, *briefing* rutin, penerapan *reward and punishment*, penggunaan metode *roleplay*, dan repetisi pertanyaan untuk membantu orang berkebutuhan khusus mengingat apa yang sudah dipelajari. Upaya pengembangan program yang dilakukan oleh ONNI House Surabaya, di antaranya: menjalin kontrak dengan pihak eksternal; peninjauan implementasi program dengan pendampingan bagi *waitress* berkebutuhan khusus; serta menerima

setiap kritik, saran, dan masukan untuk dijadikan evaluasi.

3. Evaluasi strategi komunikasi yang dilakukan ONNI House Surabaya terbagi menjadi 2 (dua) konsep, yakni peninjauan secara internal dan eksternal. Secara internal, ONNI House Surabaya menyelenggarakan *weekly meeting* untuk mendiskusikan program yang dijalankan. Tidak terdapat evaluasi secara formal, tetapi ONNI House Surabaya selalu menyampaikan secara langsung ketika pelaksanaan program apabila ada hal yang keliru atau perlu diperbaiki. Secara eksternal, ONNI House Surabaya telah menjalin *partnership* dengan Socioworks sebagai vendor media sosial yang memudahkan men-*tracking* komentar pelanggan. Banyaknya wawancara yang masuk juga memunculkan pemberitaan di media, seperti Jawa Pos, Kompas.com, Konde.co, IDN Times, dan Berita Surabaya.

SARAN

Sejumlah saran yang dapat diajukan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mencari tahu secara lebih detail mengenai kebutuhan dan cara berkolaborasi dengan orang

berkebutuhan khusus apabila akan menjalankan program serupa.

2. Memunculkan konsep organisasi inklusif yang lebih serius dengan menambah kuantitas jumlah pelibatan penyandang disabilitas.
3. Penyusunan jadwal evaluasi rutin secara lebih formal dan tertata yang dilakukan dalam internal organisasi sehingga capaian atau evaluasi lainnya bisa terdata dengan baik.
4. Penelitian berikutnya dapat membahas dari sudut pandang pihak eksternal untuk mendapatkan jawaban apakah strategi komunikasi yang dilakukan ONNI House Surabaya telah efektif dalam melakukan program kolaborasi untuk melibatkan penyandang *down syndrome* magang sebagai *waitress*.
5. Membahas dari sisi pihak lembaga orang berkebutuhan khusus juga penting untuk melihat lebih detail metode yang digunakan ketika ingin menerapkan lingkungan kerja inklusif.

IMPLIKASI PENELITIAN

Implikasi Teoretis

Penelitian ini dapat membantu memberikan penjelasan dengan tahapan yang mungkin dilakukan untuk menentukan strategi

komunikasi organisasi ketika menerapkan lingkungan inklusif, terutama apabila melibatkan orang berkebutuhan khusus untuk ambil bagian dalam tanggung jawab kerja. Sesuai dengan Teori Koorientasi Organisasi, ONNI House Surabaya mengembangkan pola-pola komunikasi yang dijalin dalam organisasi untuk memaksimalkan pelaksanaan program kolaborasi dengan orang berkebutuhan khusus.

Implikasi Praktis

Dalam penelitian ini, koordinasi/*briefing* internal organisasi, komunikasi partisipatif, dan perencanaan strategi komunikasi merupakan hal utama yang berperan penting dalam menentukan metode efektif untuk perencanaan strategi komunikasi. Dengan begitu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi badan usaha, perusahaan, ataupun organisasi lain yang ingin menerapkan inklusivitas dalam lingkungan kerja di perusahaan. Hal ini berkaitan juga dengan memberikan tahapan yang perlu dilakukan untuk menetapkan strategi yang bisa dilakukan organisasi dalam upaya melibatkan penyandang disabilitas dalam dunia kerja.

Implikasi Sosial

Penelitian diharapkan dapat memberikan penjelasan kepada masyarakat secara luas, khususnya bagi lembaga, organisasi, atau

perusahaan yang ingin menerapkan inklusivitas dan/atau organisasi yang bergerak di bidang sejenis untuk melibatkan penyandang disabilitas dalam dunia kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Anam, C., Hastuti, T., & Rosyanti, D. M. (2021). Komponen-Komponen Inclusive Leadership pada Sektor Pendidikan dan Organisasi in Society 5.0. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 10(2).
- Babys, S. A. M. (2022). *Strategi Kendali Organisasi Coffee Shop dalam Meningkatkan Kinerja Tim terhadap Pelanggan*. 3(2).
- Bonaccio, S., Connelly, C. E., Gellatly, I. R., Jetha, A., & Martin Ginis, K. A. (2020). The Participation of People with Disabilities in the Workplace Across the Employment Cycle: Employer Concerns and Research Evidence. *Journal of Business and Psychology*, 35(2), 135–158. <https://doi.org/10.1007/s10869-018-9602-5>
- Chandra, S. (2021). *Understanding Children with Special Needs*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.29804.49280/1>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*.
- Evarahma, G. G. (2022). *Komunikasi bagi Anak Berkebutuhan Khusus*.
- Grześkowiak, A., Załuska, U., Kwiatkowska-Ciotucha, D., & Kozyra, C. (2021). People with Disabilities in the Workplace: Results of a Survey Conducted among Polish and Finnish Employers. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(20), 10934.
- Gunawan, T., & Rezki, J. F. (2022). *Pemetaan Pekerja dengan Disabilitas di Indonesia*.
- Hollweck, T. (2015). Robert K. Yin. (2014). Case Study Research Design and Methods (5th ed.). *Canadian Journal of Program Evaluation*, 30(1), 108–110. <https://doi.org/10.3138/cjpe.30.1.108>
- Nogueira, M. A. G. (2021). *Emotional Intelligence, Interpersonal Communication and Integration of People With Disabilities Inserted in the Labor Market*. 12(2).
- Robbins, S. P., & Judge, T. (2013). *Organizational behavior (15th ed)*. Pearson.
- Schein, E. H. (2010). *Organizational Culture and Leadership* (4th ed.). Jossey-Bass.
- Smith, R. D. (2021). *Strategic planning for public relations (6th edition)*. Routledge.
- Susiana, S., & Wardah, W. (2019). Pemenuhan Hak Penyandang Disabilitas dalam Mendapatkan Pekerjaan di BUMN. *Law Reform*, 15(2), 225–238. <https://doi.org/10.14710/lr.v15i2.26181>
- Taubner, H., Tideman, M., & Staland Nyman, C. (2022). Employment Sustainability for People with Intellectual Disability: A Systematic Review. *Journal of Occupational Rehabilitation*, 32(3), 353–364. <https://doi.org/10.1007/s10926-021-10020-9>