

**GAYA KOMUNIKASI PENYEDUH TEH RAHAJU TEA
HOUSE DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN**

SKRIPSI

Oleh :

Muhammad Herry Setiawan

201910415103



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS
BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2023

**GAYA KOMUNIKASI PENYEDUH TEH RAHAJU TEA
HOUSE DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN**

SKRIPSI

Oleh :

Muhammad Herry Setiawan

201910415103



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS

BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2023

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Gaya Komunikasi Penyeduh Teh Rahaju Tea
House Dalam Meningkatkan Penjualan

Nama Mahasiswa : Muhammad Herry Setiawan

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415103

Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 21 Juli 2023

Jakarta ,01 Agustus 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing


Yudhistira Ardi Poetra, S.I.Kom., M.I.Kom

NIDN. 0713129301

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Gaya Komunikasi Penyeduh Teh Rahaju Tea
House Dalam Meningkatkan Penjualan

Nama Mahasiswa : Muhammad Herry Setiawan

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415103

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 21 Juli 2023

Jakarta, 01 Agustus 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dra. Sari Endah Nursyamsi, M.M......
NIDN 0311036501

Penguji : Yudhistira Ardi Poetra, S.I.Kom., M.I.Kom.....
NIDN 0713129301

Sekretaris Penguji : Annisa Eka Syafrina, S.I.Kom., M.Si.....
NIDN 0713129301

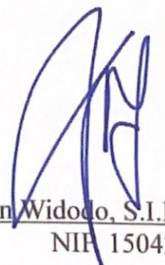
MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si
NIP. 2109527

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul “ Gaya Komunikasi Penyeduh Teh Rahaju Tea House Dalam Meningkatkan Penjualan”

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya yang dibuat ini, saya sebagai penulis bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang ada.

Saya memberikan izin skripsi ini dipinjam dan digandakan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya .

Saya juga memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 01 Agustus 2023

Yang membuat Pernyataan,



Muhammad Herry Setiawan

Npm : 201910415103

ABSTRAK

Tea House atau rumah teh di daerah Bekasi semakin banyak karena para entrepreneur yang melihat peluang bisnis teh dan untuk mengedukasi perihal *spesialty tea* yang cukup harus disadari untuk meningkatkan pengetahuan perihal *spesialty tea*. Salah satunya yang berkecimpungan di bisnis teh yaitu Rahaju Tea House. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gaya komunikasi yang digunakan penyeduh teh Rahaju Tea House dalam meningkatkan penjualan. Rahaju Tea House memiliki konsep *slowbar* yang dimana pada tahapan komunikasi interpersonal terjadi. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dan menggunakan deskriptif kualitatif karena penelitian ini bertujuan untuk meneliti proses dan pembentukan gaya komunikasi yang digunakan Penyeduh teh dalam membangun pendekatan untuk meningkatkan penjualan. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dengan beberapa narasumber, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya komunikasi penyeduh teh dalam meningkatkan penjualan menggunakan komunikasi interpersonal dan juga menerapkan gaya komunikasi berkesan (*Impression style*), gaya komunikasi santai (*Relaxed style*), gaya komunikasi bersahabat (*Friendly style*), gaya komunikasi (*attentive style*).

Kata Kunci : Gaya Komunikasi, Penyeduh teh, Komunikasi interpersonal, peningkatan penjualan.

ABSTRACT

Tea House or tea houses in the Bekasi area are increasing because of entrepreneurs who see opportunities for the tea business and to educate about its specialty tea enough to be aware of to increase knowledge of the subject specialty tea. One of them is involved in the tea business, namely Rahaju Tea House. This study aims to determine the communication style used by Rahaju tea brewers Tea House in increasing sales. Rahaju Tea House has a concept slowbar which is at the stage of interpersonal communication occurs. This type of research uses qualitative research and uses qualitative descriptive because this research aims to examine the process and formation of communication styles used by tea brewers in developing approaches to increase sales. Data collection techniques using interview techniques with several sources, observation, and documentation. The results of this study indicate that the communication style of tea brewers in increasing sales uses interpersonal communication and also applies memorable communication styles (Impression style), relaxed communication style (Relaxed style), friendly communication style (Friendly style), communication style (attentive style).

Keywords: Communication Style, Tea brewer, Interpersonal communication, improvement sale.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas kehadiran Allah S.W,T berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunia-nya Kepada Kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “GAYA KOMUNIKASI PENYEDUH TEH RAHAJU TEA HOUSE DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program Strata-1 di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Tentunya skripsi ini dibuat dengan doa dan dukungan orang tua tercinta, yaitu Bapak Nurdin dan Ibu Ernawati.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M., selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo S.I.Kom, M.I.Kom., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Yudhistira Ardi Poetra, S.I.Kom M.I.Kom., Selaku Dosen Pembimbing dan dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara

Jakarta Raya.

5. Segenap para Dosen Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
6. Kepada pihak Rahaju teh yang telah mengizinkan tempat usahanya tersebut untuk menjadikan sebagai objek utama dalam penelitian skripsi ini.
7. Kepada teman-teman terdekat peneliti Dewi Rochmah Istiafani, Fadhil Surya Permana a.k.a Koi, Viranti Octaviani dan geng Jamet Squad yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah berpartisipasi dalam menyemangati dalam menulis.
8. Kepada rekan kerja dan isntatasi tempat saya bekerja yang telah mau saya repotkan, terimakasih Muhammad Davva, Dinda Oktaviani.

Akhir kata penulis mohon maaf atas kekeliruan dan kesalahan yang terdapat dalam penelitian skripsi ini dan berharap semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua orang yang membacanya.

Jakarta, 01 Agustus 2023

Peneliti



Muhammad Herry Setiawan

201910415103

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.5.1 Manfaat Teoritis	10
1.5.2 Manfaat Praktis	10
1.6 Sistematika Penelitian	10
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	12
2.1 Telaah Teoritis	12
2.1.1 Komunikasi Interpersonal	12
2.1.2 Gaya Komunikasi.....	14
2.2.2.1 Jenis Gaya Komunikasi	16
2.1.3 Peningkatan Penjualan	17
2.2 Telaah Empiris	18
2.3 Kerangka Pemikiran	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1 Desain Penelitian	23
3.2 Metode Penelitian.....	24
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	25

3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.4.1	Observasi.....	26
3.4.2	Wawancara	26
3.4.3	Informan.....	27
3.4.4	Dokumentasi.....	29
3.5	Teknik Analisis Data.....	30
3.6	Teknik Keabsahan Data	30
3.7	Lokasi Dan Waktu Penelitian	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		33
4.1	Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	33
4.1.1	Profil Rahaju Tea House.....	34
4.1.2	Identitas dan Lokasi Rahaju Tea House	35
4.1.3	Logo Rahaju Teh	35
4.1.4	Struktur Tim Rahaju Teh	36
4.1.5	Profil Informan.....	36
4.1.6	Key Informan	37
4.1.7	Informan Utama	37
4.1.8	Informan Pendukung.....	38
4.2	Hasil Penelitian	38
4.2.1	Gaya Komunikasi Berkesan (<i>Impression style</i>)	40
4.2.2	Gaya Komunikasi Santai (<i>Relaxed Style</i>).....	41
4.2.3	Gaya Komunikasi Bersahabat (<i>Friendly Style</i>)	43
4.2.4	Gaya Komunikasi Atentif (<i>Attentive style</i>).....	45
4.3	Pembahasan.....	46
BAB V PENUTUP		50
5.1	Kesimpulan.....	50
5.2	Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produksi Teh Nasional	4
Gambar 4.1 Logo Rahaju Teh	35



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produksi Teh Nasional	4
Gambar 4.1 Logo Rahaju Teh	35



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	21
Bagan 4.1 Struktur Rahaju Teh	36



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Daftar Riwayat Hidup

Lampiran II : Surat Pengantar

Lampiran III : Pedoman Wawancara Transkrip Wawancara & Reduksi Wawancara

Lampiran IV : Dokumentasi Wawancara

Lampiran V : Kartu Bimbingan

Lampiran VI : Form Perbaikan Skripsi

