

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	1
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
<i>ABSTRACT</i> .....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1 Secara Akademis.....	7
1.4.2 Secara Teoritis .....	7
1.5 Kerangka Teori .....	8
1.5.1 Pola Komunikasi.....	8
1.5.2 Komunikasi Antarpribadi.....	11
BAB II.....	20
TINJAUAN PUSTAKA .....	20
2.1 Definisi Komunikasi .....	20
2.1.1 Tujuan Komunikasi.....	21
2.1.2 Unsur Komunikasi .....	22
2.2 Komunikasi Verbal dan Non Verbal.....	25
2.2.1 Komunikasi Verbal .....	25
2.2.2 Komunikasi Non Verbal .....	29
2.3 Hambatan Komunikasi.....	31
2.4 Penyandang Disabilitas .....	34
2.4.1 Istilah Tuna .....	35
2.4.2 Istilah Difabel.....	36

2.5 Bahasa Isyarat .....	37	
2.6 Penelitian Terdahulu .....	39	
BAB III .....	50	
METODE PENELITIAN.....	50	
3.1 Jenis Penelitian.....	50	
3.2 Lokasi Penelitian.....	51	
3.3 Objek Penelitian.....	52	
3.4 Subjek Penelitian .....	52	
3.5 Sumber Data.....	53	
3.5.1 Data Primer .....	53	
3.5.2 Data Sekunder.....	53	
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	54	
3.7 Teknik Analisis Data.....	56	
3.8 Uji Keabsahan Data .....	59	
BAB IV .....	60	
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	60	
4.1 Gambaran Umum Sunyi <i>Coffee</i> .....	60	
4.1.1 Sejarah Sunyi <i>Coffee</i> .....	60	
4.1.2 Visi dan Misi Sunyi <i>Coffee</i> Yogyakarta .....	64	
4.1.3 Konsep Sunyi <i>Coffee</i> .....	64	
4.1.4 Struktur Organisasi Sunyi <i>Coffee</i> .....	66	
4.1.5 Profil Narasumber .....	66	
4.2 Hasil Penelitian .....	70	
4.2.1 Proses Komunikasi Pemilik dan Barista Tuli Sunyi <i>Coffee</i> Yogyakarta.....	70	
4.2.2 Proses Komunikasi Antar Barista Tuli Sunyi <i>Coffee</i> Yogyakarta .....	73	
4.2.1 Proses Komunikasi Barista Tuli dan Konsumen Sunyi <i>Coffee</i> Yogyakarta .....	75	
4.2.2 Proses Komunikasi Manajemen dan Konsumen Sunyi <i>Coffee</i> Yogyakarta .....	80	
4.2.3 Hambatan Dalam Proses Komunikasi di Sunyi <i>Coffee</i> Yogyakarta .....	84	
4.2.4 Faktor pendukung Dalam Mempertahankan Pelanggan .....	86	
4.3 Pembahasan.....	89	
BAB V .....	101	
PENUTUP.....	101	
5.1 Kesimpulan .....	101	
5.2 Saran .....	103	
DAFTAR PUSTAKA .....	105	
LAMPIRAN.....	107	