



PENGUNAAN KOMUNIKASI FATIS DALAM PENGELOLAAN HUBUNGAN DI TEMPAT KERJA

Hendry Kurniawan, Aris Setiawan, Husni Mubarok
Universitas Budi Luhur

(Naskah diterima: 1 Maret 2020, disetujui: 25 April 2020)

Abstract

This study aims to identify the use of Verbal and Nonverbal Communication nature of phatic communication in building relationships and developing relationships in the workplace. This study also look at the context of the relationship Management Organizational Communication. This study was conducted to obtain a description of the role of verbal and nonverbal communication in the context of fascist communication and how to build interpersonal relationships that occur in the workplace. From the research, it was found that the use of fascist komunikasi very often occur in the workplace, because it is considered as an opener in a more intimate relationship. Phatic communication is important in making a relationship and create a close relationship between co-workers. Cultural context of someone very important role in the use of phatic communication, someone with a high-context culture tends to be more frequent use fascist communication communicates interpersonal relationships. But for those who are on a low cultural context also puts phatic communication to connect with colleagues in the interest of the work. The conclusion of this study, phatic communication is essential in building and managing relationships. This also applies in the workplace, phatic communication context is also related to the management of verbal and non-verbal language.

Keywords: *interpersonal communication, phatic communication, verbal and non-verbal communication*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi Penggunaan Komunikasi Verbal dan Nonverbal yang bersifat Komunikasi Fatis dalam membangun hubungan serta mengembangkan hubungan di tempat kerja. Penelitian ini juga melihat Pengelolaan hubungan pada konteks Komunikasi Organisasi. Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan deskripsi mengenai peranan komunikasi verbal dan nonverbal dalam konteks komunikasi fatis serta bagaimana membangun hubungan secara interpersonal yang terjadi di tempat kerja. Dari hasil penelitian didapati bahwa Penggunaan komunikasi fatis sangat sering terjadi ditempat kerja, karena dianggap sebagai pembuka dalam hubungan yang lebih akrab. Komunikasi fatis sangat berperan dalam pembentukan hubungan dan menciptakan hubungan yang erat antar sesama rekan kerja. Konteks budaya seseorang sangat berperan dalam penggunaan komunikasi fatis, seseorang dengan konteks budaya tinggi cenderung lebih sering menggunakan komunikasi fatis dalam hubungan komunikasi interpersonalnya. Namun bagi mereka yang berada pada konteks budaya rendah juga menempatkan komunikasi fatis untuk berhubungan dengan para rekan kerja dalam kepentingan pekerjaan. Kesimpulan dari penelitian ini, komunikasi fatis sangat penting dalam membangun

dan pengelolaan hubungan. Hal tersebut juga berlaku di tempat kerja, konteks komunikasi fatis juga berkaitan dengan pengelolaan bahasa verbal dan non verbal.

Kata Kunci: komunikasi interpersonal, komunikasi fatis, komunikasi verbal dan non verbal

I. PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan bagian paling mendasar dalam kehidupan manusia. Komunikasi yang memungkinkan manusia membangun suatu kerangka rujukan dan menggunakannya sebagai panduan untuk menafsirkan situasi apapun yang mereka hadapi. Dengan komunikasi, manusia mempelajari dan menerapkan cara-cara untuk mengatasi permasalahan dalam kehidupan sosial (Mulyana, 2010).

Komunikasi antarpribadi dianggap sebagai salah satu strategi untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang efektif antara organisasi dengan publik. Komunikasi antarpribadi memiliki fungsi untuk membantu mengumpulkan informasi mengenai individu sehingga dapat memprediksikan respon yang akan timbul. Hal tersebut didukung oleh Wiryanto (2006:32), komunikasi antarpribadi sebagai komunikasi yang berlangsung dalam situasi tatap muka antara dua orang atau lebih, baik secara terorganisasi maupun pada kerumunan orang.

Komunikasi memiliki peranan penting, terutama pada konteks komunikasi di tempat

kerja. Dalam komunikasi organisasi, setiap individu dalam organisasi tersebut mendapatkan komunikasi untuk menjalankan fungsi dan tugas masing-masing. Komunikasi tersebut dikelola dengan Komunikasi Internal. Komunikasi internal menjadi suatu hal yang penting dalam sebuah perusahaan. Komunikasi internal merupakan proses pertukaran informasi dan komunikasi di antara pimpinan dan para karyawan dalam suatu perusahaan yang menyebabkan terwujudnya struktur yang khas dan pertukaran gagasan secara horizontal dan vertikal yang menyebabkan pekerjaan dapat berlangsung secara efektif (Effendy, 2004).

Ketika seseorang berinteraksi dengan orang lain, maka saat itulah komunikasi mengambil peranan penting dalam hubungan yang tercipta. Komunikasi yang sedang berlangsung antar individu terbagi atas apa yang dimaksud dengan komunikasi verbal atau pun komunikasi non verbal. Komunikasi verbal adalah komunikasi yang bersifat lisan atau komunikasi dengan menggunakan kata-kata (lisan) maupun tulisan (Devito, 2012). Melalui kata-kata, mereka mengungkapkan perasaan, emosi, pemikiran, gagasan, atau maksud me-

reka, menyampaikan fakta, data, dan informasi serta menjelaskannya, saling bertukar perasaan dan pemikiran.

Komunikasi nonverbal identik dengan komunikasi tanpa menggunakan kata-kata atau lebih menekankan terhadap pemaknaan simbol simbol yang berlaku di sosial masyarakat. Baik komunikasi verbal maupun komunikasi non verbal memiliki fungsi yang saling terkait pada komunikasi yang dilakukan dalam sebuah interaksi. Menurut penelitian mengenai komunikasi verbal dan non verbal menunjukkan bahwa 80% komunikasi antara manusia dilakukan secara non verbal.

Komunikasi dikatakan baik apabila komunikasi itu efektif. Dengan komunikasi yang efektif diharapkan pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh komunikan. Salah satu indikator keefektifan komunikasi adalah apabila memenuhi sejumlah syarat tertentu, dimana salah satunya adalah komunikasi yang mampu menimbulkan kesenangan diantara pihak yang terlibat di dalamnya.

Upaya untuk menimbulkan rasa kesenangan saat berkomunikasi adalah dengan menggunakan apa yang disebut dengan komunikasi fatis (*phatic communication*). Menurut Vladimir Zegarac dalam “*What is Phatic Communication*” Upaya untuk menimbulkan rasa kese-

nangan saat berkomunikasi adalah dengan menggunakan apa yang disebut dengan komunikasi fatis (*phatic communication*) (2009). Yaitu suatu kondisi dimana komunikasi yang berlangsung tidak bertujuan untuk memperoleh suatu informasi yang berarti melainkan hanya untuk menimbulkan kesenangan di antara pihak yang terlibat didalamnya semata.

Meskipun komunikasi fatis ini cukup jarang dibicarakan dalam kajian komunikasi, namun keberadaan komunikasi fatis di sekitar lingkungan sosial ternyata sangat diperlukan dan mudah ditemukan. Misalnya seseorang menanyakan kabar dari lawan bicaranya, maka sebenarnya hal itu hanya merupakan basa-basi saja. Si penanya tidak bermaksud benar-benar ingin mencari tahu bagaimana kabar lawan bicaranya, melainkan hanya ingin menimbulkan suasana keakraban semata.

Komunikasi fatis sebenarnya mencakup seluruh ruang lingkup komunikasi. Namun, komunikasi fatis biasanya dilakukan melalui komunikasi verbal dan nonverbal. Bentuk komunikasi nonverbal adalah sentuhan di pundak atau di punggung lawan bicara juga dapat mengekspresikan gaya komunikasi fatis. Meskipun komunikasi fatis ini cukup jarang dibicarakan dalam kajian komunikasi, namun keberadaan komunikasi fatis disekitar lingku-

ngan sosial ternyata sangat diperlukan dan mudah ditemukan.

Menurut Tubbs dan Sylvia Moss (2009), Komunikasi fatis sangat berguna untuk mempertahankan kelangsungan hubungan sosial dalam keadaan yang baik dan menyenangkan. Hubungan yang baik dan menyenangkan ini sangat diperlukan bagi seseorang untuk mengembangkan kepribadiannya.

Komunikasi fatis sangat lekat dengan pengaruh budaya masing-masing individu. Adanya perbedaan konteks komunikasi dalam keberagaman komunikasi antar budaya terkadang menjadikan komunikasi yang berjalan tidak efektif. Hal ini terjadi karena keberagaman budaya yang melatarbelakangi individu sangat berperan terhadap gaya komunikasi seseorang. Gaya komunikasi ini juga akan berpengaruh ketika individu berbaur di tempat kerja.

II. KAJIAN TEORI

Komunikasi merupakan penyampaian dan pemahaman suatu maksud. Jika tidak ada informasi atau ide yang disampaikan, komunikasi tidak terjadi. Agar komunikasi berhasil, maksud harus ditanamkan dan dipahami (Robbins, Coulter, 2007).

Dapat disimpulkan bahwa pentingnya komunikasi yang terjalin dengan baik antar

setiap pribadi dalam suatu organisasi menjadi perhatian serius, karena jika makna dalam pesan yang disampaikan tidak sesuai dengan maksud dari penyampai pesan, hal tersebut akan menimbulkan masalah yakni perbedaan pemahaman maksud. Perbedaan pemahaman maksud tersebut dapat memicu kesalahpahaman dalam menerima pesan dan membuat pesan yang dimaksud tidak tersampaikan dengan baik. Terdapat empat fungsi utama komunikasi menurut Robbins dan Coulter (2007) adalah:

a. Kontrol

Komunikasi bertindak sebagai kontrol perilaku anggota dalam berbagai cara

b. Motivasi

Komunikasi mendorong motivasi dengan menjelaskan pada karyawan apa yang harus diselesaikan, seberapa baik mereka melakukannya, dan apa yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kinerja jika tidak sejajar. Ketika karyawan menetapkan tujuan tertentu, bekerja untuk tujuan itu, dan menerima umpan balik dari perkembangan tujuan itu, maka komunikasi diperlukan.

c. Ekspresi emosional Komunikasi yang terjadi di dalam kelompok adalah mekanisme fundamental di mana anggotanya berbagi rasa frustrasi dan perasaan puas. Komunika-

si memberikan penyaluran perasaan bagi ekspresi emosional dan untuk memenuhi kebutuhan sosial.

d. Informasi

Individu dan kelompok memerlukan informasi untuk menyelesaikan sesuatu dalam organisasi. Komunikasi menyediakan informasi tersebut.

Komunikasi Antar Pribadi

Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) merupakan komunikasi yang berlangsung dalam situasi tatap muka antara dua orang atau lebih, baik secara terorganisasi maupun pada kerumunan orang (Wiryanto, 2006). Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap-muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal (Mulyana, 2010: 81).

Menurut Devito (2012) dalam bukunya *The Interpersonal Communication Book*, Komunikasi didefinisikan sebagai: “Proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau di antara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika”. (*The process of sending and receiving messages, between two*

persons, or among a small group of person, with same effect and same immediate feedback).

Pengertian Komunikasi Antarpribadi yang digunakan dalam penelitian ini adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau lebih yang berlangsung secara tatap muka dan memungkinkan pesertanya menangkap reaksi orang lain dan mendapatkan umpan balik pada waktu itu juga, baik secara verbal atau nonverbal.

Ciri-Ciri Komunikasi Antarpribadi

Aw (2011) mengemukakan bahwa apabila diamati dan dikomparasikan dengan jenis komunikasi lainnya, maka dapat dikemukakan lima ciri-ciri komunikasi antarpribadi, antara lain:

- 1. Arus pesan dua arah.** Komunikasi antarpribadi menempatkan sumber pesan dan penerima dalam posisi yang sejajar, sehingga memicu terjadinya pola penyebaran pesan mengikuti arus dua arah.
- 2. Suasana *nonformal*.** Komunikasi antarpribadi biasanya berlangsung dalam suasana nonformal.
- 3. Umpan balik segera.** Komunikasi antarpribadi biasanya mempertemukan para pelaku komunikasi secara bertatap muka, maka

umpan balik dapat diketahui dengan segera, baik secara verbal maupun nonverbal.

4. Peserta komunikasi berada dalam jarak yang dekat. Komunikasi antar pribadi menuntut agar peserta komunikasinya berada dalam jarak dekat, baik jarak fisik maupun psikologis. Jarak yang dekat dalam arti fisik, artinya para pelaku saling bertatap muka, berada pada satu lokasi tempat tertentu dan secara psikologis menunjukkan keintiman hubungan antarindividu.

5. Peserta komunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal maupun nonverbal. Untuk meningkatkan keefektifan komunikasi antarpribadi, pemanfaatan kekuatan pesan verbal maupun nonverbal, untuk berupaya saling meyakinkan, dengan mengoptimalkan penggunaan pesan verbal maupun nonverbal secara bersamaan, saling mengisi, saling memperkuat sesuai dengan tujuan komunikasi.

Devito (2012) mengemukakan bahwa komunikasi Interpersonal adalah komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih yang mempunyai hubungan yang mantap dan jelas.

Komunikasi interpersonal adalah termasuk pesan pengiriman dan penerimaan pesan

antara dua atau lebih individu. Hal ini dapat mencakup semua aspek komunikasi seperti mendengarkan, membujuk, menegaskan, komunikasi nonverbal, dan banyak lagi. Sebuah konsep utama komunikasi interpersonal terlihat pada tindakan komunikatif ketika ada individu yang terlibat tidak seperti bidang komunikasi seperti interaksi kelompok, dimana mungkin ada sejumlah besar individu yang terlibat dalam tindak komunikatif (Sarwono, 2009). Mulyana (2010) menyatakan “komunikasi antarpribadi (interpersonal communication) adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik verbal ataupun nonverbal”

Pada dasarnya ada dua bentuk dasar komunikasi yang lazim digunakan dalam dunia bisnis, yaitu komunikasi verbal dan nonverbal (Purwanto, 2006:5).

1. Komunikasi Verbal (*verbal communication*)

Komunikasi Verbal (*Verbal communication*) merupakan salah satu bentuk komunikasi yang lazim digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan bisnis kepada pihak lain melalui tulisan maupun lisan. Bentuk komunikasi ini memiliki struktur yang teratur dan terorganisi dengan

baik, komunikasi bisnis yang efektif sangat tergantung pada keterampilan seseorang dalam mengirim atau menerima pesan. Secara umum untuk menyampaikan pesan-pesan bisnis, seseorang dapat menggunakan tulisan dan lisan. Sedangkan untuk menerima pesan-pesan bisnis, seseorang dapat menggunakan pendengaran dan bacaan.

2. Komunikasi Nonverbal (*Non Verbal communication*)

Menurut teori Antropologi, manusia menggunakan kata-kata, manusia telah menggunakan gerakan-gerakan tubuh, bahasa tubuh (*body language*) sebagai alat komunikasi dengan orang lain.

Di dalam suatu badan yang memiliki tujuan untuk mensejahterakan anggotanya pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, maka komunikasi sangat dibutuhkan untuk meyakinkan konsumen agar konsumen merasa nyaman dan memutuskan untuk membeli kebutuhan atau produk yang mereka butuhkan di tempat tersebut.

Karakteristik Komunikasi Antarpribadi

Pearson dalam Aw (2011) menyebutkan ada enam karakteristik komunikasi antarpribadi, yaitu:

1. Komunikasi antarpribadi dimulai dengan diri sendiri (*self*). Artinya bahwa segala bentuk proses penafsiran pesan maupun penilaian mengenai orang lain, berangkat dari diri sendiri.
2. Komunikasi antarpribadi bersifat transaksional. Ciri komunikasi seperti ini terlihat dari kenyataan bahwa komunikasi antarpribadi bersifat dinamis, merupakan pertukaran pesan secara timbal balik dan berkelanjutan.
3. Komunikasi antarpribadi menyangkut aspek isi pesan dan hubungan antarpribadi. Bahwa efektivitas komunikasi antarpribadi tidak hanya ditentukan oleh kualitas pesan, melainkan juga ditentukan dari kadar hubungan antar individu. Komunikasi antarpribadi mensyaratkan adanya kedekatan fisik antara pihak-pihak yang berkomunikasi, dengan saling bertatap muka.
4. Komunikasi antarpribadi menempatkan kedua belah pihak yang berkomunikasi saling tergantung satu dengan lainnya (*interdependensi*), bahwa komunikasi antarpribadi melibatkan ranah emosi, sehingga terdapat saling ketergantungan emosional di antara pihak-pihak yang berkomunikasi.

5. Komunikasi antarpribadi tidak dapat diubah maupun diulang. Artinya, ketika seseorang sudah terlanjur mengucapkan sesuatu kepada orang lain, maka ucapan itu sudah tidak dapat diubah atau diulang, karena sudah terlanjur diterima oleh komunikan.

Efektifitas Komunikasi Interpersonal

Dalam penelitian ini komunikasi interpersonal diukur dengan menggunakan skala komunikasi interpersonal yang disusun berdasarkan efektivitas komunikasi interpersonal oleh Devito (2012) yang meliputi:

1. Keterbukaan (*openness*)

Kedekatan antar pribadi mengakibatkan seseorang bias dan mampu menyatakan pendapatnya dengan bebas dan terbuka. Kebebasan dan keterbukaan akan memengaruhi berbagai variasi pesan baik verbal maupun nonverbal

2. Perilaku positif (*positiviness*)

Komunikasi interpersonal akan berhasil jika terdapat perhatian yang positif terhadap diri seseorang, komunikasi interpersonal akan terpelihara baik jika suatu perasaan positif terhadap orang lain itu dikomunikasikan, suatu perasaan positif dalam situasi umum amat bermanfaat untuk mengefektifkan kerjasama.

3. Empati (*empathy*)

Kemampuan memproyeksikan diri kepada peranan orang lain maupun mencoba merasakan dalam cara yang sama dengan perasaan orang lain.

4. Sikap positif (*positiveness*)

Sikap positif mengacu pada sedikitnya dua aspek dari komunikasi interpersonal. Pertama, komunikasi interpersonal terbina jika seseorang memiliki sikap positif terhadap diri mereka sendiri. Kedua, perasaan positif untuk situasi komunikasi pada umumnya sangat penting untuk interaksi yang efektif

5. Kesetaraan (*Equality*) Dalam setiap situasi, barangkali terjadi ketidaksetaraan. Salah seorang mungkin lebih pandai. Lebih kaya, lebih tampan atau cantik, atau lebih atletis daripada yang lain. Tidak pernah ada dua orang yang benar-benar setara dalam segala hal.

Komunikasi Organisasi Internal

Menurut Brennan dalam Effendy (2004), komunikasi internal adalah proses pertukaran informasi dan komunikasi di antara pimpinan dan para karyawan dalam suatu perusahaan yang menyebabkan terwujudnya struktur yang khas (organisasi) dan pertukaran gagasan secara horizontal dan vertikal yang menyebabkan pekerjaan dapat berlangsung secara efektif.

Komunikasi Fatis

Vladimir Zegarac (2009), apa itu komunikasi fatis atau *What is Phatic communication* adalah pertanyaan untuk jawaban yang dapat diberikan dalam suatu konteks penjelasan mengenai tingkah laku yang bersifat komunikatif. Ada sedikit bantahan bahwa teori pragmatis harusnya memiliki suatu istilah untuk menyebutkan jenis bahasa yang digunakan tersebut. Pertama, pertukaran bersifat fatis sangat umum dalam kehidupan sehari-hari. Jadi, pendekatan logis (*plausible*) dari interaksi verbal dapat menjelaskannya. Kedua, hubungan yang bersifat fatis memunculkan kesulitan kesulitan yang spesifik untuk analisis pragmatis. Jadi, ada suatu istilah untuk mengatakan tentangnya dimana seseorang tidak akan benar-benar membutuhkan istilah tersebut untuk disebutkan dengan tipe-tipe hubungan lainnya. Ketiga, komunikasi fatis sering disinggung dan kadang-kadang dijelaskan namun memang belum pernah dijelaskan secara terperinci.

Komunikasi fatis dalam bahasa Inggris disebut juga *small talk* atau *chit chat*. Orang-orang menyadari bahwa beberapa ungkapan seperti, “hari yang cerah, bukan?” dan “bagaimana dengan liburanmu?” adalah percakapan yang bersifat social. Mereka juga memahami

cara melakukan komunikasi fatis tertentu yang mempersyaratkan terlibatnya mental dan memakan waktu. Komunikasi Fatis adalah komunikasi yang bertujuan untuk menimbulkan kesenangan diantara pihak-pihak yang terlibat didalamnya (Devito, 2012).

‘Phatic communion serves to establish bonds of personal union between people brought together by the mere need of companionship and does not serve any purpose of communicating ideas.

Malinowski dalam jurnal *Phatic Communion* (Senft, 2009), menjelaskan bahwa komunikasi fatis adalah komunikasi yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan sehari-hari. Penggunaan komunikasi fatis kita dengan orang lain sangat terkait dengan bagaimana budaya kita berperan membantunya. Lebih lanjut Malinowski menjelaskan bahwa komunikasi fatis bisa jadi bukan hanya bentuk basa-basi atau *small talk* dalam proses komunikasi tersebut, tetapi bisa menjadi pembentuk hubungan antar individu.

Menurut Fawcett dalam Senft (2009), komunikasi fatis bukanlah mengenai pembagian informasi saat kita mengatakan “hari sangat cerah” sementara kelihatannya hujan akan turun segera, yang berarti tujuan informasinya lemah. (*... it is not that we are not sharing in-*

formation when we say nice day but it looks as if it may rain soon, but that the informational purpose is rather weak).

Jumanto (2008) mendeskripsikan fungsi dan bentuk komunikasi fatis serta keterkaitan keduanya dengan situasi informal dan formal. Selain itu, Jumanto juga mendeskripsikan elaborasi empat tipe petutur dalam hal kuasa dan solidaritas seperti yang dingkapkan Brown dan Gilman. Menurutnya, bentuk komunikasi fatis terdiri atas tiga struktur, yaitu pembuka, isi, dan penutup percakapan, yang masing masing mengambil fungsi untuk memecahkan kesenyapan, memulai percakapan, melakukan basa-basi dan sopan santu, menjaga agar percakapan tetap berlangsung, mengungkapkan solidaritas, menciptakan harmoni dan perasaan nyaman, serta mengungkapkan empati, persahabatan, penghormatan dan kesantunan. Fungsi tersebut mencakup kuasa dan solidaritas yang ada dalam diri petutur, dan situasi informal dan formal.

Zegarac menyatakan bahwa komunikasi fatis sebagai institusi sosial (*Phatic communication as a social institution*). Sebagai institusi sosial dalam proses penginstitutasiannya memiliki dua tipe, yaitu standarisasi (*standardization*) dan konvensionalisasi (*conventionalization*). *Standarisasi* berarti bahwa dalam komu-

nikasi fatis interpretasi yang terjadi dalam makna yang terungkap dan dipahami tanpa ada konvensional. Sedangkan *Konvensionalisasi* yaitu komunikasi fatis yang dilakukan dengan ekspresi yang bersifat konvensional, seperti penggunaan kata *hai* dan *halo*.

Budaya High Context dan Low Context

Komunikasi Antar budaya menjelaskan tentang komunikasi antarbudaya yaitu merupakan interaksi dan komunikasi antarpribadi yang dilakukan oleh beberapa orang yang memiliki latarbelakang kebudayaan yang berbeda (Liliweri, 2009). Salah satu analisis mengenai perbedaan gaya berkomunikasi dikemukakan oleh Hall dalam Andriani (2012). Menurut Hall budaya dapat diklasifikasikan kedalam gaya komunikasi konteks tinggi dan gaya komunikasi konteks rendah. Dalam budaya konteks tinggi, maka terinternalisasi pada orang yang bersangkutan, dan pesan nonverbal lebih ditekankan. Kebanyakan masyarakat berbudaya konteks tinggi mengidentifikasi hubungan dengan melibatkan komunikasi non verbal sebagai pemaknaan dalam berhubungan.

Komunikasi konteks tinggi adalah komunikasi yang bersifat bias makna dan ambigu, yang menuntut penerima pesan agar menafsirkannya sendiri. Komunikasi konteks tinggi bersifat tidak langsung, tidak apa ada-

nya. Komunikasi konteks tinggi mengandung pesan implisit dan banyak terdapat dalam konteks fisik (*physical context*), sehingga makna pesan hanya dapat dipahami dalam konteks pesan tersebut. Dalam komunikasi konteks tinggi, makna terinternalisasikan pada orang yang bersangkutan, dan pesan lebih ditekankan pada aspek non verbal (*internalized in the person while very little is in the coded*).

Ciri-ciri Komunikasi Konteks Tinggi adalah *Typically short, pithy, and poetic* (komunikasinya yang singkat, penuh arti, dan puitis). Komunikasi konteks tinggi sangat mungkin dipahami jika digunakan di dalam kelompoknya sendiri (in group), tidak untuk kelompok luar (outsiders). Komunikasi konteks tinggi bertipikal sedikit berbicara, implisit, dan puitis. Orang berbudaya konteks-tinggi menekankan isyarat kontekstual, sehingga ekspresi wajah, tensi, gerakan, kecepatan interaksi dan lokasi interaksi lebih bermakna. Orang dalam berbudaya konteks-tinggi mengharapkan orang lain memahami suasana hati yang tak terucapkan, isyarat halus dan isyarat lingkungan.

III. METODE PENELITIAN

Ditinjau dari jenis datanya pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini

adalah pendekatan kualitatif. Adapun yang dimaksud dengan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2012).

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Menurut Bogdan dan Tylor (Moleong, 2012) penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata yang tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian deskriptif ditujukan untuk: (1) mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, (2) mengidentifikasikan masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku, (3) membuat perbandingan atau evaluasi, (4) menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang (Rakhmat, 2005).

Metode analisis data yang peneliti gunakan adalah metode analisis data deskriptif, karena penelitian ini secara khususnya untuk

menjelaskan hal-hal: Mengidentifikasi Penggunaan Komunikasi Verbal dan Nonverbal yang bersifat Fatis di tempat kerja, Mengidentifikasi Penggunaan Komunikasi Verbal dan Nonverbal yang bersifat Fatis dalam Penciptaan Komunikasi Efektif di tempat kerja, Mengidentifikasi Peran Komunikasi Fatis Dalam Pengelolaan hubungan dalam konteks komunikasi Organisasi.

Menurut Arikunto (2005) metode analisis deskriptif merupakan penelitian bukan eksperimen, karena tidak dimaksudkan untuk mengetahui akibat dari suatu perlakuan. Dengan penelitian deskriptif peneliti hanya bermaksud menggambarkan (mendeskripsikan) atau menerangkan gejala yang sedang terjadi.

Bogdan dalam Sugiyono (2008) menyatakan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.

Adapun prosedur dalam menganalisis data kualitatif, menurut Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2008) sebagai berikut:

1. Reduksi Data,
2. Penyajian Data,
3. Kesimpulan atau Verifikasi,

Berdasarkan keterangan di atas, maka setiap tahap dalam proses tersebut dilakukan untuk mendapatkan keabsahan data dengan menelaah seluruh data yang ada dari berbagai sumber yang telah didapat dari lapangan dan dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto dan sebagainya melalui metode wawancara yang didukung dengan studi dokumentasi Bungin (2009).

Dalam usaha mencari keabsahan data dari penelitian ini, maka peneliti berusaha untuk dapat memenuhi standar dengan melakukan triangulasi. Seperti yang dinyatakan oleh Denzin dalam Bungin (2009), maka pelaksanaan teknis dari langkah pengujian keabsahan terdapat empat triangulasi yaitu peneliti, sumber, metode, dan teori.

Penelitian menggunakan triangulasi sumber untuk memeriksa keabsahan data, yaitu dengan membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, atau orang pemerintahan, yang pada akhirnya akan diketahui berbagai pendapat dan pemikiran yang berbeda.

IV. HASIL PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sumber, yaitu dengan mem-

bandingkan hasil wawancara, observasi partisipan, dan pandangan peneliti sendiri. Pembahasan ini mengangkat mengenai proses dan mengkaitkan dengan teori yang berkaitan tentang hasil proses penelitian tersebut. Telah dijelaskan diawal penelitian in mengangkat tema mengenai Penggunaan dan Peranan Komunikasi Fatis yang terjadi di Tempat Kerja. Dalam pembahasan kali ini mengaitkan antara konsep dan hasil yang ada dilapangan dikaitkan secara lebih dalam lagi.

Pengunaan Komunikasi Fatis di Tempat Kerja

Menurut penelitian yang dilakukan melalui teknik wawancara mendalam dengan para informan, menunjukkan bahwa komunikasi fatis merupakan komunikasi yang sangat berperan dan penting dalam hubungan yang tercipta di tempat kerja. Komunikasi yang terjalin di tempat kerja sangat berbeda jika dibandingkan dengan komunikasi sehari-hari. Dalam komunikasi di tempat kerja, struktur yang mengikat profesi dan posisi atau jabatan seseorang sangat berpengaruh terhadap bagaimana seseorang berinteraksi dengan orang lain. Di tempat kerja, komunikasi interpersonal yang terjalin lebih kompleks dan dinamis dibandingkan dengan komunikasi interpersonal di lingkungan sosial sehari-hari. Hal ini

berkaitan dengan hubungan yang terjalin yang sangat berkaitan dengan profesi dan citra seseorang di tempat kerjanya. Untuk itu komunikasi fatis menjadi salah satu cara untuk meningkatkan hubungan di tempat kerja.

Menurut teori mengenai komunikasi fatis, komunikasi fatis merupakan komunikasi dilakukan dalam konteks komunikasi interpersonal untuk komunikasi yang mampu menimbulkan kesenangan diantara pihak yang terlibat. Kesenangan dalam komunikasi interpersonal sangat erat kaitannya dengan bagaimana hubungan yang sedang berlangsung. Kedekatan dalam komunikasi interpersonal dapat memberikan kesenangan yang lebih banyak. Dengan kesenangan dalam hubungan tersebut, maka akan berdampak pada bentuk hubungan yang lebih erat dan intim.

Kesenangan yang dimaksud adalah bentuk basa-basi, saling menyapa, bertegur sapa, menanyakan kabar, komentar mengenai opini terhadap hal-hal yang sedang menjadi topik bahasan ataupun hanya saling melakukan *eye contact* atau menepuk bahu teman. Hampir setiap hari, sapaan dan *small talk* atau basabasi yang dilakukan adalah bentuk komunikasi fatis dengan tujuan untuk menjalin hubungan yang baik dengan lawan bicara.

Kesenangan dalam berkomunikasi tersebut memberikan dampak yang baik dalam hubungan komunikasi internal suatu perusahaan. Konteks komunikasi interpersonal dalam suatu organisasi perlu suatu keterikatan yang khusus dibandingkan dengan kehidupan sosial kebanyakan. Dalam komunikasi organisasi, kesenangan pada berhubungan interpersonal akan berimbas pada efektifitas kinerja para anggota organisasi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, diketahui bahwa komunikasi fatis merupakan komunikasi yang paling sering mereka gunakan untuk menjalin hubungan ataupun untuk mempertahankan hubungan dengan sesama rekan kerja. Komunikasi fatis yang sering dilakukan adalah berbasa-basi dan saling menyapa ketika berpapasan. Bentuk lain dari komunikasi fatis yang sering digunakan adalah menanyakan mengenai beberapa kegiatan yang sering dilakukan. *Small talk* atau basa-basi yang dilakukan tak jarang berkaitan dengan beberapa hal yang terjadi disekitar, seperti menanyakan jam, menanyakan kabar, berkomentar tentang cuaca hari tersebut, berkomentar mengenai apa yang sedang dilakukan lawan bicara merupakan beberapa bentuk komunikasi fatis yang biasa dilakukan di tempat kerja.

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa komunikasi nonverbal ternyata merupakan bentuk komunikasi fatis yang sering digunakan. Komunikasi nonverbal yang paling sering digunakan adalah saling menyapa diikuti dengan saling bersalaman atau berjabat tangan, menyapa dengan cara menepuk punggung rekan kerja, saling melakukan *eye contact* atau saling menaikan alis ketika berpapasan, saling melambaikan tangan atau hanya saling senyum ketika bertatap muka. Komunikasi nonverbal dalam konteks komunikasi fatis biasanya merupakan komplemen dari proses komunikasi interpersonal yang dilakukan.

Devito menjelaskan bahwa hubungan komunikasi nonverbal pada interaksi melibatkan peserta komunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal maupun nonverbal. Untuk meningkatkan keefektifan komunikasi antarpribadi, pemanfaatan kekuatan pesan verbal maupun nonverbal, untuk berupaya saling meyakinkan, dengan mengoptimalkan penggunaan pesan verbal maupun nonverbal secara bersamaan, saling mengisi, saling memperkuat sesuai dengan tujuan komunikasi (DeVito, 2012).

Dalam dunia kerja, konteks budaya sangat berperan dalam pengelolaan komunikasi fatis. Kebanyakan dalam tempat kerja, para karyawan menjadi dangat fasih berkomunikasi fatis guna untuk meningkatkan hubungan atau hanya untuk menjaga hubungan dengan atasannya, sesama rekan kerja atau kepada pelanggan menjadi lebih baik. Latarbelakang konteks budaya sangat berperan dalam penggunaan komunikasi fatis di tempat kerja.

Seseorang yang berasal dari konteks budaya tinggi biasanya lebih fasih dalam penggunaan komunikasi fatis sebagai bentuk komunikasi yang wajib dalam hubungan interpersonal. Bahasa yang digunakan pun memang benar-benar untuk mengungkapkan kedekatan (*proximity*) yang terjalin antara komunikasi interpersonal yang ada. Bentuk kedekatan tersebut biasa diperlihatkan dengan sentuhan, intensitas *small talk* yang lebih sering dan bentuk ekspresi yang lebih terbuka ketika berinteraksi.

Sedangkan untuk beberapa orang dengan latarbelakang konteks budaya rendah, komunikasi fatis menjadi suatu bentuk paksaan atau tekanan dalam hubungan interpersonal yang terjalin. Bagi mereka yang berasal dari konteks budaya rendah, penggunaan komunikasi fatis yang bersifat *small talk* atau basi-

basi sangat tidak efisien dalam hubungan dan hanya membuat mereka merasa tidak nyaman. Pola komunikasi yang terjalin menurut hasil wawancara dengan beberapa informan juga lebih mengarah pada bentuk komunikasi formal. Artinya hubungan yang terjalin juga hanya sebatas hubungan kerjaan dan sebatas menyapa saja. Namun walaupun demikian komunikasi fatis tetap menjadi suatu bentuk komunikasi wajib dalam hubungan interpersonal terutama ditempat kerja.

Peranan Komunikasi Fatis di Tempat Kerja

Berdasarkan hasil wawancara, didapati bahwa para informan secara keseluruhan mengatakan bahwa peranan dari komunikasi fatis yang mereka lakukan adalah untuk memulai hubungan hingga untuk menjaga hubungan. Komunikasi interpersonal, merupakan komunikasi yang melibatkan antara dua individu. Dalam pengelolaan hubungannya, seringkali terjadi kecanggungan atau ketidaknyamanan dalam hubungan tersebut. Jika suasana canggung terus terjadi, bisa saja tingkatan hubungan yang sudah berlangsung menjadi mundur atau bahkan berakhir. Komunikasi fatis merupakan *ice breaking* atau pemecah suasana canggung yang kadang terjadi dalam hubungan atau komunikasi interpersonal.

Menurut teori komunikasi interpersonal, kedekatan seseorang dalam suatu hubungan dipengaruhi oleh keterbukaan dan sikap yang positif. Komunikasi fatis merupakan *small talk* atau basa-basi yang dapat meningkatkan keterbukaan dan memberikan umpan balik yang positif terhadap orang lain. Dalam berkomunikasi, kita selalu memperhatikan umpan balik yang diberikan oleh lawan bicara kita. Dari umpan balik tersebut biasanya kita dapat menentukan apakah komunikasi yang terjadi sudah efektif atau belum. Namun terkadang, komunikasi efektif saja belum cukup untuk dapat menciptakan suasana yang nyaman bagi orang lain. Basa-basi menjadi kata kunci untuk menciptakan suasana tersebut. Basa-basi juga harus dilakukan sawajarnya dan tidak berlebihan.

Menurut hasil wawancara dan teori yang digunakan, peranan lain dari penggunaan komunikasi fatis adalah untuk membentuk kesenangan dan menciptakan hubungan yang lebih akrab antara sesama rekan kerja di tempat kerja. Terkadang, banyaknya pekerjaan dan tekanan yang terjadi di tempat kerja membuat seseorang merasa tertekan dan bisa saja stres. Dengan berbasa-basi dengan sesama rekan kerja maka tekanan tersebut dapat berkurang dan menjalin hubungan yang baik dengan

rekan kerja. Komunikasi fatis yang dilakukan dalam bentuk sapaan atau hanya berbicara santai merupakan cara yang efektif untuk melekatkan hubungan kepada rekan kerja. Keterbukaan yang terjadi seiring dengan komunikasi fatis yang dilakukan menciptakan suatu kedekatan dalam hubungan komunikasi interpersonal yang terbentuk di tempat kerja. Penggunaan komunikasi fatis erat kaitannya dengan budaya dan latar belakang seseorang. Basa-basi atau *small talk* yang dilakukan terkait dengan konteks budaya yang dimiliki oleh tiap individu. Konteks komunikasi di tempat kerja, perbedaan mengenai konteks latar belakang budaya tersebut disesuaikan dengan bagaimana budaya dan iklim dari komunikasi organisasi. Setiap perusahaan memiliki budaya yang berbeda. Budaya organisasi tersebut yang terkadang sangat dominan membentuk pola hubungan komunikasi interpersonal yang terjadi didalamnya.

Pengelolaan hubungan yang didasari oleh komunikasi fatis berkaitan dengan bagaimana proses komunikasi internal yang berlangsung. Menurut hasil wawancara mendalam dengan para informan di dapat juga bahwa komunikasi fatis memiliki konteks formal ketika bersentuhan dengan komunikasi organisasi. Keakraban atau Proximity yang terjadi

merupakan buah dari bagaimana hubungan interpersonal yang dimanfaatkan oleh para individu. Dalam berkomunikasi, pola hubungan horizontal memiliki jenis komunikasi fatis yang berbeda dengan pola hubungan komunikasi organisasi internal vertical. Hal tersebut senada dengan apa yang disampaikan oleh Jumanto (2008), bahwa fungsi dan bentuk komunikasi fatis serta keterkaitan keduanya dengan situasi informal dan formal.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat dibuatkan kesimpulannya sebagai berikut:

1. Penggunaan komunikasi fatis sangat sering terjadi di tempat kerja, karena dianggap sebagai pembuka dalam hubungan yang lebih akrab.
2. Komunikasi fatis sangat berperan dalam pembentukan hubungan dan menciptakan hubungan yang erat antar sesama rekan kerja.
3. Konteks budaya seseorang sangat berperan dalam penggunaan komunikasi fatis, seseorang dengan konteks budaya tinggi cenderung lebih sering menggunakan komunikasi fatis dalam hubungan komunikasi interpersonalnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. 2005. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aw, Suranto. 2011. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Bungin, Burhan. 2009. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana
- Devito, Joseph.A. 2012. *The Interpersonal Communication Book*, 13th Edition. NYC: Longman
- Effendy, O. U. 2011. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Flick, U. 2008. *An Introduction to Qualitative Research*. Second Edition. London: SAGE Publications Ltd.
- Jumanto. 2008. *Komunikasi Fatis di Kalangan Penutur Jati Bahasa Inggris*. Semarang: World Pro.
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Liliweri, Alo. 2009. *Makna Budaya Dalam Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta: LKIS
- Moleong, Lexy J. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2010. *Komunikasi Bisnis Lintas Budaya*, Bandung: RosdaKarya
- Neuman, L.W. 2006. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Pearson Education Inc.