



KOMUNIKASI INTERPERSONAL DI LINGKUNGAN KERJA APARTMENT THE SUITES METRO

Syevira^{1*}

¹UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

*syevira@mail.com

ABSTRAK

Suksesnya perusahaan ditentukan oleh etos kerja yang baik yang dilakukan oleh karyawan, karena karyawan merupakan organ penting yang dapat mempengaruhi *rating* perusahaan. Dalam hal ini lingkungan kerja di Apartemen Suites Metro menerapkan konsep komunikasi interpersonal yang baik yang mungkin mengandung nilai profetik sebagai asumsi awal. Maka tujuan dari kajian ini mengulas apakah nilai profetik terandung dalam komunikasi interpersonal para karyawan di lingkungan kerja di Apartemen Suites Metro. Tulisan ini menerapkan metode studi kasus berdasarkan pada pendekatan kualitatif. Dengan demikian hasil kajian yang diperoleh adalah menemukan gaya komunikasi interpersonal di lingkungan kerja di Apartemen Suites Metro mengandung unsur nilai profetik di dalamnya yaitu nilai *amar ma'ruf* berarti humanis, dan nilai *nahyi munkar* berarti mencegah liberasi.

Kata Kunci : Komunikasi Interpersonal, Karyawan, Profetik.

ABSTRACT

*The success of the company is determined by a good work ethic carried out by employees, because employees are an important organ that can affect the company's rating. In this case, the work environment at the Metro Suites Apartment applies the concept of good interpersonal communication which may contain prophetic value as an initial assumption. So the purpose of this study is to review whether the prophetic value is contained in the interpersonal communication of employees in the work environment at the Metro Suites Apartment. This paper applies a case study method based on a qualitative approach. Thus the results of the study obtained are to find the interpersonal communication style in the work environment at the Metro Suites Apartment contains elements of prophetic values in it, namely the value of *amar ma'ruf* which means humanist, and the value of *nahyi munkar* means preventing liberation.*

Keywords : Interpersonal Communication, Employees, Prophetic.

PENDAHULUAN

Pilar utama komunikasi profetik adalah humanisasi, liberasi, dan transendensi, dengan pengertian bahwa: Humanisasi atau tujuan humanisasi yaitu memanusiakan manusia. Kita tahu bahwa kita sekarang mengalami proses dehumanisasi karena masyarakat commercial kita sebagai bagian dari masyarakat abstrak tanpa wajah kemanusiaan. Kita mengalami objektifikasi ketika berada di tengah-tengah mesin-mesin politik dan mesin-mesin pasar. Ilmu dan teknologi juga telah membantu kecenderungan reduksionistik yang melihat manusia dengan cara parsial (Kuntowijoyo, 2006:87). Adapun liberasi kaitanya dengan tujuan liberasi adalah pembebasan dari kekejaman kemiskinan struktural, keangkuhanteknologi dan pemerasan kelimpahan. Kita menyatu rasa dengan mereka yang miskin, mereka yang terperangkap dalam kesadaran teknokratis dan mereka yang tergusur oleh ekonomi raksasa. Kita ingi bersama-sama membebaskan diri dari belenggu-belenggu yang kita bangun sendiri (Kuntowijoyo, 2006:88).

Liberasi dalam komunikasi profetik juga tidak sama dengan falsafah libertarian yang mendasari berbagai konsepsi baru tentang hakikat manusia dalam hubungannya dengan negara. Liberasi dalam komunikasi profetik ingin memberi koreksi etis terhadap libertarian. Menurut libertarian manusia bebas secara ilmiah dan sederajat satu sama lain, sebelum mereka secara sukarela menyerahkan kebebasan tersebut kepada pemerintah (Syahputra, 2007:129) Transendensi: Tujuannya yaitu membersihkan diri dengan mengingat kembali transendental yang telah menjadi bagian fitrah kemanusiaan. Upaya humanisasi, dan liberasi harus dilakukan sebagai manifestasi keimanan kepada Tuhan karena memang Tuhan memerintahkan manusia menata kehidupan sosial secara adil (Syahputra, 2007:129). Komunikasi profetik dengan Humanisasi, Liberasi, dan Transendensi mempunyai peranan penting terhadap proses komunikasi dalam masyarakat. Komunikasi yang selama ini sangat antroposentris yang mengesampingkan fungsi tuhan menyebabkan masyarakat khususnya pelaku media menjadi tidak terkontrol. Komunikasi profetik menginginkan adanya jiwa berkesadaran yang transendensional dalam tiap-tiap individu sehingga nantinya proses komunikasi yang berlangsung tidak biasa dan tidak merugikan manusia sendiri.

Profetik atau *Nubuat* secaraetimologis diambil dari bahasa Inggris yang memiliki makna kenabin atau segala hal yang berkaitan dengan seorang nabi: kenabian Inspirasi (nabi atau terkait dengan nabi: ilham nabi) atau artinya Sifat *nubuat* atau mengandung *nubuat*; *Nubuat* (alam atau Berisi *nubuat/nubuat*: tulisan *Nubuat*), bahkan dengan fungsi Atau kekuatan seorang nabi, sebagai pribadi (Memiliki fungsi atau kekuatan tertentu Nabi, sebagai pribadi) dan ramalan; Tidak menyenangkan; pertanda; kenabian Peringatan (prakiraan, kegembiraan; Pertanda,

peringatan Nabi) Hubungan antara konsep kenabian dan profetik Sebagaimana dijelaskan dalam Ensiklopedia Al-Qur'an karya Dawam Raharjo, kata naba' artinya berita (news), news (berita), Cerita (*tales*) dan dongeng (dongeng). Namun Jamak dari kata nabi adalah *al-anbiyaa*, yang artinya Jalur yang digunakan sebagai panduan dan Yang dimuliakan karena Kemampuannya.

Definisi di atas dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa Nabi dalam Bahasa Inggris *prophet* dan dalam bahasa Yunani *prophetes* menunjukkan kepada seseorang yang ditugaskan untuk menyampaikan nilai-nilai sakral dan mewujudkan sikap nubuat dalam berbagai bentuk Kegiatan berbasis metode, Langkah-langkah Nabi, tujuan, pemahaman, materi dan lain-lain. Istilah Profetik berasal dari teori ilmiah Pengenalan Sosial Profetik (ISP) Kuntowijoyo dalam Buku Iswandi Syahputra menjelaskan bahwa profetik menerapkan nalar, rasio dan Pengalaman sebagai alat untuk menafsirkan wahyu Tuhan secara realistis Karena mereka berhadapan dengan realitas sosial empat diturunkannya Al Quran. Kuntowijoyo memberikan sebuah kunci atau formulasi dalam memahami dan mempelajari tentang peristiwa Nabi yang berada dalam kurun waktu yang sangat jauh dari kehidupan sekarang, dalam memahami konsep profetik ini maka perlu menempatkan wahyu sebagai sumber bagi terbangunnya konstruksi sosial sehingga terbentuk tiga formulasi yaitu humanisasi (*amar ma'ruf*), liberasi (*nahyi munkar*), dan transendensi (*tu'mina billah*).

Humanisasi, liberasi (pembebasan) dan transendensi ketiganya merupakan koneksi visioner. Humanisasi didasarkan pada pengembalian ke alam manusia sebagai manusia sosial. Zaman milenial seperti sekarang, tidak dapat terhindar dari masifnya perubahan dalam skala besar, dimana perubahan dan kondisi tersebut adalah sebuah kondisi yang tidak menguntungkan.

Humanisme bertujuan untuk memanusiakan manusia tapi bukan humanisme sebagaimana yang dipahami oleh konsep Barat yang mengacu pada paradigma yang berpusat pada manusia. Kemanusiaan dalam teori ini, lebih banyak penekanan yang ditempatkan pada konsep memanusiakan manusia dengan paradigm teosentris yang artinya semua permasalahan yang ada berpusat atau dikembalikan kembali kepada pada tuhan. Manusia sebagai aktor sosial perlu mengenali sifat penciptaannya dalam lingkungan sosial yang dinamis. Kuntowijoyo menjelaskan bahwa pembebasan atau liberasi adalah bentuk pengetahuan yang didasarkan pada segala sesuatu yang bersifat transcendental. Sebuah tanggung jawab yang berlandaskan pada sebuah nilai nilai apriori dari konsep profetik itu sendiri yang bertujuan untuk menyingkirkan dan membebaskan diri dari fenomena disosialis atau non-sosialisme, kemiskinan, penindasan, pelecehan dominasi secara struktural dan hegemoni-hegemoni yang ada.

Pada saat yang sama, pada akhirnya, menurut Kuntowijoyo, transendensi adalah akar dan fondasi peradaban kehidupan manusia. Transendensi menempatkan nilai-nilai agama dalam kehidupan sosial yang dinamis untuk membimbing umat manusia. Jika disandingkan dengan konsep komunikasi, maka dapat diartikan sebagai: Aktivitas konversi informasi dan nilai mengandalkan teladan nabi ini juga mencakup tiga prinsip di atas yaitu konsep humanisasi, liberasi dan transendensi. ecara historis komunikasi ialah instrumen integral Islam sejak awal hingga al-Qur'an diturunkan. Bahkan teks Quran pun terpengaruh oleh komunikasi budaya setempat atau pertukaran budaya lokal. Bahkan teks al-Qur'an dipengaruhi oleh komunikasi budaya setempat. Seni budaya komunikasi lisan dalam sejarah peradaban masyarakat Islam menemukan ungkapan terbaiknya dalam Al-Qur'an, sunnah, dan hadits. Komunikasi profetik dapat dipahami sebagai upaya dalam praktik dan teori komunikasi yang bertujuan menjalankan fungsi sosial kenabian untuk kemanusiaan, pembebasan dan penghambaan pada Tuhan.

Kajian komunikasi dakwah berasal dari makna salah satu unsur terpenting dalam Islam, yaitu konsep dakwah itu sendiri. Komunikasi dakwah biasanya lebih praktis. Menurut Syahputra (2017), dakwah disebut dimensi praktis karena penelitian dakwah berfokus pada pembahasan dakwah sebagai "bentuk" atau model komunikasi.

Pada saat yang sama, komunikasi Islam menekankan bagaimana menemukan konsep komunikasi berdasarkan ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah. Komunikasi Islam Syahputra telah menyederhanakan maknanya menjadi "menemukan aturan komunikasi dalam Al-Qur'an" atau "pertukaran informasi berdasarkan Al-Qur'an". Di sisi lain, sebagian ulama memandang Islam sebagai konteks komunikasi, sehingga perilaku komunikasi memiliki makna tersendiri. Misalnya, ketika Muliana sedang berdiskusi tentang Islam dengan Barat, ia memprakarsai pandangan tentang Islam sebagai konteks komunikasi.

Komunikasi Profetik menghadirkan perspektif yang berbeda dengan Komunikasi Dakwah, Komunikasi Islam dan Islam sebagai Konteks Komunikasi. Komunikasi Profetik dapat dilihat sebagai paradigma yang berdimensi etis-filosofis. Paling tidak ada beberapa konsep kunci dalam komunikasi profetik. Pertama etos komunikasi profetik; humanisasi-liberasi dan transendensi. Kedua, pemaknaan kritis pada setiap tindakan komunikasi atau melihat komunikasi dengan perspektif kritis. Untuk memberikan penguatan aspek etis dan filosofis pada Kajian Komunikasi Profetik diberikan juga materi tentang prinsip-prinsip komunikasi dalam Al-Qur'an dan Al-Hadis. Dari Al-Qur'an dapat dipelajari bagaimana prinsip-prinsip etika komunikasi yang seharusnya diperhatikan,

KOMUNIKASI INTERPERSONAL DI LINGKUNGAN KERJA APARTMENT THE SUITES METRO terutama terkait dengan komunikator, komunikan, pesan dan proses komunikasi. Dari Al-Hadist dapat dipelajari bagaimana petunjuk Nabi tentang komunikasi, dan bagaimana praktik komunikasi yang pernah dicontohkan oleh Nabi.

Interaksi antar sesama manusia guna saling memberikan pemahaman dikenal dengan istilah komunikasi, dimana pesan (informasi) itu ada di antara komunikan dengan komunikor yang hasilnya dikenal dengan efek komunikasi. Interaksi sosial juga dikenal dengan istilah komunikasi antar sesama manusia dimana pesan yang dapat dipresentasikan dengan bentuk kata, simbol atau lambang yang memiliki esensi makna yang sama bagi komunikator dengan komunikan (Caroeboka, 2017).

Komunikasi antar sesama manusia sangatlah memberikan efektivitas yang luar biasa baik itu bersifat positif bahkan negatif. Efek positif dari komunikasi adalah sesuatu hal yang diperoleh secara sadar ataupun tidak sadar akan memberikan dampak yang bermanfaat seperti menambah ilmu (*science*) pengetahuan (*knowledge*). Sedangkan efek negative dari komunikasi adalah suatu hal yang kontradiktif dari efek positif dari komunikasi.

Bentuk komunikasi dalam lingkup terkecil adalah dilakukan secara interpersonal yang dikenal dengan istilah komunikasi antar-individu/pribadi (*interpersonal communication*). Artinya komunikasi yang dilakukan antar orang per-orangan yang dilakukan secara tatap muka (*face to face*), dimana antara komunikator dengan komunikan bereaksi secara verbal dan/atau non-verbal secara langsung (Deddy Mulyana, 2014)

Pandangan lain menjelaskan bahwa komunikasi interpersonal adalah tahap penyaluran dan penerimaan suatu pesan yang berbentuk informasi yang dilakukan oleh dua orang atau kelompok kecil yang efektivitasnya dilakukan secara timbal balik. Pandangan lain menenrangkan bahwa komunikasi interpersonal berdampak pada komunikasi dan juga konektivitas dengan lawan bicara, dimana informasi pesan tersebut berangkat dari dalam diri terlebih dahulu yang kemudian disampaikan kepada pihak lain (M. Noor, 2009).

(Devito, 2002) menjelaskan bahwa Komunikasi interpersonal juga diartikan sebagai bentuk komunikasi yang dilakukan oleh dua orang yang memiliki hubungan erat dan jelas diantara keduanya, layaknya komunikasi antara suami dengan istri, ibu dengan anak, dan juga bos (atasan) dengan pekerja (bawahan). Mengenai dampak dari komunikasi interpersonal dipandang penting karena proses itu dilakukan secara dialogis (bentuk komunikasi antar pribadi yang berujung pada interaksi).

Komunikasi interpersonal dinilai memiliki efek power yang kuat dalam mengubah perilaku, *attitude* (sopan santun), opini, sikap, dan kepercayaan

Syevira

seseorang berkomunikasi. Dalilnya, karena komunikasi ini dilakukan secara *face to face* yang mengkoneksikan kontak pribadi yang dapat meraba pribadi berkomunikasi melalui *feedback* dalam mengetahui tanggapan melalui ekspresi-ekspresi yang dilontarkan, sehingga setiap indera dapat merespon dan menilai secara otomatis.

Menurut (Suranto, 2011) komunikasi interpersonal memiliki frekuensi yang sangat berpengaruh dalam kehidupan, termasuk dalam kegiatan perusahaan, organisasi, lembaga, dan lain sebagainya yang menyangkut segala aspek kehidupan. Dengan demikian setiap perusahaan akan menekankan kepada setiap karyawan untuk memiliki hubungan baik antar sesama rekan kerja, hal itu ditujukan untuk membangun sinergitas dan kerjasama yang efektif dalam menjalankan perusahaan. Maka dari itu komunikasi interpersonal sangatlah penting menunjang kinerja, pelaksanaan tugas, mengatasi problematika seperti konflik, pertentangan, dan ketegangan antar karyawan (Hardjana, 2003). (Priansa, 2014) menjelaskan di dalam penelitiannya bahwa setiap karyawan merupakan organ yang begitu penting dalam mengarahkan keberhasilan dari setiap perusahaan. Dengan demikian perlu adanya motivasi untuk dapat mengarahkan setiap karyawan untuk dapat melakukan interaksi dengan baik antar sesama pekerja dalam hal mengejar prestasi kerja karyawan ataupun perusahaan (Siagian, 2008).

Dalam hal ini komunikasi interpersonal bagi karyawan dapat mengambil nilai-nilai profetik artinya komunikasi tersebut dapat menerapkan nilai humanis dan liberasi. Nilai humanis ini diartikan sebagai *amr ma'ruf* yaitu menyerukan kebaikan antar sesama. Adapun liberasi adalah *nahyi munkar* artinya mencegah perbuatan yang tidak benar (Riyanto, 2012). Dengan begitu setiap karyawan akan selalu mengingatkan antar sesama karyawan dalam hal pekerjaan yang telah menjadi kewajiban karyawan dalam menjalankannya secara baik dan benar.

Begitupun bentuk praktis yang diaplikasikan di lingkungan kerja Apartment The Suites Metro, dimana setiap karyawan yang selalu memberikan pelayanan yang baik bagi pengunjung, dan juga bagi pemilik apartemen disana menunjukkan bahwa kinerja karyawan tersebut memberikan hasil yang baik dan mengangkat rating dari perusahaan pengelola Apartemen The Suites Metro.

Berdasarkan hal tersebut maka kajian ini mencoba mengungkap apakah para karyawan Apartment The Suites Metro menerapkan komunikasi interpersonal yang menerapkan nilai-nilai profetik didalamnya, karena dengan adanya pelayanan yang dinilai baik dapat menunjukkan kinerja dan sinergitas antar karyawan dipandang baik.

Untuk mendukung kajian ini menggunakan metode kualitatif yang menerapkan konsep perolahan data dalam bentuk secara deskriptif secara prosedural. Data deskriptif adalah data yang ditemukan oleh peneliti dalam bentuk kata-kata, baik dalam bentuk verbal ataupun non-verbal, ataupun dalam bentuk

KOMUNIKASI INTERPERSONAL DI LINGKUNGAN KERJA APARTMENT THE SUITES METRO lambing dan simbol (Moleong, 2006). Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kasus (*case approach*) ditujukan untuk mengulas nilai *profetik* pada gaya komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh karyawan di lingkungan kerja di Apartment The Suites Metro.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gaya Komunikasi Interpersonal antara Karayawan di Lingkungan Kerja Apartment The Suites Metro

Komunikasi Interperssonal antara karyawan adalah kompetensi dalam menyalurkan dan menerima pesan di antara karyawan dalam suatu organisasi baik itu secara langsung atau dengan mediator yang memiliki sifat informal sebagai destinasi pribadi karyawan. Penyampain komunikasi ini dapat dilakukan secara lisan atau tulisan, verbal ataupun non-verbal, secara satu arah ataupun dua arah. Unsur terpenting pada komunikasi interpersonal adalah membina suatu koneksi antar karyawan untuk memberikan servis baik terhadap konsumen yang memberikan pengaruh secara langsung terhadap konsep menejemen perusahaan. Komunikasi Interpersonal yang dijalin oleh setiap karyawan juga memberikan efektivitas pada hubungan kerja di lingkungan agar menjadi kondusif dan juga memberikan ketentraman (Spaho, 2011).

Menurut Spitzberg "bahwa setiap individu atau karyawan yang melakukan komunikasi interpersonal dengan efektif akan secara langsung membentuk koneksi antar individu atau karyawan menjadi lebih harmonis yang dapat menunjang karyawan untuk membina koneksi kerja yang baik dengan karyawan lainnya (Andamdewi, 2013). Maka dari pihak menejeman Apartment The Suites Metro menekankan untuk setiap karyawan menjalin interaksi antar sesama karyawan dilakukan dengan baik agar memberikan pengaruh terhadap etos kerja yang baik sehingga dapat dapat memberikan servis baik juga terhadap konsumen Apartment The Suites Metro.

Mengingat bahwa Apartment The Suites Metro merupakan usaha yang bergerak disektor servis, artinya setiap jasa atau pelayanan serta fasilitas menjadi modal utama sebagai suatu komoditas yang harus terakomodir melalui pelayanan dan perawatan fasilitas dari kinerja karyawan. Maka dari itu pihak menejeman mengangkat persoalan interaksi yang harus dijaga ada dua. *Pertama*, antar sesama karyawan; *Kedua*, antara karyawan dengan fasilitas. Dalam hal ini pihak menejeman membentuk pola komunikasi bagi karyawannya untuk terus lebih baik.

Pertama, interaksi antara karyawan dengan karyawan yang harus di terapkan di lingkungan kerja apartement suites metro dengan melalui beberapa cara seperti : melakukan adaptasi dengan lingkungan kerja. artinya kebiasaan sesuatu yang tidak pantas menurut menejeman pengelola tidak dapat dibawa ke tengah lingkungan

kerja. Contoh perilaku itu seperti membuang rasa malas yang terbiasa dilakukan oleh karyawan harus ditransformasikan menjadi kontradiksi yakni menjadi rajin karena hal itu harus dibiasakan dalam lingkungan kerja. Dengan melihat perilaku karyawan-karyawan lainnya baik itu atasan, setara atau bawahan yang dinilai dapat menjadi contoh bagi dirinya menjadi simbol perilaku yang baik. Dan juga tidak mengeluh dengan keadaan dan harus dapat memposisikan diri di situasi lingkungan kerja. Artinya, setiap karyawan harus tau apa yang harus dilakukannya dengan ketentuan yang telah ditentukan oleh pihak manajemen pengelola, kemudian hal ini dapat mengambil contoh perilaku dari karyawan yang telah tepat memposisikannya sesuai dengan tupoksi (tugas pokok dan fungsi).

Sikap dalam membangun kebersamaan: melalui rasa pengertian dan perhatian bagi setiap karyawan, artinya setiap karyawan harus melakukan interaksi yang mempengaruhi terbentuknya kebersamaan, hal itu dimulai dari hal yang terkecil seperti adanya saling sapa, saling senyum dan perilaku baik lainnya yang dilakukan oleh setiap karyawan. Komunikasi dasar ini secara tidak langsung memberikan hubungan emosional yang melalui pertanyaan dan jawaban sebagai bentuk feedback yang dibuat secara sadar ataupun tidak sadar oleh karyawan. Ditambah dengan sikap keterbukaan (*openness*) menjadi hal penting yang harus diterapkan sehingga tidak menyimpan rasa yang tidak pantas terhadap karyawan lainnya, seperti tidak senang, iri, dengki dan lain sebagainya.

Selanjutnya, setiap karyawan harus menjadi *support system* bagi karyawan lainnya. Maksudnya adalah karyawan harus memberikan support berupa motivasi penyemangat bagi karyawan yang mengalami problematika di lingkungan kerja. Hal ini juga dapat diutarakan dengan bentuk saling mengingatkan dengan memberi semangat kepada karyawan lainnya yang merasa ada masalah di lingkungan kerjanya. Dengan menunjukkan rasa *empati* bagi karyawan dapat menjadi simbol perhatian yang dapat diberikan kepada karyawan lain.

Selain dari itu antar karyawan harus menunjukkan sikap *respect* terhadap karyawan lainnya, jadi setiap karyawan tidak merendahkan, dan juga tidak merasa tinggi dari karyawan lain. Dengan demikian hal ini dapat diartikan sebagai bentuk *equality* (kesetaraan) yang harus terjalin di antara karyawan di lingkungan kerja. Karena, dengan tidak adanya *respect* dari setiap karyawan maka akan menimbulkan gesekan atau kesenjangan antar karyawan, efektivitasnya adalah etos kerja yang buruk, sehingga menjadi problematika pihak manajemen perusahaan.

Kedua, interaksi antara karyawan dengan fasilitas sarana prasarana yang ada di lingkungan kerja, artinya hal ini adalah bukan karyawan mengajak dialog ataupun interaksi sebagaimana dengan sesama karyawan. Pola ini diterapkan dalam artian setiap karyawan harus menjaga fasilitas sarana-prasarana yang ada, seperti menjaga kebersihan fasilitas, merawat benda-benda yang menjadi peralatan kerja, tidak

KOMUNIKASI INTERPERSONAL DI LINGKUNGAN KERJA APARTMENT THE SUITES METRO menimbulkan kerusakan fasilitas dan benda-benda yang ada. Ringkasnya, setiap karyawan harus menghargai setiap fasilitas sarana-prasarana kebendaan yang ada di lingkungan kerja Apartment The Suites Metro.

Berdasarkan penyampaian di atas memang tidak ada konsep komunikasi interpersonal yang dijabarkan secara eksplisit, tetapi pola interaksi yang diaplikasikan oleh pihak manajemen pengelolaan Apartment The Suites Metro merupakan nilai-nilai dari komunikasi interpersonal. Memang dalam bentuk penyampaian di atas tidak secara eksplisit mengenai bagaimana konsep komunikasi interpersonal. Dengan demikian hal ini dapat kita koneksikan dengan teori yang menjabarkan tentang komunikasi interpersonal menurut para ahli dengan pola interaksi yang diaplikasikan oleh pihak manajemen Apartment The Suites Metro. Berikut ini adalah bentuk interaksi yang mengandung unsur konsep komunikasi interpersonal berdasarkan pandangan para ahli:

Persoalan ini penulis menyandingkannya kepada pendapat yang dikemukakan oleh Buber (wood) mengenai ciri bentuk komunikasi interpersonal yang dibagi menjadi 3 (tiga) tahap, di antaranya sebagaimana berikut:

1. Komunikasi *I-It* (saya-itu "benda")

Interaksi ini dideskripsikan sebagai bentuk interaksi komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh karyawan dengan kebendaan. Dimana anggapan adalah pola komunikasi ini tidak menganggap keberadaan karyawan lain secara personal, namun menjadikan karyawan sebagai objek. Hal ini dapat dilihat dengan pola interaksi yang dilakukan oleh karyawan secara personal untuk tetap menjaga kebendaan berupa fasilitas sarana prasarana yang ada di lingkungan kerja yang tidak boleh dirusak dan harus dijaga. artinya sikap menghargai kebendaan adalah bentuk pola komunikasi interpersonal yang mengacu mengakui adanya kebendaan yang memang harus diperhatikan, meskipun *feedback* itu tidak diterima secara langsung. Makna *feedback* tidak diperoleh secara langsung adalah tidak mungkin benda akan menyampaikan dalam bentuk verbal atau non-verbal mengenai tindakan perawatan yang dilakukan oleh karyawan, akan tetapi *feedback* itu diberikan dalam bentuk fungsi kebendaan itu sendiri. Contoh praktisnya, apabila karyawan menjaga *vacum cleaner* (pembersih) yang menjadi benda sarana di lingkungan kerja akan dirasakan oleh karyawan dalam membersihkan suatu tempat lingkungan kerja, karena adanya *vacum cleaner* tersebut.

2. Pola Komunikasi *I-You* (saya-kamu)

Merupakan suatu jenis komunikasi interpersonal yang selalu digunakan dalam sehari-hari, dimana seseorang secara personal menganggap keberadaan orang lain sebagai lawan interaksi. artinya seseorang menganggap keberadaan orang lain dapat memberikan *feedback*. Hal ini dapat dilihat pada pola interaksi

Syevira

yang dilakukan antara karyawan dengan karyawan lain yang berada di lingkungan kerja Apartemen Suites Metro, dimana setiap karyawan harus dapat berinteraksi dengan karyawan lain dan beradaptasi dengan bentuk lingkungan kerja, hal itu merupakan pola dasar yang harus diterapkan yang kemudian dapat menunjang beberapa aspek yang mempengaruhi etos kerja.

3. Pola Komunikasi *I-Thou* (saya-engkau)

Pola ini merupakan transformasi progresif dari pola bentuk komunikasi *i-you*, karena komunikasi ini tidak menganggap keberadaan orang lain di sekitar kita saja, melainkan komunikasi ini juga harus menganggap bahwa orang lain merupakan sesuatu yang harus dihargai berdasarkan personalitasnya masing-masing, dalam hal ini dapat diartikan lebih jauh sebagai komunikasi yang saling menghargai atau sikap toleransi terhadap personality. Tentunya hal ini sangat sulit untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Akan tetapi pola komunikasi ini sangat wajib diterapkan dalam kehidupan berorganisasi, seperti di perusahaan yang dimana pola komunikasi bentuk interpersonal seperti ini akan menunjang etos kerja karyawan menjadi lebih baik dan akan saling bersinergi antara karyawan satu dengan karyawan lainnya, dengan demikian hal ini akan menciptakan kolaborasi yang berpengaruh dalam pekerjaan yang dampaknya luasnya adalah memberikan *rating* baik bagi tempat perusahaan tersebut.

Pola komunikasi interpersonal seperti ini di lingkungan kerja Apartemen Suite Metro dapat dilihat dari gaya pekerja yang harus menunjukkan sikap *openness, empathy, respect* dan dapat menjadi *support system*.

Maka dari itu dengan terbentuknya pola komunikasi interpersonal yang baik di lingkungan kerja antara karyawan satu dengan yang lainnya di Apartemen Suite Metro menghasilkan efek komunikasi yang sangat baik, yaitu mempengaruhi kualitas pelayanan di Apartemen Suite Metro yang dinilai sangat baik, karena bentuk jalinan kerja sama antara karyawannya saling bersinergi dengan menerapkan pola komunikasi interpersonal yang baik.

Nilai-nilai Profetik Pada Komunikasi Interpersonal antara Karayawan di Lingkungan Kerja Apartment The Suites Metro

Dengan melihat penjelasan di atas bahwa gaya komunikasi interpersonal yang terjadi antara karyawan di lingkungan kerja Apartment The Suites Metro di pandang baik maka hal ini dapat menunjukkan adanya unsur nilai profetik yang terkandung dalam komunikasi interpersonal yang ada di lingkungan kerja tersebut.

Membahas tentang komunikasi profetik secara definisi ringkas adalah komunikasi yang mencontoh komunikasi yang dilakukan oleh Nabi. Dimana nabi menerapkan nilai *amar al-ma'ruf wa nahyi al-munkar* yang menyerukan kepada

kebaikan dan melarang keburukan (menurut akal dan syariat). *Ma'rūf* menurut (as-Sa'adi, 2000) adalah “sesuatu yang dikenal dengan baik oleh akal dan syari'at”. Sedangkan *munkar* adalah sesuatu yang dikenal dengan tidak baik oleh akal dan syari'at”.

Konsep *amar al-ma'rūf* dalam komunikasi adalah memanusiaikan manusia, artinya sikap saling menghargai antara sesama manusia dengan memandang bahwa sesama manusia itu sama dan tidak ada bedanya. Adapun nilai daripada *nahyi al-munkar* pada komunikasi adalah liebrasi artinya konsep komunikasi tidak berdasarkan keinginan yang bebas dari setiap individu melainkan ada norma yang harus diterapkan. Artinya pencegahan ketidak benaran dapat dilakukan dengan cara komunikasi.

Konsep *amar al-ma'rūf* dalam komunikasi interpersonal yang digunakan di lingkungan kerja Apartement Suites Metro adalah dengan membangun kebersamaan yang dimana setiap karyawan harus dapat menjunjung nilai-nilai kemanusiaan. Maka penerapannya adalah dengan menunjukkan sikap empati, keterbukaan, respek, saling support dan menilai dengan cara ekualiti. Hal itu sudah diterapkan dan suatu yang terjadi di lingkungan kerja Apartement Suites Metro. Dengan efek yang ditimbulkan adalah bentuk etos kerja yang baik antara karyawannya, dan lebih jauh lagi Apartement Suites Metro memiliki nilai baik dihadapan konsumennya.

Adapun nilai *nahyi munkar* dalam komunikasi interpersonal yang teradi di lingkungan kerja apartemen suites metro adalah adanya suatu pengarahan tentang hal-hal yang tidak dibolehkan, dimana hal ini mengandung unsur nilai tata tertib berdasarkan pada perilaku karyawan, yakni dengan menerapkannya nilai *amar ma'ruf* secara otomatis juga menerapkan nilai *nahyi munkar*. Contohnya, seperti karyawan yang menaruh rasa respek terhadap karyawan lain maka hal itu sama dengan menerapkan humanis, yakni menghormati karyawan sebagai manusia. Dan apabila sebaliknya maka hal ini menjadi sesuatu yang dilarang karena bertindak tidak humanis.

Ringkasnya nilai *amar ma'ruf*) serta *nahyi munkar* merupakan komunikasi yang penyampaian informasinya diiringi dengan mengelaskan sesuatu *hak* dengan *bathil*. Maka dari itu komunikasi interpersonal yang mengandung nilai profetik adalah gambaran dar perilaku yang baik (*al-kebair*) sehingga konektivitas antar karyawan terjalin dengan baik sehingga hal in akan memberikan dampak yang baik bagi setiap perusahaan juga (Hakim A. A., 2011).

Menuru Imam (Al-Ghazali, 2014), menyerukan untuk bersikap *al-kebair* itu adalah perintah yang termaktub dalam QS. Ali-Imran [3]: ayat 104 yang berbunyi sebagaimana berikut:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ {104}

“Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang *ma'ruf* dan mencegah dari yang *munkar*, merekalah orang yang beruntung”

Maka dari itu setiap komunikasi interpersonal yang didasari dengan kebaikan maka dampak atau efek yang dihasilkan juga akan baik. Begitupun sebaliknya, apabila komunikasi interpersonal berjalan dengan tidak baik maka dampak yang dihasilkan juga tidak akan baik. Secara mendasar *al-kehair*, dalam al-qur'an memiliki terminologi dengan definisi taat kepada aturan-aturan yang tidak bertentangan dengan syariat (Al-Sa'dy, 1995), nilai dan norma tersebut sesuai dengan apa yang telah ditentukan dalam syariat serta patuh dan tunduk kepada *nash* (Al-Suyuti, 1983).

Meskipun Lingkungan Kerja Apartemen Suites Metro tidak berjalan sesuai dengan prinsip Islam, namun secara praktis dengan adanya nilai-nilai kebaikan yang tersisipkan dalam pola interaksi komunikasi interpersonal, menjadikannya suatu hal yang mengandung unsur nilai-nilai profetik. Hal itu sebagaimana yang telah dijelaskan di atas oleh penulis. Dimana setiap karyawan yang berada di lingkungan kerja harus berperilaku baik dan berinteraksi baik, hal itu dilakukan dengan antar sesama karyawan maupun dengan kebendaan yang menjadi fasilitas di lingkungan kerja tersebut.

PENUTUP

Berdasarkan penjelasan di atas bahwa gaya komunikasi interpersonal di lingkungan kerja Apartemen Suites Metro menerapkan dua poin yang harus dijaga di antaranya: *Pertama*, antar sesama karyawan; *Kedua*, antara karyawan dengan fasilitas. Dalam hal ini pihak manajemen membentuk pola komunikasi bagi karyawannya untuk terus lebih baik. Konsep komunikasi interpersonal yang dijalin antara lain adalah sikap keterbukaan, empati, saling menghormati, dan menganggap kesetaraan di antara karyawannya, dengan demikian sinergitas dapat terjalin di antara karyawan yang satu dengan yang lainnya dan menjadikan nilai perusahaan lebih baik.

Nilai profetik yang terkandung dalam bentuk komunikasi interpersonal di lingkungan kerja Apartemen Suites Metro adalah nilai *amr ma'ruf* yang berarti humanis, dan nilai *nahyi munkar* yang berarti liberaris artinya mencegah perilaku buruk dalam lingkungan kerja di Apartemen Suites Metro tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- KOMUNIKASI INTERPERSONAL DI LINGKUNGAN KERJA APARTMENT THE SUITES METRO
- Al-Ghazali, T. M.-B. (2014). *Percikan Ihya" Ulumuddin: Rabasia Amar Ma"ruf Nabi Munkar*. Jakarta Selatan: PT mizan Publika,.
- al-Nasafi, A. b. (1995). *Tafsir al-Nasafi al-Musamma Madarik al-Tanzil wa Haqaa'iq al-Ta'wil*. Beirut-Libanon: Dar al-Kutub al-Ilmiah.
- Al-Sa'dy, A. R.-N. (1995). *Tafsir Al-Karim fi Tafsir Kalam al-Manan*. Makkah: Nazar Musthafa al-Baz.
- Al-Suyuti, A. R.-K.-D. (1983). *al-Dur al-Mantsur fi Tafsir al-Ma'tsur*. Libanon-Beirut: Dar al-Fikr.
- Andamdewi, S. .. (2013). Hubungan lingkungan kerja dengan motivasi kerja pegawai bagian sekretariat Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi Provinsi Sumatera Barat. *Jurnal Administrasi Pendidikan*, 1(1), 210-461. .
- as-Sa'adi, A. R. (2000). *Taysir al-Karim ar-Rahman fi Tafsiri Kalām al-Manān* . Mu'asasah ar-Risālah .
- as-Suyuthi, I. J.-M. (2008). *Tafsir aj-Jalalain*. Maktabah Syamilah Version 0.3.
- Caropeboka, R. M. (2017). *Konsep Dan Aplikasi Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Cv. AndiOffset.
- David, K. (1960). *Human Society*. New York: The Macmillan Company.
- Deddy Mulyana. (2014). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Devito, J. (2002). *Komunikasi Antar Manusia*. Jakarta : Profesional Books.
- Dkk, I. R. (2021). Social Media Da'wah Literacy on the West Java Saber Hoaks . *Program Ilmu Dakwah academic Journal for Homilietic Studies*, 15 no 1 .
- Hakim, A. A. (2011). *Fiqih Perbankan Syariah (Transformasi Fiqh Muamalah ke Dalam Peraturan Perundang-undangan)*. Bandung: PT Rafika Aditama.
- Hardjana, A. M. (2003). *Komunikasi intrapersonal & komunikasi interpersonal*. Yogyakarta: Kanisius.
- Moleong, L. J. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya,.
- Priansa, D. J. (2014). *Perencanaan & pengembangan sumber daya manusia*. Bandung: Alfabeta.
- Riyanto, W. F. (2012). *Komunikasi Islam I (Prespektif Integrasi-Interaksionis)*. Yogyakarta: Galuh Patria.
- Shihab, M. Q. (1995). *Membumikan Al-qur'an*. Bandung: Mizan.
- Siagian, S. (2008). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Soekanto, S. (2012). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Spaho, K. (2011). Organizational communication as an important factor of company success: Case study of Bosnia and Herzegovina. *Bussines Intelligence Journal*, 4(2), 390-393.
- Suranto, A. W. (2011). *Komunikasi interpersonal*. Tangerang: Graha Ilmu.
- Wahbah Az-Zuhaili. (2008). *al-Fiqh al-Islām wa Adilatuhu*. Damasqus: Dār al-Fikr pada Maktabah Syamilah.

Syevira