

PENGURANGAN KETIDAKPASTIAN KARYAWAN BARU STARBUCKS SURAKARTA DALAM INTERAKSI ANTAR PRIBADI DENGAN KARYAWAN LAMA

Sakti Perkasa; Yanti Haryanti
Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta

Abstrak

Kebutuhan manusia akan interaksi di tempat baru selalu akan memiliki tantangan. Lingkungan baru ini membuat interaksi antar pribadi dibutuhkan untuk menyesuaikan diri di lingkungan baru yang tentunya penuh dengan ketidakpastian. Situasi yang berdampingan dengan ketidakpastian ini juga dirasakan oleh karyawan baru di Starbucks Surakarta. Ketidakpastian muncul saat mereka sedang berinteraksi dengan karyawan lama di cabang Starbucks tempat mereka bekerja. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pengurangan ketidakpastian yang dilakukan karyawan baru Starbucks Soloraya dalam interaksi antar pribadi dengan karyawan lama. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif yang datanya dikumpulkan dengan wawancara pada sampel purposif berjumlah 8 orang yang masing-masing cabang Starbucks mewakili 4 outlet keseluruhan di Surakarta. Informan harus karyawan aktif Starbucks baik kontrak maupun tetap, telah bekerja minimal selama 5 bulan di Starbucks dan mewakili karyawan perempuan dan laki-laki. Hasil menunjukkan bahwa karyawan baru Starbucks memiliki ketidakpastian kognitif berupa pengetahuan terbatas tentang lingkungan baru dimana ia bekerja, mereka tidak yakin dengan lingkungan baru dimana mereka akan bekerja, ada pula ketidakpastian behavioral berupa karyawan baru yang tidak siap atau memiliki ketidaktahuan untuk memperkirakan sikap orang lain terhadapnya di lingkungan yang baru dalam situasi tertentu dan strategi pengurangan ketidakpastian dilakukan karyawan baru diantaranya strategi aktif berupa usaha aktif yang dilakukan sebelum melakukan interaksi dengan lawan bicara yakni karyawan lama, strategi pasif berupa mengamati karakter karyawan lama yang tengah berinteraksi dengan orang lain, maupun interaktif berupa interaksi tingkat lanjut dimana ketidakpastian berusaha dikurangi atau bahkan memang sudah berkurang sehingga ia bisa berinteraksi langsung untuk menuntaskan rasa ketidakpastian.

Kata kunci: karyawan baru, Starbucks, pengurangan ketidakpastian, komunikasi antarpribadi

Abstract

The human need for interaction in a new place will always have challenges. This new environment makes interpersonal interaction

needed to adjust to a new environment that is certainly full of uncertainty. This situation side by side with uncertainty is also felt by new employees at Starbucks Surakarta. Uncertainty arises when they are interacting with senior employees at the Starbucks branch where they work. The purpose of this study was to find out how the uncertainty reduction strategy carried out by new Starbucks Soloraya employees in interpersonal interactions with senior employees. This research is a type of qualitative descriptive research whose data was collected by interviews on a purposive sample of 8 people, each Starbucks branch representing 4 outlets in total in Surakarta. Informants must be active employees of Starbucks both contract and permanent, have worked for at least 5 months at Starbucks and are males & females. The results showed that new Starbucks employees had cognitive uncertainty in the form of limited knowledge about the new environment in which they worked, they were not sure of the new environment in which they would work, there was also behavioral uncertainty in the form of new employees who were not prepared or had the ignorance to estimate the attitude of others towards them in the new environment in certain situations and the strategies to reduce uncertainty carried out by new employees included Active strategies in the form of active efforts made before interacting with the interlocutor, namely old employees, passive strategies in the form of observing the character of old employees who are interacting with others, and interactive in the form of advanced interactions where uncertainty is tried to be reduced or even reduced so that they can interact directly to resolve the sense of uncertainty.

Keywords: *new hire, Starbucks, uncertainty reduction, interpersonal communication*

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Starbucks merupakan salah satu kedai kopi yang mampu menembus pasar global. Alasan utama kesuksesan Starbucks yaitu karena mereka telah membangun ruang konsumsi yang diisi dengan makna sosial dan budaya yang relevan. Starbucks menawarkan pengalaman tempat yang nyaman untuk menyajikan kopi kepada konsumen; selain itu, Starbucks menyediakan tipe baru dari ruang publik yang memungkinkan adanya interaksi baik antara individu dengan individu atau individu dengan kelompok (Grinshpun, 2014). Pelaku usaha cenderung berusaha menyediakan ruang yang relatif ramah dan aman untuk kelompok konsumen yang lebih besar juga menjadi alasan ruang konsumsi ini menjadi tujuan yang digemari. Poin yang diakui oleh sejumlah konsumen dalam studi penelitian yang dilakukan Krisnayana menunjukkan bahwa kedai kopi lebih ramah, dan luwes sehingga banyak orang

menghabiskan waktu sendirian menggunakan kedai kopi sebagai ruang kerja alternatif. Munculnya kedai kopi Starbucks saat ini menjadikan gaya hidup orang-orang dengan berpenampilan diri membawa laptop atau tablet mereka sambil memesan kopi untuk menggunakan *wi-fi* gratis, bekerja di sela-sela janji, atau menggunakan ruang tersebut sebagai kantor alternatif (Krisnayana, 2020)

Starbucks yang sudah dijadikan pilihan menarik sebagai tempat menikmati kopi, berkumpul dan tidak jarang dipilih menjadi tempat untuk bekerja bagi sebagian orang yang membutuhkan pekerjaan. Perusahaan Starbucks tentunya terus melakukan pengembangan dengan menambah cabang dan karyawan untuk menjalankan bisnisnya. Guna menambah karyawan tentunya proses rekrutmen dilakukan dan menciptakan lingkungan kerja baru dengan orang-orang yang baru. Interaksi harus terbangun mulai dari proses rekrutmen hingga proses bisnis tersebut berjalan. Interaksi ini juga terjadi antar sesama karyawan Starbucks. Salah satu bentuk dari berinteraksi dengan sesama adalah melakukan komunikasi antar pribadi.

Pada praktiknya, Starbucks memiliki 2 bentuk komunikasi yakni formal yang digunakan untuk komunikasi dengan atasan dalam lingkungan kerja maupun kepada pelanggan dan non formal yang cenderung digunakan antar sesama karyawan yang sudah mengenal satu sama lain. Interaksi dalam bentuk komunikasi antarpribadi sangatlah dipengaruhi oleh banyak faktor, terutama faktor lingkungan sosial yang berbeda. Lingkungan ini akan mempengaruhi seseorang untuk menghadapi situasi tertentu yang mana akan menyebabkan ketidakpastian ketika seseorang menghadapi situasi yang baru. Termasuk karyawan baru yang akan mengalami ketidakpastian dalam lingkungan baru bersama karyawan lama. Dalam ketidakpastian ini manusia dituntut untuk melakukan komunikasi dalam berbagai arah sebagai bentuk usaha mendapatkan informasi, berinteraksi dan juga menganggap komunikasi sebagai aktivitas vital dalam keberlangsungan hidupnya.

Komunikasi antar pribadi sangatlah dibutuhkan dalam lingkungan kerja (Gea, 2016). Dalam lingkup lingkungan kerja seperti *coffee shop* tentu melibatkan banyak orang yang memiliki latar belakang dan karakter yang beragam. Nampaknya, ditambah dengan adanya masa rekrutmen yang menghadirkan karyawan baru ketika perusahaan membutuhkan, maka akan menambah keanekaragaman individu dalam lingkungan kerja. Perubahan lingkungan sosial dalam kehidupan sehari-hari terkadang

membuat seseorang merasakan ketidakpastian dalam diri dan identitasnya (Hogg, 2014). Sulit bagi karyawan baru untuk beradaptasi dengan lingkungan kerja yang baru, dan sama halnya dengan karyawan lama yang akan merasa berbeda dengan adanya kehadiran karyawan baru. Rasa ketidakpastian tersebut sering membuat seorang karyawan baru Kesulitan untuk menentukan apa yang harus dilakukan ketika berhadapan dengan orang yang baru dikenalnya, dan tidak mengherankan jika seseorang tersebut akan berusaha untuk mengurangi rasa ketidakpastian tersebut (Hogg, 2014).

Barista baru sebagai seorang karyawan yang memiliki keharusan untuk bekerja akan memikirkan hubungan interaktif yang akan ia bangun terutama dengan karyawan lama melalui sebuah komunikasi. Setiap komunikasi yang akan ia bangun tentunya lebih sering berhadapan dengan orang yang baru ia kenal, dimana tentunya kondisi ini membuat tidak banyak hal yang telah ia ketahui tentang orang tersebut. Kondisi ini adalah salah satu yang membentuk sebuah ketidakpastian dalam diri seseorang (Yusmami, 2019) . Perekrutan karyawan sekelas Starbucks juga tentunya memiliki standar yang sudah ditetapkan, dalam memilah dan juga mengembangkan keahlian karyawan pun ada upaya yang dilakukan berupa pemberian modul untuk kelas *public speaking* serta pengembangan bahasa berbahasa Inggris. Upaya lainnya yang dilakukan diantaranya adalah adanya learning and development program, barista *basic training* program hingga sistem *reward* dan punishment karyawan (Wirawan, 2018).

Komunikasi antarpribadi yang tidak berjalan baik dan terkesan kaku akan menimbulkan perbedaan antara orang yang berkuasa dan yang lemah, maka akan terjadi ketidaknyamanan dan tentunya tujuan tidak dapat berjalan dengan semestinya. Oleh sebab itu, yang dapat dilakukan untuk membangun suatu hubungan yang nyaman dan mencapai tujuan adalah dengan cara melakukan komunikasi antarpribadi, karena komunikasi ini dipandang sebagai usaha komunikasi yang ada dalam setiap hubungan yang intim dan penting bagi setiap orang, baik dilakukan secara aktif, pasif, maupun interaktif (Anazuhriah, 2019)

Jurnal penelitian terdahulu membahas bagaimana komunikasi antarpribadi sebagai alat untuk pengurangan ketidakpastian anggota komunitas. Penelitian ini berfokus pada cara pengurangan ketidakpastian dalam komunikasi kelompok, dimana dalam penelitian ini ingin berfokus pada interaksi dalam komunikasi antar pribadi yang dibangun oleh karyawan baru dan juga karyawan lama. Jurnal penelitian yang dirujuk

oleh peneliti sebagai acuan dalam jurnal ini juga menganalisis bagaimana komunikasi antarpribadi digunakan sebagai alat untuk mengurangi ketidakpastian anggota komunitas RIOT (Petroliunanda, 2021). Penelitian yang dilakukan oleh Petroliunanda pada tahun 2021 menunjukkan temuan bahwa komunikasi antar pribadi dapat membantu anggota komunitas dalam mengurangi ketidakpastian. Berbeda dengan penelitian tersebut, peneliti akan meneliti bagaimana strategi yang dilakukan karyawan baru dalam mengurangi ketidakpastian berdasarkan teori pengurangan ketidakpastian (*uncertainty reduction theory*) saat berinteraksi dengan karyawan lama Starbucks. Selain itu, fokus pada penelitian acuan sebelumnya adalah pada anggota komunitas yang dimana komunitas tersebut bukan bersifat keuntungan melainkan perkumpulan kegemaran / hobi, penelitian ini berfokus pada dunia kerja/industri yang mengarah pada keuntungan material untuk kelangsungan hidup seorang karyawan.

1.2 Tujuan Penelitian dan Rumusan Masalah

1.2.1 Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah yang ada pada judul penelitian ini maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana ketidakpastian dan proses dalam mengurangi ketidakpastian dalam diri karyawan baru Starbucks ?
- b. Bagaimana strategi dalam mengurangi ketidakpastian dalam diri karyawan baru di Starbucks ?

1.2.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana strategi dalam mengurangi ketidakpastian dalam diri karyawan baru di Starbucks terutama dalam interaksinya dengan karyawan lama di lingkungan kerja Starbucks di Surakarta.

1.3 Kajian Teori

1.3.1 Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi merupakan serangkaian tindakan atau peristiwa yang terjadi secara berurutan serta berkaitan satu sama lain dengan kurun waktu tertentu. Melakukan proses komunikasi melibatkan banyak faktor antara lain perilaku komunikasi, pesan, media yang digunakan, waktu, tempat, hasil atau akibat yang terjadi setelah proses komunikasi. Diantara manusia yang bersosialisasi, mereka saling berbagi informasi, gagasan dan sikap (Maulana, 2013). Sedangkan menurut Morissan (2013) komunikasi

merupakan sebuah komponen yang sangat penting untuk keberlangsungan kehidupan manusia. Karena sejatinya manusia adalah makhluk sosial yang akan selalu membutuhkan orang lain dalam menjalani kehidupan (Morrison, 2013). Komunikasi dianggap sebagai salah satu konstruksi kunci dari hubungan lintas budaya karena penting dalam proses membangun dan mempertahankan hubungan yang sukses di pasar yang kompetitif. Komunikasi interpersonal adalah alat yang utama untuk mengurangi ketidakpastian, kuantitas dan sifat informasi yang dibagi oleh orang akan berubah seiring berjalannya waktu (West, 2008).

Membina hubungan antarpribadi berarti menjalin komunikasi yang intens. Hal tersebut juga diartikan sebagai rangkaian interaksi yang menghasilkan relasi antara dua orang. Hubungan antarpribadi dapat bertahan, ketika dipertahankan dan dijaga. Komunikasi antarpribadi tersusun dari banyak proses yang saling terkait, terdiri dari produksi pesan, pengolahan pesan, koordinasi interaksi, dan juga persepsi sosial. Permata (2013) menjelaskan bahwa komunikasi interpersonal pada hakikatnya merupakan komunikasi yang terjadi antara komunikator dan komunikan. Melalui konsep tersebut, komunikasi interpersonal dapat dirumuskan sebagai proses interaksi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih, dan terjadi secara spontan (Permata, 2013).

Komunikasi antarpribadi terjadi tidak hanya pada lingkungan pertemanan namun juga lingkungan kerja baik antar karyawan maupun karyawan dengan pelanggan. Komunikasi antarpribadi antar karyawan secara mutlak akan terjadi mengingat interaksi akan selalu tercipta apalagi dalam lingkungan kerja yang sama. Karyawan yang sudah terlebih dahulu bekerja di Starbucks akan membangun komunikasi yang beragam dengan karyawan yang baru, begitupun sebaliknya dimana karyawan baru akan melakukan komunikasi antar pribadi dengan karyawan lama untuk mendapatkan apa yang dia butuhkan dan dia inginkan baik berupa hubungan kerja yang baik maupun berupa pemenuhan kebutuhannya (Febriani, 2015).

Lingkungan kerja baru bagi karyawan yang baru masuk ke Starbucks dipilih menjadi sumber informan penelitian dimana komunikasi antarpribadi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah komunikasi sebagai tindakan yang saling berinteraksi dalam konteks penelitian ini ialah antara karyawan baru Starbucks dengan karyawan lama untuk membangun hubungan dan mencapai tujuan melalui aktivitas komunikasi yang mereka lakukan (Liliweri, 2015).

1.3.2 Pengurangan Ketidakpastian (*Uncertainty Reduction Theory*)

Uncertainty Reduction Theory yang dicetuskan oleh Charles Berger dan Richard Calabrese, ketidakpastian terjadi dalam konteks sosio-psikologis pada level interpersonal. Ketidakpastian yang dialami seseorang dapat dikurangi dengan melalui proses komunikasi untuk memperoleh informasi yang pasti untuk dirinya (Berger, 1975). Ketidakpastian yang muncul ini terjadi karena keterbatasan informasi yang masih dialami ketika karyawan baru berada dalam lingkungan kerja yang baru tanpa memandang usia dan latar belakang sosial tertentu. Oleh karenanya, mereka akan melakukan pengumpulan informasi mengenai orang lain untuk memprediksi sikap dan perilaku dari orang lain. Selain itu demi tercapainya tujuan yang diinginkan remaja penerima manfaat harus bisa menggunakan informasi yang dimiliki mengenai orang lain, semakin banyak informasi yang diperoleh mengenai orang lain maka daya tarik akan meningkat serta kebutuhan informasi akan menurun dalam kata lain ketidakpastian akan menurun (Stephen, 2009).

Berger dalam (Febriani, 2015)) menyatakan bahwa ada dua ketidakpastian dialami oleh seseorang yaitu ketidakpastian kognitif (*cognitive uncertainty*), yakni pemikiran awal yang berisi harapan mengenai perilaku seseorang yang remaja inginkan untuk keberlanjutan hubungan dan ketidakpastian perilaku (*behavioral uncertainty*), yakni pemikiran yang muncul dalam diri seorang remaja penerima manfaat terhadap kemungkinan untuk memahami perilaku seseorang secara lebih dalam (Febriani, 2015). Ketidakpastian yang dialami karyawan baru ini terjadi karena kekurangan dan keterbatasan informasi yang dimiliki oleh masing-masing informan. Karyawan baru cenderung bersifat pasif dan juga pendiam pada masa-masa awal dalam lingkungan kerja Starbucks bersama karyawan lama. Ketika seseorang berada didalam fase awal pertemuan, seseorang akan merasa berada dalam situasi yang begitu dibatasi oleh nilai dan norma sehingga jarang untuk bisa melakukan komunikasi secara verbal atau bisa dikatakan interaksi sangatlah minim. Ketidakpastian ini dapat dikurangi dengan strategi aktif yang dimana seseorang secara aktif melakukan upaya mengurangi ketidakpastiannya, pasif dimana interaksi belum terbangun namun sudah dimulai upaya pengumpulan informasi dan pengamatan , lalu ada strategi interaktif yang dimana seseorang sudah mulai membangun interaksi. Strategi-strategi ini dapat digunakan

untuk karyawan baru guna mendapatkan informasi dalam pemenuhan kebutuhannya (Febriani, 2015)

Selain strategi-strategi yang dilakukan setiap karyawan baru yang berada dalam lingkungan baru Starbucks, ada faktor-faktor juga yang akan sangat mempengaruhi bagaimana pengurangan ketidakpastian ini dapat terjadi. faktor diantaranya adalah komunikasi verbal, ekspresi afiliasi nonverbal, pencarian informasi, kedekatan atau *intimacy*, timbal balik atau *reciprocity*, kesamaan atau *similarity*, dan kesukaan atau *liking*. Masing-masing faktor ini mengambil bagian penting bagaimana tingkat ketidakpastian ini bisa meningkat atau menurun pada setiap orang yang sedang berada dalam situasi baru, lingkungan baru yang pastinya dipenuhi ketidakpastian dan keraguan (Gibbs, 2014).

Faktor kegelisahan dan ketidakpastian seringkali terjadi didalam diri seseorang ketika dia sedang berada dalam kelompok, lingkungan atau situasi yang baru. Inilah yang membuat banyak cara dilakukan gunakan untuk menyesuaikan diri dan meneruskan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan hidup. Pengumpulan informasi, pemantauan individu lain, pemahaman situasi menjadi salah satu usaha untuk memulai interaksi dengan orang lain yang dianggap baru baginya (Knobloch, 2011). Rasa gelisah dan kekhawatiran senantiasa menjadi sebuah kondisi yang tidak dapat dihindari. Kecenderungan masyarakat Indonesia pada pemikiran bahwa orang luar negeri selalu menggunakan bahasa Inggris atau tidak bisa berbahasa Indonesia membuat barista Starbucks juga memiliki rasa kekhawatiran dalam pelayanan yang akan mereka berikan pada pelanggannya. Namun pada akhirnya interaksi harus dibangun untuk memenuhi kebutuhan dan tuntutan pekerjaan (Wulandari, 2014).

2. METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dimana penelitian ini memiliki tujuan untuk menjawab bagaimana ketidakpastian komunikasi antarpribadi antara karyawan baru Starbucks dengan karyawan lama. serta bagaimana cara mengurangi ketidakpastian dalam diri mereka ketika berkomunikasi dengan karyawan lama. Langkah pengumpulan data yang deskriptif. Penelitian kualitatif ini dapat digunakan untuk mempelajari kehidupan, sejarah, perilaku, fungsi organisasi, gerakan sosial atau hubungan orang lain. Penelitian kualitatif merupakan teknik

penelitian yang mampu menghasilkan informasi deskriptif berupa bahasa, tulisan, dan perilaku orang-orang yang diamati (Nursapiah,2020) Melalui penelitian kualitatif ini diharapkan bisa mendalami tentang bagaimana proses pengurangan ketidakpastian komunikasi antarpribadi karyawan baru dan karyawan lama Starbucks Solo secara mendalam.

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam (*depth interview*). Wawancara adalah metode pengumpulan data yang memerlukan komunikasi secara langsung antara subjek atau responden. Wawancara digunakan untuk mengetahui faktor dan usaha yang dilakukan oleh karyawan (barista) Starbucks dalam mengurangi ketidakpastian. Informan yang dipilih peneliti secara *purposive sampling* dari masing-masing cabang Starbucks di Surakarta berjumlah 8 orang. Untuk kriteria informan meliputi: a.) Karyawan Starbucks Soloraya berstatus kontrak/tetap yang masih aktif dan bukan karyawan magang, b.) Telah bekerja di Starbucks minimal selama 5bulan, c.) Terdiri dari karyawan perempuan dan laki-laki.

Dari data yang diperoleh, peneliti akan melakukan analisis data dengan teknis analisis Miles Huberman Punch yakni data yang sudah dikumpulkan, lalu diolah melalui proses reduksi data untuk memperoleh poin yang dicari, kemudian penyajian data lalu penarikan kesimpulan dimana kesimpulan tersebut akan dibandingkan atau divalidasi dengan data dari informan sekunder (bukan informan utama) untuk memvalidasi dan mengecek keabsahan data yang diberikan yang biasa disebut dengan teknik triangulasi data (Rahmat, 2006). Triangulasi data digunakan untuk menggalikan kebenaran dari data yang diperoleh dari informan melalui berbagai sumber perolehan data dengan membandingkan informasi antara informan satu dengan yang lain (Mulyana, 2013)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

Penelitian merupakan penelitian yang berangkat dari permasalahan yang sangat berkaitan dengan proses berkomunikasi antar pribadi karyawan baru dengan karyawan lama yang bekerja dilingkungan baru , dan peneliti mengambil lokasi penelitian di 4 outlet Starbucks yang berada di Surakarta, yakni Starbucks Mall Solo Paragon, Starbucks Mall Solo Square, Starbucks The Park Mall, dan Starbucks Slamet Riyadi

Surakarta. Penelitian ini berfokus dengan bagaimana proses pengurangan ketidakpastian yang dialami dan dilakukan karyawan baru di Starbucks Surakarta dalam interaksi antar pribadinya dengan karyawan lama yang berada di cabang Starbucks dimana mereka bekerja. Proses ini berangkat dari teori yang dikemukakan oleh Charles Berger dan Richard Calabrese sebagai pedoman dalam menganalisa hasil penelitian yang ditemukan oleh peneliti.

Lingkungan kerja yang baru di Starbucks membuat setiap karyawan baru yang masuk bekerja di lokasi tersebut mengalami situasi ketidakpastian, situasi ini membuatnya merasa tidak nyaman dan berusaha bagaimana untuk merasa nyaman dan mengurangi ketidakpastian tersebut dengan berinteraksi dengan karyawan lama yang sudah lebih dulu bekerja disana, dengan maksud untuk memenuhi kebutuhan atau maksud yang ia tuju. Berikut merupakan hasil dan pembahasan penelitian yang ditemukan dalam proses penelitian ini.

3.1.1 Komunikasi Antarpribadi Karyawan Baru

Komunikasi antarpribadi merupakan langkah awal dalam komunikasi antara karyawan baru di Starbucks dengan karyawan yang lebih senior atau lebih dulu bekerja di cabang outlet tersebut meskipun dipenuhi rasa ketidaknyamanan, ketidakpastian dan bahkan kekhawatiran. Jenis komunikasi ini memungkinkan interaksi antara karyawan baru dan senior dalam lingkungan baru, dimana ia akan memahami dan mendapatkan timbal balik dalam interaksi tersebut. Jalannya komunikasi antarpribadi ini beriringan dengan adanya proses observasi sebagai bentuk usaha memahami situasi dan mendapatkan tempat dihati rekan-rekan kerjanya. Komunikasi antar pribadi dibarengi dengan usaha observasi menjadi pilihan yang paling banyak dilakukan oleh karyawan baru yang berlaku sebagai informan dalam penelitian ini, seperti penjelasan dalam pernyataan informan dibawah ini:

“nyapa-nyapa orang-orang dulu ngobrol basa basi hehehe, banyak observasinya daripada nanyanya, ini hari pertama ya. Sama nyatet beberapa yang saya perlu catet sih kak” (Informan 1, 31 Mei 2023).

“kenalan, dengerin dan perhatikan apa yang senior saya ajarkan aja sih,karena masih proses pengenalan” (Informan 2, 31 Mei 2023).

Kegiatan ini nyatanya dilakukan hampir semua karyawan baru yang peneliti pilih menjadi informan. Hal ini menunjukkan bahwa didalam interaksi awal, komunikasi antarpribadi menjadi langkah awal yang paling banyak dipilih dan terkesan

aman untuk mereka yang masih memiliki rasa ketidakpastian di dalam diri mereka saat menghadapi lingkungan kerja yang baru dan tentunya rekan-rekan kerja yang baru. Tidak hanya komunikasi antar pribadi yang mereka lakukan, tapi juga kegiatan observasi yang secara natural mereka pilih untuk lakukan diawal-awal mereka bekerja disaat didalam diri mereka masih terdapat ketidakpastian yang cukup besar.

3.1.2 Ketidakpastian Karyawan Baru

Karyawan baru yang masih berada pada fase awal dilingkungan kerja baru ternyata ditemui mengalami ketidakpastian di dalam dirinya, yang ternyata hal ini hampir semua mengalaminya meskipun ketidakpastian yang karyawan baru tersebut alami belum tentu sama. Hal ini menunjukkan pula bahwa situasi lingkungan kerja baru meskipun ditempat yang cukup dikenal seperti Starbucks pun masih memunculkan ketidakpastian didalam diri setiap orang yang baru bergabung atau baru menapaki karir di Starbucks. Karyawan baru cenderung takut tidak mampu berbaur dengan karyawan yang sudah senior disana dan tidak cukup memiliki kemampuan dibanding dengan karyawan yang senior yang sudah lebih dulu disana, bahkan khawatir atau takut tidak mampu lolos dari proses training yang merupakan fase awal saat seleksi pekerjaan.

Menurut teori pengurangan ketidakpastian, terdapat dua jenis ketidakpastian yakni berupa ketidakpastian perilaku dan ketidakpastian kognitif. Ketidakpastian perilaku (*behavioral uncertainty*) ialah situasi dimana karyawan baru ini tidak siap atau memiliki ketidaktahuan untuk memperkirakan sikap orang lain terhadapnya dilingkungan yang baru dalam situasi tertentu yang belum diketahui pula (Petrolinanda, 2021). Karyawan baru di outlet Starbucks juga mengalami ketidakpastian jenis ini seperti dalam pernyataan informan 5 berikut ini:

“saya khawatirnya kayak ada senioritas di tempat sekelas starbucks ya, karena di tempat kerja saya yang lama ada yang kayak gitu, kerjaan yang jelek-jelek dikasihkan saya sebagai junior” (Informan 5, 1 Juni 2023).

Informan karyawan baru Starbucks juga ada yang mengalami perbedaan dari kenyataan yang dilihat langsung dan dengan yang dibayangkan dimana ternyata ini juga merupakan ketidakpastian yang mereka alami secara tersirat tergambarakan melalui pernyataan berikut:

“ada, saya belum yakin akan punya teman disana dan lingkungan kerjanya tidak nyaman, ternyata baik-baik aja sih mas semakin saya mengerti” (Informan 7, 1 Juni 2023).

Ketidakpastian ini dialami oleh karyawan baru Starbucks karena kurangnya informasi yang mereka dapatkan mengenai lingkungan kerja dan orang-orang yang bekerja didalamnya yang akan atau bahkan sudah menjadi rekan kerjanya selama di Starbucks cabang tersebut. Seperti penjelasan dalam jurnal penelitian oleh Petroliunanda & Christin dimana ketidakpastian bisa terjadi dalam lingkungan dimana ia tidak mengetahui sikap atau respon yang mungkin akan ia dapatkan dalam sebuah lingkungan atau situasi yang baru dalam hidupnya.

Selain ketidakpastian perilaku, karyawan baru Starbucks juga mengalami ketidakpastian kognitif yakni pengetahuan yang terbatas tentang lingkungan baru dimana ia bekerja, mereka tidak yakin dengan lingkungan dan situasi di lingkungan baru dimana mereka akan bekerja (Petroliunanda, 2021). Seperti pernyataan yang dinyatakan oleh informan 5, informan 6 dan informan 7 berikut ini :

“saya kan belum tau ya mas didalamnya starbucks itu gimana, ya kalau sekedar dari luar saya tau, maksudnya saya sebagai customer atau pihak luar gitu mas, jadi saya masih buta gitu mas, sama nggak sih starbucks sama kedai kopi lain yang pernah saya kerjain” (Informan 5, 1 Juni 2023).

“ada, bahasa yang dipakai sehari-hari sebelumnya saya tidak tahu, saya khawatir kalau tiap hari pakai bahasa Inggris, sedangkan bahasa Inggris saya bisa dikatakan hanya nguasain dasar-dasarnya aja, kalau orang ngomong saya ngerti, cuma ngejawabnya suka bingung, ya bisa sih, terbata-bata tapi” (Informan 6, 1 Juni 2023).

“deg-degan dan kayak ya gimana sih mas namanya belum tau seluk beluk dalamnya sama sekali ya jadi agak keringet dingin” (Informan 7, 1 Juni 2023).

Gambaran ketidakpastian diatas juga merupakan gambaran ketidakpastian yang tentunya membuat karyawan baru Starbucks mengalami perasaan ketidakpastian yang tentunya membuat mereka merasa ragu-ragu dan kurang percaya diri saat memasuki karir baru di lingkungan Starbucks tersebut. Situasi yang berbeda yang menjadi latar belakang mereka bekerja ternyata juga memiliki pengaruh yang sama atas ketidakpastian yang mereka alami, baik bekerja untuk berkarir atau bekerja untuk menutup kebutuhan hidup dan kuliah mereka. Ketidakpastian akan bahasa yang akan mereka gunakan dalam bekerja berbanding lurus dengan penguasaan bahasa yang mereka miliki juga menjadi sebuah ketidakpastian yang diutarakan dalam wawancara yang dilakukan.

3.1.3 Proses Pengurangan Ketidakpastian

Kondisi yang penuh ketidakpastian bukan berarti menjadi sebuah kebutuhan untuk tidak dipenuhi. Karyawan yang bekerja hakikatnya bertujuan atau memiliki motivasi untuk memenuhi kebutuhan, sekedar mendapatkan penghasilan tambahan atau membangun lingkungan sosial yang lebih luas. Inilah yang mendukung setiap ketidakpastian yang karyawan baru alami untuk dikurangi atau bahkan dihilangkan. Proses dalam berinteraksi secara antarpribadi menjadi langkah awal dan utama dalam mengurangi ketidakpastian tersebut. Berger dalam Jurnal *“Some Explorations in Initial Interaction and Beyond: Toward a Developmental Theory of Interpersonal Communication”* (1975), menyatakan bahwa memang ketika seseorang berada pada fase awal pertemuan, ia kemungkinan besar akan merasa sangat berhati-hati karena dibatasi oleh norma, sehingga sangat terbatas untuk interaksi secara verbalnya (Febriani, 2015). Hal ini sejalan dengan pendapat informan berikut :

“untuk akrab saya butuh waktu kira-kira semingguan kak, selebihnya diawal-awal ya cuma basa-basi saja, menyapa, mengucapkan selamat pagi/siang/sore dan sebagainya” (Informan 8, 1 Juni 2023).

Proses dalam pengurangan ketidakpastian ada 2, yakni yang pertama proses proaktif. **Proses proaktif** adalah proses dimana karyawan baru Starbucks memikirkan dan memperkirakan tindakan sebelum melakukan interaksi atau komunikasi dengan karyawan lama dengan masih dibayangi rasa ketidakpastian. Pendapat ini ternyata sejalan dengan apa yang peneliti temui pada penjelasan informan 6:

“menyapa dulu pasti, saya biarin mereka ngebuka omongan sih kak, saya takut kalau saya ngomong duluan dianggap sok asik atau tidak sopan” (Informan 6, 1 Juni 2023).

Proses yang kedua **proses retroaktif** ialah proses saat karyawan baru menjelaskan upaya-upaya atau perilaku serta respon dirinya dan lawan bicaranya setelah bertemu dengan karyawan baru atau bisa kita sebut dengan Informan. Pendapat yang didapat dari informan dari proses wawancara yang peneliti lakukan menggambarkan situasi yang sejalan dan semakin memperkuat pernyataan dari Berger dan Calabrese, berikut pendapat dari Informan :

“saya awalnya kurang suka ya mas karena kayak tidak ramah semua, jadi saya bener-bener ngerasa bener-bener disini kerja , nggak ada basa -basi” (Informan 4, 31 Mei 2021).

Pendapat informan 4 diatas menunjukkan bahwa ketika awal masuk di Starbucks sebagai karyawan baru, ia menjelaskan bahwa sesudah berinteraksi secara langsung terdapat kesan yang kurang ramah dan dia kemudian memutuskan untuk fokus bekerja tanpa banyak basa-basi agar tetap bisa bekerja dan menyesuaikan dengan yang lain karena respon awal yang kurang ramah. Proses pengurangan ketidakpastian sendiri didukung oleh beberapa faktor, diantaranya seperti komunikasi verbal, ekspresi afiliasi nonverbal, pencarian informasi, kedekatan, timbal balik kesamaan dan kesukaan (West, 2008).

Faktor komunikasi verbal dimana semakin banyak kata atau kalimat verbal yang muncul akan membawa interaksi tersebut ke arah penurunan ketidakpastian, hal ini sejalan dengan penjelasan informan berikut ini :

“kalau interaksi ya say hi gitu sih bisa langsung, cuma kalau nanya yang agak rumit gitu ada yang mau kasih tau ada yang nggak sih kak. Bisa ngobrol agak banyaknya sekitar seminggu kayaknya” (Informan 1, 31 Mei 2023). *“ada, ada yang cuek ada yang cerewet juga tapi yaudah saya nikmati saja kak, meskipun saya khawatir kalau nanti saya kesulitan dalam menjalankan pekerjaan saya. tapi yang cerewet itu cenderung lebih bikin nggak tegang- tegang banget diawal-awal saya gabung disini sih”* (Informan 7, 1 Juni 2023). *“banyak diemnya mendengarkan dulu diawal-awal kak takut banyak ngomong”* (Informan 6, 1 Juni 2023).

Penjelasan tiga informan diatas cukup menjelaskan bahwa pada awal-awal interaksi yang dibangun sangat terbatas dalam penggunaan unsur-unsur verbal, dan membutuhkan waktu yang cukup panjang untuk bisa berinteraksi yang lebih banyak menggunakan unsur-unsur verbal.

Selanjutnya, faktor yang mendukung berkurangnya rasa ketidakpastian dalam komunikasi antarpribadi yang karyawan baru Starbucks lakukan adalah ekspresi afiliasi non verbal. Faktor ekspresi afiliasi non verbal adalah dimana banyak sedikitnya ekspresi non verbal yang muncul dalam komunikasi antarpribadi yang dibangun membuat sebuah interaksi tersebut berbeda tingkat ketidakpastiannya, terlebih saat awal-awal mereka berinteraksi. Penjelasan ini sejalan dengan pendapat informan berikut ini:

“saya datang kenalan sama store manager, terus dikenalin sama yang lain, ya kenalan basic lah nama, mohon bimbingannya blabla. Yang nangepin ya cuma seadanya mereka dan ada yang sambil kerja, ada yang wajahnya flat, ada yang senyum” (Informan 4, 31 Mei 2023).

“kadang dari cara bicara sama wajah kan kliatan ya kak, diamati juga sering kelihatan karakternya tanpa harus nanya” (Informan 1, 31 Mei 2023).
“ya diawal yang pasti nanya-nanya terus, sering senyum biar ada kesan ramah gitu, soalnya namanya orang kita gatau ya mas” (Informan 4, 31 Mei 2023).

Proses perkenalan menjadi awal yang pasti semua karyawan baru di Starbucks rasakan dan lalui, dari proses perkenalan tersebut, karyawan baru dapat memperhatikan respon non verbal dari lawan bicaranya dan kemudian bisa memperkirakan apa tindakan selanjutnya terhadap lawan bicara tersebut.

Faktor pencarian informasi juga menjadi salah satu faktor yang menentukan seberapa besar ketidakpastian melalui usaha pencarian informasi yang dilakukan oleh karyawan baru di Starbucks Surakarta, semakin banyak informasi yang ia cari, maka menunjukkan ketidakpastian yang semakin tinggi, begitupun sebaliknya. Berikut pernyataan informan yang mendukung pernyataan ini :

“saya cari info melalui website resmi Starbucks kak” (Informan 7, 1 Juni 2023).

“dari internet, sosmed dan paling dari temen yang dulu kerja di Starbucks paragon ini” (Informan 2, 31 Mei 2023).

“kalau saya cari info paling soal perusahaannya sih mas, kalau karyawannya juga nyari info cuma nggak ada kenalan yang sama-sama kerja di Starbucks jadi nggak dapat info juga mas” (Informan 4, 31 Mei 2023).

Kondisi dimana karyawan baru berusaha untuk mencari informasi sudah sejalan dengan teori yang dikemukakan Berger dan Calabrese, aktivitas ini dilakukan karena karyawan baru ternyata mengalami ketidakpastian dengan situasi yang ada di lingkungan baru tempat dimana akan bekerja yakni cabang Starbucks Surakarta.

Faktor kedekatan atau *intimacy* tidak dapat dilupakan untuk ikut menjadi faktor penentu yang mempengaruhi ketidakpastian juga. Isi dari pesan saat komunikasi dengan lawan bicaranya dapat dilihat untuk mengetahui bagaimana kondisi ketidakpastian dalam diri seseorang. Semakin intim atau dekat isi pesan komunikasinya, maka ketidakpastian didalam diri seseorang semakin rendah. Proses wawancara peneliti dengan informan karyawan baru Starbucks juga menunjukkan faktor ini ada ketika ia berkomunikasi dengan karyawan lama, berikut pendapat informan :

“awal-awal nggak ada, mulai sebulan sering ada yang ngajakin ngobrol soal hobi, hubungan, ya curhat-curhat gitu” (Informan 4, 31 Mei 2023). *“banyak bercanda, tapi bercanda yang tidak berlebihan dan sopan lho ya kak, dan juga bertanya, nongkrong bareng”* (Informan 3, 31 Mei 2023).

Komunikasi yang sudah terbangun selama interaksi awal bahkan hingga sekarang membuat setiap karyawan baru merasa lebih dekat dengan lawan bicaranya atau karyawan lama yang ada di cabang Starbucks, dalam prosesnya faktor kedekatan ini ditunjukkan dalam pernyataan yang disampaikan oleh informan diatas.

Faktor timbal balik atau *reciprocity*, faktor ini menggambarkan bagaimana timbal balik yang besar menunjukkan rasa ketidakpastian yang besar juga karena masih membutuhkan informasi lebih untuk mengurangi ketidakpastian yang mereka alami. Berikut juga gambaran pendapat dari informan yang sejalan dengan penjelasan ini :

“kalau interaksi awal-awal ya pasti sama sama fokus di jobdesc ya mas kan saya seringnya masih sama store managernya. Kalau yang lain sih biasa saja ya kenalan, nanya-nanya rumahnya mana ya hal-hal gitu mas” (Informan 5, 1 Juni 2023).

“paling istirahat bareng, banyak nanya banyak tukar pikiran , dan ngrokok bareng sih jadi makin lama makin akrab dan cair” (Informan 8, 1 Juni 2023).

Pendapat informan diatas mendukung bagaimana interaksi timbal balik dalam komunikasi antarpribadi mereka mampu membuat hubungan mereka menjadi lebih cair dan akrab. Pada interaksi awal, informan cenderung berkomunikasi untuk mencari tahu tentang karyawan lama yang sudah dahulu disana atau memberitahu tentang dirinya.

Faktor kesamaan atau *similarity* juga ditemukan ketika proses wawancara peneliti dengan informan. Terdapat beberapa kesamaan yang Teori pengurangan ketidakpastian membahas bagaimana adanya kesamaan atau *liking* yang semakin besar akan semakin rendah ketidakpastian yang mereka alami. Seperti pendapat informan berikut ini :

“ada , ada yg sama-sama suka modif motor jadi nyambung” (Informan2 , 31 Mei 2023).

“saya bawa dengan tawa dan senyuman waktu itu kak, agar lebih ringan , ternyata ada yang sama-sama orang Ngawi sama kayak saya kak jadi kayak sederhana gitu jadi ngrasa dekat” (Informan 3, 31 Mei 2023).

Pernyataan informan diatas menunjukkan bahwa kesamaan dalam diri karyawan baru dengan karyawan lama membuat komunikasi berjalan lebih mudah dan nyaman.

Faktor kesukaan atau *liking*, faktor ini menggambarkan bagaimana ketika dua orang yang sedang berkomunikasi memiliki kesukaan yang sama akan cenderung memiliki kedekatan lebih sehingga ketidakpastian di dalam dirinya berkurang.

Beberapa informan menunjukkan terdapat kesamaan dengan karyawan lama disana seperti hobi atau ketertarikan akan suatu hal yang sama.

“mulai 2 mingguan itu ada yang ngajak ngobrol hobinya apa mas, ternyata sama-sama suka musik koplo, jadi nyambung malah waktu itu ngajakin nonton konser deny caknan di benteng solo yang dekat BI itu” (Informan 6, 1 Juni 2023).

“ada, kesukaan ya biasanya terkait dengan kesukaan jenis kopi ya mas karena kan kita bersinggungan dengan kopi kerjanya . Kebetulan kami sama-sama coffee lovers , beda sama yang suka aja ya mas, kalau kami juga ngomongin pengolahan, bahan kopi dan rasa yang dihasilkan” (Informan 5, 31 Mei 2023).

Kesukaan akan suatu hal yang sama dengan lawan bicara yang belum dikenal lama atau masih di awal-awal interaksi membuat diri informan merasa satu “frekuensi” dengan lawan bicara dimana disini kita sebut karyawan lama di Starbucks.

3.1.4 Strategi Pengurangan Ketidakpastian

Lingkungan kerja baru di lingkungan Starbucks merupakan tempat yang tidak banyak orang ketahui karena terjaga secara internal dan memiliki standar internasional dalam SOPnya. Kopi Starbucks sangat terkenal di masyarakat luas baik dalam negeri maupun mancanegara. Hampir seluruh kalangan yang hidup di perkotaan mengerti apa itu Starbucks dan paling tidak apa yang mereka jual, namun meskipun demikian ketidakpastian tetaplah ada didalam diri seorang karyawan baru di lingkungan Starbucks.

Banyak ketidaktahuan didalam dirinya ketika ia harus bekerja dan berinteraksi dengan orang didalamnya sebagai karyawan Starbucks itu sendiri. Meskipun demikian, karyawan baru Starbucks harus menyesuaikan diri dan berusaha untuk tetap bertahan dalam situasi apapun saat memasuki dunia kerja di Starbucks. Berbagai latar belakang untuk bekerja juga menjadi salah satu alasan mengapa harus bertahan di Starbucks, seperti memenuhi kebutuhan harian, mencari tambahan uang saku, bahkan hingga mencari pengalaman. Berbagai cara dilakukan untuk mengurangi rasa ketidakpastian yang dialami.

Strategi Pasif, strategi ini memungkinkan seseorang yang tengah mengalami ketidakpastian untuk secara pasif mengurangi ketidakpastiannya, orang yang mengalami ketidakpastian ini akan menggunakan usaha tanpa membangun interaksi dengan orang yang belum ia ketahui atau masih penuh rasa ketidakpastian. berikut penjelasan informan yang sejalan dengan penjabaran strategi ini :

“saya hanya melihat dan menilai dari interaksi orang lain tanpa nanya langsung karakternya kak” (Informan 6, 1 Juni 2023).

“saya berusaha menjadi pendengar yang baik kak supaya saya juga bisa memahami keadaan dilingkungan kerja saya yang baru” (Informan 8, 1 Juni 2023).

Penjelasan informan 6 diatas menyatakan bahwa pada awal-awal interaksi ia hanya melihat dan menilai dari interaksi orang lain tanpa bergabung dalam interaksi, dari sini ia sedang melakukan strategi pasif dengan mengamati karakter karyawan lama yang tengah berinteraksi dengan orang lain. Sedangkan informan 8 menjelaskan bahwa dia tidak membangun interaksi namun hanya menjadi pendengar dari pembicaraan rekan-rekan karyawan lama yang sedang berbicara ataupun bercengkrama untuk memahami situasi atau keadaan lingkungan kerja yang baru .

Strategi Aktif, strategi ini merupakan usaha secara aktif yang dilakukan seseorang saat merasakan ketidakpastian untuk mencari informasi, usaha aktif ini dilakukan sebelum melakukan interaksi dengan lawan bicara yang disini yaitu karyawan lama yang berada di Starbucks, namun ia bisa menggunakan pihak ketiga untuk mencari tahu informasi tertentu. Penjelasan strategi ini sejalan dengan pendapat informan dalam wawancara sebagai berikut :

“pernah saya nanyain ke senior lain tentang karakter senior lain saking takutnya salah ngomong” (Informan 1, 31 Mei 2023).

“nanya dari temen sih mas , dan untuk beberapa karyawan bisa saya pahami dari interaksi sehari-hari,cara mereka ngomong dan berperilaku sih” (Informan 2, 31 Mei 2023).

“iya saya cari tau tentang Starbucks dan karyawannya dari teman saya yang lebih dulu kerja disini mas , yang akrab langsung ya teman saya itu. Kalau yang baru kenal tidak bisa langsung akrab juga mas” (Informan 5, 1 Juni 2023).

Penjabaran informan 1 dan 2 menunjukkan bahwa pada saat didalam dirinya masih sangat penuh ketidakpastian ditandai dengan ketakutannya kalau salah berbicara ia cenderung secara aktif tetap mencari informasi dengan menggunakan pihak ketiga, begitupun Informan 5 yang mencari informasi melalui rekannya yang lebih dahulu bekerja disana. Hal ini dilakukan untuk membuat dirinya lebih nyaman dengan mengurangi ketidakpastiannya.

Strategi Interaktif, adalah strategi yang digunakan karyawan baru Starbucks dimana ia sudah berinteraksi dengan karyawan lama yang dia sudah cari dulu informasinya sebelumnya. Strategi ini dianggap sebagai interaksi tingkat lanjut dimana

ketidakpastian berusaha dikurangi atau bahkan memang sudah berkurang sehingga ia bisa berinteraksi langsung untuk menuntaskan rasa ketidakpastian yang masih ada didalam dirinya. Berikut pernyataan informan yang berhubungan dengan penjelasan ini:

*“sering, saya sering bertemu sebelum maupun sesudah shift entah nongkrong atau makan bersama . saya sering membuat diri saya nyaman dengan bercandaan dan menyanyi tipis-tipis sih kak “ (Informan 3 , 31 Mei 2023).
“sebenarnya tidak bisa langsung interaksi yang gimana-gimana kak,kebetulan karena saya suka bercanda , suasana pertemuan awal cenderung mencair, jadi hanya butuh waktu sekitar 2 -3 hari saya bisa berkomunikasi dengan tenang” (Informan 3, 31 Mei 2023).*

Strategi interaktif ini adalah strategi yang paling banyak digunakan dalam pengurangan ketidakpastian. Pernyataan informan diatas menunjukkan bahwa semakin lama berinteraksi semakin berkurang ketidakpastian yang mereka rasakan. Kegiatan bersama juga dilakukan untuk mencairkan suasana.

3.2 Pembahasan

Pada interaksi setiap orang pada lingkungan baru termasuk dalam bekerja pun akan ada situasi dimana ada rasa ketidakpastian dari dalam diri pekerja khususnya karyawan baru dalam sebuah industri maupun lingkungan kerja lainnya (Gea, 2016). Komunikasi dan interaksi khususnya dalam konteks antarpribadi mau tidak mau akan dilakukan dalam upaya menjalankan tanggung jawab dalam pekerjaan atau paling tidak dalam upaya membangun hubungan yang baik (Febriani, 2015).

Karyawan baru khususnya Starbucks yang memiliki tantangan lebih karena skala industri yang dibangun oleh Starbucks sendiri adalah skala industri multinasional, Karyawan baru di Starbucks akan cenderung melakukan komunikasi antarpribadi dengan taraf basa-basi tanpa konteks komunikasi yang berat dan terlalu mendalam, hal ini karena adanya ketidakpastian didalam diri karyawan baru tersebut seperti ketidakpastian akan respon karyawan lama terhadap keberadaan dan interaksi yang karyawan baru bangun (Wirawan, 2018).

Pada proses interaksi sejalan dengan teori pengurangan ketidakpastian yang dikemukakan oleh Charles Berger dan Richard Calabrese terdapat proses proaktif dan retroaktif dimana proses proaktif dilakukan karyawan baru Starbucks dengan memprediksi sikap atau respon karyawan lama terhadap mereka sebelum berinteraksi seperti mengamati cara komunikasi karyawan lama, serta proses retroaktif yang

menunjukkan bagaimana respon dan tanggapan setelah berinteraksi seperti mengurangi pembicaraan yang tidak penting atau *basa-basi* (Gibbs, 2014).

Terdapat faktor-faktor yang mendukung pengurangan ketidakpastian yang ditemukan dalam proses wawancara dengan karyawan baru di Starbucks. Pertama, komunikasi verbal yang disampaikan informan dimana pada awal interaksi verbal sangat rendah, dan dalam perkembangannya penggunaan kalimat verbal semakin meningkat. Kedua, faktor ekspresi afiliasi non verbal yang dimana ekspresi non verbal yang makin tinggi dalam interaksi karyawan baru menunjukkan ketidakpastian yang menurun. Ketiga, pencarian informasi yang juga dilakukan karyawan baru akan informasi karyawan lama maupun Starbucks itu sendiri. Keempat, ada kedekatan dimana isi komunikasi yang pada awalnya tidak intim menjadi dekat menunjukkan berkurangnya ketidakpastian. Kelima, timbal balik dimana interaksi yang semakin banyak timbal balik menunjukkan tingginya ketidakpastian karyawan baru. Keenam, kesamaan yang berarti banyaknya kesamaan yang mereka miliki maka ketidakpastian berkurang. Ketujuh, kesukaan dimana mereka yang memiliki kesukaan atas orang lain atau hal tertentu menunjukkan ketidakpastian yang berkurang atau sedikit, sebaliknya jika tidak suka maka ketidakpastian yang dialami tinggi (Petroliunanda, 2021).

Strategi pasif dilakukan dengan upaya memahami dan mengamati tanpa membangun interaksi dengan karyawan lama dalam upaya berhati-hati untuk tidak salah dalam membangun interaksi awal, hal ini sejalan dengan teori pengurangan ketidakpastian dalam jurnal Knobloch yang menyatakan bahwa hubungan yang baik dapat terbangun dari interaksi yang positif (Knobloch, 2011). Selanjutnya, strategi aktif juga ditemukan dalam informan penelitian ini berupa upaya informan untuk secara aktif berkomunikasi dengan karyawan lama, mereka secara aktif menanyakan karakteristik karyawan lama kepada karyawan lama lain yang lebih dahulu dekat atau berhasil berinteraksi dengan mereka. Strategi interaktif nyatanya juga berhasil dilakukan dengan saling berinteraksi dengan karyawan lama yang sebelumnya sudah dicari informasinya. Pada strategi ini, interaksi terbangun menjadi lebih tinggi dibanding strategi lainnya dan berdampak paling besar dalam sebuah komunikasi antar pribadi (Primasari, 2014).

4. PENUTUP

Penelitian ini berangkat dari upaya mengetahui bagaimana ketidakpastian yang dialami karyawan baru dalam interaksi antarpribadi dengan karyawan lama yang sudah lebih dulu berada di tempat tersebut, dan membantu pembaca untuk bisa mengatasi ketidakpastian yang dialami ketika berada pada lingkungan atau situasi baru dengan lebih baik. Pada akhirnya penelitian ini menemukan bahwa karyawan baru yang bekerja di lingkungan Starbucks juga mengalami ketidakpastian berupa ketidakpastian kognitif berupa ketidakpastian mengenai sejauh mana ia dapat memperkirakan sikap atau perilaku karyawan lama yang berada disana dan ketidakpastian behavioral berupa ketidakpercayaan diri terhadap gambaran lingkungan yang baru dan sikap orang lain (karyawan lama) terhadapnya.

Proses pengurangan ketidakpastian dialami oleh karyawan baru Starbucks, karyawan baru sempat mengalami situasi dimana ia masih berfikir atau memperkirakan bagaimana respon yang akan mereka dapatkan dan alternatif komunikasi yang bisa mereka lakukan. Kemudian karyawan baru Starbucks mengalami proses retroaktif yang pada tahap ini karyawan baru menjelaskan bagaimana usaha-usaha/ perilaku lawan bicara setelah interaksi terjadi, bisa juga dikatakan sebagai tahap pasca interaksi. Karyawan menjelaskan bahwa setelah melakukan interaksi, komunikasi antarpribadi yang dijalankan berkurang ketidakpastiannya, terlihat dari lebih dekatnya dengan karyawan lama dan intensitas pembicaraan yang lebih besar.

Strategi yang karyawan baru lakukan untuk mengurangi ketidakpastian adalah dengan strategi pasif, dimana secara pasif mencari informasi tanpa berinteraksi langsung dengan orang yang dicari informasinya. Kemudian karyawan baru yang menggunakan strategi aktif yang secara aktif mencari informasi namun belum interaksi secara langsung juga. Selain itu, karyawan baru juga menjalankan strategi interaktif yang ditunjukkan dengan interaksi yang dibangun telah secara interaktif secara langsung dengan orang yang dicari informasinya, disini yang peneliti maksud adalah karyawan lama atau karyawan yang sudah lebih dulu disana.

Pada penelitian ini peneliti juga menemui bahwa SOP yang mengatur adanya penggunaan bahasa formal kepada pelanggan telah diatur, namun untuk penggunaan interaksi bahasa yang formal dalam internal sendiri belum ada. Pada poin ini peneliti

jadikan saran untuk kemajuan area penelitian (Starbucks) dalam membangun lingkungan kerja yang lebih baik kedepannya.

PERSANTUNAN

Naskah publikasi ini peneliti buat dalam usaha mencapai gelar sarjana yang tentunya tidak mudah dan tidak mampu peneliti capai tanpa ridho Allah Subhanahu Wa Ta'ala, bantuan orang tua, dosen pembimbing dan semua pihak yang sudah membantu proses jalannya penelitian ini hingga sampai pada naskah publikasi. Ucapan terimakasih yang sebanyak-banyaknya peneliti sampaikan dengan penuh rasa yang tulus dari lubuk hati terdalam. Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya terkhusus bagi mereka yang sedang berjuang dalam dunia pekerjaan yang baru atau bahkan baru mulai menapaki dunia kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Anazuhriah. (2019). *Pengurangan Ketidakpastian Melalui Komunikasi Interpersonal Remaja Panti Asuhan*. Jurnal Common 3(1).
- Febriani, N. W. (2015). *Strategi Pengurangan Ketidakpastian dalam Komunikasi Interpersonal (Studi Fenomenologi pada Peserta On The Job Training Program Ke Jepang PT Hitachi Construction Machinery Indonesia Periode Pemberangkatan 2009-2012)*. Jurnal Komunikasi Profetik 08 (2), 66-69.
- Gea, S. (2016). *Hambatan Komunikasi Antarpribadi pada Hubungan Kerja Pimpinan dengan Karyawan dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pada KFC Suzuya Binjai)*. Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian 2(2),
- Gibbs, J. E. (2014). *First Comes Love, Then Comes Google: An Investigation of Uncertainty Reduction Strategies and Self-Disclosure in Online Dating*. Communication Research 38(1), 70-100.
- Grinshpun, H. &. (2014). *Deconstructing a Global Commodity: Coffee, Culture, and Consumption in Japan*. Journal of Consumer Culture 14 (3), 343-364.
- Hogg. (2014). *From Uncertainty to Extremism: Social Categorization and Identity Processes*. Psychological Science 23 (5), 338-342.
- Knobloch, L. K. (2011). *Relational Uncertainty Predicting Appraisals of Face Threat in Courtship: Integrating Uncertainty Reduction Theory and Politeness Theory*. Communication Research 37(3), 303-334.
- Krisnayana. (2020). *Realitas Budaya Ngopi di Cafe Pada Remaja*. Jurnal Ilmu Komunikasi 7 (1), 51-64.

- Liliweri, A. (2015). *Komunikasi Antar-Personal*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Maulana, H. &. (2013). *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*. Jakarta: Akademia Permata.
- Morrison, (2013). *Teori Komunikasi: Komunikator, Pesan, Percakapan, dan Hubungan (Interpersonal)*.
- Mulyana, D. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.
- Nursapiah. (2020). *Penelitian Kualitatif*. Sumatera Utara: Wal Ashri Publishing.
- Permata, S. (2013). *Pola Komunikasi Jarak Jauh Antara Orang Tua Dengan Anak (Studi Pada Mahasiswa Fisip Angkatan 2009 Yang Berasal Dari Luar Daerah)*. Journal "Acta Diurna" 2 (1).
- Petroliunanda, M. C. (2021). *Komunikasi Antarpribadi sebagai Alat untuk Pengurangan Ketidakpastian Anggota Komunitas RIOT Bandung*. Jurnal Ilmu Komunikasi 4 (1).
- Primasari, W. (2014). *Pengelolaan dan Ketidakpastian Diri Dalam Berkomunikasi Studi Kasus Mahasiswa Perantau UNISMA Bekasi*. 12(1).
- Rahmat, K. &. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. PT Kendana Perdana.
- Stephen, F. K. (2009). *Teori Komunikasi "Theories of Human Communication"*. Salemba Humanika.
- West, H. L. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Wirawan, R. S. (2018). *Upaya Starbucks Coffee Graha Pena Surabaya Dalam Meningkatkan Kualitas Kinerja Karyawan (Studi Pada Store Starbucks Graha Pena Surabaya)*. Universitas Airlangga.
- Wulandari, R. (2014). *Effective Interpersonal Communication For Foreign Managers To Indonesian Co-Workers*. Binus Business Review 5 (1), 145-157.
- Yusmami, M. (2019). *Komunikasi dalam Teori Pengurangan Ketidakpastian*. Jurnal Network Media, 2(1).