

TRANSFER RASA DALAM KOMUNIKASI BAHAGIA: KUNCI MEMBANGUN HUBUNGAN POSITIF

*Wahyu Rezeki¹⁾, Indah Rastika Sari²⁾

wahyurezeki@serambimekkah.ac.id¹⁾, indahrastikasari@serambimekkah.ac.id²⁾

¹⁾²⁾Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Serambi Mekkah

ABSTRACT

Happy communication is a crucial aspect of building harmonious interpersonal relationships, where emotional transfer plays a role in effectively conveying and receiving emotions. This study employs a literature review method to analyze how emotional transfer in communication enhances social connectedness and individual psychological well-being. The findings reveal that happiness-infused communication contributes to improved relationship quality across various contexts, including family, workplace, and education. The *emotional contagion* phenomenon explains how emotions spread from one individual to another, fostering a more positive social environment. However, challenges such as differences in emotional perception and cultural factors can affect the effectiveness of happy communication. Therefore, increasing emotional awareness and communication skills is essential to optimize emotional transfer in communication.

Keywords: *happy communication, emotional transfer, social connectedness,*

ABSTRAK

Komunikasi bahagia merupakan aspek penting dalam membangun hubungan interpersonal yang harmonis, di mana transfer rasa berperan dalam menyampaikan dan menerima emosi secara efektif. Studi ini menggunakan metode penelitian literatur untuk menganalisis bagaimana transfer rasa dalam komunikasi dapat meningkatkan keterhubungan sosial dan kesejahteraan psikologis individu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi yang mengandung kebahagiaan berkontribusi pada peningkatan kualitas hubungan dalam berbagai konteks, termasuk keluarga, lingkungan kerja, dan pendidikan. Fenomena *emotional contagion* menjelaskan bagaimana emosi dapat menyebar dari satu individu ke individu lainnya, menciptakan lingkungan sosial yang lebih positif. Namun, terdapat tantangan seperti perbedaan persepsi emosi dan faktor budaya yang dapat memengaruhi efektivitas komunikasi bahagia. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan kesadaran emosional dan keterampilan komunikasi agar transfer rasa dalam komunikasi dapat berjalan optimal.

Kata Kunci: *Komunikasi bahagia, transfer rasa, hubungan sosial*

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan elemen fundamental dalam interaksi manusia yang tidak hanya melibatkan penyampaian informasi, tetapi juga transfer emosi atau perasaan antara individu (Jones & Bodie, 2014). Dalam konteks komunikasi bahagia, transfer rasa menjadi aspek penting dalam membangun hubungan yang

positif dan harmonis, baik dalam kehidupan pribadi, profesional, maupun sosial. Proses ini memungkinkan seseorang untuk menyampaikan emosi kebahagiaan kepada orang lain, sehingga meningkatkan kualitas hubungan interpersonal dan kesejahteraan psikologis (Friedman & Kern, 2014).

Dalam komunikasi interpersonal, kebahagiaan dapat ditransfer melalui ekspresi verbal maupun nonverbal, seperti intonasi suara, ekspresi wajah, serta bahasa tubuh yang mendukung (Kafetsios & Hess, 2019). Transfer rasa bahagia tidak hanya mempengaruhi individu yang berkomunikasi tetapi juga menciptakan efek domino dalam lingkungan sosial yang lebih luas. Studi menunjukkan bahwa ketika seseorang menerima komunikasi positif yang penuh dengan rasa bahagia, mereka cenderung merespons dengan emosi yang serupa, yang pada akhirnya memperkuat ikatan sosial dan meningkatkan rasa kebersamaan (Alexander et al., 2021).

Di era digital saat ini, transfer rasa dalam komunikasi tidak hanya terjadi dalam interaksi langsung tetapi juga melalui media sosial dan platform digital lainnya. Emosi yang disampaikan melalui pesan teks, emoji, serta elemen visual lainnya dapat berkontribusi pada persepsi kebahagiaan dan kedekatan emosional antar individu (Shuqair et al., 2024). Namun, tantangan muncul ketika komunikasi digital menghilangkan beberapa aspek nonverbal yang esensial dalam transfer emosi, sehingga dapat mengurangi efektivitas komunikasi bahagia (Derks et al., 2008).

Selain itu, transfer rasa dalam komunikasi bahagia juga memiliki implikasi dalam dunia kerja dan kepemimpinan. Pemimpin yang mampu menyampaikan emosi positif dan menciptakan suasana kerja yang bahagia cenderung meningkatkan motivasi serta produktivitas tim mereka. Studi lain mengungkapkan bahwa komunikasi positif antara rekan kerja dapat memperkuat budaya organisasi yang inklusif dan meningkatkan kesejahteraan karyawan secara keseluruhan (Bakker & Demerouti, 2014).

Dalam dunia pendidikan, komunikasi bahagia yang melibatkan transfer rasa juga berperan dalam meningkatkan efektivitas pengajaran dan pembelajaran. Guru yang mampu mentransfer emosi positif kepada siswa cenderung menciptakan lingkungan belajar yang lebih kondusif dan meningkatkan keterlibatan serta motivasi siswa dalam proses pembelajaran (Jennings et al., 2017). Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi yang menyertakan transfer emosi bahagia bukan hanya sekadar interaksi, tetapi juga memiliki dampak jangka panjang terhadap perkembangan individu.

Meskipun banyak penelitian telah membahas pentingnya komunikasi dalam membangun hubungan yang harmonis, kajian lebih lanjut tentang bagaimana transfer rasa bahagia dapat memengaruhi dinamika sosial masih perlu dilakukan. Pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi

efektivitas transfer rasa dalam komunikasi dapat membantu individu dan organisasi dalam mengoptimalkan interaksi sosial mereka (Sidiq, 2023).

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi lebih lanjut bagaimana transfer rasa dalam komunikasi bahagia dapat berkontribusi dalam membangun hubungan positif. Kajian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru tentang pentingnya komunikasi emosional dalam kehidupan sosial, pendidikan, dan profesional.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur (*literature review*) untuk menganalisis konsep transfer rasa dalam komunikasi bahagia serta implikasinya dalam membangun hubungan positif. Studi literatur merupakan pendekatan sistematis dalam mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mensintesis penelitian yang telah dipublikasikan guna memperoleh pemahaman mendalam mengenai suatu topik tertentu (Snyder, 2019). Data dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber akademik, termasuk jurnal ilmiah, buku referensi, dan prosiding konferensi yang relevan dengan topik komunikasi, transfer rasa, dan kebahagiaan. Artikel yang digunakan dalam studi ini dikumpulkan dari database bereputasi seperti Scopus, Web of Science, Google Scholar, dan ScienceDirect, untuk memastikan keterbaruan dan relevansi data (Boell & Cecez-Kecmanovic, 2010).

Dalam proses pemilihan literatur, penelitian ini menerapkan kriteria inklusi dan eksklusi agar hanya sumber yang relevan dan berkualitas yang digunakan. Artikel yang dimasukkan dalam kajian ini adalah yang membahas komunikasi interpersonal, transfer emosi, dan kebahagiaan dalam interaksi sosial serta telah dipublikasikan dalam jurnal *peer-review* dalam kurun waktu lima tahun terakhir.

Studi dengan metode kuantitatif atau kualitatif yang memberikan wawasan mengenai dampak transfer rasa dalam komunikasi juga menjadi prioritas. Sebaliknya, artikel yang tidak tersedia dalam teks lengkap, tidak membahas secara spesifik komunikasi bahagia atau transfer rasa, serta tidak memiliki dasar akademik yang kuat, seperti opini tanpa data empiris, dikecualikan dari analisis.

Pengumpulan data dilakukan dengan teknik *systematic literature review* (SLR), yang melibatkan pencarian menggunakan kata kunci seperti "*happy communication*," "*emotion transfer*," "*positive communication*," dan "*affective communication*" (Kitchenham et al., 2015). Artikel yang ditemukan dievaluasi berdasarkan relevansi judul, abstrak, dan isi utama sebelum dianalisis lebih lanjut menggunakan pendekatan sintesis tematik. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis konten (*content analysis*), di mana informasi dari berbagai sumber dikategorikan berdasarkan tema utama, seperti strategi komunikasi bahagia, peran transfer rasa dalam hubungan sosial, serta implikasi dalam berbagai konteks kehidupan (Elo & Kyngäs, 2008).

Hasil analisis ini kemudian dibandingkan dan disintesis untuk menemukan pola serta tren dalam penelitian sebelumnya, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih

komprehensif mengenai peran transfer rasa dalam komunikasi bahagia. Dengan pendekatan studi literatur yang sistematis ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperluas wawasan akademik mengenai transfer rasa dalam komunikasi dan implikasinya terhadap hubungan sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan kajian literatur yang telah dilakukan, ditemukan bahwa transfer rasa dalam komunikasi memiliki peran yang signifikan dalam membentuk kualitas hubungan interpersonal. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa komunikasi (Fredrickson, 2004) yang mengandung unsur kebahagiaan mampu meningkatkan keterhubungan emosional, membangun rasa percaya, serta memperkuat kesejahteraan psikologis individu yang terlibat dalam interaksi. Komunikasi yang positif dan penuh empati memungkinkan seseorang untuk mengekspresikan serta menerima emosi dengan cara yang konstruktif, yang pada akhirnya meningkatkan kualitas hubungan dalam berbagai konteks, termasuk dalam keluarga, lingkungan kerja, dan komunitas sosial (Reis & Gable, 2015).

Dalam konteks komunikasi interpersonal, transfer rasa terjadi ketika seseorang menyampaikan emosi tertentu, baik secara verbal maupun nonverbal, sehingga lawan bicara dapat menangkap dan merasakan emosi tersebut. Fenomena ini dijelaskan dalam teori *emotional contagion*, yang menyatakan bahwa emosi dapat "menular" dari satu individu ke individu lainnya melalui interaksi sosial (Hatfield et al., 1993). Studi menunjukkan bahwa individu yang menerima komunikasi positif, seperti pujian atau ekspresi kebahagiaan, lebih mungkin untuk merespons dengan emosi serupa, yang kemudian menciptakan siklus komunikasi yang harmonis dan memperkuat hubungan sosial (Bakker & Demerouti, 2014).

Selain itu, hasil analisis juga mengungkap bahwa komunikasi bahagia memiliki dampak signifikan dalam lingkungan kerja dan pendidikan. Di lingkungan kerja, komunikasi yang berorientasi pada kebahagiaan meningkatkan kepuasan kerja, memperkuat kolaborasi tim, serta mengurangi tingkat stres karyawan. Sementara itu, dalam dunia pendidikan, guru yang mampu menyampaikan kebahagiaan melalui interaksi dengan siswa berkontribusi pada peningkatan motivasi belajar dan keterlibatan siswa dalam proses pembelajaran (Jennings et al., 2017).

Pembahasan

Hasil kajian ini menguatkan gagasan bahwa komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai alat pertukaran informasi, tetapi juga sebagai medium untuk membangun keterikatan emosional yang lebih dalam antara individu. Transfer rasa dalam komunikasi bahagia merupakan bagian dari regulasi emosi, yang tidak hanya

Tranfer Rasa dalam komunikasi

mempengaruhi individu secara personal, tetapi juga memiliki efek kolektif dalam suatu kelompok sosial (Gross, 2015). Dengan demikian, komunikasi yang positif dan membahagiakan dapat menjadi strategi efektif dalam menciptakan lingkungan sosial yang lebih harmonis dan mendukung kesejahteraan psikologis.

Lebih lanjut, mekanisme transfer rasa dalam komunikasi juga dipengaruhi oleh faktor individual dan kontekstual. Faktor individual meliputi kecerdasan emosional, kemampuan empati, serta pengalaman interpersonal sebelumnya (Planalp, 1999). Individu dengan kecerdasan emosional yang tinggi cenderung lebih mampu mengekspresikan dan menerima emosi dengan cara yang sehat, sehingga interaksi mereka lebih efektif dalam menciptakan komunikasi yang membahagiakan. Sementara itu, faktor kontekstual seperti budaya komunikasi, norma sosial, serta media komunikasi yang digunakan juga memainkan peran penting dalam menentukan sejauh mana transfer rasa dapat terjadi dalam suatu interaksi.

Selain itu, hasil penelitian juga menyoroti tantangan dalam penerapan komunikasi bahagia. Salah satu tantangan utama adalah perbedaan persepsi individu terhadap emosi yang diekspresikan. Tidak semua individu memiliki kemampuan yang sama dalam mengenali dan menanggapi emosi dengan cara yang tepat, sehingga terkadang terjadi miskomunikasi atau ketidakseimbangan dalam transfer rasa (Planalp, 1999). Oleh karena itu, diperlukan kesadaran emosional serta keterampilan komunikasi yang lebih baik untuk memastikan bahwa pesan emosional yang disampaikan dapat diterima dengan benar oleh lawan bicara.

Implikasi dari temuan ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi bahagia dapat diterapkan dalam berbagai aspek kehidupan, baik dalam hubungan personal, lingkungan kerja, maupun pendidikan. Individu yang mampu mengelola emosinya dengan baik dalam komunikasi memiliki peluang lebih besar untuk membangun hubungan yang lebih sehat dan harmonis. Oleh karena itu, pelatihan kecerdasan emosional serta peningkatan kesadaran terhadap pentingnya komunikasi positif perlu dipromosikan dalam berbagai sektor kehidupan untuk mendukung kesejahteraan sosial secara lebih luas.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa transfer rasa dalam komunikasi bahagia merupakan faktor krusial dalam membangun hubungan yang positif dan harmonis. Lebih lanjut, penelitian ini juga membuka peluang bagi studi mendatang untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang dapat mengoptimalkan transfer rasa dalam komunikasi, termasuk peran teknologi dalam memfasilitasi interaksi yang membahagiakan di era digital.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyoroti pentingnya transfer rasa dalam komunikasi bahagia sebagai faktor utama dalam membangun hubungan yang positif dan harmonis. Berdasarkan kajian literatur yang telah dilakukan, ditemukan bahwa komunikasi tidak hanya berperan dalam penyampaian informasi tetapi juga sebagai medium untuk menyalurkan emosi yang memengaruhi dinamika hubungan interpersonal. Konsep transfer rasa menunjukkan bahwa emosi yang diekspresikan oleh seseorang dapat

"menular" kepada orang lain melalui interaksi verbal maupun nonverbal, menciptakan efek emosional yang dapat memperkuat kedekatan sosial dan kesejahteraan psikologis individu.

Hasil studi menunjukkan bahwa komunikasi bahagia yang berbasis pada transfer rasa memiliki manfaat luas dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam hubungan personal, lingkungan kerja, dan dunia pendidikan. Di lingkungan kerja, komunikasi positif berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan kerja, motivasi, dan produktivitas karyawan. Sementara dalam dunia pendidikan, komunikasi bahagia yang diterapkan oleh guru meningkatkan keterlibatan serta motivasi belajar siswa. Temuan ini selaras dengan teori *emotional contagion*, yang menjelaskan bagaimana emosi dapat ditransmisikan melalui interaksi sosial dan berdampak pada suasana hati serta perilaku individu lainnya.

Namun, penelitian ini juga mengungkap beberapa tantangan dalam penerapan komunikasi bahagia. Perbedaan persepsi individu terhadap emosi yang disampaikan sering kali menjadi kendala dalam proses transfer rasa, sehingga dapat menimbulkan miskomunikasi. Selain itu, faktor individual seperti kecerdasan emosional dan konteks budaya turut memengaruhi efektivitas transfer rasa dalam komunikasi. Oleh karena itu, diperlukan kesadaran emosional yang lebih tinggi serta keterampilan komunikasi yang lebih baik untuk memastikan bahwa pesan emosional yang disampaikan dapat diterima dengan benar dan berdampak positif bagi kedua belah pihak.

Implikasi dari temuan ini menegaskan bahwa strategi komunikasi bahagia perlu diterapkan dalam berbagai aspek kehidupan untuk menciptakan lingkungan sosial yang lebih harmonis dan mendukung kesejahteraan psikologis. Dengan meningkatkan kesadaran terhadap pentingnya komunikasi positif, individu dapat membangun hubungan yang lebih sehat, meningkatkan kualitas interaksi sosial, serta menciptakan atmosfer yang lebih kondusif bagi pertumbuhan emosional dan psikologis. Penelitian ini juga membuka peluang bagi studi mendatang untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai mekanisme transfer rasa, terutama dalam konteks digital dan interaksi berbasis teknologi.

Dengan demikian, komunikasi bahagia yang ditopang oleh transfer rasa bukan hanya sekadar aspek komunikasi, tetapi juga merupakan elemen penting dalam membentuk kesejahteraan emosional dan sosial yang lebih luas.

REFERENSI

- Alexander, R., Aragón, O. R., Bookwala, J., Cherbuin, N., Gatt, J. M., Kahrilas, I. J., Kästner, N., Lawrence, A., Lowe, L., Morrison, R. G., Mueller, S. C., Nusslock, R., Papadelis, C., Polnaszek, K. L., Helene Richter, S., Sifton, R. L., & Styliadis, C. (2021). The neuroscience of positive emotions and affect: Implications for cultivating happiness and wellbeing. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 121, 220–249. <https://doi.org/10.1016/j.neubiorev.2020.12.002>

Tranfer Rasa dalam komunikasi

- Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2014). Job Demands–Resources Theory. In *Wellbeing* (pp. 1–28). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118539415.wbwell019>
- Boell, S. K., & Cecez-Kecmanovic, D. (2010). Literature Reviews and the Hermeneutic Circle. *Australian Academic & Research Libraries*, 41(2), 129–144. <https://doi.org/10.1080/00048623.2010.10721450>
- Derks, D., Fischer, A. H., & Bos, A. E. R. (2008). The role of emotion in computer-mediated communication: A review. *Computers in Human Behavior*, 24(3), 766–785. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2007.04.004>
- Elo, S., & Kyngäs, H. (2008). The qualitative content analysis process. *Journal of Advanced Nursing*, 62(1), 107–115. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2007.04569.x>
- Fredrickson, B. L. (2004). The broaden–and–build theory of positive emotions. *Philosophical Transactions of the Royal Society of London. Series B: Biological Sciences*, 359(1449), 1367–1377. <https://doi.org/10.1098/rstb.2004.1512>
- Friedman, H. S., & Kern, M. L. (2014). Personality, Well-Being, and Health. *Annual Review of Psychology*, 65(1), 719–742. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010213-115123>
- Gross, J. J. (2015). Emotion Regulation: Current Status and Future Prospects. *Psychological Inquiry*, 26(1), 1–26. <https://doi.org/10.1080/1047840X.2014.940781>
- Hatfield, E., Cacioppo, J. T., & Rapson, R. L. (1993). Emotional Contagion. *Current Directions in Psychological Science*, 2(3), 96–100. <https://doi.org/10.1111/1467-8721.ep10770953>
- Jennings, P. A., Brown, J. L., Frank, J. L., Doyle, S., Oh, Y., Davis, R., Rasheed, D., DeWeese, A., DeMauro, A. A., Cham, H., & Greenberg, M. T. (2017). Impacts of the CARE for Teachers program on teachers' social and emotional competence and classroom interactions. *Journal of Educational Psychology*, 109(7), 1010–1028. <https://doi.org/10.1037/edu0000187>
- Jones, S. M., & Bodie, G. D. (2014). 16. Supportive communication. In *Interpersonal Communication* (pp. 371–394). DE GRUYTER. <https://doi.org/10.1515/9783110276794.371>
- Kafetsios, K., & Hess, U. (2019). Seeing mixed emotions: Alexithymia, emotion perception bias, and quality in dyadic interactions. *Personality and Individual Differences*, 137, 80–85. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.08.014>
- Kitchenham, B. A., Budgen, D., & Brereton, P. (2015). *Evidence-Based Software Engineering and Systematic Reviews*. Chapman and Hall/CRC. <https://doi.org/10.1201/b19467>

Planalp, S. (1999). *Communicating Emotion*. Cambridge University Press.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781316257012>

Reis, H. T., & Gable, S. L. (2015). Responsiveness. *Current Opinion in Psychology*, 1, 67–71. <https://doi.org/10.1016/j.copsy.2015.01.001>

Shuqair, S., Pinto, D. C., Herter, M. M., & Mattila, A. (2024). Emojis as heuristic cues: The multifaceted role of emojis in online service interactions. *Journal of Consumer Behaviour*, 23(4), 1929–1941. <https://doi.org/10.1002/cb.2310>

Sidiq, N. (2023). *Studi Identifikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Komunikasi Interpersonal pada Siswa Kelas VIII SMP Negeri 3 Tanjung Morawa*. Universitas Medan.

Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>