

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Perkembangan dunia bisnis yang ada membuat banyak perusahaan asing hadir di Indonesia. Berbagai perusahaan yang bergerak di bidang seperti telekomunikasi, transportasi, perbankan, maupun minyak dan gas saling bersaing untuk menjadi yang terdepan. Masuknya perusahaan asing di Indonesia membuat para anggota organisasi dituntut memiliki kompetensi berkomunikasi antarbudaya dengan baik.

Secara internasional dan nasional, banyak transaksi bisnis yang melibatkan populasi yang budayanya beragam. Artinya adalah bahwa manajemen yang sukses dari tenaga kerja yang beragam ini membutuhkan tingginya kesadaran dan penerimaan terhadap variasi nilai budaya serta kemampuan komunikasi antarbudaya (Samovar dan Porter, 2010: 360).

Keberagaman tenaga kerja yang ada membuat cara berkomunikasi kita mengalami perubahan. Agar perubahan yang timbul dalam proses komunikasi tidak sampai menimbulkan konflik, dalam berkomunikasi dengan orang lain, kita perlu memperhatikan latar belakang yang ada pada diri setiap orang sebagai lawan bicara kita. Hal ini diperlukan karena setiap manusia memiliki latar belakang budaya dan asal yang berbeda-beda, seperti perbedaan suku, bahasa, kebiasaan, bahkan perbedaan bangsa dan negara.

Kemampuan komunikasi antarbudaya akan menjadi suatu kebutuhan. Sukses tidaknya bisnis multinasional tidak dapat dipisahkan dari kemampuan seseorang untuk bekerja di lingkungan kerja dengan budaya beragam dan berinteraksi dengan orang dari budaya yang lain, tidak jarang dengan bahasa lain (Samovar, 2010: 4).

Ketika kita berbicara dengan lawan bicara yang memiliki latar belakang budaya yang berbeda, yang pertama kali terlihat adalah perbedaan bahasa. Mulyana (2007: 266) mengatakan kita sering tidak menyadari pentingnya bahasa, karena kita sepanjang hidup menggunakannya. Kita baru sadar bahasa itu penting ketika kita menemui jalan buntu dalam menggunakan bahasa, misalnya ketika kita berupaya berkomunikasi dengan orang yang sama sekali tidak memahami bahasa kita yang membuat kita frustrasi; ketika kita sulit menerjemahkan suatu kata, frase, atau kalimat dari suatu bahasa ke bahasa lain; ketika kita harus menulis lamaran pekerjaan atau diwawancara dalam bahasa Inggris untuk memperoleh pekerjaan yang bagus.

Komunikasi antar budaya bisa terjadi dimana saja, salah satunya yaitu dalam sebuah organisasi atau perusahaan yang anggotanya berasal dari berbagai bangsa. Komunikasi antarbudaya dalam organisasi bersifat kompleks karena melibatkan aspek budaya perusahaan, gaya manajemen, pola komunikasi dan aturan-aturan yang berlaku.

Dalam melakukan komunikasi antarbudaya, terlebih di dalam sebuah lingkungan organisasi atau perusahaan dimana karyawan terdiri dari budaya

yang berbeda. Maka diperlukan upaya-upaya seperti meningkatkan pemahaman budaya, serta mengurangi stereotip, rasisme dan etnosentrisme.

Samovar (2010: 205) menuliskan efek dari stereotip terhadap komunikasi antarbudaya yaitu menjadi masalah ketika kita menempatkan orang di tempat yang salah, ketika kita menggambarkan norma kelompok dengan tidak benar, ketika kita mengevaluasi suatu kelompok dibandingkan menjelaskannya, ketika kita mencampuradukan stereotip dengan gambaran dari seorang individu, dan ketika kita gagal untuk mengubah stereotip berdasarkan pengamatan dan pengalaman kita yang sebenarnya.

Rasisme merupakan lanjutan dari stereotip dan prasangka. Rasisme menyangkal kesetaraan manusia dan menghubungkan kemampuan dengan komposisi fisik (Samovar, 2010:205). Sedangkan Etnosentrisme merupakan pandangan bahwa budaya seseorang lebih unggul dibandingkan budaya yang lain. Pandangan budaya lain dinilai berdasarkan standar budaya kita (Samovar, 2010: 214).

Devito (2009:266) menjelaskan bahwa tempat kerja adalah konteks di mana semua bentuk komunikasi berlangsung dan semua jenis hubungan dapat dilihat. Konteks ini terutama dipengaruhi oleh budaya, baik itu oleh budaya yang luas atau oleh budaya tertentu dari sebuah tempat kerja tersebut. Budaya kerja memiliki kebiasaan sendiri, norma, dan aturan dalam berkomunikasi. Dalam lingkungan tempat kerja kita dapat menemukan berbagai macam karakter dan kepribadian setiap orang yang bisa sama dengan kepribadian kita ataupun sebaliknya, justru sangat jauh berbeda

dengan kepribadian kita. Seperti pernyataan di atas mengatakan semua bentuk komunikasi dapat terjadi dan bisa kita lihat secara langsung. Setiap anggota organisasi atau perusahaan berasal dari latar belakang yang berbeda-beda sehingga perilakunya pun ikut berbeda.

Dalam komunikasi antar budaya terdapat empat dimensi yang diperkenalkan oleh Hofstede dalam buku milik West & Turner (2009:91) yaitu *uncertainty avoidance*, *distribution of power*, *masculinity-femininity*, dan *individualism-collectivism*. Keempat dimensi tersebut menurut Hofstede adalah nilai-nilai yang berlaku di sebuah perusahaan multinasional yang dimana para anggota perusahaan berasal dari berbagai budaya dan bangsa.

Ketika kita menyatakan bahwa suatu budaya ditandai oleh satu dimensi nilai, maka kita sedang merujuk pada mayoritas budaya dominan. Dalam setiap budaya, akan menemukan pribadi-pribadi di sepanjang rangkaian nilai yang ada. Misalnya di Amerika Serikat, beberapa anggota budaya dominan memiliki kecenderungan sosial yang kuat. Sebaliknya, dalam budaya yang berorientasi terhadap kelompok seperti dalam setiap hubungan antarbudaya, harus hati-hati bahwa orang lain mungkin tidak menganut norma yang ada dalam budaya mereka.

VICO Indonesia (awalnya dikenal sebagai HUFFCO). Gas alam adalah kunci untuk kehidupan yang lebih baik bagi banyak penduduk dunia. VICO Indonesia terletak pada semangat kepeloporan dan visi dari perusahaan minyak dan gas independen yang membawa LNG ke Indonesia pada tahun

1977. Selama lebih dari tiga dekade, VICO telah menjadi pelopor dalam pengembangan sumber daya energi yang penting untuk ekonomi, infrastruktur dan pengembangan sosial bangsa untuk hidup modern.

VICO perusahaan berkembang yang dibangun di atas semangat kepeloporan. VICO merupakan perusahaan pertama yang membawa LNG ke Indonesia, merupakan pemimpin industri dalam HSE, dan memiliki potensi untuk menjadi pemimpin dalam membawa Coal Bed Methane ke Indonesia.

VICO merupakan perusahaan asing, dimana manajemen VICO dikelola oleh orang asing. Sebagaimana diketahui bahwa pengelolaan organisasi sangat dipengaruhi oleh budaya organisasi. Latar belakang budaya seperti nilai-nilai, pola komunikasi, *belief*, dari pemimpin organisasi tersebut sangat mempengaruhi dan menentukan pengelolaan organisasi. Termasuk juga iklim organisasi yang berlaku, budaya kerja, dan waktu.

Budaya perusahaan merupakan aplikasi budaya organisasi (*organizational culture*) terhadap badan usaha. Budaya perusahaan mencakup nilai-nilai yang dipegang bersama, keyakinan dan sikap perilaku bersama. Budaya perusahaan merumuskan “cara kita mengerjakan segala sesuatu di sini (Winarno, 2009:13).

Budaya organisasi juga mencakup semua simbol (tindakan, rutinitas, percakapan, dan seterusnya) dan makna-maknayang dilekatkan orang pada simbol-simbol ini. Makna dan pemahaman budaya dicapai melalui interaksi yang terjadi antar karyawan dan pihak manajemen (West & Turner,

2008:317). Budaya organisasi atau perusahaan melibatkan banyak hal yang kemudian dilaksanakan oleh para anggota organisasi tersebut. Pemahaman yang ada dapat terwujud dengan adanya interaksi dan proses komunikasi yang terjadi antar karyawan.

Penggunaan tenaga kerja asing di Indonesia pada tahun ini mengalami peningkatan. Di Indonesia terdapat banyak organisasi atau perusahaan asing yang berkantor di DKI Jakarta. Anggotanya pun beragam, mulai dari orang Eropa, Cina, Amerika, maupun dari Indonesia sendiri. Jumlah tenaga kerja asing yang ada di Indonesia tidaklah sedikit.

Berdasarkan artikel yang dikeluarkan oleh *okezone.com* mengatakan, hingga Agustus 2013, Jumlah TKA Di Indonesia mencapai 48.002 orang. Jumlah TKA dari China jumlahnya mencapai 10.291 orang, Jepang (9.788), dan Korea Selatan (6,013). Sedangkan TKA dari India (3,888), Malaysia (3,425), Thailand (2,779), Amerika Serikat (2,546), Australia (2,303), Philippina(2,168), Inggris (2,070), Negara Lainnya (2,731 orang). “*Ada 48.002 TKA yang Bekerja di Indonesia*”.

Dari artikel tersebut dapat dilihat bahwa tenaga kerja asing yang ada di Indonesia tidak sedikit dan berasal dari berbagai belahan dunia.

Masuknya tenaga kerja asing menimbulkan problematika tersendiri, terutama terkait dengan aspek budaya kerja dan komunikasi serta relationship yang terbangun dalam organisasi.

Melihat akan hal itu penulis akan mengkaji mengenai komunikasi antarbudaya antar karyawan asing dengan karyawan yang berasal dari

Indonesia dengan menggunakan perspektif budaya Hofstede.



UMN

1.2 PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis mengemukakan perumusan masalah sebagai berikut: “ *Bagaimana komunikasi antar budaya pada VICO Indonesia dalam perspektif budaya Hofstede*”.

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan penelitian dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui komunikasi antar budaya yang ada dalam VICO Indonesia.

1.4 KEGUNAAN PENELITIAN

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap pengembangan keilmuan komunikasi antarbudaya dalam konteks organisasi. Bagaiman komunikasi antarbudaya berperan dalam menentukan budaya organisasi, termasuk pola komunikasi, pola relasi, gaya manajemen, dan kepercayaan organisasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam mencapai komunikasi antar budaya yang efektif dengan melihat dimensi budaya yang melekat pada setiap pribadi atau anggota perusahaan tersebut.



UMMN