



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

KERANGKA TEORI

2.1 PENELITIAN TERDAHULU

Dalam subbab ini akan memperlihatkan perbedaan yang telah dilakukan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Selain itu penelitian terdahulu dapat membantu dalam melihat fokus penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Melihat akan hal itu, penulis mengambil dua penelitian terdahulu sebagai perbandingan.

1) Margaretha Lidwina (2012) – Universitas Mercu Buana

Aktivitas Komunikasi Antar Budaya Pada Perusahaan Asing di Indonesia (Studi Kasus pada PT. Royal Orson Sejahtera di Kawasan Sudirman Jakarta)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas komunikasi antarbudaya serta hambatan komunikasi antarbudaya yang terjadi dalam sebuah organisasi atau perusahaan khususnya di antara atasan yang berkebangsaan India dengan karyawan berkebangsaan Tionghoa, Jawa dan Betawi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode yaitu studi kasus dan jenis penelitian yang dilakukan adalah deskriptif.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan cara observasi partisipan (pengamatan secara langsung yang dilakukan di PT. Royal Orson Sejahtera di kawasan Sudirman-Jakarta) dan wawancara. Setelah itu hasil penelitian dipaparkan secara deskriptif.

Hasil penelitian yang didapatkan menunjukkan bahwa hambatan karena prasangka, stereotip dan kecenderungan untuk menilai perilaku seseorang telah digeneralisasikan oleh suku bangsa tertentu. Sepertinya perilaku seseorang itu juga adalah perilaku bangsa tersebut. Hambatan ini cukup serius karena akan ditularkan pada orang lain sehingga mungkin saja menjadi hambatan komunikasi antarbudaya pada orang lain. Selain itu, adanya hambatan karena keterbatasan bahasa yang dimiliki oleh para pelaku komunikasi yang berasal dari bangsa yang berbeda.

Perbedaan penelitian yang dilakukan Margaretha Lidwina dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu peneliti mengkaji komunikasi antarbudaya yang terjadi diantara sesama karyawan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Margaretha Lidwina mengkaji komunikasi antarbudaya yang terjadi antara atasan dan bawahan.

2) Diaz Triandini Diva (2013) – Universitas Mercu Buana

Komunikasi Antarbudaya Para Staff Pada Consular Section Kedutaan Besar Republik Korea Di Indonesia.

Berada dalam lingkungan kerja berbeda budaya menentukan kemampuan adaptasi seseorang dalam menghadapi lingkungan dengan bahasa dan budaya yang sangat berbeda. Dalam penelitian yang dilakukan Diaz Triandini Diva memperlihatkan bahwa yang menjadikan lingkungan kerja menjadi tidak kondusif adalah karena kurangnya kemampuan bahasa yang dimiliki para Consul dan antar staff yang bekerja disana.

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui aktivitas komunikasi dan hambatan-hambatan komunikasi antarbudaya yang dihadapi oleh pimpinan serta staff yang ada di Kedutaan Besar Republik Korea di Indonesia baik itu yang berlatar belakang dari Indonesia sendiri maupun dari Korea Selatan.

Penelitian ini menggunakan teori komunikasi antarbudaya, model komunikasi antarbudaya dan hambatan-hambatan komunikasi antarbudaya. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif.

Dari hasil penelitian ini menemukan bahwa aktivitas komunikasi yang terjadi disana tidak berlangsung efektif, justru lebih banyak berkelompok serta ada kesalahan dalam menerjemahkan pesan. Selain itu berdasarkan pengamatan ditemukan adanya hambatan-hambatan berupa hambatan budaya, hambatan fisik, hambatan persepsi, bentuk motivasi, perbedaan bahasa, dan perbedaan pengalaman.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Diaz Triandini Diva dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu peneliti mengkaji komunikasi antarbudaya yang terjadi sebuah perusahaan asing, dimana para karyawannya bukan hanya dari Asia saja. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Diaz Triandini Diva mengkaji komunikasi antarbudaya para staff consular yang berasal dari Korea.

UMN

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

Ket	Margaretha Lidwina (Universitas Mercu Buana)	Diaz Triandini Diva (Universitas Mercu Buana)	Mega Oklana Timban (Universitas Multimedia Nusantara)
Judul	Aktivitas Komunikasi Antar Budaya Pada Perusahaan Asing di Indonesia (Studi Kasus pada PT. Royal Orson Sejahtera di Kawasan Sudirman Jakarta)	Komunikasi Antarbudaya Para Staff Pada Consular Section Kedutaan Besar Republik Korea Di Indonesia.	Proses Komunikasi Antarbudaya pada VICO Indonesia dalam perspektif Dimensi Budaya Hofstede.
Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui aktivitas komunikasi antarbudaya dan hambatan komunikasi antarbudaya yang terjadi di antara atasan berkebangsaan India dengan karyawan berkebangsaan Tionghoa, Jawa dan Betawi.	1. Untuk mengetahui pola komunikasi antarbudaya yang ada di <i>Consular Section</i> Kedutaan Besar Republik Korea di Indonesia. 2. Hambatan-hambatan komunikasi antarbudaya yang ada dalam lingkup <i>Consular Section</i> Kedutaan Besar Republik Korea di Indonesia.	Untuk mengetahui komunikasi antar budaya yang ada dalam VICO Indonesia dalam perspektif budaya Hofstede.
Metodologi	1. Kualitatif	1. Kualitatif	1. Kualitatif

Penelitian	2. Sifat penelitian deskriptif 3. Metode Studi Kasus	2. Deskriptif 3. Metode Studi Kasus	2. Deskriptif 3. Metode Studi Kasus
Hasil Penelitian	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hambatan karena prasangka, stereotip dan kecenderungan untuk menilai perilaku seseorang telah digeneralisasikan oleh suku bangsa tertentu. Sepertinya perilaku seseorang itu juga adalah perilaku bangsa tersebut. Selain itu, hambatan karena keterbatasan bahasa yang dimiliki oleh para pelaku komunikasi dapat menimbulkan kesalahpahaman atau permasalahan.	1. Menemukan bahwa aktivitas komunikasi yang terjadi tidak berlangsung efektif, lebih banyak berkelompok serta kesalahan dalam menerjemahkan pesan 2. Berdasarkan pengamatan ditemukan hambatan-hambatan berupa hambatan budaya, hambatan fisik, hambatan persepsi, bentuk motivasi, perbedaan bahasa, dan perbedaan pengalaman.	Dalam penelitian ini menunjukkan komunikasi antar budaya dalam hubungan kerja yang ada di VICO Indonesia memiliki beberapa kendala seperti perbedaan budaya dan bahasa. Selain itu komunikasi antar budaya dalam perspektif budaya Hofstede yang ada pada setiap karyawan ikut terbawa dalam proses kerja mereka meskipun dalam waktu tertentu mereka cenderung mengikuti nilai dan norma yang berlaku di Indonesia.

2.2 KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA

Dalam kehidupan bermasyarakat setiap orang saling berinteraksi dalam memenuhi setiap kebutuhan sosialnya. Kegiatan komunikasi membuat setiap individu dapat saling bertukar pesan dan informasi.

Ketika menginterpretasikan komunikasi secara sosial, maksud yang disampaikan adalah komunikasi selalu melibatkan manusia serta interaksi. Artinya komunikasi selalu melibatkan dua orang, pengirim dan penerima. Kemudian ketika membicarakan komunikasi sebagai proses, hal ini berarti komunikasi bersifat berkesinambungan dan tidak memiliki akhir. Istilah ketiga yang diasosiasikan dengan definisi kita mengenai komunikasi adalah simbol. Simbol adalah sebuah label arbitrer atau representasi dari fenomena. Simbol biasanya telah disepakati bersama dalam sebuah kelompok, tetapi mungkin saja tidak dimengerti di luar lingkup kelompok tersebut.

Selain proses dan simbol, makna juga memegang peranan penting dalam definisi komunikasi kita. Makna adalah yang diambil orang dari suatu pesan. Pesan dapat memiliki lebih dari satu makna dan bahkan berlapis-lapis makna. Istilah kunci yang terakhir adalah lingkungan. Lingkungan adalah situasi atau konteks di mana komunikasi terjadi. Lingkungan terdiri atas beberapa elemen, seperti waktu, tempat, periode, sejarah, relasi, dan latar belakang budaya pembicara dan pendengar.

Termasuk dalam kelompok sosial, "budaya " adalah segala sesuatu yang anggota kelompok telah diproduksi dan dikembangkan-nilai-nilai mereka, keyakinan, artefak, bahasa, cara mereka berperilaku dan cara berpikir, seni, hukum, agama, dan, tentu saja teori komunikasi, gaya, dan sikap (Devito 2009:30).

Budaya diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya melalui komunikasi, bukan melalui gen. Budaya tidak identik dengan ras atau kebangsaan. Istilah budaya tidak mengacu pada warna kulit atau bentuk mata, karena ini ditularkan melalui gen bukan komunikasi (Devito, 2009:30).

Relevansi budaya karena perubahan demografi, peningkatan kepekaan terhadap perbedaan budaya, interdependensi ekonomi, kemajuan teknologi komunikasi, dan fakta bahwa kompetensi komunikasi khusus untuk budaya (apa yang bekerja dalam satu budaya tidak akan selalu bekerja di tempat lain), untuk berkomunikasi tidak dapat secara efektif tanpa menyadari bagaimana budaya mempengaruhi komunikasi manusia .

Komunikasi antar budaya terjadi ketika anggota dari satu budaya tertentu memberikan pesan kepada anggota dari budaya lain. Komunikasi antar budaya melibatkan interaksi antara orang-orang yang persepsi budaya dan sistem simbolnya cukup berbeda dalam suatu komunikasi (Samovar & Porter, 2010:13).

Beberapa pendapat ahli mengungkapkan pengertian komunikasi antar budaya yang dibahas Liliweri (2003:12) yaitu Charley H. Dood mengungkapkan komunikasi antar budaya meliputi komunikasi yang melibatkan peserta komunikasi yang mewakili pribadi, antar pribadi, atau kelompok dengan tekanan pada perbedaan latar belakang kebudayaan yang mempengaruhi perilaku komunikasi para peserta.

Masih dalam buku yang sama (Liliweri, 2003:12) Andrea L. Rich dan Dennis M.Ogawa menyatakan komunikasi antar budaya adalah komunikasi antara orang-orang yang berbeda kebudayaan, misalnya antara suku bangsa, etnik, ras, dan kelas sosial.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut secara umum komunikasi antar budaya dapat mempengaruhi perilaku setiap individu dalam melakukan kegiatan komunikasi antar satu dengan yang lainnya. Perbedaan latar belakang budaya yang ada membuat setiap individu yang terlibat dalam komunikasi antar budaya harus berhati-hati dalam bersikap agar tidak terjadi salah pengertian dengan lawan bicaranya.

Inti penting dari budaya adalah pandangan yang bertujuan untuk mempermudah hidup dengan “mengajarkan” orang-orang bagaimana cara beradaptasi dengan lingkungannya. Budaya melindungi orang dari yang tidak diketahui dengan menawarkan suatu gambaran tentang semua aktivitas hidup (Samovar, 2010:28).

Komunikasi antar budaya melibatkan pelbagai peserta komunikasi yang berasal dari latar belakang kebudayaan yang berbeda-beda dalam sebuah ruang yang sangat luas. Oleh karena itu, salah satu kunci untuk menentukan komunikasi antar budaya yang efektif adalah pengakuan terhadap faktor-faktor pembeda yang mempengaruhi peserta komunikasi, apakah itu etnik, ras, atau kelompok kategori, yang memiliki kebudayaan tersendiri. Perbedaan-perbedaan itu meliputi nilai, norma, kepercayaan, bahasa, sikap, dan persepsi, semuanya sangat menentukan pola-pola komunikasi antar budaya maupun lintas. Kalau kita tidak menyadari perbedaan itu maka komunikasi antar budaya akan menghasilkan kesalahpahaman, prasangka, stereotip, dan sikap diskriminasi (Liliweri, 2003:20).

Samovar dan Porter (2010:49) mengungkapkan beberapa masalah yang akan kita hadapi ketika kita menjadikan budaya pusat pembelajaran komunikasi antar budaya. Secara khusus kita akan membahas (1) keunikan setiap individu, (2) bahaya stereotip, (3) perlunya objektivitas, dan (4) mitos dari melihat komunikasi sebagai penyembuh segalanya.

1) Keunikan Individu

Semua perilaku terjadi dalam suatu ruang lingkup budaya, semua orang memiliki kepribadian yang unik. Oleh karena itu, kita harus waspada dan bijaksana ketika menggeneralisasi budaya. Ketika kita belajar tentang komunikasi antar budaya ingatlah selalu bahwa budaya

memiliki pengaruh kuat dalam membentuk perilaku manusia, tetapi manusia melebihi budaya mereka.

2) Stereotip

Ketika orang dari budaya lain menyimpulkan bahwa semua orang Amerika mengenakan topi *baseball* kemanapun mereka pergi dan kebanyakan memakan makanan cepat saji, mereka telah terlibat dalam stereotip. Contoh tersebut merupakan perwakilan dari sejumlah stereotip budaya yang digunakan orang ketika membicarakan kelompok yang lain. Stereotip merupakan sejumlah asumsi salah yang dibuat oleh orang di semua budaya terhadap karakteristik anggota kelompok budaya lain.

3) Objektivitas

Objektivitas merupakan salah satu konsep yang lebih mudah dibicarakan daripada dilaksanakan. Pengertian objektivitas (“Objektif itu adil, tidak berprasangka buruk, dan tidak dipengaruhi oleh emosi atau prasangka pribadi”). Tentu saja masalahnya sulit ketika kita terlibat dalam komunikasi antar budaya, karena kita mendekati dan merespons budaya lain dari pandangan anda sendiri dan terkadang sadar atau tidak sadar, menganggap bahwa budaya kita lebih baik dari budaya lain.

4) Komunikasi tidak mengatasi semua hal

Ketika kita menjamin komunikasi sebagai alat yang penting untuk menyelesaikan berbagai masalah interpersonal, kita perlu menjelaskan bahwa komunikasi tidak serta merta dapat menyelesaikan semua permasalahan yang ada.

Hofstede di dalam buku West dan Turner (2009: 91) *Understanding Interpersonal Communication: Making Choices in Changing Times* mengatakan ada empat dimensi budaya yaitu sebagai berikut.

Tabel 2.2 Dimension of Culture

Dimension	Description
Uncertainty Avoidance	Cultures high in uncertainty avoidance desire predictability (for example, Greece, Japan). Cultures low in uncertainty avoidance are unthreatened by change (for example, United States, Great Britain).
Distribution Of Power	Cultures high in power distance show respect for status (for example, Mexico, India). Cultures low in power distance believe power should be equally distributed (for example, United States, Israel).
Masculinity-Femininity	Masculine cultures value competitiveness, material success, and assertiveness (for example, Italy, Austria). Feminine cultures value quality of life, affection, and caring for the less fortunate (for example, Sweden, Denmark).

Individualism-Collectivism	Individualistic cultures value individual accomplishments (for example, Austria, United States). Collectivistic cultures value group collaboration (for example, Chile, Columbia).
----------------------------	--

Sumber: Richard West, Lynn Turner (2009: 95)

1. *Uncertainty avoidance*

Dalam buku West & Turner (2009:92) penghindaran ketidakpastian bisa rumit untuk bisa di mengerti. Secara keseluruhan, konsep ini mengacu pada seberapa toleran (atau tidak toleran) ketidakpastian anda. Budaya-budaya yang menolak perubahan dan memiliki tingkat kecemasan yang terkait perubahan, dengan dikatakan memiliki tingkat tinggi penghindaran ketidakpastian. Kebudayaan Yunani, Chili, Portugal, Jepang, dan Perancis di antara mereka sedikit yang mentoleransi ketidakpastian.

Budaya Amerika Serikat, Swedia, Inggris, Denmark, dan Irlandia cenderung menerima ketidakpastian. Mereka nyaman mengambil berbagai resiko dan kurang agresif dan kurang emosional dari pada dengan menghindari ketidakpastian yang tingkatnya tinggi.

Ingat bahwa budaya dengan menghindari ketidakpastian yang tingkatnya tinggi lebih memilih untuk memiliki aturan dan protokol yang jelas lebih dari pada budaya dengan menghindari ketidakpastian yang tingkatnya rendah.

2. *Distribution of power*

Bagaimana sebuah penawaran budaya dengan kekuatan disebut jarak kekuasaan. Negara yang *high in power distance* (misalnya, Filipina, Meksiko, India, Singapura, dan Brazil) cenderung menunjukkan rasa hormat kepada orang-orang dengan status yang lebih tinggi. Mereka memuja otoritarianisme, dan memiliki perbedaan antara yang kuat dan yang berdaya jelas. Perbedaan dalam usia, jenis kelamin, dan pendapatan yang berlebihan dalam budaya dan orang-orang menerima perbedaan-perbedaan ini. India adalah contoh dari budaya *high in power distance*, dicontohkan oleh sistem kasta orang hindu. Setiap kasta memiliki berbagai tugas dan hak. Hirarki kasta ini menghambat komunikasi antara kelompok-kelompok kasta.

Budaya yang *low in power distance* termasuk Amerika Serikat, Austria, Israel, Denmark, dan Irlandia. Orang-orang di budaya ini percaya bahwa kekuasaan harus merata terlepas dari usia, jenis kelamin atau status seseorang. Budaya *low in power distance* meminimalkan perbedaan antara kelas dan menerima tantangan kekuasaan dalam hubungan interpersonal, meskipun termasuk dalam daftar budaya *low in power distance*, negara-negara bersatu menjadi lebih tinggi dalam jarak kekuasaan karena perbedaan tumbuh antara kaya dan miskin (Jandt, 2006). Pertemuan budaya antara orang-orang dari budaya jarak kekuasaan tinggi dan rendah dapat menantang. Misalnya, sebagai pengawas dari budaya *high in power distance* mungkin memiliki kesulitan berkomunikasi dengan karyawan yang datang dari budaya *low in power distance* (West & Turner, 2009: 93).

3. *Masculinity-femininity*

Hofstede (2001) dalam buku milik West & Turner (2009:93) mengidentifikasi dimensi maskulinitas-femininitas sebagai sejauh mana budaya mewakili sifat-sifat maskulin dan feminin dalam masyarakat mereka. Budaya maskulin fokus pada prestasi, daya saing, kekuatan, dan keberhasilan materi, yaitu: karakteristik stereotip maskulin terkait dengan orang. Uang memang penting dalam budaya maskulin. Selanjutnya, budaya maskulin adalah di mana pembagian kerja mereka berdasarkan jenis kelamin.

Budaya feminin menekankan kesetaraan seksual, pemeliharaan, kualitas hidup, daya dukung, dan kasih sayang-yaitu, karakteristik stereotip terkait dengan orang feminin. Apa yang terjadi ketika seseorang dari budaya yang menghormati sifat-sifat maskulin seperti kekuasaan dan kompetisi bersinggungan dengan orang dari budaya yang menghormati sifat-sifat feminin seperti saling ketergantungan dan kualitas hidup? Banyak pemimpin politik di negara-negara yang feminin dan peran gender yang lebih fleksibel. Namun, dalam budaya maskulin, seorang pemimpin perempuan mungkin dipandang dengan skeptisisme dan kepemimpinannya mungkin ditantang.

Tabel 2.3

Key Differences Between Feminine and Masculine Societies: The Workplace

<i>FEMININE</i>	<i>MASCULINE</i>
<i>Management as ménage: intuition and</i>	<i>Management as manege: decisive and</i>

<i>consensus</i>	<i>aggressive</i>
<i>Resolution of conflicts by compromise and negotiation</i>	<i>Resolution of conflicts by letting the strongest win</i>
<i>Rewards are based on equality</i>	<i>Rewards are based on equity</i>
<i>Preference for smaller organizations</i>	<i>Preference for larger organizations</i>
<i>People work in order to live</i>	<i>People live in order to work</i>
<i>More leisure time is preferred over more money</i>	<i>More money is preferred over more leisure time</i>
<i>Careers are optional for both genders.</i>	<i>Careers are compulsory for men, optional for women</i>
<i>There is a higher share of working women in professional jobs</i>	<i>There is a lower share of working women in professional jobs</i>
<i>Humanization of work by contact and cooperation</i>	<i>Humanization of work by job content enrichment</i>
<i>Competitive agriculture and service</i>	<i>Competitive manufacturing and bulk chemistry</i>

Sumber: Hofstede (2010: 170), Cultures and Organizations – Intercultural Cooperation and Its Importance for Survival 3rd Edition.

4. Individualism-collectivism

Masih dalam buku West & Turner (2009: 94) mengatakan ketika nilai-nilai budaya individualisme, ia lebih suka persaingan atas kerjasama, individu atas kelompok, dan pribadi atas publik. Budaya individualistis memiliki "I" orientasi komunikasi, menekankan konsep diri dan prestasi pribadi. Budaya individualistis, termasuk Amerika Serikat, Kanada,

Inggris, Australia, dan Italia, cenderung menolak otoritarianisme (berpikir, misalnya, berapa banyak aksi unjuk rasa telah terjadi di Amerika Serikat mengecam Presiden Amerika Serikat dan kebijakan mereka), dan biasanya mendukung keyakinan bahwa orang harus "menarik diri dengan bootstraps mereka sendiri".

Kolektivisme menunjukkan bahwa diri adalah sekunder untuk kelompok dan norma-norma, nilai-nilai, dan keyakinan. Orientasi kelompok mengambil prioritas di atas orientasi diri. Budaya kolektif cenderung menghargai tugas, tradisi, dan hirarki. Budaya kolektif seperti Columbia, Peru, Pakistan, Chili, dan Singapura bersandar ke arah bekerja sama dalam kelompok untuk mencapai tujuan. Keluarga sangat penting, dan orang-orang memiliki harapan yang lebih tinggi kesetiaan kepada keluarga, termasuk merawat anggota keluarga.

5. Orientasi Jangka Panjang dan Jangka Pendek

Hofstede mengatakan dalam Samovar (2010: 247) memberikan dimensi baru yang disebut dengan orientasi jangka panjang-pendek yang juga disebut sebagai "Dinamisme Confusius." Hofstede menyimpulkan hubungan antara orientasi kelima dan aliran Confusius: Dimensi orientasi panjang-pendek kelihatannya didasarkan pada hal yang mengingatkan kita pada ajaran Confusius. Dimensi ini menentang aspek jangka panjang dan

jangka pendek dari pemikiran pengikut Confusius: ketekunan dan sifat hemat demi stabilitas pribadi serta penghargaan terhadap tradisi.

Anda dapat mengamati bagaimana pola ini akan memengaruhi interaksi dalam berbagai kesempatan. Misalnya, budaya yang menempatkan orientasi jangka panjang di posisi teratas (seperti Cina, Hongkong, Taiwan, Jepang, dan Korea Selatan) akan memiliki karyawan yang mencerminkan etika kerja yang kuat dan menunjukkan rasa hormat terhadap perbedaan status. Anda akan mengharapkan orang-orang yang merupakan anggota dari budaya tersebut menghargai tatanan sosial dan tujuan jangka panjang. Budaya yang menempatkan orientasi jangka panjang dalam posisi di bawah (Amerika Serikat, Inggris, Kanada, dan Filipina), menurut Hofstede, kadang tidak memprioritaskan status, berusaha untuk menunda usia tua, berhubungan dengan hasil jangka pendek, dan mencari jalan cepat untuk memenuhi kebutuhan mereka.

2.3 Komunikasi Antar Budaya Dalam Konteks Organisasi

Berbicara hubungan rekan kerja berarti melibatkan organisasi atau perusahaan. Komunikasi yang ada bisa bersifat pekerjaan ataupun pribadi tergantung kedekatan yang terjalin.

Budaya organisasi tercermin pada proses kerja dan komunikasi. Dengan kata lain, cara organisasi membentuk struktur kerja (hambatan,

proses pengawasan, dan nilai-nilai yang didukung), hubungan informal dan gaya komunikasi yang muncul dalam interaksi yang tidak secara langsung berhubungan dengan kerja (rehat kopi, piknik bersama, dan pertemuan informal lainnya) mencerminkan dan menghasilkan budaya organisasi (Morissan, 2013:388).

Komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara yang satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan (Pace & Faules, 2001: 31).

Sedangkan menurut shockley-Zalabak (2009:15) komunikasi organisasi adalah *“process through which organizations are created and in turn create and shape events. the process can be understood as a combination of process, people, messages, meaning, and purpose”*

Dari beberapa definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam sebuah organisasi, para anggotanya saling berinteraksi satu sama lain atau bisa dikatakan saling bertukar informasi atau pesan dari individu dan kelompok dalam mencapai sebuah tujuan.

Dalam Devito (2011: 380) seperti pada umumnya suatu kelompok atau kultur sosial yang selalu memiliki aturan mengenai, misalnya, perilaku, peran, kepahlawanan, dan nilai-nilai, demikian juga suatu organisasi. Organisasi harus meneliti untuk mengidentifikasi jenis kultur

dan norma-norma atau nilai-nilai spesifik yang dianutnya. Tujuan dari analisis ini adalah untuk memungkinkan kita bisa memahami bagaimana organisasi berfungsi dan bagaimana hal itu mempengaruhi dan dipengaruhi oleh para anggotanya dalam kultur organisasi itu. Perspektif kultural memandang organisasi dan para pekerjanya memiliki seperangkat nilai-nilai dan tujuan yang sama. Seperti halnya warga negara di dalam sebuah negara, para pekerja berkontribusi untuk pertumbuhan dan kemakmuran organisasi.

Varner dan Beamer (2005: 376) mengatakan semua perusahaan internasional menghadapi isu-isu budaya, untuk membangun sinergi potensi keragaman budaya, perusahaan perlu melakukan sebagai berikut:

- 1) Menciptakan kesadaran tentang proses komunikasi bisnis antarbudaya dan memahami cara untuk berkomunikasi tentang budaya dan berkomunikasi dengan menggunakan budaya.
- 2) Mengembangkan pemahaman tentang dinamika kelompok budaya yang beragam.
- 3) Menempatkan proses komunikasi dan dinamika tim yang beragam dalam isi strategi perusahaan.

Setiap rekan kerja bekerja dengan cara mereka sendiri, bukan dengan cara kita. Masing-masing berhak untuk bekerja dengan caranya masing-masing, yang menjadi masalah adalah apakah mereka berkinerja dan apakah nilai yang mereka yakini. Mengenai bagaimana mereka berkinerja masing-masing kemungkinan besar akan melakukannya dengan berbeda.

Rahasia pertama dari efektivitas adalah memahami orang yang bekerja dengan anda dan bergantung kepada mereka sehingga anda dapat memanfaatkan kekuatan mereka, cara mereka bekerja, dan nilai mereka. Hubungan kerja juga sama banyaknya bergantung pada orang seperti halnya pada pekerjaan (Varner dan Beamer 2005: 376).

Hubungan kerja umumnya mengacu pada semua hubungan interpersonal di mana individu terlibat karena mereka melakukan pekerjaan mereka, termasuk hubungan atasan bawahan, hubungan rekan kerja, persahabatan di tempat kerja, hubungan romantis, dan hubungan dengan pelanggan. Sebagai hasilnya, kita tahu banyak tentang hubungan kerja dan peran mereka dalam proses organisasi dan kehidupan setiap individu (Sias, 2009:2).

Kerja sama tim adalah pilihan yang dibuat karyawan berdasarkan perasaan mereka. Perasaan ini adalah hasil dari cara setiap anggota tim berhubungan sehari-hari. Saat hubungan ini tidak terjalin dengan baik, orang tidak tertarik dengan efek keputusan serta cara kerja mereka atas orang lain dan tidak bersedia mengeluarkan usaha ekstra untuk bekerja sama sebagai tim. Mereka bersikap lebih kaku, tidak sensitif, dan egois (Haughton, 2004:195).

2.4 HUBUNGAN REKAN KERJA ANTAR BANGSA

Perkembangan yang ada membuat banyak perusahaan diberikan kesempatan untuk mengembangkan usahanya di tingkat internasional. Sehingga yang terlibat dalam perusahaan tersebut bukan hanya berasal dari dalam negeri saja tetapi dari luar negeri juga ada. Samovar dan Porter (2010: 355) menjelaskan apa yang menginspirasi hari ini, kebanyakan karena globalisasi, adalah ketergantungan dibandingkan dominasi, merupakan kata kunci dalam berbisnis. Dalam abad baru ini, walaupun globalisasi telah membuka pasar baru bagi perusahaan yang kaya, hal ini juga melahirkan sejumlah perusahaan yang bergerak cepat, bertaring tajam yang lahir dari dunia miskin. Negara maju dan berkembang sekarang terikat langsung pada sistem ketergantungan ekonomi internasional dan banyak negara memiliki paling tidak satu aset dalam negaranya yang dibutuhkan oleh orang lain.

Semua perubahan antarbudaya dalam arena bisnis yang telah kita bahas menciptakan lingkungan di mana “berbisnis” membutuhkan orang dari budaya yang berbeda untuk bekerja sama. Misalnya, pada tahun 2007, perusahaan coca-cola yang beroperasi di lebih dari 200 negara, kecuali pasar di Amerika Utara (Amerika Serikat dan Kanada) menghasilkan kurang dari 30 persen laba bersih. McDonald’s beroperasi di lebih dari 31.000 gerai di 118 negara. Hampir sepertiga dari 15.000 gerai Starbucks yang berada di luar negeri, termasuk lebih dari 200 gerai berada di daratan Cina. Contoh yang disebutkan hanyalah gambaran dari bangkitnya

perusahaan multinasional dan meningkatnya integrasi bisnis internasional. Pemahaman mengenai bagaimana berbisnis dalam perilaku yang mengakomodasikan peraturan budaya yang berbeda. Dalam pasar yang baru ini, pengetahuan mengenai perbedaan budaya, kerja tim lintas budaya, dan kolaborasi multikultural merupakan hal yang penting bagi suksesnya suatu organisasi. Jelaslah bahwa globalisasi mempengaruhi seseorang dari satu budaya bekerja tidak hanya dengan, namun juga dengan, orang dari budaya lain. Seperti yang dinyatakan oleh Harris dan Moran dalam (Samovar dan Porter 2010: 358) situasi ini kadang terbukti sulit, karena banyak masalah dapat timbul ketika seseorang bekerja atau tinggal dalam lingkungan yang asing. Komunikasi lintas budaya merupakan hal yang sulit. Perbedaan kebiasaan, perilaku, dan nilai menghasilkan masalah yang hanya dapat diatasi melalui komunikasi dan interaksi lintas budaya yang efektif.

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 antar budaya. Banyak perusahaan amerika, menyadari pentingnya perbedaan budaya di antara pekerja, mengadakan program pelatihan yang ditujukan untuk meningkatkan kesadaran karyawan akan perbedaan budaya dan meningkatkan kompetensi antar budaya. Manajer dalam lingkungan budaya yang bervariasi juga akan

secara konstan siaga terhadap diskriminasi, etnosentrisme, dan masalah seksual. Apa yang kita sarankan adalah bahwa ruang lingkup bisnis multikultural membutuhkan karyawan dan atasan yang dapat beradaptasi pada lingkungan kerja kontemporer (Samovar dan Porter, 2010: 360).



2.5 KERANGKA PEMIKIRAN

