



### **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.

**KOMPETENSI ANTARBUDAYA DALAM KOMUNIKASI  
BISNIS  
(Studi Kasus terhadap Pebisnis Australia dan Pebisnis Indonesia  
di Holmesglen Partnering with Universitas Muhammadiyah  
Tangerang)**

SKRIPSI



Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
(S.Ikom)

Dinarwaty Nur Octaviani

09120110141

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2016**

# HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**“Kompetensi Antarbudaya dalam Komunikasi Bisnis”**

**(Studi kasus pebisnis Australia dan pebisnis Indonesia di Holmesglen  
partnering with Universitas Muhammadiyah Tangerang)**

Oleh

Nama :Dinarwaty Nur Octaviani

Nim :09120110141

Fakultas :Ilmu Komunikasi

Program Studi :Public Relations

Telah diujikan pada hari Selasa, tanggal 19 April 2016, pukul 14.00 – 15.30 dan  
dinyatakan lulus dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang

Penguji Ahli,

Camelia Catharina S.Sos., M.Si

Dr. Hendri Prasetya, S. Sos., M.Si

**Dosen Pembimbing**

Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si.

Disahkan oleh

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi -UMN**

Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si.

## PERNYATAAN

Dengan ini saya:

Nama : Dinarwaty Nur Octaviani

NIM :09120110141

Menyatakan bahwa karya ilmiah (skripsi) yang berjudul “Kompetensi Antarbudaya dalam Komunikasi Bisnis (Studi kasus pebisnis Australia dan pebisnis Indonesia di *Holmesglen partnering with Universitas Muhammadiyah Tangerang*)” ini adalah karya tulis sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain. Semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di daftar pustaka.

Jika dikemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 01 April 2016

(Dinarwaty Nur Octaviani)

“Kompetensi Antarbudaya dalam Komunikasi Bisnis”  
(Studi kasus pebisnis Australia dan pebisnis Indonesia di Holmesglen partnering  
with Universitas Muhammadiyah Tangerang)

ABSTRAK

Oleh:

Dinarwaty Nur Octaviani  
09120110141

Terbukanya peluang usaha memasuki pasar internasional sebagai akibat keterbukaan ekonomi dunia dan dengan dilaksanakannya perdagangan bebas, artinya negara-negara tersebut yang melakukan perdagangan bebas akan menghadapi beragam budaya yang berbeda dari berbagai negara, bahasa, bangsa, dan suku bangsa yang diwakilkan oleh individu-individu yang terkait dengan bisnis tersebut. Praktik-praktik bisnis antarbudaya bukan sesuatu hal yang mudah untuk dilakukan, oleh karena itu kompetensi budaya dalam melakukan komunikasi bisnis sangat dibutuhkan dan penting agar dapat menjalin bisnis yang harmonis di antara partisipan yang menjalankan bisnis tersebut.

Penelitian ini dilakukan di Holmesglen partnering with UMT karena terdiri dari pebisnis yang berasal dari dua kebudayaan yang berbeda atau multietnik yang mana sehari-harinya mereka sering melakukan kontak budaya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja hambatan komunikasi antarbudaya yang disebabkan oleh perbedaan budaya yang dialami oleh para pebisnis asal Australia dan Indonesia. Serta mengetahui kompetensi antarbudaya dalam komunikasi bisnis yang dimiliki maupun dibutuhkan oleh pebisnis asal Australia dan pebisnis asal Indonesia. Maka dari itu peneliti menggunakan model kompetensi antarbudaya yang dipopulerkan oleh Chen & Sarosta pada 1996.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus, di mana data diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap subjek penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya perbedaan-perbedaan budaya seperti konteks budaya, gaya komunikasi, nilai sosial, bahasa tubuh, konteks waktu, konteks jarak, perilaku sosial dan etis, dan perbedaan budaya perusahaan yang dapat mempengaruhi interaksi bisnis. Hal tersebut menimbulkan hambatan komunikasi berupa etnosentrisme, stereotip, dan prasangka. Peneliti menemukan, adanya perbedaan budaya dan hambatan komunikasi dikarenakan pebisnis Australia dan Indonesia tidak memiliki atribut lengkap dalam kompetensi antarbudaya seperti atribut *self awareness* di bawah naungan *cognitive process*, *open mindedness*, *non judgemental attitude*, *social relaxation* di bawah naungan *affective process*, serta *messages skill*, *appropriate self-disclosure*, *behavioral flexibility* di bawah naungan *behavioral process*. Oleh karena itu pebisnis Australia dan Indonesia harus melengkapi atribut-atribut yang belum dilengkapi dalam kompetensi antarbudaya.

Kata kunci: Kompetensi antarbudaya, Komunikasi antarbudaya, Holmesglen partnering with UMT, Komunikasi bisnis,

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat yang luar biasa sehingga skripsi dengan judul “Kompetensi Antarbudaya dalam Komunikasi Bisnis (Studi kasus pebisnis Australia dan pebisnis Indonesia di Holesmesglen partnering with Universitas Muhamadyah Tangerang)” dapat diselesaikan. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh kelulusan mata kuliah skripsi akhir mahasiswa.

Selama proses penyelesaian skripsi, peneliti mendapat dukungan dan masukan dari banyak pihak. Dengan berakhirnya proses penulisan skripsi ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ricky Umar SH., MM dan Yeni Setiawati selaku orang tua, serta kakak dan adik, yang selalu mendukung peneliti serta mendoakan hingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi.
2. Dr. Bertha Sri Eko M., M. Si. sebagai Kaprodi Jurusan Ilmu Komunikasi UMN yang turut memberikan bimbingan dan selalu memberikan motivasi.
3. Bruce Riseley M. Ed, Rama Suparto, Abdurrosyid, dan Nadya Tyas selaku narasumber dalam penelitian ini yang bersedia meluangkan waktu dan informasi terkait dengan topik penelitian yang penulis teliti.

4. Teman-teman terdekat peneliti Sherly Febriani, Taufik Djunaedi, Lystia Juwita Martikasari yang selalu memberi masukan dan dukungan kepada peneliti.

5. Dosen-dosen serta rekan-rekan mahasiswa UMN serta rekan-rekan lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat.

The logo of Universitas Murangia Negeri (UMN) is a circular emblem with a blue-grey color. Inside the circle, there are several white squares of varying sizes arranged in a pattern that resembles a stylized building or a grid. Below the logo, the letters 'UMN' are written in a large, bold, blue-grey font.

UMN

Akhir kata, terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, dan semoga skripsi ini dapat berguna bagi para pembaca dalam menambah ilmu pengetahuan terkait kompetensi antarbudaya dalam komunikasi bisnis antara pebisnis Australia dan Indonesia. Mohon maaf jika terdapat banyak kekurangan dalam penulisan. Oleh karena itu, penulis menerima segala saran dan kritik yang bersifat membangun untuk penulisan ini.



Tangerang, 24 April 2016

Dinarwaty Nur Octaviani



# DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Signifikasi Penelitian .....	6
<b>BAB II KERANGKA TEORI</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Kajian Teori .....	12
2.2.1 Konsep Budaya .....	12
2.2.2 Elemen Budaya .....	13
2.2.3 Hambatan Dalam Komunikasi Antarbudaya .....	18
2.2.4 Perbedaan Budaya.....	23
2.2.5 Komunikasi Bisnis .....	29
2.2.6 Komunikasi Dalam Konteks Bisnis Antarbudaya .....	31
2.2.7 Pengaruh Budaya Dalam Komunukasi Bisnis .....	41
2.2.8 Kompetensi Komunikasi Antarbudaya .....	43
2.2.9 Model Kompetensi Antarbudaya .....	47
2.3 Kerangka Pemikiran.....	49

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian .....	50
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian .....	51
3.3 Key Informan .....	52
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.4.1 Data Primer .....	54
3.4.2 Data Sekunder .....	55
3.5 Teknik Analisis Data .....	56
3.6 Teknik Keabsahan Data .....	57
3.7 Tempat dan Waktu Penelitian.....	59

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Subjek Penelitian .....	60
4.1.1 Profil <i>Holmesglen Partenring with UMT</i> .....	60
4.1.2 Informan Penelitian.....	61
4.2 Hasil Penelitian .....	64
4.2.1 Perbedaan Budaya.....	64
4.2.2 Komunikasi dalam Konteks Bisnis.....	78
4.2.2.1 Protokol Bisnis.....	78
4.2.2.2 Manajemen Antarbudaya .....	86
4.2.2.3 Negosiasi Antarbudaya .....	87
4.2.3 Hambatan Dalam Komunikasi Bisnis Antarbudaya .....	89
4.3 Pembahasan.....	92
4.3.1 Perbedaan Budaya.....	92
4.3.2 Perbedaan Budaya Dalam Konteks Bisnis.....	100
4.3.3 Hambatan Dalam Komunikasi Bisnis Antarbudaya .....	102
4.3.4 Model Kompetensi Antarbudaya .....	107

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan .....	114
5.2 Saran .....	116
5.2.1 Saran Akademis .....	116
5.2.2 Saran Praktis .....	116
DAFTAR PUSTAKA .....	118



UMN

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Matriks Penelitian Terdahulu.....	10
Gambar 2.2.9 Bagan Model Kompetensi Antarbudaya.....	48
Gambar 4.1.3 Struktur Organisasi .....	63
Gambar 4.3 Matriks perbedaan Antarbudaya .....	106
Gambar 4.3.4.1 Matriks Kompetensi Antarbudaya .....	111
Gambar 4.3.4.2 Matriks Kompetensi Antarbudaya .....	112
Gambar 4.3.4.3 Matriks Kompetensi Antarbudaya .....	113

UMMN