

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap departemen marketing perusahaan DO yang anggotanya beragam budaya, dapat disimpulkan bahwa perbedaan budaya berkontribusi pada berbagai dinamika komunikasi dalam organisasi. Adanya dimensi budaya ini menuntut para anggota departemen marketing perusahaan DO untuk kemudian melakukan strategi adaptasi agar proses kerja sama dan komunikasi tetap dapat berjalan dengan lancar.

Dalam hal adaptasi budaya, secara keseluruhan, setiap anggota sudah dapat beradaptasi terhadap cara berkomunikasi dan pola kerja satu sama lain dengan baik sehingga mereka telah melakukan proses adaptasi enkulturasi dan akulturasi. Baik pimpinan Jerman yang merupakan warga asing dan para anggota departemen yang berasal dari Indonesia sudah menyadari perbedaan budaya yang ada dan berusaha untuk mengakomodasi perbedaan-perbedaan tersebut, tanpa kehilangan kebiasaan dan identitas budaya asal mereka. Namun, dalam prosesnya, waktu yang dibutuhkan oleh setiap anggota untuk beradaptasi dalam departemen ini berbeda-beda karena adanya perbedaan tingkat kekuasaan. Pimpinan Jerman masih berada dalam tahap akulturasi meskipun sudah bekerja selama hampir dua dekade karena tidak pernah ada anggota timnya yang memaksanya untuk mengubah pola kebiasaannya. Di sisi lain, anggota departemen marketing perusahaan DO sudah masuk ke tahap akulturasi meskipun memiliki durasi kerja yang sangat singkat karena adanya tuntutan dari *people of power*, yaitu pimpinan Jerman mereka.

Meskipun secara keseluruhan semua anggota departemen dapat beradaptasi dengan baik, mereka tetap mengalami hambatan dalam beradaptasi. Beberapa hambatan yang ditemui dalam penelitian ini adalah rendahnya penerimaan dari tim Indonesia karena *language barrier*, kurangnya *functional fitness* dari pendatang Jerman yang tidak mampu berbahasa Indonesia, yang kemudian juga menghasilkan *language barrier*.

Dalam penelitian ini khususnya ditemukan bahwa dimensi *high power distance* berdampak pada proses pengambilan keputusan, budaya feminin pada pola pembagian tugas, budaya kolektif pada pola kerja departemen, dimensi *short-term orientation* pada orientasi kepada hasil pekerjaan, budaya *indulgence* pada hak cuti dan berpakaian karyawan, juga gaya komunikasi *high context* dan orientasi waktu polikronik pada orientasi terhadap *timeline* dan *deadline*.

5.2 Saran

Berikut adalah beberapa saran yang dapat peneliti berikan setelah melakukan penelitian ini.

5.2.1 Saran Akademis

Saran yang dapat peneliti berikan kepada peneliti selanjutnya adalah agar meneliti dinamika perusahaan multinasional secara keseluruhan dengan menggunakan konsep-konsep dan teori-teori komunikasi antarbudaya untuk dapat melihat dinamika antarkelompok budaya yang lebih bervariasi dalam satu perusahaan multinasional.

5.2.2 Saran Praktis

Untuk pimpinan dan karyawan dalam perusahaan multinasional, saran yang dapat peneliti berikan adalah untuk menyadari perbedaan budaya yang ada di dalam kelompok-kelompok kerja atau departemen sehingga dapat memberikan pelatihan komunikasi antarbudaya yang sesuai, demi tercapainya proses komunikasi yang efektif dan kesuksesan perusahaan.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A