



### **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.

**Strategi Akomodasi Komunikasi Dalam Bisnis Lintas Budaya  
(Studi Kasus Antara Pengusaha Etnis Tionghua dan Pengusaha  
Etnis Jepang di PT. Tifico Fiber Indonesia)**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Osbert Matthew Kuen Tangka

12140110326

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
KONSENTRASI MULTIMEDIA PUBLIC RELATIONS  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

2018

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

Strategi Akomodasi Komunikasi Dalam Bisnis Lintas Budaya

(Studi Kasus Antara Pengusaha Etnis Tionghua dan Pengusaha Etnis Jepang di PT. Tifico Fiber Indonesia)

Oleh:

Osbert Matthew

Telah diujikan pada hari selasa, tanggal 31 Juli 2018, pukul 09.30 s.d 11.00 dan dinyatakan lulus dengan susunan penguji sebagai berikut.

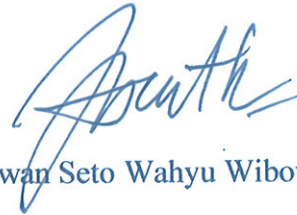
**Ketua Sidang**



Inco Hary Perdana, S.I.Kom.,M.Si.

**Penguji Ahli**

a.n Inco



Dr. Indiwani Seto Wahyu Wibowo, M.Si.

**Dosen Pembimbing**



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

**Disahkan oleh**

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**



Inco Hary Perdana, S.I.Kom.,M.Si.

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Strategi Akomodasi Komunikasi Bisnis Dalam Lintas Budaya (Studi Kasus Antara Pengusaha Etnis Tionghua dan Pengusaha Etnis Jepang di PT. Tifico Fiber Indonesia) adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh lembaga lain atau orang lain. Semua karya ilmiah lembaga lain atau orang lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipanya dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

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

Tangerang, 10 Juli 2018



Osbert Matthew

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi berjudul “Strategi Akomodasi Komunikasi Bisnis Dalam Lintas Budaya (Studi Kasus Antara Pengusaha Etnis Tionghua dan Pengusaha Etnis Jepang di PT. Tifico Fiber Indonesia)”. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan syukur karena penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, skripsi ini diajukan kepada Program Strata 1, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.

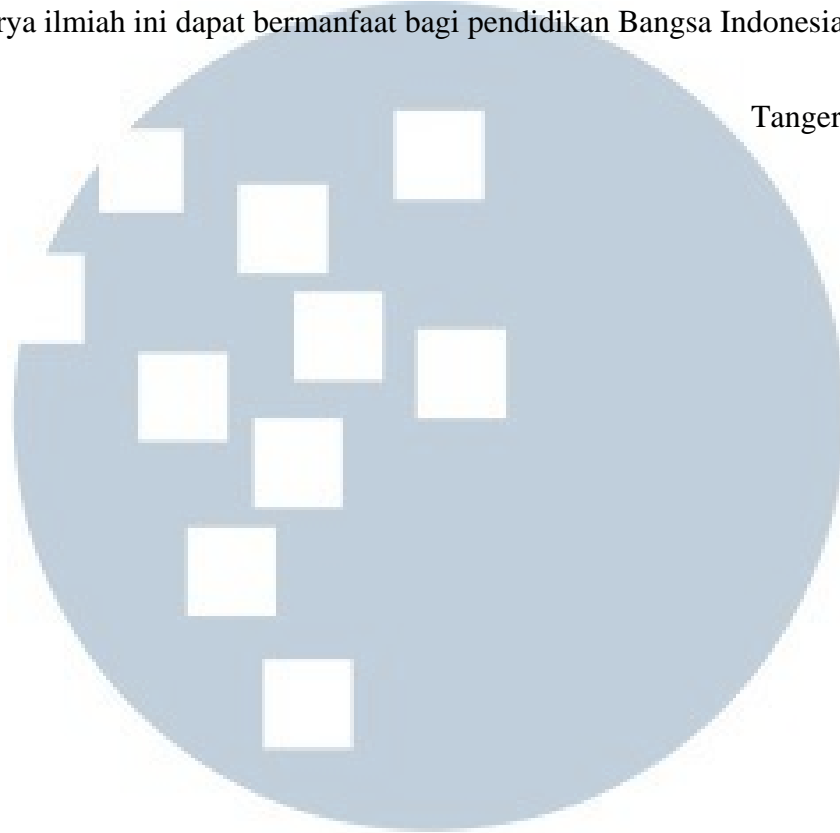
Selesainya skripsi ini tak lepas dari bimbingan dan dukungan oleh beberapa pihak. Maka dari itu peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Dr. Bertha Sri Eko M., M.si. selaku pembimbing yang rela meluangkan waktu, memotivasi, dan sabar kepada peneliti.
2. Jaman Tedja, Hendi, dan Yohanes Hartono selaku narasumber yang telah membantu dan meluangkan waktu untuk peneliti.
3. Keluarga yang telah banyak memberikan doa dan dukungan kepada peneliti secara moril maupun materil sehingga skripsi ini dapat selesai.
4. Dessy Gunawan, Satya Try, Cecep, Ihan Sanjaya, Eric Roger, Lorenzo, Abraham Nadeak, Eseando Octovianus, Midian Gamaliel, Andree Saputra, Daniel Julianus, Michael Suniata, Suharto Putra, Ricky Ardian, serta seluruh teman dan rekan yang selalu ada dan siap menemani, membantu, memotivasi, dan menginspirasi peneliti.
5. Seluruh keluarga UMN mulai dari jajaran rektorat, karyawan, dosen yang telah melayani dengan sepenuh hati selama peneliti menuntut ilmu di kampus.

Peneliti menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna. Namun dengan itikad baik, diharapkan karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi pendidikan Bangsa Indonesia. Terima kasih.

Tangerang, 10 Juli 2018

Osbert Matthew



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# STRATEGI AKOMODASI KOMUNIKASI BISNIS DALAM LINTAS BUDAYA (STUDI KASUS ANTARA PENGUSAHA ETNIS TIONGHUA DAN PENGUSAHA ETNIS JEPANG DI PT. TIFICO FIBER INDONESIA)

## ABSTRAK

Oleh: Osbert Matthew

Perdagangan bebas dimana beragam budaya yang berasal dari berbeda bangsa, negara, bahasa, dan suku bangsa yang diwakilkan oleh individu atau suatu lembaga perusahaan terjadi beriring dengan terbukanya pasar internasional yang sedang marak terjadi. Fenomena yang sekarang dihadapi adalah bisnis lintas budaya, hal tersebut dipicu oleh adanya MEA atau Masyarakat Ekonomi ASEAN yang merupakan fenomena bisnis lintas budaya terbesar yang terjadi di Indonesia. Fenomena yang akan diteliti lebih dalam adalah komunikasi bisnis lintas budaya yang dilakukan oleh pengusaha beretnis Tionghua dan pengusaha beretnis Jepang pada PT. Tifico Fiber Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi lintas budaya antara pengusaha Tionghua dan pengusaha Jepang serta mengetahui hambatan komunikasi lintas budaya yang terjadi antara kedua pelaku bisnis. Peneliti juga ingin meneliti mengenai taktik yang digunakan untuk menghadapi pebisnis yang memiliki perbedaan etnis dan cara menyelesaikan serta menanggapi masalah yang ditemui saat berkomunikasi dengan lawan yang berasal dari etnis dan kebudayaan yang berbeda.

Penelitian ini menggunakan teori akomodasi komunikasi, identitas sosial, *high context* dan *low context* untuk menganalisa hambatan serta strategi yang digunakan oleh pengusaha etnis Tionghua dan Jepang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, data yang diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap subjek yang diteliti.

Hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hambatan seperti perbedaan budaya, gaya komunikasi, sifat etnosentrisme, pemahaman budaya, dan bahasa tubuh yang mempengaruhi proses komunikasi dan menimbulkan hambatan. Peneliti menemukan bahwa strategi yang digunakan untuk mengatasi hambatan komunikasi lintas budaya yang dihadapi adalah akomodasi komunikasi. Pebisnis Tionghua melakukan strategi konvergensi untuk memperlancar proses bisnis dan menjaga hubungan yang baik antara kedua belah pihak.

Kata kunci: Komunikasi bisnis, Komunikasi antar budaya.

Komunikasi Bisnis Lintas Budaya

**STRATEGI AKOMODASI KOMUNIKASI BISNIS DALAM LINTAS BUDAYA (STUDI KASUS ANTARA PENGUSAHA ETNIS TIONGHUA DAN PENGUSAHA ETNIS JEPANG DI PT. TIFICO FIBER INDONESIA)**

**ABSTRACT**

**By: Osbert Matthew**

Free trade where diverse cultures originating from different nationalities, nations, languages, and tribes represented by an individual or a corporate entity occur in tandem with the opening of an emerging international market. The phenomenon that is now facing is a cross-cultural business, it is triggered by the existence of the MEA or ASEAN Economic Community which is the largest cross-cultural business phenomenon that occurred in Indonesia. The phenomenon that will be examined deeper is the cross-cultural business communication carried out by Chinese ethnic entrepreneurs and Japanese ethnic entrepreneurs at PT. Tifico Fiber Indonesia.

This study aims to determine the cross-cultural communication strategy between Chinese entrepreneurs and Japanese businessmen as well as to know the cross-cultural communication barrier that occurs between the two business actors. Researchers also want to examine the tactics used to deal with ethnically distinct businesspeople and how to resolve and respond to problems encountered while communicating with opponents of different ethnic and cultural backgrounds.

This study uses the theory of accommodation communication, social identity, high context and low context to analyze the obstacles and strategies used by Chinese ethnic and Japanese ethnic businessmen. The method used in this study is a case study, data obtained through in-depth interviews on the subject under study.

The findings of this study indicate that there are obstacles such as cultural differences, communication styles, ethnocentrism, cultural understanding, and body language that affect the communication process and create barriers. Researchers found that the strategies used to overcome barriers to cross-cultural communication faced were communication accommodation. Chinese businesspeople implement a convergence strategy to streamline business processes and maintain good relationship between the two parties.

**Keywords:** Business communication, Intercultural communication

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



# Daftar Isi

HALAMAN PENGESAHAN .....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
<b>BAB II KERANGKA TEORI</b>	
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Teori Akomodasi Komunikasi.....	16
2.2.1 Asumsi Dasar.....	19
2.2.2 Identitas Sosial.....	20
2.3 Komunikasi Antar Budaya.....	22
2.3.1 Budaya.....	22
2.3.2 Fungsi Dasar Budaya.....	25
2.3.3 Komponen Budaya.....	27

2.3.4 Tingkatan Budaya.....	31
2.3.5 Perbedaan Budaya.....	32
2.3.6 Elemen Budaya.....	37
2.3.7 Jenis Budaya.....	41
2.3.8 Hambatan Dalam Komunikasi Antar Budaya.....	45
2.4 Komunikasi Bisnis Lintas Budaya.....	48
2.5 Budaya Bisnis Masyarakat Jepang.....	51
2.6 Budaya Bisnis Masyarakat Tionghua.....	54
2.7 Kerangka Pemikiran.....	59
 <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian.....	60
3.2 Metode Penelitian.....	63
3.3 Informan Penelitian.....	65
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	67
3.4.1 Data Primer.....	67
3.4.2 Data Sekunder.....	68
3.5 Teknik Analisis Data.....	68
3.6 Validitas Reliabilitas.....	69
 <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Subjek Penelitian.....	72
4.1.1 Objek Penelitian.....	73
4.1.2 Profil Perusahaan.....	74
4.2 Hasil Penelitian.....	75
4.2.1 Hambatan Komunikasi Bisnis Lintas Budaya.....	75

4.2.1.1 Perbedaan Budaya.....	75
4.2.1.2 Peran Budaya Dalam Komunikasi Bisnis Lintas Budaya.....	94
4.2.1.3 Hambatan Dalam Komunikasi Bisnis Lintas Budaya.....	98
4.2.2 Strategi Komunikasi Bisnis Lintas Budaya.....	102
4.3 Pembahasan.....	107
4.3.1 Hambatan Komunikasi Bisnis Lintas Budaya.....	107
4.3.1.2 Perbedaan Budaya.....	111
4.3.2 Strategi Komunikasi Bisnis Lintas Budaya.....	115
4.3.3 Model Komunikasi Bisnis Lintas Budaya Pebisnis Jepang – Tionghua.....	121
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	124
5.2 Saran.....	126

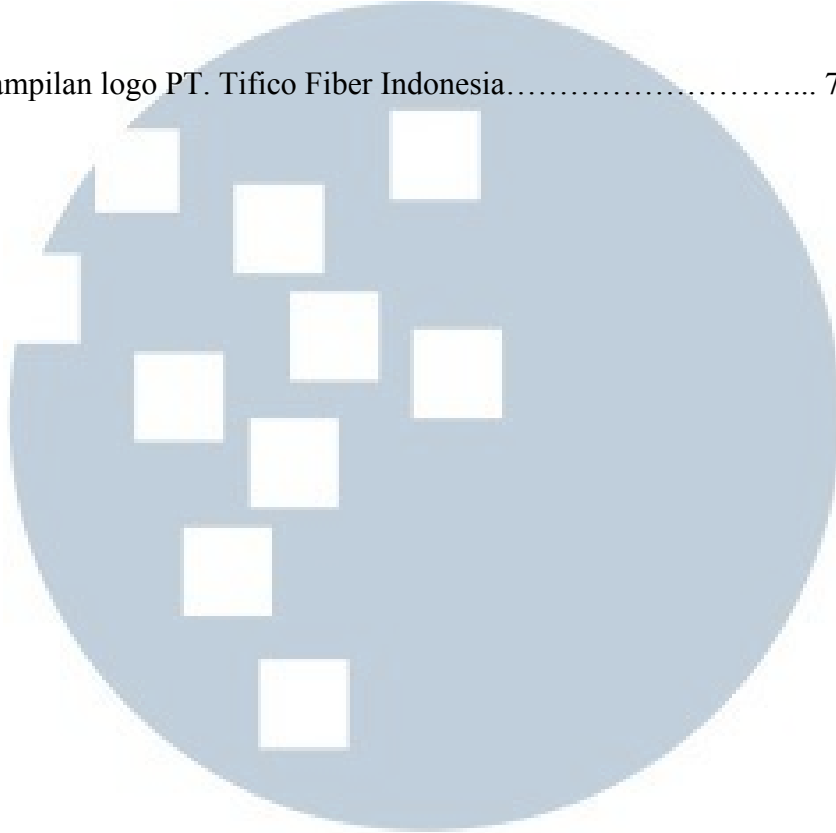
DAFTAR PUSTAKA.....	128
---------------------	-----

LAMPIRAN



## Daftar Gambar

Gambar 4.1 Tampilan logo PT. Tifico Fiber Indonesia..... 73



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## Daftar Tabel

Tabel 2.1 Matriks Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 2.7 Kerangka Pemikiran .....	59
Tabel 4.3.3 Model Komunikasi Bisnis Lintas Budaya Pebisnis Jepang - Tionghua.....	120

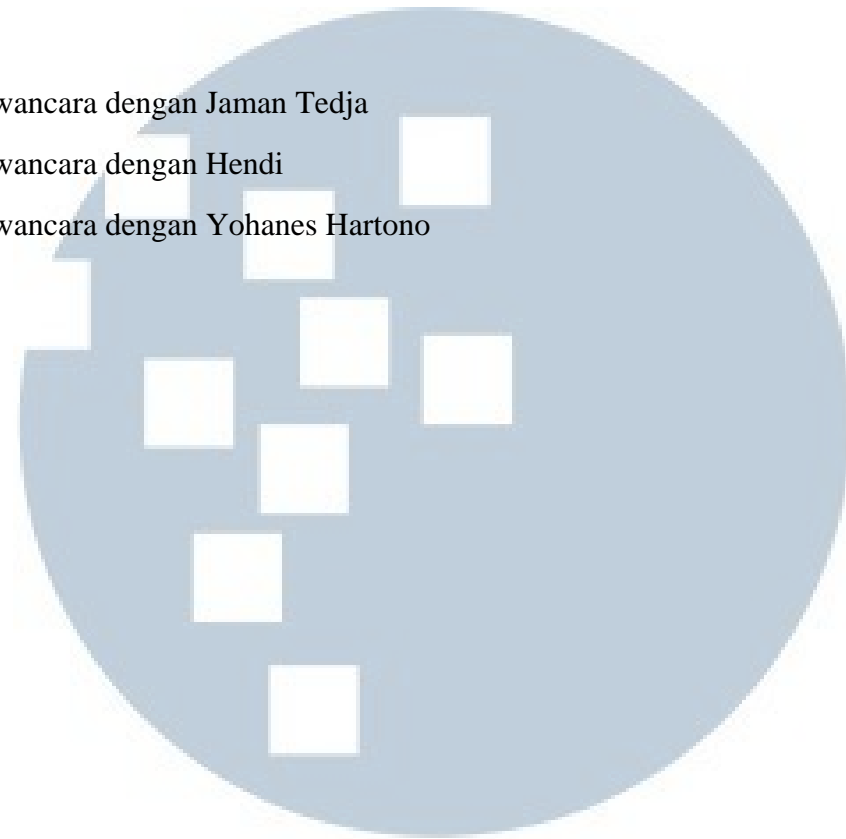


## Daftar Lampiran

Transkrip wawancara dengan Jaman Tedja

Transkrip wawancara dengan Hendi

Transkrip wawancara dengan Yohanes Hartono



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA