

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. LATAR BELAKANG

Manusia sebagai makhluk sosial yang dalam kehidupannya tidak dapat terlepas dari interaksi, sosialisasi, dan komunikasi. Komunikasi menjadi sangat penting karena dengan melakukan komunikasi seseorang akan dapat mengungkapkan apa yang mereka inginkan dan harapkan terhadap orang lain dalam aktivitasnya. Budaya merupakan *enigma*, entah itu sebuah teka-teki atau pernyataan yang membingungkan (Ting-Toomey, 1999:9). Budaya sendiri mempunyai komponen yang bersifat kongkrit dan abstrak. Meskipun budaya merupakan sebuah konsep yang sangat umum, tetapi budaya memiliki efek yang sangat kuat terhadap perilaku individu, termasuk perilaku komunikasi. Budaya tidak hanya dimiliki oleh kelompok bangsa atau etnis saja tetapi juga komunitas organisasi dan sistem-sistem lain.

Budaya mencakup tiga hal penting, yaitu :

- 1) Istilah budaya merujuk pada keragaman *pool of knowledge*, realitas yang dipertukarkan dan norma-norma yang dikelompokkan yang membentuk sistem-sistem makna yang dipelajari dalam masyarakat partikultural.

- 2) Sistem-sistem makna yang dipelajari tersebut dipertukarkan dan ditransmisikan melalui interaksi sehari-hari di antara para anggota kelompok kultural dan dari satu generasi ke generasi berikutnya.
- 3) Budaya memfasilitasi kapasitas para anggota untuk bertahan hidup dan beradaptasi dengan lingkungan eksternal mereka.

Budaya sebagai komponen esensial dari usaha manusia untuk bertahan hidup dan berkembang dalam lingkungan partikular mereka, memiliki beberapa fungsi (Ting-Toomey, 1999: 12-15), yaitu :

1. *Identity Meaning Function*

Budaya memberikan kerangka referensi untuk menjawab pertanyaan yang paling mendasar dari keberadaan manusia. Keyakinan kultural, nilai-nilai dan norma-norma memberikan titik pijak di mana seseorang dapat memberikan makna dan nilai penting bagi identitasnya. Makna identitas yang didapat dari budaya dikonstruksikan dan dipelihara melalui komunikasi sehari-hari.

2. *Group Inclusion Function*

Budaya menyajikan fungsi inklusi dalam kelompok yang bisa memuaskan kebutuhan seseorang terhadap afiliasi keanggotaan dan rasa ikut memiliki. Budaya menciptakan sebuah kawasan yang nyaman di mana seseorang dapat mengalami inklusi dalam kelompok dan membedakan antara *in-Group*

dengan *out-Group*. Di dalam kelompoknya sendiri, seseorang akan merasa adanya keamanan, inklusi dan penerimaan.

### 3. *Inter Group Boundary Regulation Function*

Fungsi budaya ini membentuk sikap seseorang tentang *in-Group* dan *out-Group* berkaitan dengan orang yang secara kultural tidak sama. Sikap merupakan kecenderungan yang dipelajari dan mempengaruhi perilaku seseorang. Budaya membantu seseorang untuk membentuk sikap evaluatif terhadap interaksi. Sikap evaluatif bisa memiliki konotasi yang positif ataupun negatif.

### 4. *The Ecological Adaptation Function*

Budaya memfasilitasi proses-proses adaptasi diantara diri, komunitas kultural dan lingkungan yang lebih besar lagi. Budaya bukanlah sebuah sistem yang statis. Ia bersifat dinamis dan berubah. Budaya menyusun sistem *reward and punishment* yang jelas meneguhkan perilaku-perilaku adaptif tertentu dan memberi sanksi terhadap perilaku-perilaku *non* adaptif sepanjang waktu.

### 5. *The cultural Communication Function*

Secara mendasar berarti koordinasi antara budaya dengan komunikasi. Budaya mempengaruhi komunikasi dan komunikasi mempengaruhi budaya. Komunikasi kultural memberikan seperangkat hal-hal yang ideal tentang bagaimana interaksi sosial dapat dijalankan dengan lancar diantara individu-

individu dalam suatu komunitas. Budaya mengikat orang secara bersama-sama melalui kode-kode linguistik yang dipertukarkan, norma-norma, dan *scripts* yaitu rangkaian interkasi atau pola komunikasi yang dipertukarkan oleh sekelompok orang dalam suatu komunitas.

Schement (Rahardjo, 2005: 51) Budaya diciptakan, dibentuk dan ditransmisikan serta dipelajari melalui komunikasi. Sebaliknya, praktik komunikasi diciptakan, dibentuk, ditransmisikan dan dipelajari melalui budaya

Gudykunts (Rahardjo, 2005: 51) dan Gudykunts (Gudykunts & Mody (ed.) 2002: 166) menguraikan bahwa terdapat dua pendekatan dasar dalam studi budaya yaitu pendekatan *emic* dan pendekatan *etic*. Pendekatan *emic* memfokuskan pada kajian budaya dari dalam, yaitu memahami budaya seperti yang dipahami oleh para anggota budayanya. Sedangkan pendekatan *etic* memusatkan perhatian pada pemahaman budaya dari luar dengan membandingkannya melalui penggunaan karakteristik yang sudah ditetapkan sebelumnya. Perbedaan antara kedua pendekatan tersebut dapat ditelusuri dengan kajian Pike tentang *fonemik* (ucapan-ucapan vokal yang universal). Sedangkan menurut Brislin (Rahardjo, 2005 : 53) perbedaan kedua pendekatan tersebut dijadikan sebagai metafora bagi perbedaan-perbedaan antara pendekatan budaya yang spesifik dengan pendekatan budaya pada umumnya dalam suatu kegiatan penelitian.

Penelitian komunikasi cenderung menggunakan pendekatan psikologi dan antropologi, sehingga dapat menggunakan pendekatan *emic* ataupun *etic*.

Meskipun kedua pendekatan tersebut dipandang saling bertolak belakang, namun sebenarnya kedua pendekatan itu dapat diintegrasikan. Cara untuk mengkombinasikannya adalah dengan memasukkan aspek-aspek budaya yang bersifat umum bersama-sama dengan aspek unik dari budaya yang akan diteliti.

Masyarakat adalah sebuah kelompok manusia yang paling kerap kita dengar dimana saja. Menurut Linton (Harsojo, 1984:126) Masyarakat adalah sekelompok orang yang telah cukup lama hidup dan bekerjasama sehingga mereka dapat mengorganisasikan dirinya dan berfikir tentang dirinya sebagai satu kesatuan sosial dengan batas-batas tertentu. Masyarakat etnis yang hidup berdampingan dengan masyarakat etnis lainnya telah mengalami proses perkembangan dan adaptasi mereka masing-masing untuk mencapai integrasi yang disebut-sebut sebagai tujuan semua proses budaya, dan masing-masing etnis menjalani pola yang berbeda. Tidak heran apabila dalam perjalanan menuju pencapaian harmonisasi dan integrasi sering ditemukan perbedaan-perbedaan.

Kelompok yang terdiri dari orang-orang yang memiliki kesamaan identitas kultural dan historikal. Kelompok etnik dihubungkan dengan suatu kepercayaan akan keturunan bersama. Kelompok etnik dibedakan dengan bangsa karena ia tidak mengimplikasikan suatu identitas dan tujuan politik yang umum. Kelompok etnik cenderung menggantikan ras karena ras berbau ofensif, etnik mengimplikasikan hubungan darah dan kelompok. Terkadang etnik bersifat terbuka secara kultural dalam percampuran dan etnik memiliki ciri-ciri sosial dan personal penting yang berbeda dengan ras.

Menurut Naroll (Barth, 1988 :11) umumnya kelompok etnik dikenal sebagai suatu populasi, yaitu :

1. Secara biologis mampu berkembang biak dan bertahan.
2. Mempunyai nilai-nilai budaya yang sama dan sadar akan rasa kebersamaan dalam suatu bentuk budaya.
3. Membentuk jaringan komunikasi dan interaksi sendiri.
4. Menentukan ciri kelompoknya sendiri dan diterima oleh kelompok lain dan dapat dibedakan dari kelompok populasi yang lain.

Sementara menurut Barth (Kristiono, 2008 : 6) batas etnik akan dapat diketahui dengan sendirinya melalui adanya faktor-faktor isolasi seperti perbedaan ras, perbedaan budaya, perbedaan sosial dan perbedaan bahasa. Keragaman budaya mengakibatkan bahwa kelompok etnik mengembangkan budaya dan bentuk sosialnya sendiri dalam keadaan terisolasi.”

Menurut Barth (Kristiono, 2008 : 8), kelompok etnik dapat disebut sebagai suatu unit kebudayaan karena kelompok etnik mempunyai ciri utama yang penting yaitu adalah kemampuan untuk berbagi sifat budaya yang sama. Ia juga berasumsi bahwa setiap kelompok etnik mempunyai ciri budayanya sendiri. Ada dua hal pokok yang dapat dibahas dalam mengamati kelompok-kelompok etnik dengan ciri-ciri unit budayannya yang khusus ini, yaitu : kelanggengan unit-unit budaya ini dan faktor-faktor yang mempengaruhi terbentuknya unit budaya itu.

Interaksi sosial merupakan suatu proses yang dilakukan oleh setiap orang ketika dia bertindak dalam sebuah relasi dengan orang lain. Interaksi sosial merupakan sebuah proses yang kompleks, yang dilalui oleh setiap orang ketika mengorganisasi dan menginterpretasikan persepsi dia tentang orang lain dalam situasi dimana kita sama-sama berada. Sehingga member kita kesan siapakah orang lain itu, apa yang sedang ia perbuat, dan apa sebab ia berbuat seperti itu ( Liliweri, 2005 : 126).

Pengertian interaksi sosial diatas menunjukkan bahwa identitas diri tidak semata-mata ditunjukkan oleh apa yang kita miliki, tetapi ditentukan pula oleh pengakuan semua orang menjadi penting, karena hal itu sama dengan pengakuan mereka tentang kecocokan antara apa yang mereka harapkan dengan tampilan pribadi kita. Jika dua orang berkomunikasi maka pemahaman yang sama terhadap pesan yang saling dipertukarkan adalah tujuan yang diinginkan keduanya. Tidak terbatasnya ruang dan waktu dalam komunikasi disebabkan oleh peradaban manusia yang begitu meluas. Tidak hanya melibatkan manusia berkomunikasi antarsuku, agama dan adat-istiadat saja, tetapi juga membawa manusia kepada peradaban yang sudah bersatu secara global tanpa batas dan dibatasi.

Hingga saat ini telah banyak definisi mengenai komunikasi yang dikemukakan oleh para ahli. Pada tahun 1976, Frank Dance and Carl Larson telah mengumpulkan 126 definisi komunikasi yang berlainan (Mulyana, 2007 : 60). Salah satu definisi yang tertulis (Mulyana, 2007 : 61) adalah milik Carl I. Hovland dalam karyanya "*Social Communications*" menyatakan bahwa

komunikasi adalah proses seseorang menyampaikan rangsangan guna merubah tingkah laku orang lain. Ada juga pengertian komunikasi yang dikemukakan oleh Joseph A. Devito dalam bukunya “*Communicology : An Introduction to the study of communications*” menjelaskan bahwa komunikasi adalah sebuah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok individu dari kegiatan menyampaikan dan menerima pesan komunikasi yang terganggu keributan dalam suatu konteks, bersama dengan beberapa efek yang timbul dan kesempatan arus balik. Kegiatan komunikasi meliputi komponen: konteks, sumber, penerima, pesan, saluran, gangguan, efek penyampaian pesan, dan arus balik. Unsur-unsur ini agaknya paling esensial dalam setiap pertimbangan tentang kegiatan komunikasi sebagai kemestaan komunikasi. Unsur-unsur yang setiap saat ada dari kegiatan komunikasi adalah komunikasi antar individu, intra individu, kelompok kecil, *public speaking*, komunikasi massa atau komunikasi antarbudaya (Lubis 2000: 9-10).

Umum diketahui, orang Cina memiliki posisi yang kompleks dalam struktur sosial di Indonesia. Mereka sudah lama eksis dan tersebar di wilayah Nusantara selama berabad-abad. Mereka memiliki peran yang besar dalam perekonomian di Indonesia dengan segala macam *stereotype* yang melekat, tapi di ranah lain mereka tidak punya banyak ruang untuk bergerak. Posisi mereka masih seringkali dianggap sebagai *outsider* atau orang luar.

Diskriminasi rasial yang mereka alami memang bukan terjadi hanya dalam fase pasca-kemerdekaan saja. Pemerintah kolonial Belanda sendiri telah merancang segregasi sosial yang ketat dengan orang-orang Cina menjadi salah

satu target utama pembatasan ruang gerak tersebut dipimpin oleh orang Cina sendiri (pemimpinnya kerap disebut “Kapiten Cina”) dan harus membawa surat jalan ketika mereka akan keluar dari kawasannya sendiri.

Berdasarkan pada uraian diatas, terdapat beberapa gagasan penting yang dapat dijadikan landasan untuk mendiskusikan situasi *mindfulness* dalam komunikasi antaretnis, yaitu :

- a. Identitas kultural merupakan persoalan subjektivitas bagi setiap individu untuk menjawab pertanyaan yang paling mendasar dari eksistensinya sebagai manusia. Tanpa pengakuan identitas, subjektivitasnya menjadi tidak jelas sehingga individu akan melakukan proses aktif dalam memberi makna terhadap identitas kultural sebagai realitas yang tampak.
- b. Persoalan pengakuan identitas kultural pada umumnya dihadapi oleh para anggota kelompok budaya *underrepresented* yang termarginalkan dalam struktur masyarakat dominan.
- c. Dalam menjalin interkasi dengan para anggota kelompok dominan sebagai usaha untuk menyuarakan suara diam mereka, para anggota kelompok budaya akan berusaha untuk mendapatkan satu dari tiga tujuan yang mereka inginkan, yaitu menjadi bagian dari kultur yang dominan, berusaha agar para anggota kelompok dominan dapat menereima anggota kelompok *underepresented*.

- d. Pertikaian SARA di Indonesia dalam perspektif komunikasi antarbudaya merupakan cerminan dari ketidakpastian dan kecemasan yang patologis ketika masing-masing pihak berusaha menjalin interaksi.
- e. Ketidakpastian dan kecemasan yang patologis dan dihadapi oleh masing-masing individu dari kelompok budaya yang berbeda menyebabkan munculnya perilaku yang tidak fungsional, yaitu tidak memiliki kepedulian terhadap eksistensi orang lain, ketidaktulusan dalam menjalin komunikasi antarbudaya dan cenderung menciptakan permusuhan.
- f. Ketidakpastian dan kecemasan yang normal akan memberikan motivasi kepada setiap individu untuk menciptakan strategi komunikasi antarbudaya yang fungsional, yaitu strategi komunikasi yang dimaksudkan untuk menghasilkan relasi positif melalui aktivitas pertukaran identitas kultural.
- g. Individu yang berada dalam situasi *mindfull* dicerminkan oleh kemampuan mereka dalam mengintegrasikan motivasi, pengetahuan dan kecakapan dalam komunikasi antarbudaya.
- h. Usaha untuk menciptakan komunikasi antarbudaya yang *mindfull* mensyaratkan setiap individu untuk menjalin relasi antara subyek dengan subyek, kesediaan untuk mengungkapkan diri dan menegosiasikan identitas kultural masing-masing.

Keberadaan mereka masih menjadi persoalan. Suryadinata (Rahardjo, 2005: 17-20) mengatakan bahwa dalam kasus Indonesia dan juga Malaysia,

etnis Cina tidak diterima secara penuh sebagai anggota dari suatu bangsa, karena Indonesia dan Malaysia lebih menggunakan model kelompok etnis dominan dalam mendefinisikan konsep bangsa. Belum di terimanya secara penuh etnis Cina sebagai bagian dari bangsa, kemungkinan disebabkan oleh tidak adanya istilah yang baku bagi orang Cina yang telah menanggalkan akar-akar kultur mereka dari negeri asal.

Konflik antaretnis maupun pertikaian antaragama yang masih saja berlangsung dan meningkat, memberikan bukti bahwa pemahaman masyarakat tentang pluralitas budaya masih sangat terbatas. Masyarakat Indonesia belum pernah memperoleh pendidikan yang dapat memberikan pencerahan tentang makna pluralitas kultural. Di masa lalu, masyarakat ditabukan untuk membicarakan secara terbuka persoalan-persoalan yang berkaitan dengan perbedaan-perbedaan kultural. Menurut Nugroho (Rahardjo, 2005: 8), SARA selalu dijadikan “kambing hitam” penyebab munculnya problematika sosial ditengah-tengah masyarakat.

Munculnya masyarakat yang demikian itu ditandai dengan semakin menguatnya identitas kultural yang dipahami secara sempit dalam wujud kebanggaan etnis atau fanatisme agama oleh masing-masing kelompok. Dalam studi komunikasi antarbudaya tindakan anti pluralitas terjadi karena orang secara individual maupun kelompok sering dengan sangat mudah mengekspresikan dan mengaktifkan keterbatasan dalam komunikasi antarbudaya, yaitu etnosentrisme, stereotip, dan prasangka ketika orang tersebut terlibat dalam suatu pertikaian dengan orang lain meskipun faktor

penyebab konflik tersebut sebenarnya tidak mempunyai relasi langsung dengan perbedaan-perbedaan latar belakang kultural.

Dalam penelitian ini Orang Jawa atau Masyarakat Jawa adalah mereka (baik secara personal maupun kelompok) telah secara sadar maupun tidak sadar memiliki orientasi dasar pra-Islam (terlebih secara mental) walaupun mereka telah hidup dan tinggal dengan berbagai latar belakang sosial, kultur maupun kepercayaan yang lebih variatif sifatnya. Orientasi dasar pra-Islam adalah suatu cap bagi unsur-unsur kebudayaan Jawa yang dianggap sebagai hakikat Jawa. Seperti misalnya sistem asosiasi dan emanasi. Seringkali pandangan hidup ini disebut sebagai Kejawen atau *Javanism, Javaneseeness* (Rusly, 2012 : 7).

Mengutip dari [javaplace.org/kejawen](http://javaplace.org/kejawen) sistem pemikiran *Javanisme* adalah lengkap pada dirinya yang berisikan kosmologi, mitologi, seperangkat konsepsi yang pada hakikatnya bersifat mistik dan sebagainya yang anthropologi Jawa tersendiri, yaitu suatu sistem gagasan mengenai sifat dasar manusia dan masyarakat yang pada gilirannya menerangkan etika, tradisi, dan gaya Jawa. Singkatnya *Javanisme* memberikan suatu alam pemikiran secara umum sebagai suatu badan pengetahuan yang menyeluruh, yang dipergunakan untuk menafsirkan kehidupan sebagaimana adanya dan rupanya. Jadi kejawen bukanlah suatu kategori keagamaan, tetapi menunjukkan kepada suatu etika dan gaya hidup yang diilhami oleh cara berpikir *Javanisme*.

Pada intinya, *Javanisme* adalah agama beserta seluruh pandangan hidup orang Jawa yang menekankan, keselarasan, keseimbangan dan

ketentraman rasa dalam menerima seluruh peristiwa yang terjadi sambil ia berusaha menempatkan diri sebagai individu dibawah masyarakat dan masyarakat yang berada dibawah semesta alam.

Adanya kebutuhan tertentu terhadap pendidikan dan pekerjaan memang membuat orang banyak melakukan mobilitas sosial. Mengingat kebutuhan yang tidak bisa mereka dapatkan di daerah tertentu, maka kota-kota besar menjadi sasarannya. Kota merupakan sebuah tempat yang menjadi pilihan orang banyak untuk memenuhi kebutuhan terhadap pendidikan dan pekerjaan. Disamping menjalankan aktifitas di lingkungan institusi formal, mereka melakukan interaksi sosial dengan sekelompok budaya lain yang beragam untuk dapat berkomunikasi.

Terkait dengan proses akomodasi komunikasi dalam perusahaan yang dalam prosesnya, komunikasi tidak selalu berjalan dengan baik. Saat kita berbicara dengan lawan bicara kita, mereka tidak selamanya akan meresponi kita dengan baik. Perasaan tidak suka, malas, atau penolakan seringkali terjadi dalam komunikasi antara dua orang atau lebih. Percakapan sesama etnis atau beda etnis juga memberikan situasi yang sama dalam komunikasi, baik dalam sebuah organisasi, dalam perusahaan, maupun lepas dari itu.

Karangturi Group merupakan sebuah tempat usaha bisnis di Purwokerto yang sudah mengalami akulturasi kebudayaan Cina dan Jawa. Pemilik perusahaan yang berkebudayaan Cina dapat berkomunikasi dan hidup berdampingan dengan para karyawannya yang berkebudayaan Jawa

dengan sangat harmonis. Mereka menjalin komunikasi yang baik tanpa memandang kebudayaan mereka. Saling menghargai dan menghormati antar karyawan ataupun pemilik kepada karyawannya. Perusahaan ini selalu mementingkan toleransi antara yang satu dengan yang lain, tanpa memandang suku, ras, agama atau kebudayaan. Hidup berdampingan seperti sebuah keluarga besar perusahaan yang bahu-membahu meningkatkan setiap kualitas kerja dan komunikasi antarkaryawan, dan karyawan kepada pemilik atau pemilik kepada karyawan.

Pemilihan objek penelitian ini sangat relevan, karena topik yang diangkat bermotif suku, agama dan ras yang masih sering menjadi masalah. Tidak jauh-jauh, sebagai contohnya dalam pemilihan Cagub dan Cawagub tahun 2013 ini yang akhirnya dimenangkan oleh salah satu pasangan paling populer karena wakilnya yang berkebangsaan Cina. Indonesia memang berkelimpahan faktor-faktor diatas. Misalnya saja dengan fenomena ke-Jawa-an. Seperti yang telah dijelaskan, penulis melakukan penelitian lebih dalam lagi mengenai komunikasi antarbudaya khususnya etnis Cina dengan Jawa. Mengetahui cara dan tahap-tahap mereka dapat berkomunikasi dan berinteraksi dengan baik di Perusahaan Karangturi Group Purwokerto.

Bagi perusahaan hal seperti ini tidak hanya menunjukkan pentingnya komunikasi lintas budaya saja melainkan untuk membuka, mengetahui dan mengenal bagaimana proses adaptasi budaya antara karyawan dengan karyawan, antara karyawan dengan pemilik atau antara pemilik dengan karyawan. Mereka dapat berkomunikasi baik satu sama lain antaretnis yang

berbeda dan itu terjadi di Perusahaan Karangturi Grup Purwokerto. Perusahaan selalu ini mencoba untuk bisa bekerja sama dengan baik antaretnis khususnya etnis Cina dan Jawa di wilayah purwokerto.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Bagaimana proses komunikasi akomodasi antarbudaya etnis Cina dan Etnis Jawa di Perusahaan Karangturi Group Purwokerto?

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

Mengetahui proses komunikasi akomodasi antarbudaya etnis Cina dan etnis Jawa di Perusahaan Karangturi Group Purwokerto

## **D. MANFAAT PENELITIAN**

### **1. Manfaat Akademik**

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pengetahuan ilmu komunikasi khususnya mengenai teori akomodasi yang berkaitan dengan komunikasi antarbudaya Cina dengan Jawa bagi Perusahaan Karangturi Group.

## 2. Manfaat Praktik

Manfaat praktik yang akan didapatkan berkaitan dengan strategi adaptasi yang dilakukan oleh etnis Cina dan Jawa dalam mempertahankan keharmonisan tanpa merusak budaya mereka masing-masing dalam perusahaan Karangturi Group.

## E. KERANGKA TEORI

### 1. Komunikasi Antarbudaya

Istilah antarbudaya pertama kali diperkenalkan oleh Edward T. Hall pada tahun 1959. Namun, Hall tidak menerangkan pengaruh perbedaan budaya terhadap proses komunikasi antarpribadi. Perbedaan antarbudaya dalam berkomunikasi baru dijelaskan David K. Berlo melalui bukunya *The Process of Communication (An Introduction to theory and practice)* pada tahun 1960 (Liliweri, 2001:1). Menurut Liliweri (2001: 2), komunikasi antarbudaya adalah komunikasi antarpribadi yang dilakukan oleh komunikator dan komunikan yang berbeda budaya, bahkan dalam satu bangsa sekalipun.

Budaya merupakan sebuah teka-teki atau pernyataan yang membingungkan (Ting-Toomey, 1999:9). Budaya mempunyai komponen yang bersifat kongkrit dan abstrak. Budaya juga merupakan fenomena yang bersisi banyak. Rogers & Steinfatt (Rahardjo, 2005: 48) mengatakan, bahwa budaya dapat diberi batasan sebagai keseluruhan cara hidup orang yang tersusun

berdasarkan pola-pola majerial yang mereka pelajari dan pertukarkan. Meskipun budaya merupakan sebuah konsep yang sangat umum, tetapi budaya memiliki efek yang sangat kuat terhadap perilaku individu , termasuk perilaku komunikasi. Budaya tidak hanya dimiliki oleh kelompok bangsa atau kelompok etnis saja, tetapi juga dimiliki oleh komunitas dan organisasi.

Menurut Saral (Rahardjo, 2005: 53) menjelaskan bahwa komunikasi antarbudaya dimaknai sebagai bentuk interaksi yang berlangsung ketika *speaker* dan *listener* berasal dari budaya yang berbeda. Komunikasi antarbudaya sering melibatkan perbedaan-perbedaan ras dan etnis, namun komunikasi antarbudayanya juga berlangsung ketika muncul perbedaan-perbedaan yang mencolok tanpa harus disertai perbedaan ras dan etnis. Perbedaan kultural bersama-sama dengan perbedaan lain dalam diri seseorang (seperti misalnya kepribadian individu, umur, dan penampilan fisik) memberikan kontribusi kepada sifat problematic yang melekat dalam proses komunikasi antarmanusia. Tentu saja dengan memberikan penekanan baik kepada perbedaan-perbedaan kultural yang sesungguhnya maupun perbedaan kultural yang dipersepsikan antara pihak-pihak yang berkomunikasi, maka komunikasi antarbudaya menjadi sebuah perluasan bagi studi komunikasi antarpribadi, komunikasi organisasi dan kawasan-kawasan komunikasi antarmanusia yang lain.

Komunikasi antarbudaya terjadi apabila produsen pesan adalah anggota suatu budaya dan penerima pesannya adalah anggota suatu badan lainnya. Seperti yang diketahui bahwa budaya sangat mempengaruhi orang

yang berkomunikasi dan budaya bertanggung Jawab atas seluruh perilaku komunikatif dan makna yang dimiliki setiap orang. Konsekuensinya adalah apabila dua orang yang berbeda budaya, maka akan berbeda pula makna yang dimilikinya. Dan itu jelas menimbulkan kesulitan tertentu. Usaha untuk menjalin komunikasi antarbudaya dalam praktiknya bukanlah persoalan yang sederhana.

Lewis & Slade (Rahardjo 2005: 54) menguraikan tiga kawasan yang paling problematic dalam lingkup pertukaran antarbudaya yaitu kendala bahasa, perbedaan nilai dan perbedaan pola perilaku kultural. Kendala bahasa merupakan sesuatu yang tampak, namun hambatan tersebut lebih mudah untuk dihadapi daripada dua hambatan lainnya, karena bahasa dapat dipelajari. Kendala kedua yaitu perbedaan nilai. Menurut Lewis & Slade (Rahardjo, 2005 : 56) perbedaan nilai merupakan hambatan yang serius terhadap munculnya kesalahpahaman budaya, sebab ketika dua orang yang berasal dari kultur yang berbeda melakukan interaksi, maka perbedaan tersebut akan menghalangi pencapaian kesepakatan yang rasional tentang isu-isu yang penting.

Sumber utama ketiga dari kesalahpahaman antarkultural adalah perbedaan pola perilaku kultural. Perbedaan pola perilaku ini lebih diakibatkan oleh ketidakmampuan masing-masing kelompok budaya untuk memberi apresiasi terhadap kebiasaan-kebiasaan yang dilakukan oleh setiap kelompok budaya tersebut (Rahardjo, 2005 : 58).

Budaya mengajarkan kepada setiap individu secara tidak sadar maupun sadar cenderung mengagungkan sejarah yang dimiliki dibaliknya untuk mencapai pengetahuan, ekonomi dan artistic. Konflik, merupakan sebuah aspek yang tidak dapat dihindarkan apabila tidak dikelola dengan tepat sehingga akan mengarah kepada perpecahan, perpisahan atau perceraian. Sebuah pepatah Cina kuno mengatakan “*semua manusia pada dasarnya sama, namun pendidikanlah yang membedakan mereka*”. Perbedaan ini terutama berkaitan dengan pengaruh budaya pada system pendidikan dunia.

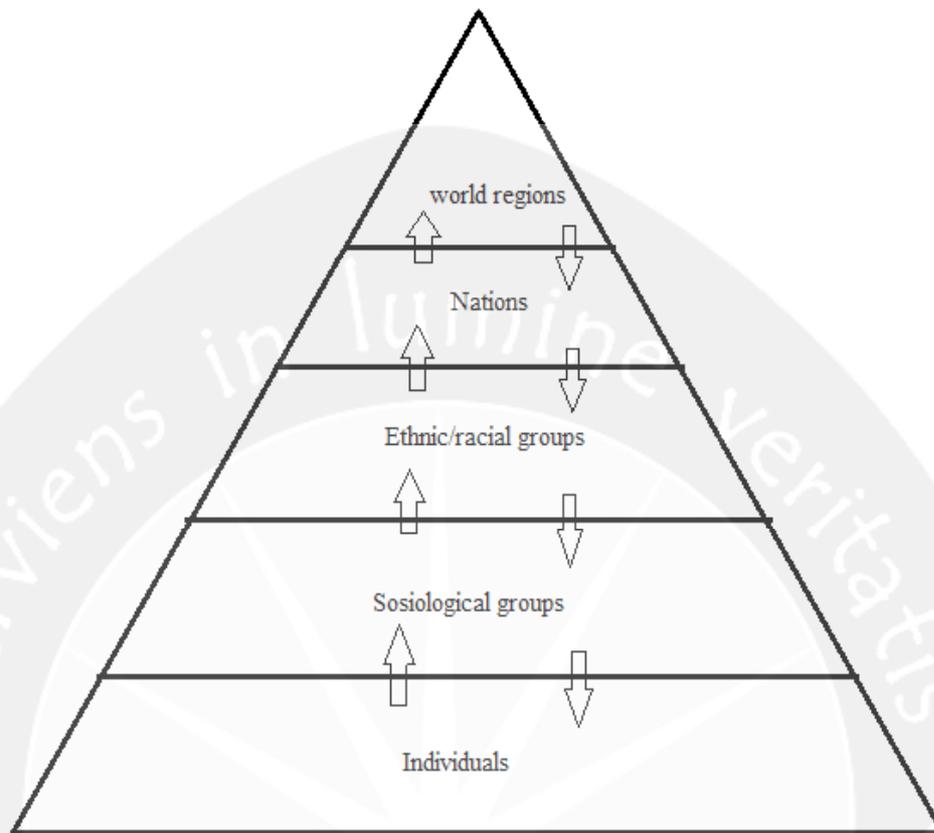
Perbedaan budaya mengubah pengaruh pada komunikator antarbudaya dari proses yang paling sampai dengan proses pengembangan hubungan. Interaksi awal seringkali menjadi sangat penting, jika hubungan dilanjutkan lebih dalam demi hubungan antarbudaya (Samovar, dkk 2010 : 243 ).

Menurut Samovar, dkk (2010 : 243) Studi telah menyarankan bahwa komunikasi antarbudaya mungkin memerlukan *input* pesan eksplisit dan strategi verbal adaptif untuk meningkatkan keterlibatan interaksi. Dengan kata lain, pembagian topik secara positif berkaitan dengan persepsi akomodasi antarbudaya dan keterlibatan interaksi.

Chen & Celaga, 1994 (Samovar, dkk 2010: 243 ) strategi komunikatif yang mengarahkan pada akomodasi yang dirasakan dan dilibatkan sedemikian rupa untuk memfasilitasi interaksi budaya. Apapun yang memulai suatu hubungan antarbudaya, mempresentasikan kepentingan ilmiah lama dan menghubungkan secara tidak langsung pada komunikasi. Studi-studi telah

menguji suatu hubungan romantis antara individu dengan kepentingan kontekstual untuk memasuki hubungan personal yang melintasi budaya.

Belajar memahami komunikasi antar budaya, Kim (Rejeki, 2007:38) mengemukakan tiga dimensi, yaitu (1) tataran keanggotaan komunikator dalam sebuah kelompok budaya, (2) konteks sosial terjadinya komunikasi, dan (3) saluran komunikasi. Tataran keanggotaan, konteks sosial dan saluran komunikasi tersebut sangat berpengaruh terhadap keseluruhan proses dan keseluruhan komunikasi antar budaya. Selain itu Kim juga mengatakan bahwa para pakar dan peneliti juga berfokus pada komunikasi antar budaya yang sering terjadi antara individu dari ras atau etnik yang berbeda (etnis Cina dan Jawa). Istilah komunikasi internasional atau komunikasi antar ras atau etnik digunakan untuk merujuk semua fenomena komunikasi antar budaya dengan para komunikatornya yang berbeda budaya. Tataran keanggotaan kelompok budaya dari komunikator adalah seperti tampak pada Gambar 1.



Gambar 1. Tingkatan Keanggotaan Komunikator dalam Kelompok Budaya  
 Sumber: Kim (Rejeki, 2007:39)

## 2. Adaptasi Antar Budaya

Berbicara tentang komunikasi adaptasi dalam konteks organisasi tentu menjadi sebuah hal yang penting untuk diulas lebih dalam mengenai hubungan internal yang terjalin dalam organisasi tersebut. Komunikasi adaptasi dalam organisasi ini bertujuan untuk membentuk saling pengertian (*mutual understanding*) sehingga terjadi kesetaraan pikiran, pengalaman, diantara anggota organisasi. Adapun bentuk hubungan yang terjadi dalam komunikasi

internal dapat dibagi menjadi tiga yaitu, atasan kepada bawahan, karyawan kepada karyawan, dan yang ketiga bawahan kepada atasan. Hubungan atasan kepada bawahan ini juga tidak bisa lepas dari pengaruh bahwa bawahan tidak bisa dilepas sendiri untuk mengambil inisiatif dan keputusan. Begitu pula dengan hubungan antar karyawan dan karyawan kepada atasannya. Bentuk hubungan yang terjadi merupakan suatu bentuk komunikasi yang terjadi untuk bisa beradaptasi dalam sebuah organisasi. Mereka adalah sebuah kesatuan dalam organisasi yang harus saling bekerja sama dalam satu tujuan yang sama guna memajukan suatu organisasi atau perusahaan.

Kondisi yang mendukung sukses tidaknya penyampaian sebuah pesan menurut Wilbur Schramm dalam bukunya, *The Process and Effect Mass Communications* (Ruslan, 1997: 37-38) yaitu sebagai berikut:

- a). Pesan dibuat sedemikian rupa dan selalu menarik perhatian
- b). Pesan dirumuskan melalui lambang-lambang yang mudah dipahami atau dimengerti oleh komunikannya.
- c). Pesan menimbulkan kebutuhan pribadi dari komunikannya.
- d). Pesan merupakan kebutuhan yang dapat dipenuhi sesuai dengan situasi dan keadaan kondisi dari komunikannya.

Apapun bentuknya, pesan-pesan akan selalu menggunakan simbol baik verbal maupun nonverbal yang diharapkan dapat memancing respon orang banyak. Dalam sebuah komunikasi adaptasi, perlu adanya memikirkan

beberapa hal seperti pesan. Pesan ini sangat membantu mendapatkan informasi lebih dalam mengenai data yang diteliti. Proses perancangan pesan disampaikan sesuai dengan narasumber yang dijadikan sasaran. Kegiatan ini meliputi penyusunan struktur pesan, formal, gaya pesan dan imbauan pesan. Penyusunan struktur pesan yaitu penyusunan sistematika pesan, kronologis kejadian, secara spasial (urutan tempat kejadian), secara topikal (berdasarkan tema-tema bahasan), secara deduktif (dari informasi umum ke spesifik), diatur secara bermotif yakni mengurutkan pesan berdasarkan tujuan untuk membangkitkan rasa perhatian, kebutuhan, dan memberikan jalan keluar untuk pemenuhan kebutuhan.

Strategi komunikator juga perlu dalam hal ini. Strategi ini menetapkan yang akan dijadikan sumber informasi dan penyampaian informasi yang sudah dirancang. Pemilihan pembicara yang mempunyai kredibilitas tinggi dalam banyak hal lebih menjamin keefektifan program komunikasi yang dijalankan. Hal ini berkaitan dengan prinsip *third party endorser* (penguatan pihak ketiga). Kredibilitas adalah seperangkat persepsi komunikan terhadap keahlian, kepakaran dan kemampuan, sifat-sifat yang dapat dipercaya dan daya tarik yang dimiliki oleh komunikator yang dan berkenaan dengan informasi atau pesan yang disampaikan kepada narasumber.

### 3. Teori Akomodasi

Teori Akomodasi berkaitan dengan pemahaman mengenai interaksi antar manusia dari kelompok yang berbeda, dengan menilai bahasa perilaku *non-verbal*, dan *paralanguage* yang digunakan setiap individu (Gudykunts dan Bella Mody, 2002:44). Dalam teori ini, Individu memberikan tanda atas sikap mereka (misalnya suka atau tidak suka) antara satu sama lain melalui strategi-strategi yang berbeda. Teori Akomodasi menggabungkan pengaruh *individualism* dan *kolektivism* pada proses akomodasi.

Dengan mengingat bahwa akomodasi dipengaruhi oleh beberapa keadaan personal, situasional, dan budaya, West & Turner (2010: 219) mengidentifikasi beberapa asumsi sebagai berikut :

- a. Persamaan dan perbedaan berbicara dan perilaku terdapat didalam semua percakapan.
- b. Cara dimana kita mempersepsikan tuturan dan perilaku orang lain akan menentukan bagaimana kita mengevaluasikan sebuah percakapan.
- c. Bahasa dan perilaku memberikan informasi mengenai status sosial dan keanggotaan kelompok.
- d. Akomodasi bervariasi dalam hal tingkat kesesuaian dan norma mengarahkan proses akomodasi.

Disini teori akomodasi mengingatkan pada pengalaman komunikasi yang pernah terjadi. Komunikasi itu terjadi secara bervariasi dan menentukan

orang akan mempengaruhi orang lain. Belajar dari pengalaman komunikasi dan latar belakang komunikasi yang terjadi secara bervariasi inilah yang akan menentukan kita akan mempengaruhi orang lain. Semakin mirip sikap dan keyakinan kita dengan orang lain, maka semakin tertarik kita kepada orang itu. Secara otomatis kita mengakomodasi orang tersebut.

Asumsi yang kedua terletak pada persepsi atau evaluasi. Akomodasi komunikasi adalah teori yang mementingkan bagaimana orang mempersepsikan dan mengevaluasi yang terjadi didalam sebuah percakapan. Persepsi itu sendiri adalah proses memperhatikan dan menginterpretasikan pesan, sedangkan evaluasi merupakan sebuah proses menilai percakapan. Pertama-tama orang akan mempersepsikan yang terjadi di dalam percakapan sebagai contoh, kemampuan orang berbicara dengan orang lain sebelum mereka memutuskan bagaimana mereka akan berperilaku dalam percakapan. Motivasi merupakan bagian dari kunci proses persepsi dan evaluasi dalam teori akomodasi komunikasi. Maksudnya disini adalah kita mungkin akan mempersepsikan tuturan dan perilaku seseorang, tetapi kita tidak selalu mengevaluasikannya.

Hal di atas sering terjadi dalam kehidupan sehari-hari, misalnya ketika kita menyapa orang lain di jalan, terlibat dalam percakapan basa-basi lalu kemudian kembali meneruskan perjalanan kita. Kita biasanya tidak menghabiskan waktu untuk bisa mengevaluasi pertemuan dalam percakapan singkat tersebut. Namun, tidak menutup kemungkinan bahwa kita mungkin saja menyapa orang tersebut, lalu berbicara dan kemudian terkejut karena

sesuatu hal yang mengagetkan, menurut Giles dan Koleganya (West & Turner, 2010: 221) saat itulah ketika kita memutuskan proses evaluatif dan komunikatif kita. Kita melakukan ini dengan terlibat dalam suatu gaya komunikasi yang mengakomodasi.

Asumsi yang ketiga dari teori akomodasi ini adalah dampak yang ditimbulkan bahasa kita terhadap orang lain. Secara khusus disini, bahasa memiliki kemampuan untuk mengomunikasikan status dan keanggotaan kelompok di antara para komunikator dalam sebuah percakapan baik singkat maupun panjang. Seperti yang akan terjadi ketika dua orang atau lebih berkomunikasi dengan menggunakan bahasa yang berbeda. Giles dan Wiemann (West & Turner, 2010: 221) menjelaskan situasi seperti ini, kaum minoritas dan mayoritas dapat hidup berdampingan. Pembelajaran bahasa keduanya bersifat satu arah. Maksudnya disini adalah sangat umum bagi kelompok yang dominan untuk bisa mempelajari kebiasaan-kebiasaan dari kelompok minoritas. Bahasa yang digunakan dalam percakapan akan cenderung merefleksikan individu dengan status sosial yang lebih tinggi. Selain itu, keanggotaan kelompok menjadi hal yang penting karena sebagaimana dapat ditarik dari kutipan diatas bahwa, terdapat keinginan untuk menjadi bagian dari kelompok yang “dominan” atau mayoritas.

Bagian keempat dari asumsi West & Turner berfokus pada norma dan isu mengenai kepantasan sosial. Norma sendiri telah terbukti mampu menjalankan perannya dalam teori Gilles (West & Turner, 2010: 222) norma adalah harapan mengenai perilaku yang dirasa seseorang harus atau tidak harus

terjadi di dalam percakapan. Hal ini diperjelas oleh Cynthia Gallois dan Victor Callan (West & Turner, 2010: 222) bahwa “norma-norma memberikan akomodasi dalam tingkatan yang bervariasi terhadap perilaku akomodatif yang dipandang sebagai hal yang diinginkan dalam sebuah interaksi”. Karena itu, norma yang umum adalah bahwa seseorang yang lebih muda harus hormat dan menurut kepada orang yang lebih tua.

Keempat asumsi tersebut membentuk dasar yang kuat untuk mempelajari bagaimana cara-cara beradaptasi yang digunakan orang-orang dalam sebuah komunikasi.

Teori akomodasi menyatakan bahwa dalam percakapan, seseorang berhak memilih cara mereka untuk berkomunikasi satu dengan yang lainnya. Mereka akan mungkin menciptakan komunitas percakapan yang menggunakan bahasa yang sama atau membedakan diri mereka dengan orang lain. Kedua pilihan ini disebut konvergensi dan divergensi.

### 3.1. Konvergensi

Konvergensi merupakan proses pertama yang dihubungkan dengan teori akomodasi. Konvergensi disini merupakan sebuah strategi individu dalam beradaptasi dalam berkomunikasi satu sama lain. Orang akan beradaptasi dengan kecepatan bicara, gaya bahasa, jeda bicara, senyuman, tatapan mata, perilaku verbal maupun perilaku nonverbal (West & Turner, 2010 : 222).

Ketika seseorang melakukan konvergensi, maka mereka bergantung pada persepsi mereka mengenai perkataan dan perilaku lawan bicaranya.

Selain itu, konvergensi biasanya dikaitkan dengan suatu ketertarikan saat berkomunikasi. Biasanya ketika komunikator saling tertarik, maka mereka akan melakukan konvergensi.

### 3.2. Divergensi

Proses kedua yang kerap kali dihubungkan dengan teori akomodasi adalah divergensi. Divergensi ini merupakan strategi yang digunakan komunikator untuk menonjolkan perbedaan-perbedaan yang ada, baik verbal atau nonverbal. Divergensi ini terjadi ketika seorang komunikator berusaha untuk menunjukkan perbedaan-perbedaan saat berkomunikasi. Perbedaan itu seperti gaya bahasa, jeda bicara, bahasa, tatapan mata, dan lainnya. Tidak hanya itu, divergensi seringkali terjadi ketika ditemukan perbedaan peran yang jelas dalam komunikasi, seperti contoh : dokter dan pasien, guru dan murid, orang tua dan anak, kakak dan adik, dosen dan mahasiswa (West & Turner, 2010 : 226).

Terdapat beberapa alasan orang melakukan divergensi, salah satunya juga adalah untuk mempertahankan identitas sosial mereka satu sama lain dalam rangka ingin selalu mempertahankan budaya mereka sendiri dihadapan komunikator lain ketika berkomunikasi (West & Turner, 2010 : 227).

#### 4. Dimensi Perbedaan Budaya

Sekilas mengenai perbedaan budaya Cina dan Jawa di Karangturi Group Purwokerto dapat kita lihat dari pola pikir, kebiasaan, bahasa, rumah tinggal. Etnis Jawa disini merupakan masyarakat yang hidup menetap di daerah pedesaan, menggunakan teknologi yang sederhana, mengolah sawah atau kebun dengan bantuan keluarga dan milik bersama, dan beberapa hasil kebun mereka merupakan tambahan bahan makanan hidup sehari-hari. Sedangkan etnis Cina disini tergolong masyarakat yang hidup di pusat-pusat kota, dengan mata pencaharian usaha bisnis yang dikelola tidak hanya oleh keluarga tetapi juga pekerja atau karyawan. Etnis Cina di sini juga terbiasa dengan kendaraan tertutup sebagai bentuk rasa aman jika ingin berpergian. Sedangkan etnis Jawa dengan berjalan kaki, atau berkendara roda dua.

Rumah tinggal etnis Cina sehari-hari kerap kali dihubungkan dengan *feng shui* dan beberapa elemen. Seperti di perusahaan ini, hampir setiap rumah etnis cina akan menambahkan unsur elemen air didalam rumahnya guna menghadirkan suasana yang tenang, nyaman, dan ada sedikit kesegaran ditengah penatnya perkotaan. Berbeda dengan etnis Jawa, rumah mereka yang berada di pedesaan itu cenderung memiliki tanah dan pot-pot tanaman didalam rumah. Bentuk perbedaan seperti diatas, baik itu perbedaan pola pikir, perbedaan budaya, latar belakang dan cara hidup etnis Cina atau Jawa di perusahaan ini karena faktor pemenuhan kebutuhan, keamanan maupun perbedaan di bidang ekonomi, sosial, budaya.

Bentuk perbedaan-perbedaan seperti diatas, baik itu perbedaan pola pikir, perbedaan budaya, latar belakang dan cara hidup etnis Cina atau Jawa di perusahaan ini karena faktor pemenuhan kebutuhan, keamanan maupun perbedaan di bidang ekonomi, sosial, budaya. Pambudy (Rejeki, 2007 : 55) mengemukakan bahwa modal manusia yang diperlukan dalam membangun agribisnis adalah wirausahawan. Wirausahawan agribisnis merupakan orang yang pertama menjadi pusat pertumbuhan pekerjaan dan ekonomi. Kedua, orang agribisnis akan memberikan mekanisme pembagian yang bergantung pada inovasi, kerja keras, dan pengambilan resiko. Kongkritnya adalah bahwa seorang usahawan agribisnis merupakan orang yang mampu untuk menyelesaikan proses dari menghasilkan ide-ide kreatif, inovasi, hingga menghasilkan produk barang dan jasa untuk dapat dipasarkan ke masyarakat dengan keuntungan yang sesuai. Penjelasan lebih lanjut mengenai perbedaan bentuk budaya etnis Cina dan etnis Jawa akan paparkan melalui tabel 2.1. berikut ini :

Tabel 2.1. Karakteristik etnis Cina dan etnis Jawa

<b>Karakteristik</b>	<b>Etnis Cina</b>	<b>Etnis Jawa</b>
1. Daerah rumah tinggal	perkotaan	pedesaan
2. Penggunaan teknologi	Menggunakan teknologi yang maju mulai dari laptop, internet, dan	Menggunakan teknologi yang masih sederhana seperti: cangkul,

	<p>peralatan-peralatan canggih guna memasarkan barang dan jasa yang menunjang perusahaan</p>	<p>gerobak, rumah ke rumah, untuk memasarkan barang atau jasa.</p>
<p>3. Perilaku dan Sikap terhadap inovasi dan teknologi</p>	<p>Mau dan berani mencoba segala inovasi dan teknologi baru</p>	<p>Kurang berani mencoba dan menerima segala bentuk inovasi dan teknologi baru.</p>
<p>4. Karakteristik rumah</p>	<p>- Memiliki halaman penuh rumput dan didalam rumahnya sangat mementingkan unsur elemen-elemen yang terdapat dalam <i>feng shui</i> seperti elemen air didalam rumah yang dipercaya bisa menenangkan hati dan pikiran serta suasana.</p>	<p>- Mereka cenderung mempunyai lahan luas lain di dekat rumah, guna berkebun atau bercocok tanam.</p>
<p>5. Karakteristik</p>	<p>- Masyarakat yang</p>	<p>- Masyarakat yang</p>

masyarakat secara umum	kreatif, rasional dalam memandang realitas.  - Merupakan masyarakat modern yang berpikir secara efisien.	tradisional dan sederhana.
------------------------	--	----------------------------

Sumber : Rejeki, 2007 : 57

#### 4.1. Kolektivistik dan Individualistik

Dalam Gudykunts dan Kim (Rejeki, 2007 : 61) dikemukakan, dimensi utama variabilitas budaya adalah individualisme-kolektivisme. Dimensi ini digunakan untuk menjelaskan persamaan dan perbedaan budaya. Menurut Gudykunts dan Kim (Rejeki, 2007 : 62) pada masyarakat kolektivistik, individu-individu dilahirkan dengan integrasinya dalam *in-Group*, disertai dengan kohesi sosial yang kuat, antara lain dengan ditunjukkan dengan saling memberikan perlindungan dalam kelompok, serta adanya pertukaran kesetiaan yang bersifat *taken for granted*.

Tingkat yang menentukan suatu budaya itu individualistik atau kolektivistik mempunyai dampak pada perilaku tersebut dengan berbagai cara. Jika melihat orang-orang dari budaya individualistik, mereka akan relatif kurang bersahabat dan membentuk jarak yang jauh dengan orang lain. Berbeda

dengan budaya kolektivistik yang saling tergantung, dan akibatnya mereka bekerja, bermain, tidur, dan tinggal berdekatan dalam keluarga mereka.

Ciri lain yang kita lihat dari kedua budaya ini menurut Hofstede (Kurnianto, 2010 : 7) adalah orang-orang dalam budaya kolektivistik dapat menekan penunjukan emosi baik yang positif maupun yang negatif yang bertentangan dengan keadaan dalam kelompok karena menjaga keutuhan kelompok merupakan nilai utama. Orang-orang dalam budaya individualistik didorong untuk mengungkapkan emosi karena kebebasan pribadi dihargai paling tinggi. Perbedaan Individualistik dan Kolektivistik akan dijelaskan melalui tabel berikut ini :

Tabel 2.2. Budaya Individualistik dan Budaya Kolektivistik

Budaya Individualistik	Budaya Kolektivistik
1. Penekanan identitas “I”	1. Penekanan identitas “WE”
2. Penekanan tujuan-tujuan individu	2. Penekanan tujuan kelompok
3. Penekanan diri	3. Penekanan <i>in-Group</i> dan kehidupan kolektif sebagai unit untuk mempertahankan hidup
4. Hubungan timbal balik yang bersifat sukarela	4. Hubungan timbal balik yang bersifat wajib
5. Manajemen individu : Peningkatan diri, kepercayaan diri, pembedaan diri sesuai dengan keunikan masing-masing individu, otonomi personal, kompetisi, kompetensi, kesetaraan, keterbukaan, kemandirian, efisiensi diri, tanggung jawab individu	5. Manajemen kelompok : bergantung kepada orang lain dalam kelompoknya, interdependensi relasional, mementingkan identitas kelompok, keselarasan <i>in-Group</i> , semangat kerja sama yang kuat.
6. Kepemilikan secara individu	6. Penekanan yang tinggi pada nilai tanah dengan kegiatan pertanian
7. Rasionalitas atau kesadaran diri	

8. Kebebasan pribadi	7. Penghormatan kepada leluhur
9. Realisasi Individu : inisiatif dan capaian prestasi dengan mengembangkan seperangkat talenta dan potensi yang berbeda antar individu	8. Rentan terhadap pengaruh sosial
10. Menggunakan standar nilai yang sama untuk <i>in-Group</i> dan <i>out-Group</i>	9. Penekanan pada penyelamatan keluarga
	10. Kohesi sosial yang kuat
	11. Menggunakan standar nilai yang berbeda untuk <i>in-Group</i> dan <i>out-Group</i>

Sumber : Rejeki, 2007 : 64

#### 4.2. Orientasi Nilai

Gudykunts dan Kim (Rejeki, 2007 : 58) Kluckhohn-Strodbeck memunculkan dimensi orientasi nilai dimana dimensi ini terdiri dari orientasi sifat manusia, orientasi sifat orang, orientasi waktu, aktivitas dan orientasi relasional.

Dimenis pertama, adalah orientasi sifat manusia dimana orientasi ini terkait dengan sifat bawaan manusia. Di dalam dimensi ini, manusia dipandang baik atau jahat itu merupakan bawaan sejak lahir. Dalam kerangka ini kemudian dimunculkan enam penilaian atas sifat manusia, yaitu :

1. Manusia jahat namun tidak selamanya jahat
2. Manusia adalah jahat dan selamanya jahat
3. Manusia netral namun tetap terkait dengan kebaikan dan kejahatan
4. Manusia merupakan campuran antara unsur kebaikan dan kejahatan
5. Manusia adalah insan yang baik, namun tak selamanya demikian
6. Manusia adalah insan yang baik dan selamanya akan demikian.

Dimensi kedua, orientasi relasi manusia dan alam. Ada tiga jenis relasi, yaitu takluk, menyelaraskan dan mengendalikan. Dalam perusahaan ini etnis Cina harus bisa menaklukkan perusahaan, menyelaraskan perusahaan mengendalikan perusahaan.

Dimensi ketiga adalah dimensi waktu dimana kehidupan manusia dapat berfokus pada masa lalu, masa kini atau masa depan. Orientasi yang kuat terhadap masa lalu cenderung menonjol pada kelompok budaya yang menempatkan tradisi dan pemujaan terhadap leluhur dalam posisi yang utama. Sedangkan masa kini lebih menonjolkan perhatian dengan mengesampingkan peristiwa-peristiwa yang telah berlalu, serta sesuatu yang bisa terjadi di masa depan. Sementara itu, orang-orang yang berorientasi pada masa depan akan memandang masa lalu tidaklah penting.

Dimensi keempat adalah orientasi aktivitas. Orientasi ini dipandang sebagai orientasi yang berfokus pada jenis aktivitas yang nyata. Dalam kerangka ini terdapat pula orientasi pada capaian hasil. Gudykunts dan Kim (Rejeki, 2007 : 59) mengambil contoh aktivitas yang dilakukan oleh kaum biarawan Zen Buddis. Mereka menghabiskan hidupnya untuk kontemplasi dan meditasi guna pengembangan diri secara penuh.

Dimensi kelima adalah dimensi orientasi relasional yang terkait dengan dimensi individualisme-kolektivisme. Keterkaitan itu adalah karena cara-cara orang berinteraksi memiliki fokus yang berbeda, yaitu kearah individualisme atau kolektivisme. Cara individualisme berciri adanya otonomi individu. Dalam orientasi ini tujuan dan sasaran individu menjadi prioritas

utama di atas tujuan dan sasaran kelompok. Berbeda dengan cara yang memiliki orientasi individualisme, linealitas berfokus pada kelompok.

Menurut Kluckhohn-Strodtbeck (Rejeki, 2007 : 59) orientasi linealitas berupa kontinuitas kelompok melalui waktu. Individu adalah penting ketika terkait dalam keanggotaannya pada suatu kelompok.

Dengan mengacu pada paparan tersebut orientasi nilai Kluckhohn-Strodtbeck dapat dikemukakan dalam tabel 2.2. seperti dibawah ini :

Tabel 2.3. Orientasi Nilai Kluckhohn-Strodtbeck

<b>Dimensi</b>	<b>Orientasi Nilai</b>		
Sifat manusia	Jahat	Campuran jahat-baik	Baik
Sifat orang	Menguasai	Menyelaraskan	Mengendalikan
Waktu	Masa lalu	Masa kini	Masa depan
Aktivitas	<i>Doing</i>	<i>Being</i>	<i>Being-in-becoming</i>
Relasional	Individualisme	Linealitas	Kolateralitas

Sumber : Rejeki, 2007 : 60

### 4.3. Budaya Cina dan Jawa

Jika mengengok kebelakang sedikit, etnis Cina adalah salah satu bagian yang tak terpisahkan dari masyarakat Indonesia. Etnis ini berkedudukan sama dengan etnis yang lainnya di Indonesia. Jika dipandang dari sudut keragaman budaya di Nusantara, etnis ini menemukan tempatnya di daerah-daerah seluruh Indonesia.

Dalam proses perjalanan pembentukan kebudayaan masyarakat Cina di Indonesia, tentu mereka telah banyak mengalami proses akulturasi dan asimilasi dengan kebudayaan setempat khususnya Jawa. Kedua bentuk kebudayaan saling mempengaruhi, saling membuka diri dan saling menerima merupakan sebuah proses pembentukan identitas budaya kedepan yang lebih bebas dan terbuka. Semua larangan yang pernah terjadi telah dihapuskan dan digantikan dengan memberi peluang untuk mencari identitas sendiri di Indonesia. Dalam cara pandang komunikasi antarbudaya, konflik yang terjadi berulang kali di Indonesia menjadi satu pertanda bahwa situasi *mindfulness* masih saja mewarnai komunikasi antaretnis yang berlangsung selama ini. pengakuan terhadap identitas kultural sebagai sebuah hak yang perlu dimiliki oleh setiap kelompok etnis juga dirasakan oleh warga etnis Cina di Indonesia.

Budaya memberikan memberikan identitas kepada sekelompok orang, diantaranya dapat diidentifikasi dari komunikasi dan bahasa. Sistem komunikasi, verbal dan nonverbal membedakan suatu kelompok dari kelompok lainnya. Karakteristik budaya yang berbeda yang dibawa saat keduanya

berinteraksi juga dapat menimbulkan konflik (Mulyana, 2007 : 58). Saat ini masalah identitas tidak banyak dipersoalkan dalam kelompok masyarakat yang homogen. Persoalan muncul ketika, seorang individu masuk ke lingkungan yang majemuk, yang dalam lingkungannya tersebut terdapat sejumlah etnis dan kelompok dengan identitas masing-masing.

Tidak seluruh peristiwa lahir karena kontruksi sosial, ada banyak faktor lain yang mempengaruhinya. Salah satunya adalah faktor esensial. Faktor ini adalah faktor sebut saja identitas yang datang dari dalam diri kita sendiri dalam kedudukannya sebagai bagian entitas sosial yang merupakan bawaan sejak lahir yang menyatu dalam diri kita. Identitas merupakan sebuah produk sejarah yang dibawa oleh manusia sejak pertama manusia dilahirkan dan dapat membuka mata, hingga mati.

## **F. KERANGKA KONSEP**

### **1. Proses Komunikasi Akomodasi**

Penelitian ini menjelaskan suatu proses komunikasi antarbudaya dengan adanya bentuk akomodasi komunikasi. Akomodasi didefinisikan sebagai kemampuan untuk menyesuaikan, memodifikasi, atau mengatur perilaku seseorang dalam responnya terhadap orang lain (West & Turner, 2010 : 217). *Communication Accomodation Theory* (CAT) memberikan perhatian pada interaksi memahami antara orang-orang dari kelompok yang berbeda

dengan menilai bahasa, perilaku nonverbal dan penggunaan paralinguistik individu (Gudykunst dan Moody, 2002 : 44).

Proses komunikasi akomodasi ini adalah untuk menjelaskan tahap-tahap orang mencoba beradaptasi dalam berinteraksi dan dapat mempengaruhi satu sama lain selama berkomunikasi. Teori akomodasi komunikasi berfokus pada mekanisme proses psikologi sosial mempengaruhi perilaku yang diamati dalam interaksi. Menurut Rohim (Wijaya & Gusniaty, 2007 : 35) Akomodasi, menunjuk pada tahap-tahap individu dalam interaksinya yang memantau dan mungkin menyesuaikan perilaku mereka selama interaksi.

### 1.1. Konvergensi

Proses awal yang kerap kali dihubungkan dengan Teori Akomodasi Komunikasi adalah *konvergensi*. Pengertian ini dijelaskan oleh Gilles, dkk (West & Turner, 2010: 222) sebagai strategi di mana individu beradaptasi terhadap perilaku komunikatif satu sama lain. Setiap orang akan beradaptasi dengan gaya bahasa, jeda bicara, kecepatan bicara, bagaimana tatapa mata seseorang terhadap yang lain baik perilaku verbal ataupun nonverbal. Konvergen disini merupakan sebuah proses yang selektif, tidak semua orang akan menggunakannya. Keputusan menggunakan konvergensi dapat diketahui ketika seseorang bergantung kepada persepsi mereka mengenai tuturan dan perilaku orang lain.

Menurut Giles (West & Turner, 2010: 223) Persepsi lain mengenai komunikasi konvergensi disini juga didasarkan pada ketertarikan. Biasanya, ketika para komunikator saling tertarik, maka mereka akan melakukan konvergensi komunikasi dalam percakapannya. Ketertarikan disini merupakan sebuah istilah yang luas yang mencakup beberapa karakteristik seperti kesukaan, karisma, dan kredibilitas. Giles percaya bahwa ada faktor sebuah ketertarikan diantara mereka untuk bisa saling berkomunikasi.

#### 1.2. Divergensi

Pada pandangan pertama konvergensi merupakan sebuah strategi akomodasi yang positif. Akan tetapi konvergensi dapat didasarkan pada sebuah persepsi orang yang bersifat stereotip. Giles dkk mengatakan bahwa konvergensi seringkali dimediasi secara kognitif oleh stereotip kita mengenai orang lain akan berbicara secara sosial. Artinya adalah bahwa orang akan melakukan konvergensi terhadap stereotip, dibandingkan terhadap bicara dan perilaku yang sebenarnya (West & Turner, 2010: 224).

Akomodasi merupakan sebuah opsional di mana dua komunikator memutuskan apakah mereka akan mengakomodasi satu sama lain atau tidak keduanya. Giles (West & Turner, 2010 : 225) percaya bahwa pembicara kadang-kadang akan menonjolkan perbedaan verbal dan nonverbal diantara diri mereka sendiri dengan orang lain. Ia menyebutkan hal ini sebagai *divergensi*. Divergensi sangatlah berbeda dengan konvergensi, ciri-ciri menunjukkan bahwa

kedua pembicara mirip dalam hal kecepatan bicara, gaya bahasa, postur tubuh. Divergensi di sini adalah ketika tidak terdapat usaha untuk menunjukkan persamaan antara pembicara, atau dengan kata lain dua orang berbicara dengan satu sama lain tanpa adanya kekhawatiran mengenai mengakomodasi orang lain.

Perlu diingat bahwa divergensi tidaklah boleh disalahartikan sebagai suatu cara yang tidak memberikan respon kepada komunikator lain. Divergensi tidak sama dengan ketidakpedulian. Ketika seseorang memutuskan untuk melakukan divergensi, maka mereka memutuskan untuk mendisosialisasikan diri mereka dari komunikator dan percakapan tersebut. Asalnya pun dapat bervariasi tidak selalu sama.

Belajar dari beberapa kelompok budaya secara langsung yang telah distereotipkan dan bahwa orang berkomunikasi dengan apa yang ada dibenak mereka. Bukan sesuatu yang salah apabila mereka memilih menggunakan divergensi dalam komunikasi atau konvergensi. Alasan lain orang terkadang suka melakukan divergensi yaitu berkaitan dengan sebuah kekuasaan dan perbedaan peranan dalam percakapan. Divergensi sering kali terjadi ketika ada perbedaan kekuasaan antara komunikator, seperti contohnya adalah orang tua dengan anak, guru dengan murid, pewawancara dengan terwawancara. Lalu yang terakhir adalah divergensi cenderung terjadi karena lawan bicara dalam percakapan dipandang sebagai anggota dari sebuah kelompok yang tidak diinginkan atau dianggap memiliki sikap dan sifat yang tidak disukai. Giles dkk (West & Turner, 2010 : 227) mengatakan bahwa divergensi digunakan untuk

mengontraskan citra diri dalam seseorang dalam sebuah percakapan. Giles dkk juga menyimpulkan bahwa komunikasi divergensi mungkin memiliki tujuan untuk membawa perilaku seseorang kepada level yang dapat diterima

## **2. Komunikasi Adaptasi**

Sebagai salah satu topik penting dalam kajian komunikasi antar budaya, adaptasi merupakan sebuah problema yang perlu dipecahkan ketika seseorang atau kelompok orang berkomunikasi dengan pihak lain yang berbeda budaya. Adaptasi pada umumnya dikaitkan dengan sebuah perubahan dari suatu masyarakat atau bagian dari masyarakat itu sendiri. Perubahan ini sendiri dapat terjadi karena adanya kesenjangan budaya akibat perpindahan seseorang dari satu budaya ke budaya yang lain. Atau bisa saja terjadi karena adanya perubahan dalam lingkungannya.

Komunikasi merupakan suatu proses yang rumit. Dalam rangka menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan komponen komunikasi dan faktor pendukung dan penghambatnya. Akomodasi komunikasi dalam strategi komunikasi antarbudaya berhubungan dengan memahami sebuah interaksi dari suatu kelompok etnis yang berbeda dalam penilaian akan tanda atas sikap mereka baik suka atau tidak suka terhadap sesuatu. Disini setiap individu harus mencoba beradaptasi dengan sikap dan perilaku lawan bicaranya yang berbeda etnis untuk dapat mencapai tujuan bersama.

Pada umumnya adaptasi dalam studi komunikasi selalu dihubungkan dengan sebuah orientasi pembelajaran interkultural. Rejeki, Ninik Sri (2007:167-177) mengatakan bahwa Orientasi adaptif terdiri dari mencari dan memberi perhatian pada lingkungan. Seseorang yang memilih strategi adaptif cenderung memiliki kesadaran yang tinggi terhadap harapan dan tuntutan dari lingkungannya sehingga siap untuk merubah perilakunya. Orientasi ini menyebabkan seseorang lebih fleksibel dan diplomatis.

Gudykunts 2002 : 183 Dalam Gudykunts, William B & Bella Mody pada bukunya *Handbook of International InterKultural Communication 2<sup>nd</sup> Edition* memaparkan bahwa teori adaptasi budaya termasuk dalam kelompok teori akomodasi dan adaptasi. Ellingsworth (1988 : 271), mengemukakan perilaku adaptasi dalam interkultural diadik terkait antara lain dalam unsur adaptasi dalam gaya komunikasi. Menurut Gudykunts, William B dan Kim (1997 : 337), adaptasi dapat terjadi dalam dimensi kognitif. Dalam dimensi kognitif, terjadi penyesuaian bahasa verbal dan nonverbal. Penting adanya bahwa strategi komunikator yang utama adalah berdasarkan pada motivasi divergensi dan konvergensi (Gudykunts, 2002:187). Sikap setuju dinyatakan dengan konvergensi, sementara itu divergensi dilakukan sebagai pernyataan menolak.

Sebagai sebuah perusahaan yang membutuhkan cara untuk dapat beradaptasi dari mulai sistem perusahaan dengan karyawannya, karyawan dengan pemilik atau pemilik dengan karyawannya dan bahkan sebaliknya.

Perusahaan selalu dituntut memiliki strategi komunikasi untuk meningkatkan citra positif, keuntungan, dan lain lain.

Sifat terpenting komunikasi dalam perusahaan adalah penciptaan pesan, penafsiran dan penanganan kegiatan anggota. Komunikasi berlangsung dalam suatu perusahaan dan maknanya bergantung pada konsepsi seseorang mengenai perusahaan. Fungsi-fungsi komunikasi lebih khusus meliputi pesan-pesan mengenai pekerjaan, pemeliharaan, motivasi, integratif, dan inovasi. Komunikasi mendukung struktur perusahaan dan adaptasi dengan lingkungan. Komunikasi bukan sekedar alat yang menggambarkan pikiran, namun pikiran dan ia adalah pengetahuan suatu dunia tertentu diciptakan dalam komunikasi dan setiap penafsiran komunikasi tersebut harus mempertimbangkan konteks yang memungkinkan terjadinya praktik-praktik komunikasi antarbudaya.

Tidak dapat dipungkiri adanya suatu interaktif kebutuhan dalam suatu perusahaan antara kebutuhan perusahaan itu sendiri dengan kebutuhan karyawannya. Setiap karyawan memiliki kebutuhan pribadi yang secara tidak langsung masuk dalam kehidupan kerjanya. Hal tersebut tentu saja sangat mempengaruhi motivasi karyawan dalam melaksanakan pekerjaannya, dari sinilah dapat dipahami perilaku-perilaku manusia dalam suatu organisasi. Pada dasarnya komunikasi itu adalah penyampaian dan penerimaan suatu pesan. Pesan tersebut dapat berbentuk verbal maupun nonverbal. Unsur komunikasi secara umum adalah kebutuhan, faktor pendorong serta adanya tujuan akhir, sedangkan perilaku yang dilakukan oleh individu merupakan konsekuensi dari pencapaian tujuan untuk memenuhi kebutuhannya.

Dalam komunikasi antarbudaya tentu juga memiliki strategi-strategi khusus dalam berkomunikasi. Melihat latar belakang budaya yang seperti itu khususnya, bagi etnis Cina dan Etnis Jawa , tentu saja baik adanya jika mereka yang sampai saat ini dapat hidup berdampingan dimana saja. Pada kesempatan kali ini yang menarik perhatian bagi si peneliti adalah bagaimana cara kedua budaya tersebut dapat beradaptasi dalam sebuah perusahaan, yaitu Karangturi Group

### **3. Perbedaan Budaya**

Etnis dalam kamus bahasa Inggris-Indonesia diartikan sebagai kesukuan atau sebuah grup satu bangsa. Etnis berasal dari bahasa Yunani, *ethnos* turunan kata *ethnikos*, yang berarti penyembah berhala atau agama penyembah berhala.

Belajar dari dalam perkembangan kebudayaan Jawa jaman dahulu, bahwa yang terjadi disini adalah digunakannya sebuah aksara tidak serta-merta membuat sejarah lisan menghilang. Ungkapan umum seperti contohnya “*alon-alon asal kelakon*” yang tertanam dalam keseharian masyarakat Jawa pedesaan menunjukkan betapa sistem tradisi lisan berkembang sejalan dengan perkembangan struktur masyarakatnya. Dengan sifat metaforis, Endraswara (2005 : 1) menjelaskan bahwa salah satu ciri utama dari tradisi lisan memang banyak kode-kode khas yang penuh makna.

Ungkapan diatas jika diartikan dalam bahasa Indonesia menjadi “perlahan-lahan asal berhasil” menjelaskan bahwa agar manusia selalu berhati-hati dalam tindakan dan apa yang mereka perbuat, sebelum melakukan atau mengatakan sesuatu, sebaiknya pikirkan masak-masak sehingga tidak ada penyesalan dikemudian hari.

Kehidupan masyarakat Jawa yang seperti ini sesungguhnya dicerminkan sejajar dengan sistem pengetahuan masyarakat Jawa yang disandarkan pada falsafah hidupnya, termasuk pemahaman atas ungkapan tersebut. Disinilah para peneliti orang jawa yang disebut sebagai Javanolog memandang sistem persandian atau sistem simbol ini sebagai dongeng atau mitos. Mengenai hal ini Margana (Kristiono, 2008 : 18) menjelaskan lebih dalam bahwa simbolisasi dilakukan bukan sebagai upaya pembelokan atau manipulasi sejarah tetapi karena keterbatasan atau hambatan politis-psikologis yang dihadapi oleh penulisnya. Dengan kata lain simbolisasi itu adalah bagian dari gaya penulisan, yang dapat ditafsirkan makna historisnya baik secara psikologis maupun situasional.

Dari berbagai sudut pandang, nyatalah bahwa bagaimana lambang, setiap kata, setiap mimik, gesture dan lain sebagainya memiliki makna yang selalu berusaha dihayati dalam keseharian setiap masyarakat untuk bisa beradaptasi. Pada waktunya, maka terbentuklah apa yang disebut kebudayaan itu. Setiap masyarakat bebas menggunakan cara adaptasi mereka untuk mempertahankan kebudayaan mereka sendiri dengan atau tanpa menghilangkan sejarah.

Ras dan etnis dalam beberapa kitaran telah menjadi problem yang mendorong terciptana kekerasan ditingkat massa. Problem ini cenderung menunjukkan suku asli dan mereka yang pendatang. Hal ini dilegitimasi oleh perbedaan fisik serta konstruk sosial yang ada di masyarakat, termasuk adanya anggapan bahwa ada satu kelompok atau ras yang lebih superior dibandingkan dengan ras atau kelompok yang lain. Kerap kali kelompok superior ini menganggap dirinya memiliki hak lebih untuk menentukan garis hidup kelompok yang dianggap inferior. Tindakan yang seperti ini kita kenal dengan sebutan rasisme.

Rasisme sendiri sebenarnya tidak banyak ditentang, Abdilah (2002: 62) misalnya menganggap rasisme itu .” Tidak mempunyai nilai ilmiah dan dari segi manapun rasisme tidak benar. Pelariannya kepada ilmu pengetahuan adalah sebagai sebuah percobaan untuk mendapatkan pengesahan..” namun sebagai pengetahuan, harus dipahami bahwa konsep ras sebagai bagian dari kajian genetik memang menurunkan pembedaan yang harus diterima. Untuk tidak mencampurkan konsep ras dan etnik, Sandorsen menjelaskan pengertian ras menurut kajian sosiologi dan antropologi fisik sebagai,

“ Suatu kelompok atau kategori orang-orang yang mengidentifikasikan diri mereka sendiri, dan diidentifikasi oleh orang-orang lain, sebagai perbedaan sosial yang dilandasi oleh ciri-ciri fisik atau biologis...(sementara) kelompok etnis digunakan untuk mengacu suatu kelompok atau kategori sosial yang perbedaannya terletak pada kriteria kebudayaan, bukan biologis” (Sanderson, 2000:355).

Dengan demikian, satu ras dapat terdiri dari beberapa kelompok etnis, dan berbicara etnis sudah tentu menjadi lebih luas daripada sekedar bicara ras. Ras, agama, bahasa, kebudayaan adalah sesuatu yang secara bersama-sama membangun konsep tentang etnis. Naroll (Abdilah, 2002 : 77) mengasumsikan bahwa kelompok etnis sebagai suatu populasi yang secara biologis mampu berkembang, mempunyai nilai-nilai budaya yang sama dan sadar akan rasa kebersamaannya dalam suatu bentuk budaya, membentuk jaringan komunikasi dan interaksi sendiri, menentukan ciri kelompoknya yang diterima kelompok lain dan dapat dibedakan dari kelompok populasi yang lain.

Perbedaan budaya di dalam perusahaan Karangturi Group diantara etnis Cina dan etnis Jawa dapat kita lihat dari latar belakang mata pencahariannya dan tempat tinggal. Etnis Jawa disini merupakan masyarakat yang hidup menetap di daerah pedesaan, menggunakan teknologi yang sederhana, mengolah sawah atau kebun dengan bantuan keluarga dan milik bersama, dan beberapa hasil kebun mereka merupakan tambahan bahan makanan guna keperluan hidup sehari-hari.

Sedangkan etnis Cina disini tergolong masyarakat yang hidup di pusat-pusat kota, dengan mata pencaharian sebagian besar memiliki pertokoan dan usaha bisnis yang dikelola tidak hanya oleh keluarga tetapi juga pekerja atau karyawan. Etnis Cina di sini juga terbiasa dengan kendaraan tertutup sebagai bentuk rasa aman jika ingin berpergian. Sedangkan etnis Jawa dengan berjalan kaki, atau berkendara roda dua.

Interaksi antarumat yang berbeda budaya merupakan sebuah fenomena dalam kehidupan sehari-hari khususnya antar etnis Cina dan Jawa. Perbedaan masyarakat yang berinteraksi dengan budaya berbeda dapat berupa logat, cara bertingkah laku, perilaku nonverbal, atau simbol-simbol yang digunakan. Salah satu cara yang membedakan mereka berkomunikasi adalah latar belakang budaya mereka yang berbeda (Anugrah, dkk 2008 :31).

## **G. METODOLOGI PENELITIAN**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif yang bersifat kualitatif. Penelitian deskriptif ini merupakan penelitian yang hanya memaparkan peristiwa atau situasi tertentu, tidak mencari atau menjelaskan sebuah hubungan serta tidak menguji hipotesa dan membuat prediksi (Rakhmat 1993 : 24). Riset kualitatif digunakan untuk menjelaskan fenomena yang terjadi sedalam-dalamnya. Penelitian deskriptif ini dilakukan bertujuan untuk :

- a. Mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada
- b. Mengidentifikasi praktek-praktek yang berlaku
- c. Membuat evaluasi

d. Menyimpulkan yang dilakukan, serta menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana keputusan ada (Rakhmat, 1993 : 25). Metode deskriptif dapat diuraikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau menuliskan keadaan subyek atau obyek penelitian suatu organisasi, masyarakat dan lain-lain berdasarkan fakta-fakta yang tampak.

Dalam penelitian yang bersifat deskriptif, data yang dikumpulkan adalah berupa catatan kata-kata, gambar, tulisan ataupun perilaku yang semuanya dapat dilihat dan dirasakan secara langsung ketika dilakukan penelitian. Namun demikian, secara kualitatif penelitian ini tidak mengukur atau membandingkan antara variabel yang satu dengan yang lainnya.

Penulis memilih jenis penelitian ini karena pendekatan kualitatif ini membahas secara mendalam untuk mengetahui fenomena-fenomena yang terjadi seperti, opini, keinginan, perasaan, dan perilaku tentang strategi adaptasi yang ingin diteliti. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan, menganalisis secara sistematis, faktual dan akurat tentang strategi komunikasi akomodasi dalam adaptasi antarbudaya di Karangturi Grup Purwokerto.

## **2. Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian studi kasus. Studi kasus merupakan sebuah metode riset yang menggunakan

berbagai sumber data yang bisa digunakan untuk meneliti, menguraikan, dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok, suatu program, organisasi atau peristiwa secara sistematis ( Kriyantono, 2006 : 65).

Metode penelitian studi kasus melihat lebih rinci pada sebuah strategi komunikasi untuk beradaptasi pada komunikasi antarbudaya etnis Cina dan etnis Jawa di Perusahaan Karangturi Group Purwokerto. Terdapat beberapa metode penelitian dalam penelitian kualitatif, sedangkan dalam penelitian ini mengarah kepada metode penelitian studi kasus.

Penelitian dengan metode studi kasus ini, dapat memperoleh gambaran yang jelas dan mendalam mengenai strategi komunikasi adaptasi antarbudaya Cina dan Jawa di Karangloss *Autocare and Café*, Karangturi Mandiri dan Karangturi Motor Purwokerto. Studi kasus dalam hal ini tidak hanya terfokus mengenai strategi komunikasi adaptasi antarbudaya Cina dan Jawa saja, Namun secara spesifik peneliti akan mengidentifikasi, menguraikan latarbelakang terbentuknya komunikasi antarbudaya yang terjadi di Perusahaan Karangturi Group Purwokerto.

### **3. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian dilakukan di Karangturi Group yang perusahaannya terdiri dari Kargloss *Autocare and Café*, Karangturi Mandiri Purwokerto, Karangturi Motor Purwokerto, Karangturi Mandiri cabang Gombong, dan

Karangturi Mandiri cabang Sokaraja. Lokasi penelitian yang dilakukan adalah di Karangturi Group yang berada di Purwokerto, yaitu Kargloss *Autocare and Café*, Karangturi Mandiri Purwokerto, dan Karangturi Motor.

#### 4. Subyek Penelitian

Dalam sebuah penelitian, subjek penelitian memiliki peran yang sangat baik untuk mendapatkan data tentang sesuatu yang akan diamati dan diteliti. Pada penelitian kualitatif, subjek penelitian biasa disebut dengan istilah informan, yaitu orang yang memberi informasi bagi peneliti (Idrus, 2009 : 28).

Penelitian di Karangturi Grup ini dipilih sesuai dengan proses komunikasi dalam akomodasi yang terjadi di sebuah perusahaan.

Subjek dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu, Etnis Cina dan Etnis Jawa. Pemilihan subjek dibawah ini memenuhi kriteria lama bekerja yang menunjukkan masa interaksi dan proses adaptasi yang dialami.

Berikut adalah daftar target wawancara dalam penelitian ini :

Etnis Cina :

1. Pemilik dari Karangturi Motor dan Kargloss *Autocare and Cafe*.
2. Pemilik dari Karangturi Mandiri Purwokerto.
3. *Manager* di Karangturi Motor Purwokerto.

4. Sopir baru yang bekerja di Kargloss *Autocare and Cafe*.

Etnis Jawa :

1. Kepala karyawan di Kargloss *Autocare and Cafe*.

2. Karyawan di Karangturi Mandiri Purwokerto.

3. Karyawan baru di Kargloss *Autocare and Cafe*.

4. Buruh Cuci di Kargloss *Autocare and Café*

## **5. Teknik Pengumpulan Data**

Sumber penelitian kualitatif yang utama adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah merupakan data tambahan seperti dokumentasi, dokumen dan lain-lain.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan. Dalam pengumpulan data-data primer ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam (*indepht interview*). Wawancara mendalam secara umum adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informannya atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama (Bungin, 2007 : 108).

Hubungan antara peneliti dengan informan bersifat setara sehingga peneliti dapat menangkap makna-makna yang diekspresikan oleh informannya. Melalui teknik wawancara mendalam ini peneliti mendapatkan data yang dibutuhkan mengenai perasaan, pandangan, ide, motivasi, gagasan atau apa saja yang pernah dialami dan terpikirkan oleh informannya.

Subjek yang dipilih oleh peneliti sesuai dengan keperluan, karena yang dicari dalam penelitian ini adalah kedalaman informasi, bukan kuantitas responden. Apapun informasi yang disampaikan oleh informan saat melakukan wawancara mendalam dengan peneliti merupakan data yang dibutuhkan oleh peneliti dalam penelitian ini.

## **6. Teknik Analisa Data**

Menurut Moleong (2002 : 103), analisis data adalah proses pengorganisasian dan mengurutkan data dalam pola. Kategori dan satuan uraian sehingga ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti disarankan oleh data. Analisis data dilakukan dengan mengatur, mengurutkan, mengelompokkan dan mengkategorikan. Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan teknik analisis data kualitatif yang merupakan cara pengolahan data dalam bentuk kata-kata, kalimat, skema, dan gambar dengan memberikan penjelasan secara teoritis atas kenyataan yang terjadi.

Proses analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis data dimana menjelaskan bahwa analisis data meliputi tiga alur kegiatan, yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Yosi, 2013 : 43). Peneliti menggunakan langkah-langkah analisis sebagai berikut:

Data Penelitian yang diperoleh dengan menggunakan beberapa teknik yang sesuai dengan model interaktif, seperti wawancara mendalam dengan Pemilik dari Karangturi Motor dan Kargloss *Autocare and Cafe*, karyawan yang bekerja di Karangturi Mandiri Purwokerto, Sopir berkebangsaan Cina yang bekerja di Kargloss *Autocare and Cafe*, dan karyawan baru yang bekerja di Kargloss *Autocare and Cafe*.

Reduksi data yaitu proses pemilihan, menggolongkan data dan pemusatan pada data yang relevan dengan permasalahan penelitian yaitu dengan penyeleksian data-data yang berhubungan erat dengan peneliti agar lebih fokus dan terarah yang disesuaikan dengan topik penelitian. Dengan kata lain reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menonjolkan hal-hal yang penting dan mengarahkan, membuang yang tidak dibutuhkan dan mengorganisasikan data agar lebih sistematis, sehingga dapat dibuat suatu kesimpulan yang bermakna. Data yang telah di reduksi akan memberikan gambaran yang lebih dalam tentang hasil pengamatan, sehingga hasilnya akan lebih kredibel.

Setelah mereduksi data, dilakukan proses penyajian data. Penyajian data adalah Menggambarkan data sesuai dengan fenomena dan situasi

perolehan data yang telah direduksi, yaitu dengan cara memaparkan peristiwa tersebut yang disesuaikan kerangka teori yang ada serta dikombinasikan berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan.

Penyajian data merupakan proses pemberian sekumpulan informasi yang sudah disusun dan memungkinkan untuk menarik kesimpulan. Data yang disajikan dalam penyajian data berupa narasi yang dilakukan dengan uraian singkat tentang apa adanya data pada kategori dan domain dengan hubungan antarkategori yang bermakna untuk menjelaskan keberadaan data.

Tahap ini dilakukan ketika reduksi data dan penyajian data telah dipaparkan dan disimpulkan yang kemudian akan dikaji lebih mendalam agar hasil penelitian dapat diterima secara ilmiah. Data awal yang berwujud kata-kata, tulisan dan tingkah laku sosial oleh informan yang diperoleh melalui hasil wawancara, observasi dan studi dokumen selanjutnya akan diproses dan dianalisis sehingga menjadi data yang siap disajikan.

Kesimpulan yang ditarik mungkin pada awalnya akan terlihat lebih longgar, namun lama-kelamaan akan meningkat lebih dalam dan lebih dalam lagi. Dengan bertambahnya data maka kesimpulan yang dihasilkan merupakan suatu konfigurasi yang utuh.

Penarikan kesimpulan dari semua hasil analisis data penelitian dilakukan lebih cenderung merupakan hasil simpulan penelitian bukan generalisasi. Penarikan kesimpulan juga tidak dapat berubah apabila tidak

didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke Karangturi Group Purwokerto.

## 7. Kriteria Kualitas Penelitian

Menurut Neuman (Rejeki, 2007: 82-83), penelitian kualitatif cenderung memakai kriteria *authenticity*. Kriteria *Authenticity* ini berarti memberikan sebuah ketebukaan, kejujuran, dan laporan yang seimbang tentang kehidupan sosial dari sudut pandang seseorang yang tinggal dalam kehidupan tersebut sehari-hari. Pada hal ini peneliti lebih memfokuskan pada upaya memberikan gambaran tentang kehidupan sosial yang dialami oleh informan yang menjadi subyek penelitian.

Proses penelitian disini diharapkan untuk dapat memperoleh suatu keterbukaan, kejujuran, dan laporan yang seimbang tentang kehidupan sosial dari sudut pandang orang yang dalam kesehariannya hidup di tempat penelitian. Untuk memenuhi semuanya itu peneliti berusaha mencari sumber wawancara yang tepat dan dapat memberikan informasi yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Disini peneliti berperan sebagai seorang pendengar yang baik untuk mendapatkan informasi. Setelah itu peneliti melakukan verifikasi untuk memperoleh data yang seimbang. Tidak lupa peneliti juga menyertakan gambaran-gambaran beberapa percakapan bersama sumber informan yang dapat memberi pengalaman adaptasi dalam komunikasi informan.