

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam suatu organisasi komunikasi dibutuhkan oleh setiap individu untuk bertukar pikiran, ide, gagasan dan merupakan bentuk ungkapan dari perasaan seseorang melalui berbagai cara dan media. Shannon & Weaver (Cangara, 1998:20), komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling pengaruh mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak sengaja. Tidak terbatas pada bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni, dan teknologi .

Mulyana dan Rakhmat (2001:121) salah satu faktor yang memengaruhi bagaimana seseorang berkomunikasi adalah budaya serta latar belakang pengalaman orang itu sendiri (*frame of references and fields or experiences*). Dan apabila ditarik ke belakang lagi, faktor yang memengaruhi *frame of references and fields or experiences* sendiri sebenarnya adalah budaya.

Geertz (Griffin, 2012:261) menjelaskan bahwa manusia adalah binatang yang terbenam dalam suatu jaringan yang sangat erat yang dibuatnya sendiri. Geertz menggambarkan budaya sebagai jaringan itu.

Pacanowsky (Griffin, 2012:261) menambahkan pengertian Geertz diatas, bahwa budaya terdiri dari jaringan, manusia sebagai alat pintalnya, dan jika permintaan jaringan itu meliputi aktivitas memintal, maka kita tidak hanya harus

memperhatikan struktur jaringan budaya. Tetapi kita juga harus memperhatikan proses pemintal jaring-jaring itu. Proses itu adalah komunikasi.

Jadi dari kedua pengertian menurut Geertz dan Pacanowsky tersebut diatas, penulis setuju bahwa manusia adalah binatang yang terbenam dalam suatu jaringan yang sangat erat yang dibuatnya sendiri. Jaringan tersebut adalah budaya dimana manusia sebagai alat pintal dalam aktivitas tersebut yang mana proses pemintalnya adalah komunikasi. Apabila proses pemintalnya baik maka akan mendapatkan hasil yang baik dan sebaliknya apabila proses pemintalnya tidak baik maka hasil yang didapatkan tidak baik pula. Secara formal budaya dapat didefinisikan sebagai suatu pola menyeluruh.

Pola hidup menyeluruh yang tercermin dari pola-pola bahasa dalam bentuk-bentuk kegiatan dan perilaku yang memiliki fungsi sebagai model-model bagi tindakan-tindakan penyesuaian diri dan gaya komunikasi, yang memungkinkan seseorang tinggal dalam lingkungan masyarakat di suatu geografis tertentu dengan latar budaya berbeda pada suatu tingkat perkembangan teknis dan pada saat tertentu. Hubungan budaya dan komunikasi sangatlah erat dimana kedua hal ini memiliki hubungan timbal balik yang saling mempengaruhi satu sama lain. Apa yang kita lakukan sehari-hari mulai dari cara kita berpikir dan bertingkah laku seluruhnya dipengaruhi oleh budaya. Mulyana dan Rakhmat (2002:37) budaya takkan hidup tanpa menyebabkan perubahan pada lainnya.

DeFleur, Kearney dan Plax (1997:148) mengemukakan bahwa "*culture and communication are inseparable.*" Budaya dan komunikasi tidak dapat dipisahkan.

T. Hall (DeFleur, dkk, 1997:148) "*That culture is communication and that communication is culture*". Bahwa budaya adalah komunikasi dan komunikasi adalah budaya.

Dari kedua penjelasan diatas penulis sangat setuju bahwa budaya dan komunikasi tidak dapat dipisahkan, karena jelas budaya seseorang yang dibawa sejak lahir sangat mempengaruhi bagaimana seseorang berkomunikasi.

Pada perusahaan internasional yang memiliki karyawan yang berasal dari berbagai negara yang berbeda dan memiliki kecenderungan hambatan dalam berkomunikasi yang cukup besar dan menimbulkan kesalahpahaman persepsi di dalam kegiatan komunikasi, karena gaya komunikasi adalah hal terpenting dalam berkomunikasi dibandingkan konten komunikasi itu sendiri.

Dan penerapan komunikasi antar budaya dalam perusahaan internasional sangatlah penting dimana mayoritas dari rekan kerja maupun pimpinan yang ada adalah warga negara asing dengan latar belakang budaya yang jauh berbeda yang mana seseorang dituntut untuk saling memahami latar belakang budaya dan gaya komunikasi lawan bicaranya masing-masing khususnya gaya komunikasi pimpinan terhadap bawahan untuk memunculkan persepsi positif di lingkungan pekerjaan agar terhindar dari etnosentrisme. Gudykunst dan Kim (1985:5) etnosentrisme adalah memandang segala sesuatu dalam kelompok sendiri sebagai pusat segala sesuatu itu, dan hal-hal lainnya diukur dan dinilai berdasarkan rujukan kelompoknya.

Dalam perkembangan teknologi dan bisnis yang terjadi di era modern saat ini maka mau tidak mau seseorang dituntut untuk melakukan komunikasi antarbudaya. Komunikasi antarbudaya terjadi apabila ada lebih dari satu orang berada disuatu tempat yang sama melakukan kegiatan komunikasi dengan latar belakang budaya yang berbeda.

Gaya komunikasi seorang pimpinan sangat mempengaruhi kinerja bawahannya, sebagai seorang pimpinan apabila memiliki gaya komunikasi yang

baik maka akan membuat suasana kerja bawahannya menyenangkan bukan seperti di perintah. Teori dasar gaya komunikasi yang terkenal didirikan oleh Swiss Psikiater Carl Jung. Dalam buku Psikologinya, ia menyatakan bahwa setiap individual mengembangkan gaya primair komunikasi yang masih cukup stabil sepanjang hidup. Setiap orang memiliki cara yang relatif khas menanggapi orang dan peristiwa. Faktor yang mempengaruhi gaya komunikasi adalah lingkungan, budaya, pendidikan dan agama. Maka gaya komunikasi sangatlah mempengaruhi persepsi orang lain dalam suatu organisasi.

PT. Swiss-Belhotel International Hotel & Resorts merupakan perusahaan internasional asal Selandia Baru yang bergerak di bidang industri *hospitality* atau perhotelan yang menyediakan produk berupa jasa yang hingga tahun 2018 telah mengoperasikan sebanyak 78 hotel yang tersebar di beberapa wilayah di Indonesia, Cina, Vietnam, Filipina, Arab Saudi, Turki, Australia, Selandia Baru, Bahrain, Iraq, Oman, Qatar dan Bulgaria. PT. Swiss-Belhotel International Hotel & Resorts didirikan pada tahun 1986 oleh Mr. Peter Gautschi, seorang tokoh yang cukup dikenal dalam industri perhotelan asal Swiss. PT. Swiss-Belhotel International Hotel & Resorts menyediakan layanan pengembangan dan manajemen yang komprehensif dan sangat profesional di semua aspek hotel, resor dan tempat tinggal. Dengan memiliki *brand* yang berbeda – beda sesuai dengan klasifikasi bintang, mulai dari bintang lima yaitu: *Grand Swiss-Belhotel*, *Grand Swiss-Belresort*, untuk bintang empat yaitu; *Swiss-Belhotel*, *Swiss-Belresort*, *Swiss-Belresidences*, *Swiss-Belboutique*, *Swiss-Belsuites*, *Swiss-Belvillas* dan bintang tiga yaitu; *Swiss-Belinn*, serta hotel budget atau dengan layanan bintang dua yaitu; *Swiss-Belcourt*, *Swiss-Belexpress* dan *Zest Hotel*.

PT. Swiss-Belhotel International Hotel & Resorts Head Quarter Office berlokasi di Unit 904, 9/F AXA Centre 151 – 159 Gloucester Road Wanchai, Hong Kong. Dan kantor regional Indonesia yang berlokasi di The Blugreen Boutique Office Tower C – D, Lantai 2, Jalan Lingkar Luar Barat Kav. 88, Puri Kembangan Jakarta 11610, untuk Head Office Indonesia sendiri keseluruhan jumlah karyawannya adalah 78 orang yang berasal dari latar belakang kebudayaan yang berbeda mulai dari budaya Timur dan Barat. Dengan berkumpulnya seseorang di dalam suatu organisasi dengan latar belakang budaya yang sangat jauh berbeda inilah yang menciptakan nuansa komunikasi antar budaya yang sangat erat di perusahaan ini dan perlu adanya penerapan komunikasi antar budaya yang efektif untuk memperlancar komunikasi atasan kepada bawahan maupun antar sesama karyawan.

Seperti yang terjadi di dalam kegiatan komunikasi sehari-hari di PT.Swiss-Belhotel Internasional bahwa salah satu etnis dari suatu budaya sangat menonjolkan budaya mereka tanpa memperdulikan keberagaman budaya yang ada didalam organisasi tersebut dan adanya instruksi kerja yang dilakukan sesuai gaya komunikasi bawaan dari budaya seseorang sehingga terjadi perbedaan pemahaman apabila berkomunikasi dengan orang dengan latar belakang budaya berbeda.

Berdasarkan pengamatan penulis serta dengan melakukan wawancara singkat terhadap 10 karyawan dari divisi berbeda mengenai pola komunikasi antarbudaya di PT. Swiss-Belhotel International Hotels & Resorts bahwa 8 dari 10 orang karyawan tersebut menyatakan bahwa ada perbedaan pola komunikasi dengan orang berbeda negara serta masih nampak suasana etnosentrisme dimana hal tersebut sering menjadi hambatan dalam aktivitas komunikasi sehari-

hari di dalam organisasi. Selain itu komunikasi antarbudaya diantara karyawan Eropa dan Asia masih belum efektif karena, masing-masing karyawan tersebut masih membawa perilaku superior/ inferior dan memandang bahwa budaya masing-masing lebih baik dibandingkan budaya lawan bicaranya serta belum dapat menerima perbedaan sehingga sering terjadi kesalahpahaman dalam berkomunikasi.

Melihat dampak yang penting bagi komunikasi yang efektif, khususnya komunikasi formal vertikal dan horizontal dalam suatu organisasi dengan latar belakang budaya yang berbeda maka dilakukan penelitian untuk memahami bagaimana etnosentrisme Eropa dan Asia di PT.Swiss-Belhotel International Hotel & Resorts.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, bahwa didalam suatu perusahaan internasional dengan karyawan yang berasal dari negara berbeda dan memiliki latar belakang budaya yang jauh berbeda maka pola komunikasi antarbudaya yang baik akan menciptakan suasana kerja yang baik pula.

Karenanya untuk menjawab permasalahan tersebut diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

“Bagaimana *etnosentrisme Eropa dan Asia dalam dinamika komunikasi di PT.Swiss-Belhotel International Hotel & Resorts?*”

1.3 Fokus Penelitian

Untuk membatasi ruang lingkup penelitian agar tidak terlalu luas, terfokus, spesifik dan menghindari salah pengertian, maka penulis membuat fokus penelitian sebagai berikut:

- a. Penelitian hanya terbatas pada pola komunikasi antarbudaya di PT.Swiss-Belhotel Internasional Hotels & Resorts.
- b. Objek penelitian dalam penulisan ini adalah karyawan PT.Swiss-Belhotel Internasional Hotels & Resorts yang berasal dari negara Eropa dan Asia.
- c. Tempat penelitian yang diambil adalah PT.Swiss-Belhotel Internasional Hotels & Resorts corporate office Jakarta.
- d. Penelitian dilakukan pada bulan Mei – Juli 2018.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian adalah:

- a. Untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi antarbudaya dalam kegiatan sehari-hari di PT.Swiss-Belhotel International Hotel & Resorts.
- b. Untuk mengetahui apa saja hambatan dalam komunikasi antarbudaya di PT.Swiss-Belhotel International Hotel & Resorts antara karyawan Eropa dan Asia.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis, dalam penelitian ini untuk memberi kontribusi atau masukan pada teori komunikasi antarbudaya.
2. Manfaat praktis, diharapkan mampu membuka wawasan intelektual penulis sendiri dan pembaca pada umumnya mengenai pola komunikasi antarbudaya di PT. Swiss-Belhotel Internasional Hotels & Resorts.
3. Manfaat praktis lainnya, hasil penelitian ini diharapkan menjadi salah satu bahan masukan dan pemikiran dalam menambah wawasan untuk terciptanya komunikasi antarbudaya yang baik.

1.6 Sistematika Penulisan

Dari batasan penelitian di atas maka sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN TEORITIS

Berisi tentang teori-teori dan konsep yang digunakan oleh penulis dan kerangka pemikiran.

BAB III : METODE PENELITIAN

Metode penelitian, desain penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, keabsahan data dan analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian pola komunikasi antarbudaya di PT. Swiss-Belhotel International Hotels & Resorts dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran.