

Kompetensi Komunikasi Interkultural *Staff* Warga Negara Jerman dan Indonesia di Wisma Jerman - Surabaya

Stephanie Santoso, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen
Petra Surabaya

stephaniesantoso24@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Kompetensi Komunikasi Interkultural antara staf berkewarganegaraan Jerman dan Indonesia saat bekerja di Wisma Jerman. Interaksi antara budaya berbeda rawan hambatan dan konflik, sehingga diperlukan Kompetensi Komunikasi Interkultural agar komunikasi dapat terjadi secara efektif dan tepat. Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Metode yang digunakan adalah fenomenologi dengan teknik analisis data Van Kaam. Penelitian ini menemukan bahwa komponen Kompetensi Komunikasi Interkultural antara staf berkewarganegaraan Jerman dan Indonesia di Wisma Jerman sesuai dengan temuan Wiseman yaitu motivasi, pengetahuan, sikap, dan perilaku ditambah dengan pengalaman interaksi interkultural dan adopsi budaya temuan peneliti.

Kata Kunci: Kompetensi Komunikasi Interkultural, Jerman, Indonesia

Pendahuluan

Samovar, Porter, dan McDaniel (2007) mengatakan bahwa kita tinggal dalam era di mana semua manusia di dunia, terlepas dari latar belakang atau budayanya, saling berhubungan. Begitu pula dengan negara Indonesia dan Jerman. Interaksi kedua negara ini dapat kita temukan dalam sebuah yayasan yang mewadahi kepentingan Jerman yaitu Wisma Jerman. Yayasan yang didirikan sejak 2011 ini merupakan satu-satunya bentuk kerjasama di dunia antara Kamar Dagang dan Industri Jerman Indonesia (AHK-EKONID) dan Goethe Institut dengan dukungan dari Kedutaan Republik Federal Jerman. Wisma Jerman merepresentasikan beberapa kepentingan Jerman di Jawa Timur, khususnya dalam bidang ekonomi, pendidikan, dan budaya. (indonesien.ahk.de, n.d.)

Birgit Steffan adalah staff WNA (Warga Negara Asing) Jerman dan Mochammad Findiansyah merupakan staff WNI (Warga Negara Indonesia) yang bekerja di Wisma Jerman. Birgit menjabat sebagai *Managing Director* sekaligus Kepala Seksi Program yang menjadi atasan dari Findi sebagai Asisten Seksi Program. Mereka adalah masuk dalam Seksi Program yang memiliki bertugas

memanajemen program-program Goethe Institut. Keberadaan Birgit dan Findi dalam satu seksi menuntut adanya komunikasi dengan intensitas yang tinggi.

Perbedaan kewarganegaraan Birgit dan Findi membawa implikasi adanya perbedaan budaya dalam interaksi sehari-hari. Findi mengeluhkan sikap detail ketika bekerja dengan orang Jerman. “Iya mereka (orang Jerman) sangat detail dan rumit. ... mereka itu cari jalan yang sulit banget padahal kita udah tahu jawabannya.” (M. Findiansyah, *personal communication*, May, 2016). Di lain pihak, Birgit mengeluhkan kesulitannya beradaptasi dengan *indirect communication* yang ia temukan pada orang Indonesia. “Yang membuat saya tidak suka atau tidak senang itu kalau saya bicara dengan orang dan saya punya *feeling* (perasaan) di dalam pikirannya ada sesuatu lain dibandingkan dengan apa yang dia bilang kepada saya.” (B. Steffan, *personal communication*, May, 2016)

Perilaku komunikasi yang berbeda ini disebabkan oleh perbedaan budaya yang dianut. Indonesia digolongkan sebagai negara berbudaya konteks tinggi (Mulyana, 2011) di mana makna disampaikan melalui komunikasi nonverbal. Di sisi lain, Jerman adalah negara berbudaya konteks terendah kedua di dunia yang mengandalkan pesan verbal (dalam Mulyana, 2011, hal. 328). Selain itu, beberapa dimensi budaya berbeda antara Jerman dan Indonesia antara lain *power distance*, *individualism*, *masculinity*, dan *uncertainty avoidance*. (geert-hofstede.com, 2016)

Pertemuan dua budaya yang berbeda rawan memunculkan hambatan komunikasi. Herman dan Schield mengungkapkan bahwa ketika seseorang berada dalam situasi berbeda budaya, rasa aman akan berkurang (*lack of security*) dan akan menyebabkan kecemasan atau kegelisahan (dalam Samovar, Porter, & McDaniel, 2007, hal. 318). Selain itu, Hofstede dan Pedersen juga menambahkan bahwa interaksi interkultural menimbulkan tekanan atau stress yang cukup tinggi (2002). Namun pada kenyataannya, Birgit dan Findi ternyata dapat menjalin relasi dengan baik tanpa terhalang oleh hambatan komunikasi atau konflik yang serius. Hambatan komunikasi memang terjadi, namun hambatan ini tidak menimbulkan masalah yang serius pada hubungan Birgit dan Findi di Wisma Jerman.

Relasi yang terjalin baik ini menjadi bukti dari kemampuan Birgit dan Findi dalam berkomunikasi antarbudaya dengan tepat dan efektif. Secara singkat, kemampuan komunikator untuk bertindak secara efektif dan tepat ini disebut sebagai Kompetensi Komunikasi Interkultural atau *Intercultural Communication Competence*. Kompetensi Komunikasi Interkultural menjelaskan bahwa seorang komunikator yang kompeten dan mencapai tujuan komunikasi dengan baik harus termotivasi, memiliki pengetahuan dan kemampuan komunikasi yang cukup, dan memiliki karakter yang baik (Samovar, Porter, & McDaniel, 2007, hal. 316).

Kompetensi Komunikasi Interkultural ini menjadi menarik ketika dikaitkan dengan interaksi antara Birgit yang berbudaya Jerman dan Findi yang berbudaya Indonesia. Perbedaan budaya merupakan hambatan bagi Birgit dan Findi untuk bekerjasama. Namun ternyata mereka dapat menjalin relasi dengan baik karena memiliki Kompetensi Komunikasi Interkultural. Oleh karena itu, memahami

bagaimana Kompetensi Komunikasi Interkultural antara staf warga negara Jerman dan Indonesia di Wisma Jerman menjadi menarik dan penting untuk diteliti.

Adapun rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Kompetensi Komunikasi Interkultural antara staff warga negara Jerman dan Indonesia di Wisma Jerman?”

Tinjauan Pustaka

Kompetensi Komunikasi Interkultural

Dalam Samovar, Porter, dan McDaniel (2007), Spitzberg secara singkat mendefinisikan Kompetensi Komunikasi Interkultural sebagai “*behavior that is appropriate and effective in a given context*” atau perilaku yang tepat dan efektif dalam konteks tertentu. Dalam Gudykunst (2003), dijelaskan lebih dalam bahwa komunikasi yang efektif merujuk pada pencapaian target yang diharapkan oleh tiap individu yang berinteraksi. Sedangkan komunikasi yang tepat merujuk pada penggunaan pesan yang tepat sesuai dengan konteks dan kebutuhan dalam situasi tersebut.

Menurut Wiseman, terdapat 4 komponen dasar dari Kompetensi Komunikasi Interkultural yang harus dimiliki oleh komunikator yang kompeten yaitu (dalam Martin dan Nakayama, 2007):

- a. Motivasi (*motivation*): seperangkat perasaan, maksud, kebutuhan, dan hasrat yang berkaitan dengan berlangsungnya komunikasi antarbudaya (Wiseman dalam Gudykunst, 2003). Motivasi dapat diartikan pula sebagai keinginan komunikator untuk berinteraksi dengan seseorang dari budaya lain (Samovar, Porter, dan McDaniel, 2007). Komunikator yang kompeten akan berusaha untuk mengurangi pengaruh negatif dan meningkatkan pengaruh positif dalam motivasinya untuk berkomunikasi.
- b. Pengetahuan (*knowledge*): merupakan komponen kognitif dalam kompetensi komunikasi. Wiseman mengungkapkan bahwa pengetahuan merujuk pada kesadaran atau pengertian kita tentang informasi dan tindakan yang dibutuhkan agar kompeten dalam relasi antarbudaya. Pengetahuan yang juga diperlukan ialah *self-knowledge* atau pengetahuan akan diri sendiri yakni memahami bagaimana kita dipandang sebagai komunikator dan mengenal kekurangan dan kelebihan kita. Selain itu, pengetahuan linguistik merupakan salah satu aspek penting dalam kompetensi komunikasi.
- c. Sikap (*attitude*): “*an individual’s disposition or mental sets*” (watak seseorang atau seperangkat hal-hal mental) (Martin & Nakayama, 2007). Beberapa contoh dari sikap dalam Kompetensi Komunikasi Interkultural ialah toleransi terhadap ambiguitas, empati, dan *nonjudgmentalism*.
- d. Perilaku (*behavior*) dan kemampuan (*skill*): tindakan aktual yang efektif dan tepat dalam suatu konteks komunikasi. Menurut Spitzberg, perilaku yang kompeten biasanya dapat dilakukan berulang-ulang pada berbagai kesempatan dan konteks komunikasi yang berbeda, bukan hanya terjadi satu kali saja. Selain itu, perilaku yang kompeten akan berorientasi pada tujuan yang ingin dicapai. (dalam Gudykunst, 2003)

Metode

Konseptualisasi Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Peneliti menggunakan metode fenomenologi untuk menggambarkan fenomena ini karena metode ini berusaha memahami bagaimana seseorang mengalami dan memberi makna pada sebuah pengalaman. Dengan menggali pengalaman dan makna yang diberikan, peneliti ingin mencari tahu bagaimana Kompetensi Komunikasi Interkultural didapatkan dan diterapkan dalam komunikasi interkultural orang-orang yang berbeda budaya. Metode fenomenologi memiliki tahapan yaitu *epoche*, reduksi fenomenologi, variasi imajinasi, sintesis makna dan esensi dan verifikasi data.

Subjek Penelitian

Individu yang terpilih sebagai informan utama adalah Birgit Steffan (*Managing Director, Head of Program Section, Head of Language Section*) dan Mochammad Findiansyah (*Program Section Assistant*). Mereka berdua telah bekerja sebagai rekan dalam seksi yang sama dengan intensitas komunikasi paling tinggi, jika dibandingkan dengan orang-orang dari seksi lain.

Analisis Data

Metode analisis data fenomenologi yang dipakai dalam penelitian ini ialah metode analisis data fenomenologi Van Kaam (Kuswarno, 2013, hal. 69) dimulai dengan *epoche* untuk memisahkan diri peneliti dari fenomena yang diteliti. Kedua, *horizontalization* atau membuat pengelompokan berdasarkan daftar pertanyaan dan jawaban yang relevan. Ketiga melakukan reduksi dan eliminasi, yaitu menguji data untuk menghasilkan *invariant constitute* yang kemudian dikelompokkan dan diberi tema. Lalu peneliti mengkonstruksi deskripsi tekstural masing-masing informan, seperti pernyataan-pernyataan verbal informan. Selanjutnya peneliti membuat deksripsi struktural, yakni penggabungan deskripsi tekstural dengan variasi imajinasi. Terakhir, menggabungkan deksripsi tekstural dan struktural untuk menghasilkan makna dan esensi dari permasalahan penelitian.

Temuan Data

Peneliti melakukan wawancara kepada dua informan secara terpisah. Sebagai data pendukung, peneliti telah melakukan observasi pada tahun 2015 saat melakukan Magang Kerja Nyata di Wisma Jerman. Peneliti melakukan *epoche*, yaitu pemutusan hubungan dengan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki sebelumnya (Kuswarno, 2013, hal. 48) dengan cara menjelaskan bagaimana hubungan peneliti dengan kedua informan di luar penelitian dan cara-cara yang dilakukan untuk menjaga objektivitas. Peneliti mengenal kedua informan melalui

pengalaman Magang Kerja Nyata sebagai *Public Relations* dalam Seksi Program di Wisma Jerman dari bulan Agustus hingga November 2015. Peneliti bekerja di bawah pengawasan langsung Birgit dan Findi. Ketika wawancara, peneliti berusaha untuk tidak menunjukkan kesetujuan atau ketidaksetujuannya terhadap jawaban informan dan berusaha mengkonfirmasi kembali kepada informan atas jawaban-jawaban yang diterima. Dalam proses analisis temuan, peneliti berusaha terbuka dan jujur dengan diri sendiri, tanpa dipengaruhi oleh segala hal yang ada dalam diri peneliti dan orang lain.

Setelah *epoche*, terdapat sejumlah tahapan yang harus dilalui dalam proses reduksi fenomenologi. Pertama, transkrip wawancara melalui proses *bracketing* dan *horizontalizing* yaitu mengelompokkan fenomena berdasarkan pertanyaan-pertanyaan penting dan membandingkan persepsi kedua informan. Berikutnya pada tahap horizon, peneliti mengambil inti-inti data yang penting dan mengelompokkannya ke dalam tema-tema yang ditemukan dari kedua informan. Selanjutnya peneliti melakukan variasi imajinasi yaitu menemukan beberapa tema yang menjadi esensi dari kompetensi komunikasi interkultural yang dimiliki oleh staf berkewarganegaraan Jerman dan Indonesia di Wisma Jerman. Tema-tema penting yang ditemukan pada tahap ini antara lain:

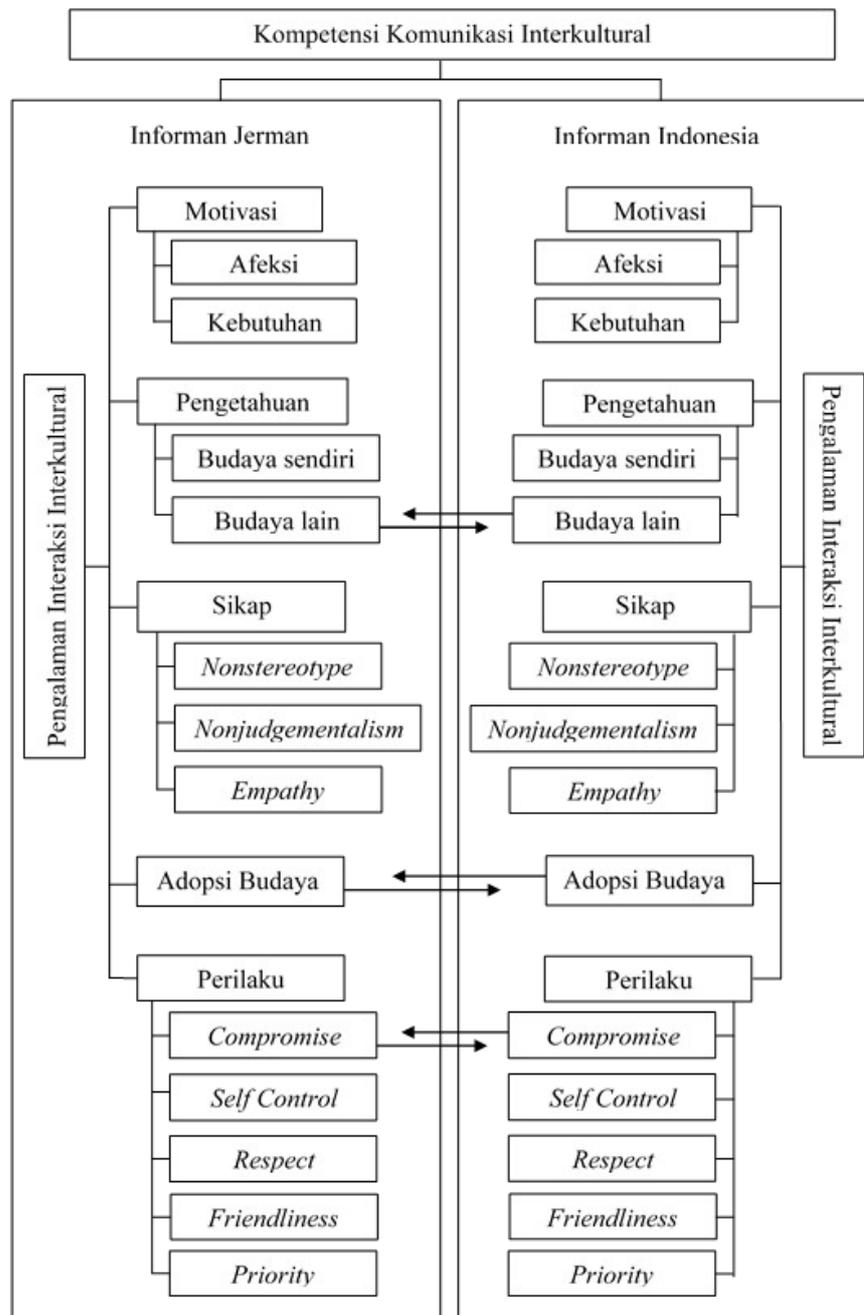
- a. Pengalaman berkomunikasi antarbudaya: Pengalaman interaksi antarbudaya dapat berasal dari kejadian-kejadian yang direncanakan ataupun tidak. Peristiwa pertemuan dengan budaya lain ini kemudian dapat menuntun individu tersebut kepada kejadian selanjutnya dan memungkinkan adanya akumulasi pengalaman, pengetahuan, dan kemampuan komunikasi interkultural. Peneliti melihat bahwa adanya faktor eksternal yaitu kesempatan interaksi interkultural dan faktor internal yakni keputusan individu untuk mengambalnya merupakan hal yang mempengaruhi pengalaman komunikasi antarbudaya seseorang. Beberapa pengalaman Birgit dan Findi merupakan hasil dorongan dari luar (seperti tawaran bekerja) dan keputusan dari dalam diri individu (misalnya keputusan untuk memilih program studi).
- b. Motivasi untuk berkomunikasi antarbudaya: Motivasi mencakup perasaan, maksud, kebutuhan, dan hasrat seseorang yang berkaitan dengan berlangsungnya komunikasi antarbudaya (Wiseman dalam Gudykunst, 2003). Pengalaman yang dialami individu kemudian dievaluasi dan dapat berfungsi sebagai motivasi untuk melakukan interaksi antarbudaya. Pengalaman yang menyenangkan seperti yang dialami Birgit di Bandung akhirnya mengarahkannya untuk memperdalam studi di Indonesia. Perasaan seperti rasa nyaman, kagum, dan rasa suka dapat menjadi pendorong seseorang untuk menjalin komunikasi antarbudaya. Selain itu adanya kebutuhan juga dapat menjadi motivasi pendorong. Misalnya Findi yang tengah membutuhkan pekerjaan akhirnya memutuskan untuk melamar pekerjaan di Wisma Jerman.
- c. Pengetahuan tentang budaya sendiri: *Self-knowledge* atau pengetahuan akan diri sendiri ialah memahami bagaimana kita dipandang sebagai komunikator dan mengenal kekurangan dan kelebihan kita (Martin & Nakayama, 2007). Pengetahuan tentang budaya sendiri dan diri sendiri juga didapatkan dari peristiwa masa lalu. Salah satu hal yang berpengaruh kuat dalam hal ini adalah lingkungan keluarga dan pendidikan. Misalnya, Birgit menyadari

bahwa ia sedikit berbeda dari kultur orang Jerman umumnya karena pengaruh keluarganya.

- d. Pengetahuan tentang budaya lain: Pengetahuan mengenai budaya lain didapatkan melalui pengalaman interkultural yang dialami secara akumulatif. Awalnya individu hanya mengenal budayanya sendiri dan dapat membuat asumsi-asumsi tentang budaya lain. Setelah mengalami *intercultural encounter*, ia mulai mengenali karakteristik budaya lain tersebut, membandingkannya dengan budaya sendiri, dan menyimpulkan perbedaan-perbedaan budaya yang ada. Pengetahuan ini akan terus dibuktikan keajegannya dengan melihat populasi umum dan diperbarui sesuai dengan pengalaman kultural yang dialami. Lalu, individu akan mendasarkan perilaku komunikasinya pada pengetahuan yang ia miliki tentang budaya lain.
- e. Sikap: *Attitude*, atau peneliti menyebutnya juga sebagai sikap, mentalitas atau cara berpikir seseorang dalam memandang perbedaan budaya dapat mempengaruhi kualitas interaksi antarbudaya tersebut. "*Mental sets*" ini akan mempengaruhi perilaku yang nampak dalam proses interaksi. *Attitude* berbicara tentang bagaimana kita mempersepsi perbedaan budaya yang ada. Beberapa pola pikir yang tampak dari kedua informan ialah *non-stereotyping*, *non-judgmentalism*, dan empati. *Stereotype* adalah sikap menggeneralisasikan sebuah populasi ke dalam label-label sederhana (yang cenderung bersifat negatif) yang kita buat dalam pikiran kita. Selain itu sikap *nonjudgmentalism* yakni berusaha untuk tidak menilai budaya lain menurut standar budaya kita sendiri juga sikap yang mencerminkan Kompetensi Komunikasi Interkultural. Sedangkan empati yaitu kemampuan untuk memahami posisi orang lain dalam konteks identitas kultural orang tersebut dan turut merasakan perasaan yang sama (Martin & Nakayama, 2007).
- f. Adopsi budaya: Gudykunst berargumentasi bahwa orang yang bersedia untuk mengintegrasikan ide baru dan lama serta mengubah sistem kepercayaannya lebih cenderung berkomunikasi secara efektif dalam interaksi interkultural (dalam Kim, 2004, hal.50). Dari pengetahuan dan pengalaman budaya lain yang dimiliki seseorang, individu dapat melakukan adopsi atau penyerapan fitur-fitur budaya asing sebagai salah satu strategi untuk melakukan interaksi antarbudaya secara efektif dan tepat. Terlihat bahwa Birgit yang awalnya memiliki budaya *high uncertainty avoidance* (menghindari ketidakpastian dan ambiguitas) mengadopsi budaya *low uncertainty avoidance*, sedangkan Findi melakukan hal sebaliknya. Adopsi budaya ini dapat menjadi jembatan di antara perbedaan budaya sendiri dan budaya lain.
- g. Perilaku: Dari peristiwa-peristiwa yang dialami, seorang individu melakukan evaluasi apakah ia telah mencapai tujuan komunikasinya secara efektif dan tepat. Dari situ ia dapat mengetahui strategi-strategi komunikasi yang efektif dan tepat untuk diterapkan dalam konteks budaya dan komunikasi yang berlangsung saat itu. Strategi-strategi ini kemudian diwujudkan dalam bentuk tindakan nyata dalam proses komunikasi. Hal ini berkaitan dengan *behavioral flexibility* yang dikemukakan dalam model Kompetensi Komunikasi Interkultural Chen dan Starosta, yaitu kemampuan untuk beradaptasi dalam situasi dan konteks yang berbeda melalui pemilihan perilaku yang tepat. Beberapa perilaku yang tampak dari Birgit dan Findi adalah *compromise*, *self control*, *respect*, *friendliness*, dan *priority*.

Analisis

Tahapan terakhir dari analisis data fenomenologi dalam penelitian ini ialah sintesis makna dan esensi, yaitu “integrasi intuitif dasar-dasar deskripsi tekstural dan struktural ke dalam satu pernyataan yang menggambarkan hakikat fenomena secara keseluruhan.” (Kuswarno, 2013, hal. 53). Dari hasil penelitian, peneliti menemukan beberapa esensi dari kompetensi komunikasi interkultural antara staf warga negara Indonesia dan Jerman yang digambarkan dalam bagan berikut ini.



Gambar 1. Bagan Sintesis Makna dan Esensi

Pengalaman

Peristiwa-peristiwa interaksi dengan budaya lain yang diakumulasi menjadi pengalaman interkultural akan menjadi dasar seorang individu untuk mengembangkan kompetensi interkultural yang dimilikinya. Terdapat dua faktor yang mempengaruhi pengalaman, yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal merupakan kesempatan untuk mengalami “*cultural encounter*”. Faktor eksternal ini berada di luar kontrol individu. Sedangkan faktor internal merupakan keputusan individu untuk melakukan interaksi interkultural atau tidak, sehingga faktor internal berada di dalam kontrol individu yang bersangkutan. Kesempatan yang muncul akan mempengaruhi keputusan individu. Agar peristiwa interkultural dapat terjadi, dibutuhkan kedua faktor ini.

Dari setiap “*cultural encounter*” atau pertemuan dengan budaya lain yang dialaminya, individu menggali motivasi komunikasinya, menambah dan mengkonfirmasi pengetahuan budayanya, mengasah sikapnya terhadap perbedaan budaya, melakukan adaptasi berupa adopsi nilai-nilai budaya, dan berperilaku secara efektif dan tepat dalam konteks komunikasi yang berlangsung. Pengalaman merupakan dasar dari Kompetensi Komunikasi Interkultural.

Motivasi

Pengalaman yang terakumulasi akan dievaluasi oleh individu, sehingga akan membentuk motivasi seseorang untuk melakukan interaksi interkultural yang selanjutnya. Motivasi yang positif untuk melakukan komunikasi interkultural mempengaruhi Kompetensi Komunikasi Interkultural seseorang. Terdapat dua faktor yang dapat memunculkan motivasi, yaitu faktor afeksi dan faktor kebutuhan. Faktor afeksi meliputi perasaan seseorang terhadap interaksi interkultural yang dihadapinya, seperti rasa tertarik, rasa kagum, rasa nyaman, dan sebagainya. Sedangkan faktor kebutuhan berkaitan dengan maksud atau tujuan yang ingin dipenuhi individu dalam interaksi interkultural tersebut seperti mencari informasi, mendapatkan bantuan dan sebagainya.

Pengetahuan

Pengetahuan meliputi 2 faktor yaitu pengetahuan tentang budaya sendiri (*self knowledge*) dan pengetahuan tentang budaya lain. Pengetahuan merupakan hasil akumulasi dari pengalaman-pengalaman interkultural yang telah dialami. Awalnya pengetahuan seseorang masih sempit, dia hanya mengetahui tentang budayanya sendiri. Setelah mengalami “*cultural encounter*” atau perjumpaan dengan budaya lain, ia mulai mengenal ciri-ciri budaya lain yang berbeda dari dirinya. Pengetahuan budaya ini akan terus diperkaya dan “diuji” dengan interaksi dengan banyak individu yang berbeda, karena setiap manusia itu unik walaupun mereka berasal dari budaya yang sama. Akhirnya individu dapat menyimpulkan beberapa karakteristik kolektif yang secara umum melekat pada suatu budaya. Panah digambarkan sebagai arah dimana orang Jerman mengetahui sebagian karakter

budaya Indonesia, sedangkan orang Indonesia mengetahui sebagian karakter budaya Jerman.

Pengetahuan budaya sendiri menjadi dasar pembandingan dengan budaya lain. Setelah menyadari perbedaan dengan budaya lain, individu mencari strategi untuk menjembatani perbedaan tersebut sehingga dapat berkomunikasi secara efektif dan tepat.

Sikap

Sikap (*attitude*) atau cara berpikir seseorang dalam menyikapi perbedaan budaya yang ada menjadi dasar dari perilaku komunikasinya saat berhadapan dengan budaya lain. Sikap yang baik akan memberi pengaruh positif pada Kompetensi Komunikasi Interkultural seseorang. Semakin baik sikap yang dimilikinya, semakin besar kemungkinan terciptanya komunikasi yang efektif dan tepat. Sikap yang baik dalam komunikasi antarbudaya adalah *nonstereotyping*, *nonjudgmentalism*, dan *empathy*. *Nonstereotyping* merupakan sikap menghindari kecenderungan untuk “melabeli” suatu budaya secara umum. Label yang dilekatkan pada budaya tertentu biasanya digeneralisasi secara berlebihan, bernada negatif, dan sulit untuk diubah. Sedangkan *nonjudgmentalism* merupakan sikap menghindari kecenderungan untuk menghakimi budaya lain menurut standar budaya sendiri. Sedangkan *empathy* yaitu kemampuan untuk memahami posisi dan perasaan orang lain dalam konteks identitas kultural orang tersebut.

Adopsi Budaya

Dari pengetahuan dan pengalaman budaya lain yang dimiliki seseorang, individu dapat melakukan adopsi atau penyerapan fitur-fitur budaya asing sebagai salah satu strategi untuk melakukan interaksi antarbudaya secara efektif dan tepat. Melakukan adopsi budaya dapat menjadi jembatan atas perbedaan budaya yang ada. Panah yang berasal dari sisi Jerman dan Indonesia lalu mengarah kepada budaya lawannya, menunjukkan adanya adopsi budaya asing yang dilakukan oleh masing-masing pihak. Keduanya sama-sama beradaptasi dalam hal penggunaan waktu ke arah budaya lawannya. Staf Jerman mengadopsi penggunaan waktu yang fleksibel dari budaya Indonesia, sedangkan staf Indonesia mengadopsi penggunaan waktu yang disiplin dari budaya Jerman.

Adopsi budaya ini tidak dilakukan hingga derajat yang sama seperti orang *native*, atau orang pemeluk budaya aslinya (maka dari itu panah tidak sampai ke kotak budaya lawannya). Melainkan diadopsi pada tingkatan tertentu sehingga memungkinkan terjalannya komunikasi yang efektif dan tepat. Adopsi budaya merupakan titik temu yang mengakomodasi tujuan pribadi dengan tujuan orang lain.

Perilaku

Dari pengetahuan perbedaan budaya serta tujuan komunikasi yang ingin dicapai, individu merancang strategi-strategi komunikasi yang efektif dan tepat untuk diterapkan dalam konteks budaya dan komunikasi yang berlangsung saat itu. Strategi-strategi ini kemudian diwujudkan dalam bentuk tindakan nyata dalam

proses komunikasi. Perilaku yang tepat akan mengarahkan komunikasi menjadi semakin efektif dan tepat. Beberapa perilaku yang baik dalam interaksi antara Jerman dan Indonesia adalah *compromise*, *self control*, *respect*, dan *friendliness*. *Compromise* dilakukan dengan menghargai perbedaan pendapat dan tidak berusaha memaksakan kehendak sendiri pada orang lain melainkan mencari solusi atau jalan tengah. Panah menunjukkan adanya usaha menyesuaikan gaya kompromi dengan budaya lawannya dengan berusaha menemukan *win-win solution*. *Self control* ialah perilaku komunikasi yang didasarkan pada kehati-hatian agar tidak menyinggung perasaan orang lain, seperti mengendalikan emosi, berhati-hati dalam pemilihan kata-kata dan *timing* penyampaian. *Respect* ditunjukkan dengan menghargai dan menaati etika kesopanan budaya lain serta menunjukkan niat untuk beradaptasi dengan budaya lain. *Friendliness* atau keramahan untuk menciptakan atmosfer komunikasi yang kondusif sehingga para pelaku yang terlibat lebih terdorong untuk berinteraksi. Hal ini dapat dilakukan dengan tersenyum dan menunjukkan perasaan yang positif, memperhatikan perasaan orang lain, menawarkan bantuan, menghargai saat orang lain berbicara, dan sebagainya. Orang Jerman didorong untuk lebih memperlihatkan *friendliness* ketika berhadapan dengan orang Indonesia karena Indonesia memiliki budaya kolektif yang sangat mementingkan relasi dan perasaan orang lain. Menyakiti hati orang lain adalah hal yang ingin dihindari oleh kedua pihak. Sedangkan bagi orang Indonesia, *friendliness* berarti bahwa seseorang mampu menempatkan diri sesuai dengan lawab bicaranya. Individu diharapkan lebih formal ketika berhadapan dengan atasan dan lebih santai bila berhadapan dengan rekan sepekerjaan.

Hasil penelitian juga menunjukkan adanya perbedaan prioritas antara staf Jerman dan Indonesia. Staf Jerman memprioritaskan relasi dan perasaan orang lain, sedangkan staf Indonesia memprioritaskan keprofesionalitasan pekerjaan. Hal ini berbeda dari teori *hot and cold climate culture* yang mengatakan bahwa Jerman biasanya lebih *task oriented* sedangkan Indonesia biasanya *relationship oriented*. Hal ini memungkinkan kedua budaya untuk saling mengakomodasi tujuan dan saling menyesuaikan satu dengan yang lain.

Simpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pemaknaan kompetensi komunikasi interkultural antara staf berkewarganegaran Jerman dan Indonesia di Wisma Jerman. Hasil dari penelitian ditemukan adanya 6 esensi kompetensi komunikasi interkultural untuk berkomunikasi secara efektif dan tepat yaitu pengalaman interaksi interkultural, motivasi, pengetahuan, sikap, adopsi budaya, dan perilaku. 4 komponen sejalan dengan temuan Wiseman yaitu motivasi, pengetahuan, sikap, dan perilaku, sedangkan komponen pengalaman dan adopsi budaya merupakan temuan peneliti.

Pengalaman interaksi interkultural dapat berasal dari “*cultural encounter*” yang disengaja ataupun tidak. Terdapat dua faktor terjadinya “*cultural encounter*” yaitu faktor eksternal (kesempatan interaksi interkultural) dan faktor internal (keputusan

individu untuk mengambil kesempatan tersebut atau tidak). Pengalaman menjadi dasar pengembangan kompetensi komunikasi interkultural individu.

Komponen Kompetensi Komunikasi Interkultural yang pertama adalah motivasi yang mendorong seseorang melakukan komunikasi interkultural. Terdapat dua faktor yang dapat memunculkan motivasi, yaitu faktor afeksi dan faktor kebutuhan. Faktor afeksi meliputi perasaan seseorang terhadap interaksi interkultural yang dihadapinya, sedangkan faktor kebutuhan berkaitan dengan tujuan yang ingin dipenuhi individu dalam interaksi interkultural.

Komponen yang kedua adalah pengetahuan tentang budaya sendiri dan budaya lain. Pengetahuan dirumuskan dari berbagai pengalaman interkultural sehingga akhirnya seseorang mampu mengidentifikasi karakteristik kolektif suatu budaya. Dengan mengetahui perbedaan budaya sendiri dan budaya lain, individu dapat menyusun strategi untuk menjembatani perbedaan tersebut.

Sikap yang tepat dalam menyikapi perbedaan budaya merupakan komponen Kompetensi Komunikasi Interkultural berikutnya. Tiga sikap dalam interaksi interkultural, yaitu *nonstereotyping*, *nonjudgmentalism*, dan *empathy*.

Komponen keempat adalah adopsi beberapa fitur budaya asing sebagai salah satu strategi interaksi antarbudaya secara efektif dan tepat. Melakukan adopsi budaya dapat menjadi jembatan atas perbedaan budaya. Adopsi budaya asing (terutama dalam hal penggunaan waktu) dilakukan oleh kedua pihak, menunjukkan bahwa kedua pihak bersama-sama menyesuaikan diri dengan budaya lawannya.

Komponen Kompetensi Komunikasi Interkultural yang terakhir adalah perilaku, yang disusun berdasarkan strategi-strategi untuk diterapkan dalam konteks budaya dan komunikasi yang berlangsung saat itu. Beberapa perilaku yang baik dalam interaksi antara Jerman dan Indonesia adalah *compromise*, *self control*, *respect*, dan *friendliness*. Perbedaan prioritas antara staf Jerman dan Indonesia menandakan bahwa kedua pihak saling mengakomodasi tujuan.

Peneliti menyadari adanya kekurangan dalam penelitian ini. Dari sisi akademis peneliti memberikan saran agar penelitian selanjutnya dapat diperkaya dengan memperbanyak informan dengan latar belakang yang lebih beragam. Penelitian ini juga dapat diperluas dengan lokasi penelitian yang berbeda dan dengan orang-orang yang memiliki kewarganegaraan yang berbeda. Tidak harus Jerman dan Indonesia, namun juga negara-negara lain yang mewakili kontras budaya yang berbeda misalnya *high and low context culture*, *hot and cold climate culture*, dan sebagainya.

Dalam sudut pandang praktis, peneliti berharap agar dalam melakukan komunikasi antarbudaya di lingkungan pekerjaan, pelaku-pelaku komunikasi dapat terus mengembangkan kompetensinya dari berbagai pengalaman budaya. Semakin banyak pengalaman, maka semakin luas wawasan dan semakin matang kemampuan komunikasi seseorang. Kemampuan ini tidak hanya berguna di

pekerjaan tetapi juga lingkungan sosial dan bahkan tidak hanya mempengaruhi antarindividu tetapi juga antarorganisasi dan masyarakat.

Daftar Referensi

- Gudykunst, W.B. (2003). *Cross-cultural and intercultural communication*. California: Sage Publications.
- Hofstede, G.J., Pedersen, P. (2002). *Exploring Culture: Exercises, Stories, and Synthetic Cultures*. Nicholas Brealey Publishing.
- Kim, R.K. (2004). *Intercultural Communication Competence: Initial Application to Instructors' Communication As A Basis To Assess Multicultural Teacher Education Programs*. Thesis. University of Hawai'i.
- Kuswarno, E. (2013). *Fenomenologi: Metodologi Penelitian Komunikasi*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Martin, J.N., Nakayama, T.K. (2007). *Intercultural Communication In Contexts*. New York: McGraw-Hill.
- Mulyana, D. (2011). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Samovar, L.A., Porter, R.E., McDaniel, E.R. (2007). *Communication Between Cultures*. California: Thomson Wadsworth.