

STRATEGI PENGURANGAN KETIDAKPASTIAN DALAM SISTEM KOMUNIKASI INTERPERSONAL (Studi Fenomenologi pada Peserta *On The Job Training Program* Ke Jepang dari PT. Hitachi Construction Machinery Indonesia Periode Pemberangkatan Tahun 2009-2012)

Nurvita Wahyu Febriani & Fajar Iqbal
Alumni & Dosen Prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

ABSTRACT

As a social human and God's creature, people interacting with others through human communication (interpersonal communication). Interpersonal communication generally involves two people whose communicate each other, whether they already knew or never known each other. Berger and Calabresse (in West and Turner, 2013: 174) believed it is natural to have doubts about our ability to predict the outcome of initial encounters. He is also argued that the beginnings of personal relationships are fraught with uncertainties and communication becomes the primary method to reduce these uncertainties. On The Job Training Program is a program that was organized for the subsidiaries of Hitachi Construction Machinery (HCM) Group that is in some countries such as Indonesia, Russia, China, Malaysia, etc. Since they start of the program in Japan, the participants especially from PT. Hitachi Construction Machinery Indonesia feel the differences such as the work climate, culture, and the personal character of the Japanese people. These differences make the participants feel the uncertainty. By applying Uncertainty Reduction Theory, this research is aim to examine uncertainties perceived by the participants On The Job Training Program of PT. Hitachi Construction Machinery Indonesia, especially in their interpersonal communication activities with other participants from Japan. In addition, this research aims to examine participant strategies to reduce these uncertainties.

Keywords: *uncertainty reduction, human communication, On the Job Training Program.*

A. PENDAHULUAN

Komunikasi interpersonal pada dasarnya merupakan sebuah sistem, yang dapat dipengaruhi oleh aturan dan harapan, serta persepsi dan konsep diri pihak-pihak yang saling berkomunikasi. Komunikasi interpersonal dapat meliputi beberapa konteks, yaitu konteks keluarga, pernikahan, komunikasi bermedia, dan organisasi. Komunikasi interpersonal dalam konteks organisasi dapat terjadi di lingkungan kerja (perusahaan) yang melibatkan seluruh karyawan dengan latar belakang personal maupun kultural yang berbeda-beda. Keadaan ini juga sangat mungkin terjadi dalam perusahaan berskala multinasional karena melibatkan banyak pihak dari berbagai negara. Salah satu contohnya adalah *Hitachi Construction Machinery Group* (HCM Group), yaitu perusahaan manufaktur yang memproduksi berbagai jenis alat berat dan berpusat di Jepang, yang memiliki beberapa anak perusahaan di berbagai negara yaitu di Indonesia, India, Malaysia, Thailand, Cina, Afrika dan Amerika (sumber: www.hitachi-c-m.com, 2014).

Kesadaran akan perlunya peningkatan kualitas *skill* para karyawannya menyebabkan HCM Group mengadakan pelatihan kepada karyawan dari berbagai cabang perusahaannya melalui *On The Job Training Program*. Program ini berlangsung selama satu tahun sampai tiga tahun di Jepang, yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas kompetensi kerja yang diharapkan serta meningkatkan kemampuan berbahasa Jepang para karyawan. *On The Job Training Program* salah satunya diikuti oleh karyawan dari PT. Hitachi Construction Machinery Indonesia (PT. HCMI).

Meskipun telah mengikuti karantina maupun pelatihan bahasa sebagai persiapan, namun para peserta *On The Job Training Program* tetap mengalami ketidakpastian (*uncertainty*). Selain karena belum memiliki gambaran pasti mengenai situasi negara Jepang maupun karakter masyarakat disana, keterbatasan kemampuan berbahasa Jepang juga seringkali menyebabkan mereka mengalami ketidakpastian. Disinilah

komunikasi interpersonal berperan dalam mengurangi ketidakpastian para peserta. Hal ini sesuai dengan pernyataan Berger dan Calabrese (dalam West dan Turner, 2013: 174), bahwa komunikasi merupakan alat untuk mengurangi ketidakpastian seseorang. Lebih lanjut keduanya juga mengemukakan bahwa untuk mengurangi ketidakpastian, seseorang yang mengalami ketidakpastian tersebut memerlukan berbagai strategi agar memperoleh informasi secara pasti.

Penelitian ini berangkat dari rasa ingin tahu peneliti akan strategi pengurangan ketidakpastian dalam sistem komunikasi interpersonal pada peserta *On The Job Training Program* dari PT. Hitachi Construction Machinery Indonesia periode pemberangkatan tahun 2009-2012. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan strategi pengurangan ketidakpastian dalam sistem komunikasi interpersonal pada peserta *On The Job Training Program* dari PT. Hitachi Construction Machinery Indonesia periode pemberangkatan tahun 2009-2012.

Subjek dalam penelitian ini adalah para peserta *On The Job Training Program* ke Jepang dari PT. Hitachi Construction Machinery Indonesia yang berangkat pada tahun 2009-2012, yang dipilih secara purposif dengan kriteria yaitu: (a) informan merupakan peserta *On The Job Training Program* dari PT. Hitachi Construction Machinery Indonesia periode pemberangkatan tahun 2009-2012, (b) informan telah bekerja lebih dari lima tahun di PT. Hitachi Construction Machinery Indonesia, (c) informan sudah pernah berinteraksi langsung dengan warga negara Jepang selama lebih dari satu tahun. Adapun objek penelitian ini adalah strategi pengurangan ketidakpastian dalam komunikasi interpersonal pada peserta *On The Job Training Program* dari PT. Hitachi Construction Machinery Indonesia periode pemberangkatan tahun 2009-2012.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam secara langsung dan bersifat semi-terstruktur untuk mengumpulkan data

primer. Dimana dalam pelaksanaannya peneliti terlebih dahulu merancang serangkaian pertanyaan sebagai panduan wawancara, untuk penuntun bukan mendikte proses wawancara tersebut. Sedangkan untuk data sekunder diperoleh peneliti dengan melakukan pengumpulan dokumen, yaitu foto kegiatan para peserta selama mengikuti program tersebut.

Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Penelitian ini dibatasi pada interaksi para peserta *On The Job Training Program* dari PT. HCM I dalam melakukan komunikasi interpersonal dengan rekan-rekan kerja mereka di Jepang, bukan termasuk meliputi kehidupan sosial dengan masyarakat sekitar. Melalui pendekatan fenomenologi, peneliti dapat mengetahui arti pengalaman dalam kehidupan seseorang. Edmund Husserl (dalam Kuswarno, 2009: 10) menyatakan bahwa pendekatan fenomenologi bertujuan untuk mempelajari bentuk-bentuk pengalaman dari sudut pandang orang yang mengalaminya secara langsung, sehingga seolah-olah kita ikut mengalaminya. Alex Sobur (2013: x) menyatakan bahwa pada dasarnya penelitian fenomenologi merupakan penelitian yang mencoba memahami persepsi masyarakat, perspektif, dan pemahaman terhadap situasi tertentu (fenomena). Dengan kata lain, penelitian fenomenologi berusaha menjawab pertanyaan “Bagaimana rasanya mengalami hal ini dan itu?.” Oleh karena itu dengan melihat berbagai perspektif dari situasi yang sama, peneliti dapat membuat berbagai generalisasi atas sebuah pengalaman dari perspektif *insider*.

Alasan peneliti menggunakan metode ini karena peneliti ingin menjelaskan tentang fenomena pengurangan ketidakpastian berdasarkan pengalaman-pengalaman seseorang dalam menghadapi situasi tertentu, dari sudut pandang yang dimilikinya. Oleh karena itu hal tersebut harus digali secara mendalam tanpa adanya reduksi ataupun isolasi terhadap variabel-variabel tertentu. Hal ini bertujuan agar peneliti dapat mengetahui apa yang dialami

oleh subjek penelitian berkaitan dengan fenomena tersebut.

Selain itu dalam jurnal *Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi* (2008: Hasbiansyah) disebutkan bahwa pada dasarnya, ada dua hal utama yang menjadi fokus dalam penelitian fenomenologi, yakni: (1) *textural description*, yaitu apa yang dialami oleh subjek penelitian tentang sebuah fenomena maupun apa yang dialami oleh aspek objektif, (2) *structural description*, yaitu bagaimana subjek mengalami dan memaknai pengalamannya sehingga deskripsi yang diuraikan berisi aspek subjektif yang berkaitan dengan pendapat, penilaian, perasaan, harapan serta respon subjektif lainnya dari subjek penelitian, yang berkaitan dengan pengalaman tersebut. Namun dalam melakukan penelitian ini, peneliti akan fokus pada apa yang dialami oleh subjek penelitian tentang sebuah fenomena (*textural description*).

Pembahasan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi transendental yang dicetuskan Edmund Husserl. Edmund Husserl (dalam Kuswarno, 2009: 47-53) menguraikan keempat tahap dalam penelitian fenomenologi transendental yaitu: (1) *epoche*, yaitu pemutusan hubungan dengan pengalaman dan pengetahuan yang peneliti miliki sebelumnya yang bertujuan agar kita mampu mengesampingkan penilaian, bias, dan pertimbangan awal kita terhadap suatu objek, (2) reduksi fenomenologi, yaitu membahasakan bagaimana objek itu terlihat yang bukan hanya dalam konteks objek secara eksternal, namun juga meliputi kesadaran dalam tindakan internal, pengalaman, ritme dan hubungan antara fenomena dengan “aku” sebagai subjek penelitian, (3) variasi imajinasi, yaitu mencari makna-makna dengan memanfaatkan imajinasi, kerangka rujukan, pemisahan dan pembalikan, pendekatan terhadap fenomena dari perspektif, posisi, peranan, serta fungsi yang berbeda, (4) sintesis makna dan esensi, yaitu penyatuan dasar-dasar deskripsi tekstural dan struktural, ke dalam suatu pernyataan yang menggambarkan

hakikat suatu fenomena secara keseluruhan.

Fenomenologi merupakan salah satu pendekatan yang digunakan dalam penelitian jenis kualitatif. Oleh karena itu dalam data-data yang diperoleh dianalisis selanjutnya menggunakan teknik analisis data Miles dan Huberman Punch. Pawito (2008: 104) menyebutkan teknik analisis tersebut memiliki tiga tahap, yaitu (a) reduksi data yang mempunyai tiga tahap yang pertama pengelompokan dan peringkasan data, kedua yaitu penyusunan catatan-catatan tentang berbagai hal yang berkaitan dengan unit analisis, ketiga yaitu konseptualisasi tema-tema dan pola-pola data, (b) penyajian data yaitu pengorganisasian data dengan menjalin atau mengaitkan atau mengaitkan kelompok data yang satu dengan kelompok data yang lain, (c) penarikan atau pengujian kesimpulan yaitu pengimplementasian prinsip induktif dengan mempertimbangkan pola-pola data yang ada.

Selanjutnya untuk menunjukkan keabsahan data yang diperoleh dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber data. Rachmat Kriyantono (2006: 70-71) menyatakan bahwa triangulasi sumber atau triangulasi data adalah membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan sebuah informasi yang diperoleh dari berbagai sumber yang berbeda.

Proses penelitian ini diawali dengan menetapkan lingkup fenomena yang akan diteliti, yaitu bagaimana seseorang mengalami sebuah fenomena ketidakpastian dan strategi pengurangan ketidakpastian yang dilakukan dalam menghadapi situasi tertentu. Dalam hal ini, peneliti menetapkan fenomena ketidakpastian dan strategi pengurangan ketidakpastian para peserta *On The Job Training Program* dari PT. Hitachi Construction Machinery Indonesia (selanjutnya ditulis PT. HCMI). Berbekal fenomena yang telah ditetapkan, peneliti kemudian memilih informan (subjek), yaitu para peserta *On The Job Training Program* dari PT. HCMI yang berangkat pada tahun 2009-2012 dan dipilih secara purposif berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Namun sebelumnya terlebih dahulu peneliti melakukan pra penelitian

terhadap salah seorang peserta, untuk memperoleh gambaran umum mengenai pengalamannya terhadap fenomena yang telah ditentukan.

Tahap selanjutnya, peneliti menyusun daftar pertanyaan sebagai panduan untuk melakukan wawancara (*interview guide*). Pertanyaan-pertanyaan yang disusun bertujuan untuk mengungkapkan makna pengalaman para peserta terhadap fenomena ketidakpastian dan strategi pengurangan ketidakpastian. Selain itu berbagai pertanyaan tersebut juga dimaksudkan untuk menanyakan kepada informan, guna menguraikan pengalaman-pengalaman penting para peserta selama mengikuti *On The Job Training Program* berkaitan dengan fenomena yang telah ditentukan.

Tahap ketiga yang dilakukan peneliti adalah melakukan pengumpulan data, baik melalui pengumpulan dokumentasi maupun wawancara mendalam kepada para informan. Pengumpulan dokumentasi dilaksanakan pada 13 April - 26 April 2015, sedangkan wawancara mendalam dilaksanakan pada 27 April - 29 April 2015 dan bertempat di PT. HCMI. Adapun jumlah informan yang diwawancarai peneliti sejumlah 11 orang yang berasal dari berbagai *section* dan beberapa periode tahun pemberangkatan. Namun untuk menyesuaikan kriteria informan yang telah ditentukan, peneliti kemudian memilih tujuh dari 11 informan yang telah diwawancarai, untuk selanjutnya dianalisis secara mendalam.

B. PEMBAHASAN

Fokus dalam penelitian ini adalah pengurangan ketidakpastian yang terjadi pada aktivitas komunikasi interpersonal para karyawan dalam konteks komunikasi organisasi, yang dianalisis menggunakan teori Pengurangan Ketidakpastian dari Charles Berger dan Richard Calabrese (1975). Oleh karena itu peneliti perlu menjelaskan sejumlah konsep dan pengertian yang berhubungan dengan komunikasi interpersonal terlebih dahulu, khususnya yang digunakan dalam penelitian ini.

B.I. Konsep-konsep Dasar

1. Komunikasi interpersonal

Komunikasi interpersonal menurut Devito (dalam Effendy, 2003: 30) adalah penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang, dengan berbagai dampaknya, dan dengan peluang untuk memberikan umpan balik segera. Suranto Aw (2011: 56) menyebutkan bahwa komunikasi interpersonal pada dasarnya merupakan sebuah sistem, yang dalam prosesnya dapat dipengaruhi oleh tiga komponen yaitu *input*, proses dan *output*. *Input* adalah komponen penggerak atau sumber daya awal yang menggerakkan proses komunikasi interpersonal, yang terdiri atas aturan dan harapan, serta persepsi dan konsep diri. Adapun komponen proses merupakan proses komunikasi interpersonal itu sendiri, sedangkan komponen *output* yaitu tujuan yang dicapai baik berupa pengetahuan, sikap, maupun perilaku yang dihasilkan dari proses komunikasi yang terjadi.

2. Komunikasi Interpersonal dalam Konteks Organisasi

West dan Turner (2013: 36) menyebutkan bahwa komunikasi interpersonal memiliki beberapa konteks yaitu lingkungan keluarga, pernikahan, media massa, dan organisasi. Komunikasi interpersonal dalam konteks organisasi, salah satunya terjadi di lingkungan kerja atau perusahaan. Arni Muhammad (2009: 158) menyatakan bahwa komunikasi interpersonal yang efektif merupakan pondasi keberhasilan sebuah organisasi, termasuk perusahaan. Sebab komunikasi interpersonal dalam sebuah perusahaan melibatkan seluruh karyawan yang memiliki latar belakang personal maupun kultural yang berbeda-beda, sehingga harus dapat terjalin dengan baik demi tercapainya tujuan bersama dalam perusahaan tersebut.

Namun setiap orang dalam sebuah organisasi, tentu memiliki kebutuhan sosial atau interpersonal yang berbeda-beda dan hanya dapat terpenuhi melalui komunikasi interper-

sonal. William C. Schutz (dalam Muhammad, 2009: 161-165) menguraikan bahwa ada tiga jenis kebutuhan interpersonal, yang mendorong orang-orang dalam sebuah organisasi untuk melakukan komunikasi interpersonal. Tiga jenis kebutuhan interpersonal tersebut yaitu: (a) kasih sayang, yaitu berkaitan dengan keinginan setiap individu dalam sebuah organisasi atau perusahaan untuk disukai oleh orang lain, sehingga dapat terjalin kerjasama yang baik antar individu, (b) diikutsertakan, yaitu keinginan setiap individu untuk merasa berarti dan diperhitungkan keberadaannya sebagai bentuk penghargaan atas kinerjanya dalam organisasi atau perusahaan yang menaunginya, (c) kontrol, yaitu kebutuhan yang timbul karena rasa tanggungjawab dan kepemimpinan terhadap tugas, fungsi dan pekerjaan yang ia miliki dalam sebuah organisasi atau perusahaan.

3. Teori Pengurangan Ketidakpastian

Teori Pengurangan Ketidakpastian (*Uncertainty Reduction Theory*) dipelopori oleh Charles Berger dan Ricard Calabrese pada tahun 1975. Berger dan Calabrese (dalam West dan Turner, 2013: 173-175) menyatakan bahwa komunikasi merupakan alat untuk mengurangi ketidakpastian seseorang terutama bagi orang-orang yang belum saling mengenal satu sama lain, sehingga saat ketidakpastian itu berkurang maka akan tercipta suasana yang kondusif untuk pengembangan hubungan interpersonal. Ada dua jenis ketidakpastian yang mungkin dialami seseorang yaitu ketidakpastian kognitif atau *cognitive uncertainty* dan ketidakpastian perilaku atau *behavioral uncertainty*. Morissan (2010: 88) mengurangkan bahwa ketidakpastian kognitif merujuk pada tingkat ketidakpastian tentang keyakinan atau sikap seseorang. Sedangkan ketidakpastian perilaku berkaitan dengan seberapa jauh kita dapat memperkirakan perilaku pada situasi tertentu.

Namun demikian, ketidakpastian merupakan kondisi yang dapat menyebabkan timbulnya rasa tidak nyaman bagi orang-orang

yang mengalaminya. Oleh karena itu mereka akan terdorong untuk berusaha mengurangi ketidakpastian tersebut. Menurut Em Griffin (2011: 125) terdapat tiga faktor yang mendorong seseorang untuk mengurangi ketidakpastian yang dialaminya, yaitu: (a) mengantisipasi interaksi selanjutnya karena akan bertemu lagi dengan orang tersebut, (b) adanya nilai insentif karena ia merasa orang tersebut memiliki sesuatu yang diinginkan, (c) adanya sikap yang menyimpang dari orang yang baru dikenalnya tersebut.

Sebagaimana teori-teori pada umumnya, Teori Pengurangan Ketidakpastian juga dibangun atas berbagai asumsi, yang menggambarkan tentang pandangan para pendirinya. Asumsi-asumsi dalam Teori Pengurangan Ketidakpastian yaitu:

- a) Individu mengalami ketidakpastian dalam latar interpersonal saat berkomunikasi dengan orang yang tidak dikenalnya.
- b) Ketidakpastian merupakan situasi yang tidak disukai dan dapat menimbulkan stres secara kognitif sebab seseorang membutuhkan energi cukup besar untuk menghadapi situasi tersebut.
- c) Ketika dua orang yang tidak saling mengenal bertemu dan terlibat percakapan, maka mereka akan berupaya untuk mengurangi ketidakpastian atau meningkatkan prediktabilitas (kemampuan membuat perkiraan terhadap pihak lain). Untuk meningkatkan prediktabilitas, maka seseorang perlu mencari informasi dengan bertanya kepada orang yang baru dikenalnya itu. Semakin banyak interaksi yang terjadi, ketidakpastian akan semakin berkurang.
- d) Komunikasi interpersonal merupakan proses yang berkembang setelah melalui beberapa tahapan atau fase. Pertama fase awal, yaitu tahapan awal saat seseorang memulai interaksi dengan orang lain yang baru dikenal. Kedua fase personal, yaitu tahapan saat mereka

melakukan komunikasi secara lebih spontan dan mulai mengungkapkan informasi yang lebih bersifat individual. Tahap personal bisa terjadi bersamaan dengan tahap awal, namun umumnya terjadi setelah beberapa kali interaksi. Ketiga fase akhir, yaitu tahap saat seseorang memutuskan untuk meneruskan hubungan yang telah terjadi atau justru memutuskan hubungan tersebut.

- e) Komunikasi antarpribadi merupakan alat utama untuk mengurangi ketidakpastian.
- f) Jumlah dan sifat informasi yang dimiliki seseorang berubah sepanjang waktu, sebab komunikasi antarpribadi berkembang secara bertahap dan interaksi awal merupakan elemen penting dalam proses perkembangan hubungan interpersonal.
- g) Sangat mungkin bagi kita untuk menduga perilaku seseorang orang berdasarkan kesamaan karakternya dengan orang-orang yang memiliki gaya hidup yang sama (dalam West dan Turner, 2013: 150).

Pada dasarnya Teori Pengurangan Ketidakpastian dikumpulkan berdasarkan hasil penelitian dan memiliki beberapa aksioma, yang masing-masing menunjukkan adanya hubungan antara ketidakpastian dengan sejumlah konsep lainnya. Terdapat sembilan aksioma yang dikemukakan Berger dan Calabrese (dalam West dan Turner, 2013: 153-155), yaitu:

- a) Ketidakpastian yang tinggi pada tahap awal dalam komunikasi, akan mendorong peningkatan komunikasi verbal diantara orang yang tidak saling mengenal, sehingga tingkat ketidakpastian semakin menurun.
- b) Pada tahap awal interaksi, saat komunikasi nonverbal meningkat maka ketidakpastian menurun.
- c) Tingkat ketidakpastian tinggi akan meningkatkan upaya pencarian infor-

- masi mengenai perilaku orang lain.
- d) Tingkat ketidakpastian yang tinggi dalam suatu hubungan menyebabkan penurunan tingkat keakraban isi komunikasi.
 - e) Tingkat ketidakpastian yang tinggi menghasilkan tingkat resiprositas yang tinggi pula.
 - f) Kesamaan atau kemiripan yang ada antara komunikan dan komunikator akan menurunkan tingkat ketidakpastian.
 - g) Ketidakpastian yang meningkat akan mengurangi ketertarikan untuk saling berinteraksi, dan sebaliknya yaitu penurunan tingkat ketidakpastian akan meningkatkan ketertarikan.
 - h) Tingkat intensitas interaksi yang semakin tinggi antarpihak yang saling berkomunikasi akan menurunkan tingkat ketidakpastian.
 - i) Tingkat ketidakpastian yang semakin tinggi membuat kepuasan dalam berkomunikasi semakin rendah.

Lebih lanjut Berger (dalam West dan Turner, 2013: 184), menyatakan bahwa untuk mengurangi ketidakpastian, seseorang dapat menggunakan tiga strategi pengurangan ketidakpastian yaitu: (a) strategi pasif dengan mengamati seseorang yang baru dikenal saat orang tersebut sedang melakukan sesuatu maupun bereaksi terhadap sesuatu karena orang lain, (b) strategi aktif dengan melakukan sesuatu untuk mencari tahu mengenai seseorang, tanpa berhubungan secara langsung dengan orang tersebut. Misalnya dengan menanyakan pada orang lain yang telah mengenal orang tersebut, maupun mencari informasi melalui media massa, (c) strategi interaktif melalui interaksi dan komunikasi secara langsung dengan orang yang sebelumnya telah kita cari informasi tentangnya.

B.II. Komponen Komunikasi *On the Job Training* HCMI

Manusia pada dasarnya merupakan makhluk individu sekaligus makhluk sosial. Manusia sebagai makhluk individu berarti bahwa setiap manusia memiliki ciri khas dalam dirinya, yang membedakan dengan orang lain. Sedangkan sebagai makhluk sosial artinya, manusia tidak dapat hidup sendiri sehingga senantiasa berinteraksi dengan manusia lainnya melalui interaksi interpersonal. Suranto Aw (2011: 53) menyebutkan bahwa salah satu bentuk interaksi interpersonal tersebut adalah komunikasi interpersonal.

Lebih lanjut Suranto Aw (2011: 56) menguraikan bahwa komunikasi interpersonal pada dasarnya merupakan sebuah sistem. Hal ini berarti bahwa dalam komunikasi interpersonal terdapat komponen-komponen yang saling berpengaruh, yaitu komponen *input*, proses dan *output*. *Input* adalah komponen penggerak atau sumber daya awal yang menggerakkan proses komunikasi interpersonal, yang terdiri atas aturan dan harapan, serta persepsi dan konsep diri. Adapun komponen proses merupakan proses komunikasi interpersonal itu sendiri, sedangkan komponen *output* yaitu tujuan yang dicapai baik berupa pengetahuan, sikap, maupun perilaku yang dihasilkan dari proses komunikasi yang terjadi.

a. Aturan dan Harapan dalam Komunikasi Interpersonal

Manusia merupakan makhluk sosial yang selalu hidup di lingkungan masyarakat, sehingga senantiasa saling berkomunikasi manusia lain. Namun setiap lingkungan masyarakat memberlakukan aturan baik berupa nilai-nilai, norma maupun etika yang saling berbeda. Aturan tersebut kemudian kemudian diadopsi, sehingga menjadi sebuah kebiasaan yang memengaruhi pola perilaku dan cara berkomunikasi seseorang.

Aturan juga berlaku dalam komunikasi interpersonal. Terlebih bila antar manusia yang terlibat dalam komunikasi interpersonal tersebut berasal dari negara berbeda. Tentu mereka memiliki perbedaan aturan dalam

berkomunikasi dan menginternalisasikan pesan yang diterima, sehingga mereka akan dipengaruhi norma-norma sosial budaya negaranya masing. Hal ini sesuai dengan pernyataan Kitty O. Locker (dalam Aw, 2011: 58) bahwa cara berkomunikasi seseorang dipengaruhi oleh norma sosial budaya yang bersumber dari *national culture* (budaya bangsa) dan *organizational culture* (budaya organisasi).

Adanya perbedaan aturan dalam melakukan komunikasi interpersonal ini, dialami pula oleh para peserta *On The Job Training Program* dari PT. HCMI. Memasuki lingkungan kerja baru di negara lain yaitu Jepang, membuat para peserta menemukan berbagai perbedaan aturan dalam berkomunikasi. Para peserta pun harus menyesuaikan diri dengan perbedaan-perbedaan aturan tersebut, sehingga dapat melakukan komunikasi secara efektif dan baik di lingkungan kerja baru mereka.

Ketika mengikuti karantina, para peserta *On The Job Training Program* dari PT. HCMI memang sudah mulai mendapatkan informasi mengenai budaya di Jepang. Diantaranya adalah bahwa negara Jepang dan masyarakatnya tidak menyukai kegaduhan, sehingga suasana senantiasa tenang. Oleh karena itu, para peserta berusaha untuk senantiasa menjaga ketenangan dalam keseharian mereka.

Namun demikian, adapula aturan-aturan lain dalam berkomunikasi yang dipengaruhi oleh *national culture* atau budaya bangsa yaitu Jepang. Sebelum berangkat ke Jepang, para peserta terlebih dahulu berusaha mencari informasi bagaimana untuk berkomunikasi disana. Tetapi setelah sampai di Jepang dan mulai berinteraksi dengan masyarakat disana, para peserta pun mulai mengetahui secara langsung aturan-aturan dalam berkomunikasi di Jepang.

Untuk berkomunikasi secara verbal, para peserta mulai menyesuaikan dengan beberapa aturan yang ada. Mereka harus senantiasa berucap secara sopan, dengan tidak boleh mengucapkan kata-kata kasar untuk berkomunikasi kepada siapapun. Selain itu untuk berkomunikasi dengan atasan, para

peserta menggunakan Bahasa Jepang secara formal untuk menunjukkan rasa hormat dan sopan. Namun untuk berkomunikasi dengan rekan-rekan kerja sejawat, para peserta menggunakan Bahasa Jepang secara non formal. Biasanya mereka menyebutnya sebagai Bahasa Jepang *gaul*.

Selain aturan dalam berkomunikasi secara verbal, terdapat pula aturan dalam berkomunikasi secara non verbal di negara Jepang. Aturan tersebut diantaranya tidak boleh menepuk *pantat* namun boleh menyentuh kepala, serta boleh menggunakan jari telunjuk untuk ketika saling berkomunikasi. Aturan dalam berkomunikasi non verbal tersebut berkebalikan dengan Indonesia, yang justru tidak diperbolehkan untuk menyentuh kepala maupun menunjuk-nunjuk orang lain karena dianggap tidak sopan.

Selain adanya aturan yang harus ditaati, setiap manusia tentu juga memiliki harapan dan tujuan dalam berkomunikasi. Harapan yang dimiliki setiap manusia tentu saling berbeda yang dipengaruhi oleh motivasi, pengalaman dan kepribadian masing-masing. Suranto Aw (2011: 57) menyatakan bahwa, setiap individu melakukan komunikasi interpersonal karena digerakkan oleh harapan yang dimilikinya. Dalam hal ini harapan juga menjadi motivasi yang menggerakkan para peserta *On The Job Training Program* dari PT. HCMI, untuk melakukan komunikasi interpersonal dengan rekan-rekan barunya di Jepang.

Para peserta ingin menjalin interaksi dengan rekan-rekan baru mereka di Jepang, karena agar nantinya dapat saling membantu ketika mengalami kesulitan. Namun adapula harapan peserta yang ingin berkomunikasi dengan rekan-rekan barunya untuk berinteraksi secara nyaman dengan mereka, sehingga nantinya terjalin keakraban dan persahabatan agar tidak merasa kesepian.

Harapan lainnya yang dimiliki para peserta untuk menjalin interaksi dengan rekan-rekan baru mereka di Jepang, adalah untuk mempelajari berbagai hal termasuk Bahasa

Jepang lebih mendalam. Sebab melalui interaksi dengan rekan-rekannya tersebut, para peserta dapat memperkaya kosakata yang mereka miliki. Maka selain terjalin keakraban, mereka juga dapat meningkatkan kemampuannya dalam berbahasa Jepang.

Adanya perbedaan aturan dan harapan yang dimiliki setiap individu kemudian menghasilkan cara berkomunikasi yang unik, sehingga berbeda dengan antara satu orang dengan lainnya. Aturan dan harapan merupakan faktor *input* yang memengaruhi dan menggerakkan komunikasi interpersonal yang terjadi. Terlebih bila antar individu yang terlibat dalam komunikasi interpersonal tersebut berasal dari dua negara berbeda, maka mereka akan memiliki perbedaan aturan dan harapan yang sangat kompleks. Sebab dalam berkomunikasi dan menginternalisasikan pesan yang diterima, mereka akan dipengaruhi norma-norma sosial budaya negaranya masing. Hal inilah yang juga terjadi dalam komunikasi interpersonal antara para peserta *On The Job Training Program* dari PT. HCMI dengan rekan-rekan baru mereka di Jepang.

b. Persepsi dan Konsep Diri Partisipan On the Job Training HCMI

Persepsi adalah pemberian makna terhadap stimuli inderawi yang berasal dari rekan komunikasi kita, baik berupa pesan verbal maupun nonverbal. Persepsi berperan penting dalam keberhasilan komunikasi, sebab bila stimuli (pesan) ditafsirkan salah maka akan menimbulkan kesalahpahaman terhadapnya. Komunikasi interpersonal yang berkesinambungan akan membawa dampak terhadap perubahan persepsi antara komunikan dan komunikator, menjadi lebih baik atau lebih buruk.

Pengaruh persepsi terhadap komunikasi interpersonal juga dialami oleh para peserta *On The Job Training Program* dari PT. HCMI. Keterbatasan informasi mengenai situasi negara Jepang dan karakter masyarakat disana, mem-

buat mereka belum memiliki gambaran pasti terhadap segala hal yang akan dihadapi nantinya. Sebab para peserta belum pernah pergi Jepang sebelumnya maupun berinteraksi secara akrab dengan orang Jepang. Bahkan ada beberapa peserta yang belum pernah sama sekali berinteraksi dengan orang Jepang. Hal tersebut membuat para peserta hanya mampu memprediksikan bagaimana situasi negara Jepang dan karakter masyarakat disana, berdasarkan persepsi mereka masing-masing.

FAH, salah satu peserta *On The Job Training Program* dari PT. HCMI sebelum berangkat ke Jepang mempersepsikan bahwa Jepang merupakan negara dengan aktivitas yang sangat sibuk dan ramai. Adapun mengenai karakter masyarakat disana, ia membayangkan mereka memiliki kepribadian yang keras dan disiplin sehingga membuatnya merasa cemas. Sama halnya dengan FAH, peserta lainnya yaitu EA juga memiliki persepsi yang hampir sama mengenai bagaimana situasi negara Jepang dan karakter masyarakat disana. EA yang belum pernah berinteraksi dengan orang Jepang sempat merasa khawatir, mempersepsikan bahwa mereka sangat disiplin dan berkepribadian keras.

Adapula peserta *On The Job Training Program* dari PT. HCMI lainnya yaitu PD, yang juga memiliki persepsi tersendiri mengenai situasi negara Jepang dan karakter masyarakat disana. Walau sudah pernah berinteraksi dengan orang Jepang, namun interaksi tersebut belum terjalin akrab sehingga belum membuatnya memiliki gambaran pasti tentang mereka. PD mempersepsikan bahwa Jepang merupakan negara yang maju dan teratur. Sedangkan baginya, masyarakat Jepang merupakan orang yang berkepribadian serius dan tidak suka bergurau.

Sebagaimana PD peserta *On The Job Training Program* dari PT. HCMI lainnya yaitu MS mempersepsikan bahwa orang Jepang memiliki karakter keras dan tegas, sebagaimana yang sering ia lihat di televisi. Ia juga sempat membayangkan, bahwa Jepang merupakan negara maju yang seluruhnya merupakan

daerah perkotaan. BP juga memiliki persepsi tersendiri, baik mengenai negara Jepang maupun karakter masyarakat disana. Persepsi tersebut timbul karena ia sering melihat bagaimana situasi negara Jepang maupun gambaran masyarakatnya di televisi. Ia membayangkan bahwa masyarakat Jepang memiliki karakter yang kaku dan sangat disiplin sebagaimana yang sering dilihat di televisi.

Persepsi yang dimiliki peserta *On The Job Training Program* dari PT. HCMI mengenai situasi negara Jepang maupun karakter masyarakat Jepang cenderung negatif. Hal tersebut membuat mereka merasa cemas dan khawatir, sehingga menimbulkan ketidaknyamanan untuk berinteraksi dan beraktivitas disana. Rasa cemas dan khawatir yang dialami para peserta merupakan bentuk ketidakpastian kognitif. Sebab mereka memiliki keyakinan tersendiri atas apa yang dibayangkan mengenai situasi negara Jepang dan karakter masyarakat disana, sehingga menimbulkan rasa cemas dan khawatir.

Selain persepsi, konsep diri seseorang juga dapat memengaruhi komunikasi interpersonal yang terjadi. Konsep diri merupakan gambaran dan penilaian diri juga pandangan dan perasaan tentang diri kita sendiri. Konsep diri dapat memengaruhi komunikasi interpersonal, karena setiap individu melakukan tindakan yang berdasarkan konsep diri yang ia miliki.

Pengaruh konsep diri terhadap komunikasi interpersonal juga dialami oleh para peserta *On The Job Training Program* dari PT. HCMI. MY mengakui bahwa sebelum berangkat, ia memiliki bayangan indah mengenai situasi negara Jepang. Namun ternyata bayangannya tersebut ternyata tidak sesuai dengan kenyataan yang ia temui di Jepang. MY sebelumnya membayangkan bahwa, Jepang merupakan negara yang ramai dan dipenuhi orang-orang yang beraktivitas. Namun setelah sampai disana, ternyata apa yang ia bayangkan tidak sesuai dengan kenyataan yang ada.

Situasi di Jepang ternyata sepi karena masing-masing berkerja di berbagai peru-

sahaan. MY yang menyukai keramaian sempat merasa tertekan bahkan ingin pulang karena tidak betah dengan suasana yang sepi. Ia juga sempat menyesali keputusannya untuk berangkat ke sana dan merasa *stress* karena tidak nyaman dengan situasi tersebut. Bahkan ia pun sempat memprediksikan bahwa ia tidak akan nyaman tinggal di Jepang maupun untuk bersosialisasi disana, sehingga membuatnya ingin pulang. Rasa menyesal dan *stress* yang dialami MY tersebut merupakan bentuk ketidakpastian kognitif, yang timbul karena persepsi yang ia miliki terhadap negara Jepang kurang tepat sehingga tidak sesuai dengan kepribadiannya.

Peserta lainnya yang juga merasakan pengaruh konsep diri terhadap komunikasi interpersonal adalah PD dan MS. Keduanya memiliki konsep diri yang tidak bisa jauh dari keluarga, sehingga ketika berpisah untuk mengikuti *On The Job Training Program* membuat mereka menjadi kesepian, tertekan dan tidak dapat bersosialisasi serta beraktivitas dengan nyaman. Mereka akhirnya memutuskan membawa keluarga masing-masing untuk turut serta tinggal di Jepang. Rasa tertekan dan tidak nyaman yang dialami PD dan MS juga merupakan bentuk ketidakpastian kognitif.

Persepsi dan konsep diri juga merupakan faktor *input* yang memengaruhi komunikasi interpersonal yang terjadi. Dimana persepsi dan konsep diri yang negatif dapat menghambat komunikasi interpersonal yang terjadi, sehingga tidak berjalan dengan baik bahkan dapat menimbulkan ketidakpastian diantara pihak-pihak yang terlibat di dalam. Sebagaimana para peserta *On The Job Training Program* dari PT. HCMI yang mengalami ketidakpastian berupa rasa cemas, khawatir, *stress* dan tidak nyaman karena memiliki persepsi dan konsep diri yang negatif.

c. Ketidakpastian dalam Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal umumnya melibatkan dua orang yang saling berkumuni-

kasi, baik yang sudah saling mengenal maupun yang belum pernah saling mengenal. Namun demikian bagi orang-orang yang baru bertemu kemudian saling terlibat percakapan, terdapat kecenderungan munculnya ketidakpastian atau *uncertainty*. Hal ini sesuai dengan pernyataan Berger (dalam Griffin, 2011: 125) bahwa “*the beginnings of personal relationships are fraught with uncertainties*” (awal dari sebuah hubungan pribadi akan penuh dengan ketidakpastian).

Ketidakpastian pada dasarnya merupakan ketidakmampuan seseorang untuk memprediksikan bagaimana karakter orang-orang yang baru dikenalnya, maupun situasi yang akan ia alami. Salah satu penyebab timbulnya ketidakpastian adalah ketidaktahuan seseorang mengenai hal-hal yang berkaitan dengan orang-orang yang baru dikenalnya maupun situasi baru tersebut, baik secara kultural maupun personal. Oleh karena itu ia harus berinteraksi pada situasi itu dan berkomunikasi secara interpersonal dengan orang-orang yang baru dikenalnya tersebut, untuk mendapatkan informasi pasti mengenai keduanya. Maka dengan memperoleh informasi secara pasti, ketidakpastian akan berkurang sehingga interaksi dapat berjalan baik dan terjalin keakraban.

Pada dasarnya ketidakpastian yang dialami para peserta *On The Job Training Program* dari PT. HCMI, disebabkan oleh keterbatasan kemampuan mereka untuk berbahasa Jepang dan keterbatasan informasi mengenai situasi negara Jepang serta karakter masyarakat disana. Sebagaimana telah diuraikan sebelumnya bahwa keterbatasan informasi mengenai situasi negara Jepang serta karakter masyarakat disana, berdampak pada timbulnya persepsi negatif dalam diri para peserta mengenai situasi maupun karakter orang-orang yang akan mereka temui nantinya. Terlebih beberapa diantara peserta memiliki konsep diri yang tidak sesuai, dengan situasi yang mereka temui di Jepang.

Persepsi negatif dan konsep diri yang tidak sesuai dengan situasi yang ada tersebut menimbulkan rasa khawatir, cemas dan tidak

nyaman dalam diri para peserta sehingga menimbulkan rasa tidak nyaman untuk beraktivitas maupun bersosialisasi. Hal tersebut pada dasarnya disebabkan oleh adanya ketidakpastian dalam diri para peserta. Sebab para peserta belum memiliki gambaran pasti mengenai situasi maupun karakter orang-orang yang akan ditemui nantinya, sehingga membuat mereka tidak siap dengan segala hal yang terjadi.

Selain keterbatasan informasi mengenai situasi negara Jepang dan karakter masyarakat disana, keterbatasan kemampuan berbahasa Jepang seringkali membuat para peserta tidak dapat memahami perbincangan dengan rekan-rekannya di Jepang. Hal tersebut juga menjadi penyebab timbulnya ketidakpastian dalam diri mereka. Bahkan beberapa diantara para peserta juga seringkali merasa canggung untuk berkomunikasi, karena merasa belum mahir berbahasa Jepang.

Sebelum berangkat ke Jepang, para peserta *On The Job Training Program* dari PT. HCMI memang terlebih dahulu berkewajiban mengikuti pelatihan Bahasa Jepang selama tiga hingga empat bulan. Namun demikian pelatihan tersebut hanya meliputi Bahasa Jepang secara non formal. Padahal dalam berkomunikasi sehari-hari di luar masalah pekerjaan, orang Jepang lebih banyak menggunakan Bahasa Jepang non formal. Hal ini seringkali menimbulkan ketidakpastian secara kognitif dalam diri para peserta, karena mereka tidak dapat memahami apa yang dibicarakan oleh rekan-rekannya.

B.III. Strategi Pengurangan Ketidakpastian

Berbagai faktor menjadi penyebab timbulnya ketidakpastian dalam interaksi, yang terjadi diantara para peserta *On The Job Training Program* dari PT. HCMI dengan rekan-rekan baru mereka di Jepang. Disinilah komunikasi berperan untuk mengurangi ketidakpastian tersebut. Berger dan Calabrese (dalam West dan Turner, 2013: 173-175) menyatakan bahwa komunikasi merupakan alat untuk mengurangi

ketidakpastian seseorang, sehingga saat ketidakpastian itu berkurang akan tercipta suasana yang kondusif untuk pengembangan hubungan interpersonal. Lebih lanjut Charles Berger (dalam West dan Turner, 2013: 184), menyebutkan untuk mengurangi ketidakpastian seseorang dapat menggunakan tiga strategi pengurangan ketidakpastian yang ada yaitu strategi pasif, aktif dan interaktif sehingga dapat memperoleh informasi secara pasti berkaitan dengan orang-orang yang baru dikenalnya.

a. Strategi aktif

Strategi aktif, yaitu dengan melakukan sesuatu untuk mencari tahu mengenai karakter orang-orang yang akan ditemui maupun situasi yang akan dihadapi, tanpa berinteraksi secara langsung dengan di dalamnya maupun dengan orang-orang tersebut. Sebelum berangkat ke Jepang, para peserta *On The Job Training Program* berusaha mencari informasi mengenai situasi negara Jepang dan karakter masyarakat disana. Hal ini dilakukan karena para peserta merasa belum mempunyai gambaran pasti, mengenai situasi negara Jepang dan karakter masyarakat disana sehingga menimbulkan ketidakpastian dalam diri mereka. Oleh karena itu mereka berusaha mengumpulkan informasi untuk mengurangi ketidakpastian yang dialami.

Pencarian informasi yang dilakukan para peserta merupakan bentuk strategi pengurangan ketidakpastian secara aktif. Sebab pencarian informasi tersebut dilakukan melalui orang-orang maupun media yang mengetahui dan menyediakan informasi mengenai situasi negara Jepang serta karakter masyarakat disana. Para Peserta biasanya mengumpulkan informasi dengan bertanya kepada rekan-rekan mereka yang telah terlebih dahulu mengikuti *On The Job Training Program*. Mereka ingin mengetahui apa saja yang dibutuhkan selama berada di Jepang, apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan selama di Jepang, serta bagaimana untuk berkomunikasi dengan orang Jepang.

Selain mencari informasi dengan bertanya kepada rekan-rekan mereka yang telah

terlebih dahulu mengikuti *On The Job Training Program*, beberapa peserta juga berusaha mencari informasi melalui internet maupun acara-acara televisi yang menyajikan informasi mengenai negara Jepang dan karakter masyarakat disana. Melalui internet mereka mencari tahu mengenai budaya, apa yang disukai dan tidak disukai serta situasi pergaulannya masyarakat Jepang. Sedangkan pencarian informasi dengan menyaksikan acara-acara televisi, biasanya dilakukan para peserta untuk mengetahui bagaimana cara berkomunikasi masyarakat Jepang.

Pencarian informasi yang dilakukan para peserta *On The Job Training Program* dari PT. HCMI tersebut, merupakan menunjukkan adanya ketidakpastian dalam diri mereka. Sebab mereka merasa belum memiliki gambaran pasti mengenai situasi negara Jepang dan karakter orang-orang yang akan ditemui nantinya. Maka dengan mengumpulkan informasi, mereka dapat mulai memperoleh informasi mengenai situasi negara Jepang dan karakter masyarakat disana. Hal tersebut menjadi langkah persiapan diri, sebelum para peserta mulai mengikuti *On The Job Training Program*.

b. Strategi pasif

Walaupun sebelum berangkat para peserta telah mencari informasi mengenai situasi negara maupun karakter masyarakat disana, namun mereka merasa belum mempunyai gambaran pasti terhadap keduanya. Oleh karena itu para peserta tidak serta merta berinteraksi langsung dengan rekan-rekan barunya di Jepang. Maka terlebih dahulu mereka berusaha mencari informasi mengenai situasi lingkungan maupun karakter rekan-rekan barunya tersebut dengan melakukan pengamatan.

Pengamatan yang dilakukan para peserta *On The Job Training Program* dari PT. HCMI biasanya berfokus pada karakter dan cara kerja orang Jepang, dalam situasi lingkungan kerja mereka yang baru. Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan, para peserta memiliki kesimpulan yang sama bahwa situasi

negara Jepang termasuk di lingkungan kerja memang sangat disiplin dan sepi karena fokus pada pekerjaan masing-masing. Selain itu pengamatan juga dilakukan ketika rekan-rekan baru mereka di Jepang tengah saling berinteraksi dan berbincang. Melalui pengamatan tersebut, para peserta dapat mengetahui cara nkerja dan karakter mereka, misalnya gemar bergurau atau tidak, bagaimana cara dia berbicara dan bagaimana dia bersikap kepada orang lain.

Pengamatan yang dilakukan para peserta merupakan bentuk strategi pengurangan ketidakpastian secara pasif. Meski berlangsung satu arah, namun pengamatan tersebut dapat mulai memberikan gambaran mengenai situasi dan karakter rekan-rekan baru yang mereka temui. Hal ini membuat para peserta dapat menyesuaikan diri untuk kemudian memulai interaksi secara langsung, dengan rekan-rekan baru mereka di Jepang.

c. Strategi interaktif

Setelah memperoleh gambaran melalui pengamatan yang telah dilakukan, para peserta mulai menjalin interaksi secara langsung dengan rekan-rekan baru mereka di Jepang. Interaksi secara langsung merupakan bentuk strategi pengurangan ketidakpastian secara interaktif. Melalui interaksi langsung tersebut para peserta dapat memperoleh gambaran pasti mengenai karakter rekan-rekan barunya di Jepang, sehingga lebih mudah untuk menyesuaikan diri. Selain itu dengan memperoleh informasi secara pasti, para peserta dapat berinteraksi secara nyaman dengan rekan-rekannya dan memenuhi harapan mereka untuk berkomunikasi secara interpersonal.

Para peserta memulai interaksi secara langsung dengan rekan-rekan barunya di Jepang dengan saling berkenalan dan menyapa. Mereka saling memperkenalkan diri dan berbincang ketika sedang beristirahat bersama. Maka setelah mendapatkan respon yang baik, mereka saling berbincang lebih jauh mengenai pekerjaan, kesulitan yang dihadapi, juga masalah perbedaan budaya.

Setelah semakin sering berkomunikasi, mereka pun sering pergi bersama untuk menjalin interaksi yang semakin akrab. Mereka sering berkebung, berolah raga, mengikuti berbagai perayaan di Jepang, serta mengadakan *naomikai*. Bahkan mereka tak sungkan lagi untuk saling berbagi *uneg-uneg* maupun masalah pribadi masing-masing seperti masalah keluarga.

Selain itu strategi pengurangan ketidakpastian secara interaktif juga dilakukan para peserta *On The Job Training Program*, ketika tidak dapat memahami perbincangan dengan rekan-rekannya di Jepang. Biasanya mereka akan berusaha meminta penjelasan ulang dari rekan-rekannya tersebut, agar dapat memahami perbincangan yang ada. Para peserta tidak segan untuk mengatakan secara langsung bahwa mereka tidak memahami perbincangan tersebut, sehingga meminta untuk penjelasan ulang baik berupa gerakan tangan, gambar, maupun bahasa yang lebih sederhana. Namun tak jarang bila pembicaraan yang dimaksud adalah suatu benda, rekan-rekan mereka menunjukkan benda tersebut secara langsung.

• *Output* Interaksi

Sebagaimana telah diuraikan sebelumnya bahwa komunikasi interpersonal yang berkesinambungan, akan membawa dampak terhadap perubahan persepsi antara komunikan dan komunikator menjadi lebih baik atau lebih buruk. Dalam hal ini persepsi negatif para peserta *On The Job Training Program* dari PT. HCMI terutama mengenai karakter orang Jepang, berubah seiring dengan interaksi yang terjadi. Hal ini dikarenakan mereka sudah memperoleh gambaran pasti mengenai karakter rekan-rekan barunya di Jepang, melalui interaksi secara langsung yang telah terjadi. Bila sebelum berangkat mereka mempersepsikan bahwa masyarakat Jepang memiliki karakter yang keras, sangat disiplin, tidak suka bergurau, dan kaku, maka setelah berinteraksi secara langsung persepsi tersebut berubah. Para peserta pun menyimpulkan bahwa masyarakat Jepang adalah

sebagaimana karakter masyarakat Indonesia pada umumnya. Mereka ada yang memiliki karakter yang keras dan kaku, namun adapula yang ramah dan baik.

Bukan hanya perubahan persepsi, harapan para peserta *On The Job Training Program* dari PT. HCMI dapat terpenuhi melalui komunikasi mereka dengan rekan-rekan barunya di Jepang. Sebelum berinteraksi secara akrab dengan mereka, para peserta memiliki harapan bahwa melalui interaksi tersebut nantinya mereka dapat saling membantu, dapat mempelajari berbagai hal termasuk Bahasa Jepang secara lebih mendalam, dan dapat berinteraksi dengan nyaman agar terjalin keakraban serta persahabatan. Hal ini nampak dari keakraban para peserta yang sering pergi bersama dan saling berbagi *uneg-uneg* maupun kesulitan baik dalam masalah pekerjaan atau pribadi.

Pada dasarnya para peserta *On The Job Training Program* melakukan komunikasi interpersonal dengan rekan-rekan mereka di Jepang, adalah untuk mengurangi ketidakpastian yang mereka alami. Pengurangan ketidakpastian tersebut juga sesuai dengan pernyataan Griffin (2011: 125), bahwa salah satu faktor yang mendorong seseorang mengurangi ketidakpastian adalah *incentive value, because they have something we want* (nilai insentif, sebab kita merasa orang tersebut memiliki sesuatu yang kita inginkan). Dalam hal ini para peserta *On The Job Training Program* dari PT. HCMI ingin melakukan komunikasi interpersonal untuk mengurangi ketidakpastian yang mereka alami, sehingga dapat memenuhi harapan yang dimiliki sebelumnya. Berkaitan pula dengan harapan yang memotivasi para peserta *On The Job Training Program* dari PT. HCMI untuk mengurangi ketidakpastian yang mereka alami, juga berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan komunikasi interpersonal dalam konteks organisasi. Dalam hal ini mereka ingin memenuhi kebutuhan kasih sayang untuk disukai, sehingga dapat beraktivitas dan berinteraksi secara nyaman dengan rekan-

rekannya di Jepang.

Selain itu keakraban diantara para peserta *On The Job Training Program* dari PT. HCMI dengan rekan-rekannya di Jepang masih terus terjaga, walaupun mereka sudah kembali ke Indonesia. Meskipun jarang, namun mereka seringkali saling bertukar kabar. Biasanya mereka berkomunikasi melalui media sosial baik *Facebook*, *Line* maupun Email kantor.

C. SIMPULAN

Berdasarkan data penelitian yang telah diperoleh dan didukung teori-teori yang telah diuraikan, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa ketidakpastian yang dialami para peserta *On The Job Training Program* dari PT. Hitachi Construction Machinery Indonesia periode pemberangkatan tahun 2009-2012 merupakan jenis ketidakpastian kognitif yang disebabkan oleh dua faktor. *Pertama* keterbatasan kemampuan berbahasa Jepang. Hal ini membuat mereka seringkali tidak mampu memahami perbincangan dengan rekan-rekannya di Jepang sehingga mereka mengalami ketidakpastian kognitif, karena bingung bagaimana untuk merespon perbincangan tersebut.

Kedua, keterbatasan informasi dan pengetahuan mereka terhadap situasi negara Jepang maupun karakter masyarakat disana. Ketidakpastian yang dialami para peserta membuat mereka merasa khawatir dan cemas dalam menghadapi situasi di lingkungannya, karena tidak sesuai dengan persepsi dan konsep diri yang dimiliki. Bahkan beberapa peserta juga merasa canggung untuk mulai berinteraksi dengan rekan-rekan barunya di Jepang.

Para peserta kemudian termotivasi mengurangi ketidakpastian mereka, dengan mengaplikasikan strategi-stretegi pengurangan ketidakpastian yang dikemukakan oleh Charles Berger. Motivasi pengurangan ketidakpastian dilakukan para peserta untuk mendapatkan nilai insentif, yang juga berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan komunikasi interpersonal dalam konteks organisasi. Dalam hal ini mereka ingin

memenuhi kebutuhan kasih sayang untuk disukai, sehingga menjalin interaksi secara akrab dengan rekan-rekan barunya di Jepang.

Ada tiga strategi pengurangan ketidakpastian dilakukan para peserta *On The Job Training Program*. Pertama, strategi aktif yang dilakukan para peserta dengan mencari informasi mengenai bagaimana situasi negara Jepang, karakter masyarakat disana, dan bagaimana aturan dalam berkomunikasi di Jepang baik melalui internet maupun bertanya kepada senior-senior yang telah terlebih dahulu mengikuti program tersebut. Pencarian informasi yang dilakukan para peserta merupakan bentuk strategi pengurangan ketidakpastian secara aktif.

Kedua, strategi pasif dimana para peserta tidak serta merta berinteraksi langsung dengan rekan-rekan baru mereka di Jepang, melainkan terlebih dahulu berusaha mencari informasi mengenai situasi lingkungan maupun karakter rekan-rekan barunya tersebut melalui pengamatan. Pengamatan yang dilakukan para peserta merupakan bentuk strategi pengurangan ketidakpastian secara pasif. Pengamatan tersebut berkaitan dengan bagaimana cara kerja orang Jepang dan bagaimana karakter mereka dalam interaksi interpersonal yang dilakukan.

Ketiga, strategi interaktif yaitu setelah memperoleh gambaran melalui pengamatan yang telah dilakukan, para peserta mulai menjalin interaksi dengan rekan-rekan barunya di Jepang. Mereka melakukan interaksi langsung dengan menyapa, berbincang dan pergi bersama. Interaksi secara langsung yang dilakukan para peserta *On The Job Training Program* dengan rekan-rekan barunya di Jepang, merupakan bentuk strategi pengurangan ketidakpastian secara interaktif. ■

D. DAFTAR PUSTAKA

- Arni, Muhammad. 2009. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Aw, Suranto. 2011. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Griffin, Em. 2011. *A First Look at Communication Theory Eight Edition*. New York: McGraw-Hill.
- Kriyantono, Rachmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi* Cetakan keempat. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kuswarno, Engkus. 2009. *Metodologi Penelitian Komunikasi, Fenomenologi, Konsepsi, Pedoman Dan Contoh Penelitian*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Onong U. Effendy. 2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Pawito. 2008. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS.
- Sobur, Alex. 2013. *Filsafat Komunikasi: Tradisi dan Metode Fenomenologi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- West, Richard & Lynn H. Turner. 2013. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi Edisi 3* (Brian Marswendy. Terjemahan). Jakarta: Salemba Humanika.
- Hasbiansyah, O. 2008. *Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi*. Mediator. Vol. 9, No. 1.
- www.hitachi-c-m.com, 2014 (diakses pada 30/4/2015 pukul 09:50 WIB)

