

Model Komunikasi Antarbudaya Ekspatriat Guangdong Machinery Exp.Imp.Ltd China (Gmc) Dengan Orang Indonesia Dalam Rangka Menjalin Kerjasama Dengan Orang Indonesia Di Surabaya

Immanuel Virgini Olaga Natalia

Abstract.

Communication model produced by every communication performer was varied. The differences were naturally caused by frame of references and fields of experiences. And if we pulled it further backwards, actually differences of frame of references and fields of experiences were results of varied cultures of every person. Culture was a concept that resurrected interests. Formally, culture could be defined as a comprehensive pattern. (Mulyana and Rahmat, 2002, h. 26).

Cultures appear in language patterns take form of activities and behaviors that function as models for actions of self-adjustment and communication style that enable people live in any particular society in any particular geographical environment at any particular technical development extent and at any particular time.

Communication and inter-cultural relations are reciprocal and influenced by each other. What we discuss about, how we talk about it, what we care and neglect, what we think about and how we think about it affected by culture. Ultimately, what we talk about and how we talk about it, and what we see contribute to establish, determine and resurrect our cultures. Cultures will not survive without communication, nor will the other way around. Each of them can not change without causing changes of others. (Mulyana and Rakmat, 2002 h.37).

Keywords: *culture, communication model*

Latar Belakang

Komunikasi merupakan sebuah proses penyampaian pesan dari komunikator ke komunikasi baik dengan media tertentu ataupun tidak.

¹ **Immanuel Virgini Olaga Natalia S. Sos.,** Alumnus Jurusan Ilmu Komunikasi Fikom UK Petra Surabaya.

Komunikasi menyentuh sebagian besar kehidupan manusia dan setiap orang pasti berkomunikasi. Sebanyak 70 % waktu bangun kita gunakan untuk berkomunikasi. Oleh sebab itu, komunikasi penting bagi manusia dan manusia tidak bias menghindarinya, apalagi model komunikasi yang dihasilkan itu sangat menentukan kualitas hidup seseorang (Rachmat dalam Wijaya, 1999, P.89). Dalam pengaplikasiannya, komunikasi vsebagai suatu proses, tentu saja didukung oleh adanya komponen-komponen komunikasi seperti komunikator, pesan, medium atau saluran, *noise*, komunikasi, dan *feedback*.

Keberadaan komponen-komponen komunukasi ini terkadang justru mengalami kendala, sehingga menyebabkan proses komunikasi itu tidak dapat berjalan dengan sempurna sekalipun itu dalam proses komunikasi yang paling sederhana seperti komunikasi antar pribadi. Komunikasi antar pribadi terjadi pada sedikitnya dua orang yang memiliki sifat, nilai-nilai, pikiran, sikap gagasan dan perilaku yang berbeda. Dalam komunikasi antar pribadi ini terdapat adanya suatu proses memberi dan menerima informasi, pikiran dan gagasan (Sandjaja dalam Wijaya, 1999, p. 90).

Akibat yang terjadi dari kendala ini dapat berupa distorsi komunikasi, yaitu penyimpangan isi dan makna suatu pesan yang ditransformasikan dalam proses komunikasi (Roger & Roger dalam Wijaya, 1999, p.90). Terjadi distorsi ini sangat terkait dengan adanya model komunikasi yang dihasilkan oleh pelaku komunikasi, sebab model komunikasi merupakan representatif dari suatu fenomena, baik nyata maupun abstrak, dengan menonjolkan unsure-unsur terpenting dari fenomena tersebut (Mulyana, 2001, p. 121). Dengan adanya model komunikasi, maka gambaran tentang fenomena komunikasi akan namapak beserta unsur-unsurnya.

Model komunikasi yang dihasilkan oleh tiap pelaku komunikasi itu berbeda-beda. Perbedaan ini tidak lain disebabkan oleh adanya perbedaan kerangka berpikir dan latar belakang pengalaman seseorang (*frame of references and fields of experiences*). Dan jika ditarik ke belakang lagi, sebenarnya perbedaan *frame of references and fields of experiences* tersebut merupakan hasil dari budaya setiap orang yang berbeda pula. Budaya adalah suatu konsep yang membangkitkan minat. Secara formal, budaya dapat didefinisikan sebagai suatu pola menyeluruh. (Mulyana dan Rahmat, 2002, p.26)

Budaya menampakkan diri dalam pola-pola bahasa dalam bentuk-bentuk kegiatan dan perilaku yang berfungsi sebagai model bagi tindakan-tindakan penyesuaian diri dan gaya komunikasi yang memungkinkan orang tinggal

dalam suatu masyarakat di suatu lingkungan geografis tertentu pada suatu tingkat perkembangan teknis tertentu dan pada suatu saat tertentu.

Hubungan antar budaya dan komunikasi bersifat timbale balik dan saling mempengaruhi. Apa yang kita bicarakan, bagaimana kita membicarakannya, apa yang kita perhatikan atau abaikan, apa yang kita pikirkan dan bagaimana kita memikirkannya dipengaruhi budaya. Pada gilirannya, apa yang kita bicarakan dan bagaimana kita membicarakannya, dan apa yang kita lihat turut membentuk, menentukan dan menghidupkan budaya kita. Budaya takkan hidup tanpa komunikasi, begitu juga sebaliknya. Masing-masing tak dapat berubah tanpa menyebabkan perubahan pada lainnya. (Mulyana dan Rakmat, 2002.p.37)

Penjelasan tersebut di atas, jika diamati, dapat dikatakan sebagai suatu fenomena komunikasi antar budaya. Fenomena seperti ini terjadi pula pada masyarakat Indonesia, sebab sejak Indonesia menghadapi era perdagangan bebas (AFTA), peluang masuknya para ekspatriat asing semakin besar, implemmentasi dan penetrasi produk dan sumber daya manusia asingpun terjadi. Cina sebagai Negara berpopulasi tertinggi, hingga 1,2 milyar orang, menjadikan Cina sebagai Negara yang telah turut memainkan perannya di dunia perdagangan internasional. Apalagi setelah Cina menerima gelar perdagangan “ *most fevored nation* ”, secara otomatis berdampak pada hubungan interpersonal Cina dalam dunia perdagangan internasional. Perlu diketahui pula, dampak ini terjadi pada semua level hubungan, mulai dari bidang pariwisata, hingga kontrak yang komplek, perjanjian perdagangan yang melibatkan sejumlah investasi. Indonesia khususnya Surabaya kini tak terlepas dari implementasi dan penetrasi produk Cina dan ini nyata lewak masuknya beberapa orang ekspatriat dari *Guangdong Machinery Imp. & Exp. Co., Ltd.* (GMC) Cina, yang ada di Surabaya.

GMC merupakan salah satu perusahaan yang termasuk dalam “*China’s top 200 enterprises*” dalam bidang ekspor impor untuk produk-produk seperti transportasi (mobil dan perkapalan) dan komunikasi, peralatan teknologi untuk sector kesehatan dan lingkungan. Dalam perkembangannya, GMC telah banyak melakukan inovasi dalam bidang mesin dan teknologi, serta pencapaian pangsa pasar hingga ke 130 negara dan Negara bagian di dunia. Untuk ke depannya, GMC merencanakan untuk memperkuat *brad image* perusahaannya, meningkatkan fungsi pelayanannya, meningkatkan daya saing perusahaan dan menggali bentuk kerja sama yang baru denga para pelanggan, baik pelanggan lama maupun yang baru, untuk meraih kesuksesan. Oleh sebab itu, perusahaan tersebut meletakkan dua orang karyawannya sebagai ekspatriat di Indonesia. Ekspatriat adalah orang atau

seseorang yang pergi meninggalkan negaranya ke Negara lain. (Hornby, 1987, p.298).

Dalam kaitannya dengan fenomena yang dialami oleh para ekspatriat Cina ini kesulitan komunikasi yang mereka alami termasuk dalam jenis komunikasi antar budaya. Dalam fenomena komunikasi antarbudaya, kendala yang terjadi berdampak pada kesalahan persepsi, perbedaan pemaknaan akan sesuatu baik dalam tujuannya berinteraksi di kehidupan sehari-hari maupun untuk menjalin kerja sama dengan orang Indonesia. Contohnya, dalam ia berbicara dengan pembantu rumah tangga yang kebetulan adalah orang Jawa yang bekerja di rumahnya. Selain itu, dalam masalah penyampaian maksud cara kerjanya terhadap orang Indonesia, begitu pula sebaliknya.

Memang, model komunikasi yang berbeda ini menyebabkan perbedaan dalam pemaknaan akan sesuatu. Dalam kasus ekspatriat Cina dengan orang Indonesia, hal utama yang menjadi kendala dalam berkomunikasi adalah masalah bahasa. Namun, ternyata tak hanya bahasa saja, faktor pendukung yang lainnya adalah masalah kebiasaan-kebiasaan, aturan-aturan, sikap pola perilaku, yang semuanya itu tercakup pada perbedaan budaya seseorang. Dalam hal ini, komunikasi yang terkait akan meluas hingga pada komunikasi antarbudaya, antar budaya masyarakat Cina dengan masyarakat Indonesia.

Berkaitan dengan hal-hal yang telah dikemukakan, penelitian tertarik untuk melakukan penelitian terhadap pola komunikasi ekspatriat Cina dari perusahaan GMC di Surabaya..

Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini, yang menjadi rumusan masalah adalah :
Bagaimanakah model komunikasi ekspatriat *Guangdong Machinery Imp. & Exp. Co. Ltd. (GMC)* Cina dengan orang Indonesia dalam rangka menjalin kerja sama dengan orang Indonesia di Surabaya ?

Landasan Teori

Definisi Komunikasi

Berikut beberapa definisi komunikasi menurut beberapa ahli :

- a. Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. (Everest M. Rogers dalam Mulyana, 2001, p.62).
- b. Komunikasi (intensional) adalah suatu proses menyortir, memilih dan mengirimkan symbol-simbol sedemikian rupa sehingga

membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan apa yang dimaksudkan komunikator. (Raymond S. Ross dalam Mulyana, 2001, p.62)

Dari pengertian komunikasi tersebut diatas, peneliti menyimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan yang diikuti oleh adanya proses penyandian dan mempunyai tujuan tertentu.

Definisi Model Komunikasi

Topik yang dibahas berkaitan dengan masalah komunikasi, maka fenomena yang terjadipun merupakan fenomena komunikasi. Dengan adanya model komunikasi sekaligus dapat mereduksi fenomena komunikasi, artinya ada nuansa komunikasi lainnya yang mungkin terabaikan dan tidak dijelaskan oleh model tersebut. Berikut pengertian model komunikasi menurut beberapa ahli :

- a. Model komunikasi merupakan deskripsi ideal mengenai apa yang dibutuhkan untuk terjadinya komunikasi (Sereno dan Mortensen dalam Mulyana, 2001, p.121)
- b. Model komunikasi adalah analogi yang mengabstraksikan dan memilih bagian dari keseluruhan, unsure, sifat atau komponen yang penting dari fenomena yang dijadikan model (Aubrey Fisher dalam Mulyana, 2001, p.121)

Dari pengertian model komunikasi yang ada, maka peneliti menyimpulkan bahwa model komunikasi itu merupakan suatu penjelasan atas suatu fenomena komunikasi agar lebih mudah untuk dipahami dari pada teorinya.

Definisi Kebudayaan

Dalam keseharian, kita pasti akan memilih satu focus tertentu untuk memandang suatu obyek dengan tepat. Kemampuan kita ini pada dasarnya dipengaruhi oleh budaya atau kebudayaan yang telah kita anut selama ini. Jadi, dapat dikatakan bahwa sebenarnya budaya itu hampir sama halnya dengan sebuah lensa, dimana bila kita telah mengenakan lensa tersebut dalam memandang suatu hal, maka kita pasti akan terpengaruh oleh lensa tersebut dalam memandang sesuatu itu.

Pengertian paling tua tentang kebudayaan adalah kompleks dari keseluruhan pengetahuan, kepercayaan, kesenian, hokum, adat istiadat dan setiap kemampuan lain dan kebiasaan yang dimiliki oleh manusia sebagai anggota suatu masyarakat. (Edward Burnett Taylor dalam Liliweri, 2004, p.

107). Namun seiring dengan perkembangannya, kebudayaan juga diartikan sebagai pandangan yang koheren tentang sesuatu yang dipelajari, yang dibagi, atau yang dipertukarkan oleh sekelompok orang. (Iris V. dan Linda B. dalam Liliweri, 2003, p.7)

Menurut Samovar dan Porter, kebudayaan diartikan sebagai simpanan akumulatif dari pengetahuan, pengalaman, kepercayaan, nilai, sikap, makna, hirarki, agama, pilihan waktu, peranan, relasi ruang. Konsep yang luas, dan obyek material atau kepemilikan yang dimiliki dan dipertahankan oleh sekelompok orang atau generasi. (Samovar dan Porter dalam Liliweri, 2003, p.9).

Dari uraian diatas, peneliti mengartikan kebudayaan sebagai suatu tatanan pengetahuan, pengalaman, kepercayaan, nilai, sikap, makna hirarki, agama, waktu, peranan, hubungan ruang konsep, alam semesta, obyek materi dan milik yang diperoleh sekelompok besar orang dari generasi ke generasi melalui usaha individu dan kelompok.

Komunikasi Antarbudaya

Pada dasarnya, antara komunikasi dan kebudayaan merupakan dua hal yang tidak bisa dipisahkan. Pusat perhatian komunikasi dan kebudayaan itu terletak pada variasi langkah dan cara manusia berkomunikasi melintasi komunitas manusia atau kelompok social. Yang menjadi pusat perhatian studi komunikasi dan kebudayaan juga meliputi bagaimana menjajaki makna, model tindakan dan bagaimana makna serta model-model itu diartikulasi sebuah kelompok sosial yang melibatkan interaksi antar manusia.

Dari penjelasan tersebut, berikut beberapa pendapat tentang definisi komunikasi antarbudaya, yaitu : pertama, komunikasi antarbudaya adalah komunikasi antara orang-orang yang berbeda kebudayaannya, misalnya antar suku bangsa, antar etnik, ras dan kelas social. (Andrea L. dan Dennis dalam Liliweri, 2003, p.12)

Kedua, komunikasi antarbudaya adalah komunikasi yang terjadi antara produsen pesan dan penerima pesan yang latar belakang kebudayaannya berbeda. (Samovar dan Porter dalam Liliweri, 2003, p.12).

Ketiga, komunikasi antarbudaya adalah komunikasi yang melibatkan peserta komunikasi yang mewakili pribadi, antarpribadi atau kelompok, dengan tekanan pada perbedaan latar belakang kebudayaan yang mempengaruhi perilaku komunikasi para peserta. (Charley H. Dood dalam Liliweri, 2003, p.12)

Dari beberapa definisi tadi, nampak jelas bahwa factor fungsi-fungsi dan hubungan-hubungan antara komponen komunikasi juga berkenaan

dengan komunikasi antar budaya. Namun, yang menjadi ciri utama dari suatu komunikasi antarbudaya yaitu adanya komunikator dan komunikan berasal dari budaya yang berbeda. Maka dari itu, komunikasi antar budaya dapat disimpulkan sebagai komunikasi yang komunikatornya adalah anggota suatu budaya dan penerima pesannya adalah anggota suatu budaya lainnya.

Faktor-Faktor Penghambat Komunikasi Antar Budaya

Berdasarkan penjelasan sebelumnya mengenai komunikasi antar budaya, hal yang terpenting didalamnya yang membedakan dengan kajian ilmu komunikasi lainnya adalah adanya perbedaan yang relatif tinggi pada latar belakang dari pihak-pihak yang terkait dalam proses komunikasi. Adapun penyebab perbedaan ini tak lain adalah perbedaan budaya.

Perbedaan-perbedaan budaya bersama-sama dengan perbedaan-perbedaan lain dalam diri seorang individu (misalnya kepribadian individu, umur, jenis kelamin, dan penampakan fisik) dapat memberikan kontribusi pada sifat permasalahan yang melekat dalam komunikasi antar manusia. Menurut Lewis dan Slade, ada tiga perbedaan yang paling mendasar dalam proses komunikasi antar budaya yaitu kendala bahasa, perbedaan nilai dan perbedaan pola perilaku kultural. (Lewis dan Slade dalam rahardjo, 2005, p.54). Ketiga hal ini bisa mengakibatkan kemacetan dalam proses komunikasi antar budaya. Namun selain itu, ada pula beberapa faktor penghambat lain seperti etnosentrisme, prasangka dan stereotip.

Etnosentrisme merupakan tingkatan dimana individu-individu menilai budaya orang lain sebagai inferior terhadap budaya mereka (Rogers & Steinfatt dalam rahardjo, 2005, p.55). Tanpa memandang siapa individu yang terlibat dan bagaimana budayanya, etnosentrisme selalu muncul sebagai penghambat terjalannya komunikasi antar budaya yang efektif. Perlu diketahui, etnosentrisme itu biasanya dipelajari oleh setiap individu dalam keadaan tidak sadar, namun selalu diekspresikan dalam keadaan sadar, sehingga perlu adanya kewaspadaan terhadap perilaku etnosentrisme tersebut.

Stereotip adalah generalisasi tentang beberapa kelompok orang yang sangat menyederhanakan realitas (Rogers & Steinfatt dalam rahardjo, 2005, p.57). Sikap seperti ini seringkali nampak ketika seseorang menilai orang lain pada basis kelompok etnis tertentu, dan selanjutnya dibawa pada penilaian terhadap pribadi individu tersebut. Maka dari itu, sebenarnya ketika seseorang sedang melakukan kontak antar budaya dengan individu lain, pada

dasarnya seseorang tersebut sedang berkomunikasi dengan identitas etnis dari individu tersebut.

Yang menjadi permasalahan utama dalam proses komunikasi antar budaya adalah ketika individu-individu yang terkait yang notabene berbeda budaya itu memfokuskan secara destruktif stereotip negatif yang mereka pegang masing-masing, sehingga persepsi mereka tidak akan berubah.

Prasangka adalah sikap yang kaku terhadap suatu kelompok yang didasarkan pada keyakinan atau pra konsepsi yang keliru, juga dapat dipahami sebagai penilaian yang tidak disadari. (Rogers & Steinfatt dalam rahardjo, 2005, p.55). Berdasarkan penilaian tadi, sikap prasangka telah membuat seseorang memasang pagar pembatas terhadap orang lain dalam pergaulan dan justru seseorang akan cenderung menjadi emosional ketika prasangka terancam oleh hal-hal yang bersifat kontradiktif. Itu sangat menghalangi seseorang untuk dapat melihat kenyataan secara akurat. Biasanya sikap prasangka diekspresikan melalui komunikasi.

Dari uraian tentang stereotip dan prasangka, perbedaan utama diantara keduanya adalah jika prasangka merupakan sikap (*attitude*), namun kalau stereotip merupakan keyakinan (*belief*). Tapi, keduanya sama-sama dapat menjadi positif maupun negatif. Baik stereotip maupun prasangka akan mempengaruhi persepsi seseorang ketika melakukan kontak antar budaya dalam berbagai cara.

Bahasa sebagai Bagian Dari Kebudayaan

Bahasa berfungsi sebagai medium perantara informasi dari satu tempat ke tempat yang lain. (Samovar dan Porter, 2003, p.186). Peran bahasa dalam budaya dapat dilihat sebagai suatu perkembangan karena bahasa adalah suatu tindakan simbolik yang menciptakan suatu substansi dari budaya. Dalam studi kebudayaan, bahasa ditempatkan sebagai sebuah unsur penting selain unsur-unsur lain seperti system pengetahuan, mata pencaharian, adat istiadat, kesenian dan sistem peralatan hidup. Bahkan bahasa dapat dikategorikan sebagai unsure kebudayaan yang berbentuk non material selain nilai, norma dan kepercayaan.

Sebagaimana diketahui, kebudayaan hanya ditemukan dalam masyarakat manusia sebab hanya manusialah yang dapat mengembangkan sistem simbol dan menggunakannya secara lebih baik, apalagi simbol-simbol itu dibentuk dalam kebudayaan. Secara sederhana, simbol dapat diartikan sebagai sesuatu yang mewakili sesuatu, dan frekuensi penggunaannya yang paling tinggi ada dalam bahasa. Bahasa yang digunakan oleh semua komunitas suku bangsa didunia terdiri dari susunan kata-kata, kata-kata

disusun oleh simbol sehingga bahasa merupakan susunan berlapis-lapis dari simbol yang ditata menurut ilmu bahasa.. Pada gilirannya, simbol-simbol itu (baik yang berasal dari bunyi maupun ucapan) dibentuk oleh sebuah kebudayaan sehingga kata-kata maupun bahasa dibentuk pula oleh kebudayaan. Oleh karena itu, bahasa merupakan kbudaya yang sangat penting yang mempengaruhi penerimaan kita, perilaku kita perasaan dan kecenderungan kita untuk bertindak menanggapi dunia sekeliling. Dengan kata lain, bahasa mempengaruhi kesadaran kita, aktivitas dan gagasan kita, benar atau salah, moral atau tidak bermoral, dan baik atau buruk. Bahasa atau peristiwa mempengaruhi cara berpikir seseorang atau caranya memandang dunia.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa bahasa merupakan salah satu unsure penting dari kebudayaan yang berbentuk nonmaterial, bahasa mencerminkan budaya. Orang yang menggunakan bahasa yang berbeda juga memiliki cara pandang yang berbeda. Selain itu, bahasa juga merupakan intisari dari fenomena social. Karena tanpa adanya bahasa, tidak mungkin ada masyarakat.

Makan Sebagai Alat Komunikasi

Pada awalnya, kegiatan makan memang menjadi suatu kegiatan yang dilakukan manusia semata-mata untuk memenuhi kebutuhan biologis atau untuk memenuhi kebutuhan nutrisi. Namun seiring dengan perkembangan waktu, makan tak lagi berperan seperti itu, melainkan kegiatan makan sudah menjadi seperangkat alat komunikasi, sekumpulan utuh citra, dan aturan pemakaian, situasi dan perilaku (Roland Bartes dalam Kompas, 4 Desember 2005,p.18).

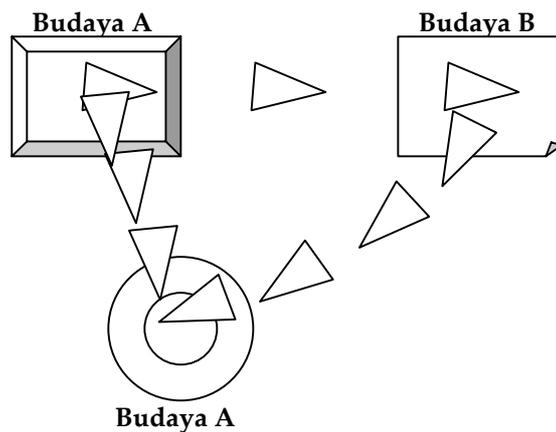
Hal serupa juga sama seperti yang diungkapkan oleh Brettell & Sargent, bahwa kegiatan makan bersama itu dapat dijadikan sebagai suatu symbol ekspresi dari suatu hubungan baik antara seseorang dengan orang lainnya (Brettell & Sargent, 2001, p.112). Pergeseran arti atau makna dari kegiatan makan ini bisa dilihat melalui jenis makanan, bagaimana cara memasaknya, situasi atau tempat makannya hingga pada cita rasa makanan yang akan dimakan itu.

Model Komunikasi Antarbudaya.

Sesuai dengan subyek penelitian yang sedang dikaji, kita dihadapkan pada masalah-masalah yang ada pada suatu situasi dimana suatu pesan dalam proses komunikasi interpersonalnya itu harus disandi dalam suatu budaya dan harus disandi balik dalam budaya lain. Namun sekalipun

budaya itu turut mempengaruhi pribadi (*frame of references and field of experiences*) seseorang, tapi tidak 100%. Jika dilihat dari perilaku yang nampak pada proses komunikasi seseorang, bentuknya tidak akan 100% sama dengan bentuk budaya yang ia anut. Pengaruh budaya terhadap proses penyandian dan penyandian balik dalam komunikasi interpersonal terlihat pada gambar berikut.

Gambar 1 Model Deddy Mulyana dan Jalalludin R.



Sumber : Deddy Mulyana dan Jalalludin R. 2002, p.21

Gambar ini menunjukkan adanya tiga budaya yang berbeda yang diwakili oleh tiga bentuk geometric yang berbeda. Bentuk budaya A dan budaya B hampir serupa, namun lain dengan budaya C yang bentuknya jauh berbeda.

Dalam setiap budaya ada bentuk lain individu yang agak serupa dengan bentuk budaya itu sendiri. Ini menunjukkan bahwa individu yang telah dibentuk oleh budaya. Bentuk individu sedikit berbeda dari bentuk budaya yang mempengaruhinya. Ini menggambarkan adanya pengaruh-pengaruh lain di samping budaya yang membentuk individu dan sekalipun budaya itu dominant dalam mempengaruhi individu, orang-orang dalam suatu budaya pun memiliki sifat-sifat yang berbeda.

Sementara model Gudykunst dan Kim mengasumsikan bahwa dua orang yang terlibat dalam kegiatan komunikasi ini mempunyai kedudukan yang sama, sama-sama sebagai pengirim sekaligus penerima pesan, serta sama-sama melakukan *encoding* dan *decoding*. Hal tersebut mengakibatkan

pesan suatu pihak sekaligus juga adalah umpan balik bagi pihak lainnya yang ditunjukkan oleh adanya garis dari penyandian seseorang ke penyandian balik orang lain dan dari penyandian orang kedua ke penyandian balik orang pertama. Sedangkan kedua garis umpan balik atau pesan itu menunjukkan bahwa setiap kita berkomunikasi, secara bersamaan kita melakukan penyandian dan penyandian balik. Dengan kata lain, komunikasi yang terjadi itu tidak statis.

Menurut Gudykunst dan Kim, penyandian dan penyandian balik terhadap pesan merupakan suatu proses interaktif yang dipengaruhi oleh filter-filter konseptual yang dikategorikan menjadi factor-faktor kultur, sosiokultur dan psikokultur yang nampak pada lingkaran dengan garis putus-putus. Garis putus-putus itu sendiri menggambarkan bahwa ketiga factor ini saling berhubungan dan mempengaruhi. Selain itu, kedua individu yang terlibat juga terletak dalam suatu kotak dengan garis putus-putus yang berarti mewakili pengaruh lingkaran. Hal ini sekali lagi menggambarkan bahwa lingkaran tersebut bukanlah suatu sistem tertutup.

Pengaruh kultur dalam model ini meliputi penjelasan mengenai kemiripan dan perbedaan budaya, misalnya pandangan dunia, bahasa, sikap kita terhadap manusia (individualisme atau kolektivisme). Sebab ini akan mempengaruhi perilaku komunikasi kita.

Pengaruh sosiokultur akan nampak pada proses penataan social yang berkembang berdasarkan interaksi dengan orang lain ketika pola-pola perilaku menjadi konsisten dengan berjalannya waktu. Ada empat faktor utama dalam sosiobudaya yaitu : keanggotaan kita dalam kelompok sosial, konsep diri kita, ekspektasi peran kita, dan definisi kita mengenai hubungan antar pribadi.

Dimensi psikokultur mencakup proses penataan pribadi. Penataan pribadi ini adalah proses yang memberi stabilitas pada proses psikologis. Faktor-faktor dalam psikobudaya adalah stereotip dan sikap terhadap kelompok lain. Kedua factor ini akan menciptakan pengharapan mengenai bagaimana orang lain akan berperilaku, dan pada akhirnya akan mempengaruhi cara kita menafsirkan stimulus yang datang dan prediksi kita tentang perilaku orang lain.

Ada pula unsur lain yang melengkapi model Gudykunst dan Kim yaitu lingkungan. Lingkungan akan mempengaruhi kita dalam melakukan penyandian dan penyandian balik suatu pesan. Yang dimaksudkan dengan lingkungan adalah mencakup iklim, lokasi geografis, lingkungan fisik, dan persepsi kita atas suatu lingkungan.

Metodologi Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan dilakukan ini adalah jenis penelitian kualitatif, sehingga hasil penelitian ini bisa menggambarkan secara makro tentang kehidupan dan hubungan interaksi yang terjadi pada ekspatriat dari GMC Cina terhadap orang Indonesia dalam rangka menjalin kerja sama di Surabaya. Dengan begitu, sebagian besar penelitian ini akan menunjukkan hasil studi yang bersifat eksploratif, dan secara otomatis, penelitian ini akan menekankan berbagai segi informasinya yang kualitatif tapi mendalam (*in depth*).

Jenis Sumber Data

Data yang peneliti gunakan untuk penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Segala bentuk data primer yang peneliti dapatkan, berasal dari hasil observasi di lokasi penelitian, sehingga informasi yang didapat itu valid, maksudnya, informasi yang ada tidak hanya berdasarkan apa yang dikatakan oleh subyek penelitian tetapi sesuai dengan kenyataan yang sesungguhnya.

Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara mendalam dengan subyek penelitian yaitu kedua ekspatriat dari *Guangdong Machinery Imp. & Exp. Co., Ltd.* (GMC) Cina yang ada di Surabaya dan juga terhadap dua orang informan lainnya yaitu Eva, salah seorang teman mereka dan Eny, seorang pembantu rumah tangga yang bekerja pada mereka. Wawancara mendalam ini lebih banyak dilakukan secara tak beraturan. Sedangkan data sekunder yang digunakan yaitu berupa profil perusahaan tempat ekspatriat ini bekerja, serta beberapa dokumentasi yang peneliti dapatkan tentang obyek yang diteliti.

Subyek Penelitian

Subyek pada penelitian ini adalah dua orang ekspatriat dari *Guangdong Machinery Imp. & Exp. Co., Ltd.* (GMC) Cina di Surabaya. Mereka adalah Xiao Lin dan Xiao Gan yang bertempat tinggal di daerah Nginden-Surabaya. Adapun nama orang dan perusahaan yang terkait dalam penelitian ini adalah sesungguhnya.

Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis lebih dulu melakukan observasi dan wawancara secara terbuka, luwes dan tak berencana guna mengumpulkan

data pengalaman hidup individu (*Individual Life History*). Kemudian penulis mengutip informasi itu apa adanya. Dari hasil wawancara itu peneliti susun dalam bentuk narasi secara terstruktur dan kronologis, sehingga setahap demi setahap dapat disusun interpretasi pula.

Dalam penyusunan interpretasi ini ada kemungkinan bagi peneliti untuk melakukan observasi dan wawancara ulang maupun wawancara dan observasi lebih lanjut, berkembang sesuai dengan keadaan guna melengkapi data dan informasi yang diperlukan.

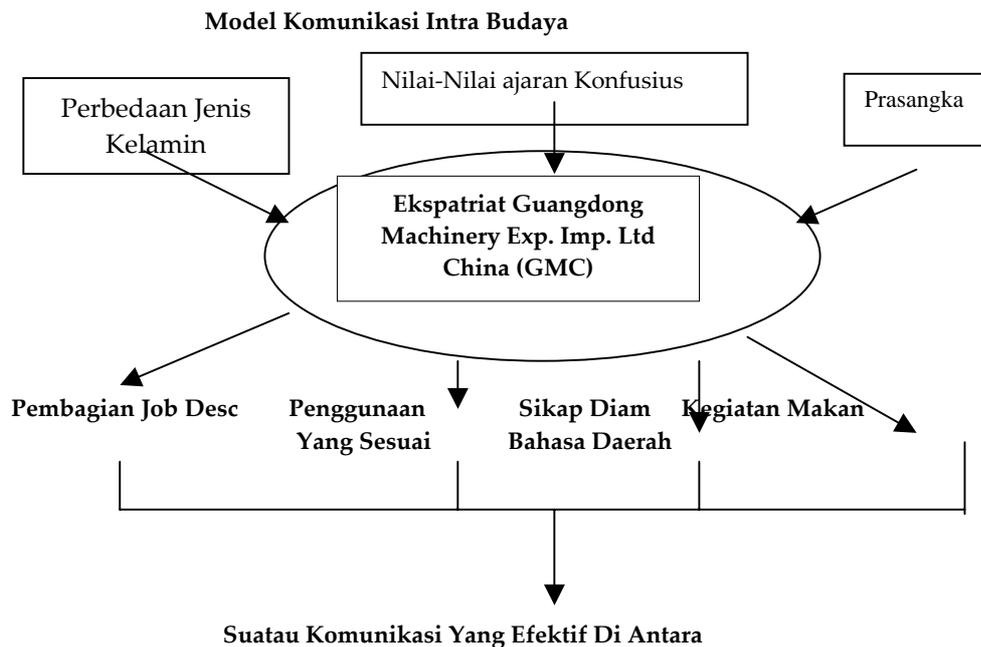
Teknik Analisa Data

Data yang telah peneliti dapatkan dan kumpulkan ini selanjutnya dianalisis berdasarkan kenyataan yang ada dan teori sebagai penggantinya, yang kemudian semua itu dideskripsikan sesuai dengan jenis sumber datanya, sehingga menghasilkan suatu pembahasan data kualitatif.

Pembahasan

Model Komunikasi Antar Budaya.

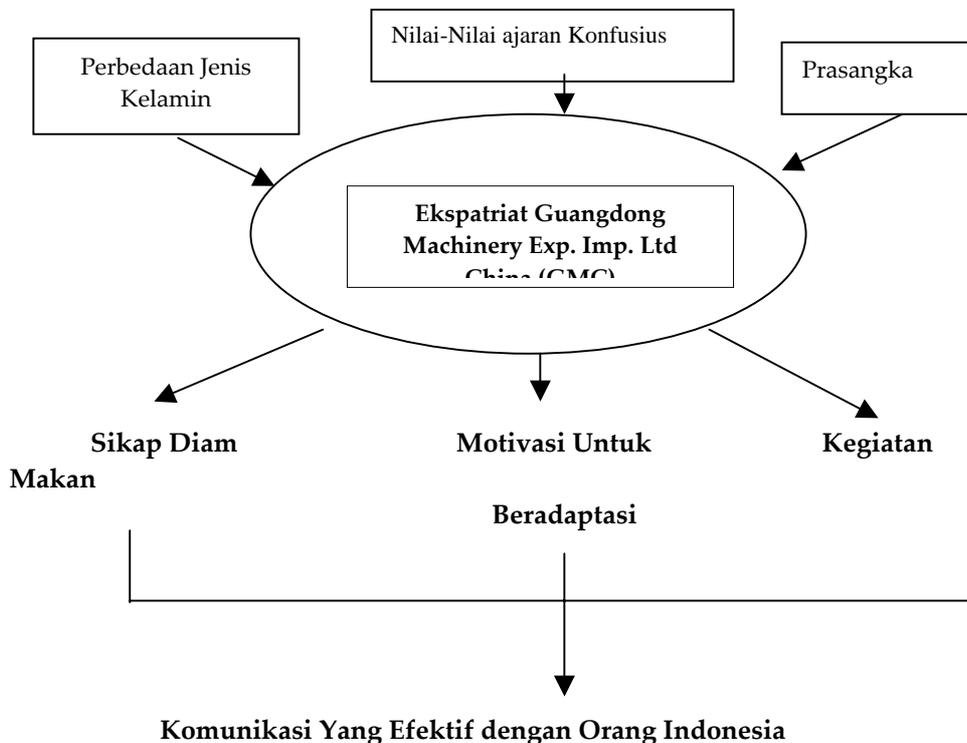
Dari Hasil analisa yang telah dilakukan, peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa model komunikasi antar budaya ekspatriat Cina dari perusahaan *Guangdong Machinery Imp. & Exp. Co., Ltd. (GMC)* Cina yang ada di Surabaya, adalah sebagai berikut :



Sesama Ekspatriat

Gambar di atas merupakan model komunikasi dari sesama ekspatriat GMC. Dari gambar di atas, dapat menjelaskan bahwa selama ini, factor nilai yang berasal dari ajaran Tri Dharma, terutama Konfusius, kemudian adanya perbedaan jenis kelamin dan juga adanya sikap prasangka, mendasari model komunikasi di antara sesama ekspatriat. Dari situ maka sikap dan perilaku yang terjadi sebagai output nya adalah berupa adanya pembagian *jobdesk* yang sesuai, penggunaan bahasa daerah, sikap diam serta adanya kegiatan makan yang melambangkan sebagai satu alat komunikasi di antara sesama ekspatriat itu sendiri. Dengan demikian, maka di antara sesama ekspatriat itu sendiri akan terbangun suatu proses komunikasi yang efektif.

Model Komunikasi Antar Budaya



Sedangkan gambar kedua ini merupakan model komunikasi dari ekspatriat GMC dengan orang Indonesia, baik orang Indonesia Jawa maupun

maupun yang orang Indonesia Cina. Adanya factor jenis kelamin yang berbeda, nilai-nilai ajaran Konfusius serta persepsi, menjadi pondasi terbentuknya suatu model komunikasi antar budaya bagi para ekspatriat GMC dengan orang Indonesia. Sebagai hasilnya yaitu berupa sikap diam dalam menghadapi konflik, kemudian adanya kegiatan makan yang selalu dijadikan sarana atau alat untuk berkomunikasi serta menjalin suatu hubungan, serta adanya niat atau motivasi untuk terus beradaptasi. Ini semua ternyata mampu menghasilkan suatu model komunikasi antar budaya tertentu.

Kesimpulan

Dari hasil analisa yang telah dilakukan, model komunikasi antar budaya ekspatriat dari perusahaan Guandong Machinery Imp. & Exp. Ltd. (GMC) Cina dalam menjalin kerja sama orang Indonesia di Surabaya terbangun atas beberapa factor, yang pertama adalah penggunaan bahasa sebagai alat komunikasi verbal. Penggunaan bahasa ketika berinteraksi dengan sesama ekspatriatnya, acapkali menggunakan bahasa Mandarin, Guang Dong, Chao Zhou sebagai bahasa daerah mereka.

Terhadap teman yang adalah orang Indonesia Cina, Xiao Lin cenderung menggunakan bahasa Indonesia, terhadap relasi bisnis yang adalah orang Indonesia Cina menggunakan bahasa Mandarin, terhadap relasi bisnis orang Indonesia Jawa, ia menggunakan bahasa Indonesia, terhadap para tukang atau pembantu, ia berbahasa Jawa dan Indonesia, dan selebihnya Xiao Lin juga berbahasa Indonesia. Sedangkan ekspatriat Xiao Gan acapkali menggunakan bahasa mandarin, Indonesia dan Inggris terhadap temannya yang adalah orang Indonesia Cina. Terhadap relasi bisnisnya yang adalah orang Indonesia Cina, Xiao Gan cenderung berbahasa Mandarin dan sedikit berbahasa Indonesia. Jika terhadap relasi bisnis yang adalah orang Indonesia Jawa, ia cenderung berbahasa Indonesia, begitu pula terhadap pembantu dan selebihnya, Xiao Gan juga berbahasa Indonesia.

Faktor yang kedua adalah sikap para ekspatriat ini, baik terhadap sesama ekspatriatnya maupun terhadap orang Indonesia. Mereka cenderung menghargai arti sebuah hubungan baik dan kepercayaan (dapat dipercaya). Untuk membangun hubungan baik ini, mereka ternyata menggunakan kegiatan makan bersama sebagai sarana komunikasi dimana didalam kegiatan makan itu sendiri terdapat pengaruh unsure-unsur kepercayaan yang mereka percayai sebagai orang Cina. Dalam menjalankan urusan bisnis mereka, para ekspatriat juga dapat menempatkan peran masing-masing melalui pembagian *job desk* (pembagian kerja) yang sesuai. Selain itu, dalam

interaksinya, baik dengan sesama ekspatriat maupun dengan orang Indonesia para ekspatriat ini sendiri memiliki motivasi untuk beradaptasi dan mencoba untuk memahami orang lain yang terwujud pada sifat diam.

Daftar Pustaka

- Beamer, Linda ; Varner, Iris. (2001). *Intercultural Communication In The Global Workplace : Second Edition*. New york : The McGraw – Hill Companies, Inc.
- Brettle, Caroline ; Sargent, Carolyn. (2001). *Gender In Cross Cultural Perspective : Third Edition*. New jersey : Prentice-Hall Inc., A Division of Parson education Upper Saddle.
- Bungin, Burhan. (2004). *Metodologi Penelitian kualitatif*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Chaney, Lilian ; Martin, Jeanette. (2004). *Intercultural Business Communication*. New Jersey : Pearson Education, Inc, Upper Saddle River.
- Coppel, Charles A. (1994). *Tionghoa Dalam Krisis*. Jakarta : Pustaka Sinar Harapan.
- De mente, Boye. (1994). *Etiket Dan Etika Bisnis Dengan Orang Cina*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Fitzgerald, Helen. (1998). *Cross-Cultural Communication : For The Tourism And Hospitality Industry*. Melbourn : Hospitality Press Pty. Ltd.
- Gondomono. (1996). *Membanting Tulang Menyembah Arwah*. Depok : Fakultas Sastra Universitas Indonesia.
- Hamilton, Gary. (1996). *Menguak Jaringan Bisnis Cina Di Asia Timur*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hariyono. (1993). *Kultur Cina Dan Jawa : Pemahaman Menuju Asimilasi Kultural*. Jakarta : Pustaka Sinar Harapan.
- Hornby, A.S. (1995). *Oxford Advanced Learners"s Dictionary*, New York : Oxford University Press.
- Koentjaraningrat. (1997). *Metode – Metode Penelitian Masyarakat*, Jakarta : PT. Gramedia.
- Lembaga Studi Realino. (1996). *Penguasa Ekonomi Dan Siasat Pengusaha Tionghoa*, Yogyakarta : Penerbit Kanisius.
- Lewis, Richard D. (2004). *Komunikasi Bisnis Lintas Budaya*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Liliweri, Alo. (2003). *Makna Budaya Dalam Komunikasi Antar budaya*. Yogyakarta : LkiS.

- Mahkamah, (2000). *Etnik Cina Kajian Sosiolinguistik*. Surakarta : Muhammadiyah University Press.
- Mulyana, Deddy. (2001). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Montgomery, Martin; Thomas, Helen Reid. (1994). *Language And Social Life*. England : British Council.
- Mulyana, Deddy; Rakhmat, Jalaluddin. (2002). *Komunikasi Antarbudaya*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. (2002), *Metode Penelitian Kualitatif Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Rahardjo, Turnomo. (2005). *Menghargai Perbedaan Kultural*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Samovar, Larry; Porter, Richard. (2003). *Intercultural Communication A Reader 10th Edition*. Belmont, Ca : Wadsworth Publishing Company.
- Santoso, Thomas, (2002) *Orang Madura dan Orang Peranakan Tionghoa*, Surabaya : Lutfansah Mediatama.
- Seligman, Scott D. (1999). *Chinese Business Etiquette*, New York : Warner Books, Inc.
- Sulaeman, Munandar. (1995). *Ilmu Budaya Dasar Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Eresco.
- Uchjana Effendi, Onong, M.A. (2001). *Dinamika Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Wijaya, Tiny. (1999). *Pengungkapan Diri (Self-disclosure) Remaja Kepada Orang Tua Dan Teman: Studi Deskriptif Tentang Pengungkapan Diri Remaja Tentang Gambaran Pribadi, Opini, Keluarga dan Sex Kepada Orang tua dan Teman di SMU Kompleks Surabaya*, Surabaya: FISIP-Universitas Airlangga.
- Yan, Yunxiang. (1996). *The Flow Of Gift*. California: Stanford University Press.
- Koran :**
Kompas, 4 Desember 2005