



**Memahami Kompetensi Komunikasi Antarbudaya Antara
Pemilik *Homestay* dengan Wisatawan Asing di Karimunjawa**

Skripsi

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan

Pendidikan Strata I

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Nama : Meidiza Firda Mapikawanti

NIM : D2C009081

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2015

MEMAHAMI KOMPETENSI KOMUNIKASI ANTARBUDAYA ANTARA PEMILIK *HOMESTAY* DENGAN WISATAWAN ASING DI KARIMUNJAWA

ABSTRAK

Karimunjawa merupakan daerah wisata yang banyak dikunjungi wisatawan, termasuk wisatawan asing. Banyak masyarakat Karimunjawa memanfaatkan peluang tersebut untuk membuka bisnis *homestay*. Pemilik *homestay* dan wisatawan asing, memiliki perbedaan kebudayaan, kebiasaan, dan bahasa, sedangkan mereka harus dapat hidup berdampingan dan saling berkomunikasi setiap harinya.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan kompetensi komunikasi antarbudaya antara pemilik *homestay* dengan wisatawan asing di Karimunjawa. Tipe penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologi yang menjelaskan pengalaman unik pemilik *homestay* dan wisatawan asing dalam berinteraksi dan berkomunikasi secara efektif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik wawancara mendalam (*indepth interview*) dengan enam subjek penelitian, yaitu tiga orang pemilik *homestay* dan tiga orang wisatawan asing di Karimunjawa. Penelitian ini menggunakan Teori Kompetensi Komunikasi Antarbudaya oleh Lustig dan Koester (1996), Teori Interaksi Simbolik oleh George Herber Mead (1934), serta Teori Pengelolaan Ketidakpastian dan Kecemasan oleh William Gudykunst (2005) sebagai landasan teori.

Berdasarkan hasil penelitian, tidak semua wisatawan asing mengalami ketidakpastian dan kecemasan ketika pertamakali datang ke Karimunjawa, hal ini dikarenakan singkatnya kunjungan mereka yaitu hanya beberapa hari dan tujuan mereka ke Karimunjawa adalah untuk berlibur. Meskipun tidak semua wisatawan asing mengalami kecemasan dan ketidakpastian, namun mereka melakukan strategi aktif, pasif, dan interaktif untuk menghindari dan mengurangi kecemasan dan ketidakpastian mereka. Strategi tersebut mereka gunakan untuk mengumpulkan informasi mengenai Karimunjawa dan pemilik *homestay*. Untuk dapat berkomunikasi secara lancar, pemilik *homestay* dan wisatawan asing menggunakan aktivitas non verbal kinesis, yaitu menggunakan gerakan tangan dan anggota tubuh bersamaan dengan komunikasi verbal dan tergolong dalam perilaku non verbal *illustrator* yang bersifat komunikatif, informatif, dan interaktif. Penelitian menunjukkan bahwa pemilik *homestay* dan wisatawan asing memiliki motivasi yang kuat untuk saling berkomunikasi dan berinteraksi, memiliki pengetahuan yang cukup mengenai kebudayaan, kebiasaan dan bahasa masing-masing, dan bertindak untuk membaur dan berkomunikasi. Selain itu, mereka juga memahami konteks komunikasi antarbudaya dan memiliki kepantasan dan efektivitas dalam interaksi antarbudaya. Hal-hal tersebut merupakan komponen yang dibutuhkan untuk mencapai kecakapan dalam kompetensi komunikasi antarbudaya.

Kata kunci: interaksi simbolik, karimunjawa, kecemasan dan ketidakpastian, komunikasi antarbudaya.

UNDERSTANDING INTERCULTURAL COMMUNICATION COMPETENCE BETWEEN HOMESTAY OWNERS AND FOREIGN TOURISTS IN KARIMUNJAWA

ABSTRACT

Karimunjawa is a tourism area visited by many tourists, both local and foreign tourists from various parts of country. Many Karimunjawa communities exploit that opportunity to open a business by provide them with homestay accommodation. Homestay owners and foreign tourist, have many different cultures, customs, and language, while they should be able to coexist and communicate with each other every day.

This study aimed to describe the intercultural communication competence between homestay owners and foreign tourists in Karimunjawa. The type of this study is phenomenological descriptive-qualitative that explains the unique experience between homestay owners and foreign tourists when they interact and communicate effectively. The data collection technique in this study using indepth interview with six research subjects, three homestay owners and three foreign tourists in Karimunjawa. Some theories that used in this study are Intercultural Communication Competence Theory by Lustig Koester (1996), Interaction Symbolic Theory by George Herber Mead (1934), and Anxiety Uncertainty Management Theory by William Gudykunst (2005) as theoretical basis.

Based on the results of the study, not all foreign tourists had uncertainty and anxiety feeling when they came to Karimunjawa for the first time. This is because they will spend their time in Karimunjawa for few days and their purpose is to take a vacation in Karimunjawa. Although not all foreign tourists had anxiety and uncertainty feeling, but they pursued some strategies, to avoid and reduce their anxiety and uncertainty feeling, there are active, passive, and interactive strategy. Those strategies, they used to gather informations about Karimunjawa and homestay owner. In order to be able to communicate fluently, homestay owners and foreign tourists used kinesis non-verbal activity, which using hand and body gestures along with verbal communication and this is classified into non-verbal illustrator behaviors that have communicative, informative, and interactive quality. The results of the study showed that the homestay owners and foreign tourists have strong motivation to communicate and interact. They have enough knowledge about cultures, customs, and language of each other, and they take their action to assimilate and communicate, and also understand about the context of intercultural communication. Beside that, they also have appropriateness and effectiveness in intercultural interaction. These things are the components that needed to achieve the skill in intercultural communication competence.

Key words: symbolic interaction, anxiety and uncertainty, karimunjawa, intercultural communication.

Memahami Kompetensi Komunikasi Antarbudaya Antara Pemilik *Homestay* dengan Wisatawan Asing di Karimunjawa

Latar Belakang

Dari tahun ke tahun, jumlah wisatawan yang berkunjung ke Karimunjawa terus bertambah. Menurut website Jepara *Tourism Information Center* (<http://ticjepara.com>) data statistik laporan kunjungan wisatawan asing di Kepulauan Karimunjawa dari tahun 2010 – 2014 mengalami peningkatan yang sangat pesat. Dari tahun 2010, jumlah wisatawan asing berjumlah 1.567 sampai tahun 2014 jumlah wisatawan terus mengalami peningkatan hingga mencapai 8.669. Dengan meningkatnya jumlah wisatawan asing tersebut, mendorong warga Karimunjawa untuk membuka bisnis di bidang *homestay*. *Homestay* atau *guesthouse* adalah rumah orang awam atau penduduk setempat yang menyediakan ruangan atau kamar guna disewakan kepada pelancong. Seiring dengan meningkatnya jumlah wisatawan yang datang ke Karimunjawa, perkembangan *homestay* di Karimunjawa pun ikut naik. Menurut Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jepara, jumlah *homestay* di Karimunjawa tahun 2012 berjumlah 31 buah, hingga tahun 2014 mencapai 86 buah.

Kompetensi merupakan sebuah kemampuan, perilaku yang pantas dan efektif dalam suatu konteks tertentu. Komunikator yang kompeten merupakan seseorang yang memiliki kemampuan untuk berinteraksi secara efektif dan pantas dengan anggota dari latar belakang linguistik-kultural yang berbeda. Seseorang dapat berinteraksi dengan baik jika memiliki motivasi untuk berkomunikasi,

pengetahuan yang cukup, kemampuan komunikasi yang sesuai, sensitivitas dan memiliki karakter (Porter & McDaniel, 2010: 460-461).

Sedangkan kompetensi antarbudaya menurut Bennet dan Bennet adalah kemampuan berkomunikasi efektif dalam situasi lintas budaya dan berhubungan layak dalam berbagai konteks budaya (Moodian dalam Mulyana, 2011: xi).

Pemilik *homestay* dan wisatawan asing memiliki latar belakang kebudayaan yang berbeda. Mereka dihadapkan pada situasi dimana mereka harus dapat berkomunikasi secara efektif, karena selain mereka tinggal berdampingan, mereka juga harus berinteraksi dan berkomunikasi setiap hari. Hal ini dikarenakan, mereka sebagai makhluk sosial sangat membutuhkan seseorang untuk diajak berkomunikasi dan berinteraksi. Selain itu, antara pemilik *homestay* dan wisatawan asing, terdapat hubungan saling membutuhkan. Untuk dapat dikatakan memiliki kompetensi dalam komunikasi antar budaya, wisatawan asing dan pemilik *homestay* harus dapat berkomunikasi secara efektif.

Kerangka Teori dan Metodologi

Kompetensi komunikasi antarbudaya adalah kemampuan seseorang untuk berkomunikasi dengan orang lain yang memiliki latar belakang budaya yang berbeda. Kata *competence* adalah *state of being capable*, atau dapat diartikan sebagai suatu keadaan yang menunjukkan kapabilitas atau kemampuan seseorang sehingga ia dapat berfungsi dalam cara-cara mendesak dan penting. (Webster dalam Liliweri, 2002: 261)

Kebutuhan wisatawan asing dan pemilik *homestay* untuk dapat berkomunikasi dengan lancar, membutuhkan kemampuan mereka dalam berkomunikasi antarbudaya secara efektif dan tanpa menimbulkan adanya kesalahpahaman. Mereka akan dapat dikatakan memiliki kompetensi komunikasi antarbudaya jika mereka dapat berkomunikasi secara efektif. Mereka harus dapat bekerjasama untuk dapat menciptakan komunikasi yang efektif, wisatawan asing sebagai pendatang harus dapat menghormati dan menaati aturan yang ada di *homestay* dan pemilik *homestay* sebagai pemilik, harus dapat membantu wisatawan asing untuk dapat memahami kebudayaan di Karimunjawa dan membantu mereka untuk dapat membaur dan membiasakan diri dengan perbedaan budaya diantara mereka.

Lustig dan Koester (1996: 57) memberikan petunjuk-petunjuk untuk mencapai kompetensi, yaitu kompetensi komunikasi antarbudaya adalah kontekstual (*Context*). Hal ini menghasilkan perilaku-perilaku yang pantas dan efektif (*Appropriateness and Effectiveness*) dan membutuhkan pengetahuan yang cukup, motivasi yang layak, serta kemampuan bertindak (*Knowledge, Motivation and Action*).

Charles Berger (dalam Liliweri, 2002: 267) membagi tiga tipe umum strategi yang dapat digunakan untuk mengumpulkan informasi untuk mengurangi tingkat ketidakpastian, yakni strategi pasif, strategi aktif, dan strategi interaktif.

Judee Burgoon (dalam Littlejohn, 2009: 158) menggolongkan sistem kode non-verbal menurut jenis aktivitas yang dilakukan dalam kode. Kode non-verbal itu sendiri, merupakan istilah dari kumpulan perilaku yang digunakan untuk

menyampaikan arti. Burgoon mengatakan ada tujuh jenis aktivitas, yaitu (1) kinesik atau aktivitas tubuh, (2) vokalis atau *paralanguage*, (3) penampilan fisik, (4) sentuhan atau *haptics*, (5) ruang atau *proxemics*, (6) waktu atau *chronemics*, dan (7) objek atau artefak. Selain itu, Ekaman dan Freisen (dalam Littlejohn, 2009: 160-161) membagi pesan non verbal kedalam lima jenis, yaitu (1) lambang atau emblem, (2) ilustrator, (3) adaptor, (4) regulator, dan (5) *affect display*.

Desain penelitian mengenai kompetensi komunikasi antarbudaya pada pemilik *homestay* di Karimunjawa dengan wisatawan asing ini merupakan penelitian dengan tipe deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Penelitian ini akan mendeskripsikan kompetensi komunikasi antarbudaya pemilik *homestay* di Karimunjawa dalam berkomunikasi dengan wisatawan asing yang menginap di *homestay* tersebut.

Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, berbagai situasi atau berbagai fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat yang menjadi objek penelitian dan berupaya menarik realitas tersebut ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda, atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu (Bungin, 2007 :68). Sedangkan Pendekatan fenomenologi digunakan untuk penelitian yang berkaitan dengan bagaimana individu menyusun serta memaknai setiap aksi dalam situasi sosial yang nyata (Holstein dan Gubrium dalam Denzin dan Lincoln, 1994: 204).

Hasil

1) Konteks Komunikasi Antarbudaya (*Context*)

Wisatawan asing memiliki kebiasaan *party*. Tidak hanya itu, kebiasaan wisatawan asing yang memakai bikini dianggap mengganggu oleh masyarakat Karimunjawa. Tidak hanya di pantai, namun di lingkungan penduduk Karimunjawa pun masih ditemui wisatawan asing yang memakai bikini.

2) Kepantasan dan Efektivitas dalam Interaksi Antarbudaya (*Appropriate and Effectiveness*)

Pemilik *homestay* menerapkan peraturan tidak tertulis yang melarang wisatawan asing untuk membawa dan meminum alkohol, harus berpakaian sopan dan melarang wisatawan yang bukan pasangan menikah berada dalam satu kamar. Namun, setiap *homestay* di Karimunjawa tidak memiliki peraturan yang sama. Bahkan, ada *homestay* yang tidak menerapkan peraturan sama sekali.

3) Motivasi dalam Komunikasi Antarbudaya (*Motivation*)

Pemilik *homestay* tergolong dalam kebutuhan terhadap faktor pemuas seperti material atau simbolis. Tujuan utama pemilik *homestay* mendirikan *homestay* adalah untuk kepentingan materi. Sedangkan wisatawan asing, tergolong dalam kebutuhan untuk membagi pengalaman atau informasi, karena pemilik *homestay* memiliki informasi dan fasilitas yang dibutuhkan oleh wisatawan asing, maka mereka akan terdorong untuk berkomunikasi dengan pemilik *homestay*.

4) Pengetahuan Mengenai Kebudayaan Baru (*Knowledge*)

Pemilik *homestay*, mempelajari dan mengetahui kebiasaan dan kebudayaan wisatawan asing saat mereka menginap. Sedangkan wisatawan asing, yang sudah mengetahui kemana mereka akan berkunjung dan tinggal, namun mereka mengetahui kebiasaan dan kebudayaan di Indonesia secara umum dari buku dan internet, bukan secara spesifik.

5) Tindakan sebagai Wujud Membaur dalam Kebudayaan Baru (*Action*)

Tindakan pemilik *homestay* dalam berkomunikasi secara efektif adalah dengan cara *sharing* dan saling mengenal kebudayaan masing-masing. Pemilik *homestay* akan mengajak wisatawan asing berkomunikasi dengan basa-basi terlebih dahulu, seperti menanyakan asal mereka darimana atau apa saja yang ada di negaranya.

6) Interaksi Simbolik

Pemilik *homestay* dan salah satu wisatawan asing asal Belgia, menggunakan aktivitas non verbal dengan jenis aktivitas kinesis atau aktivitas tubuh dan termasuk dalam pesan non verbal ilustrator.

7) Pengelolaan Ketidakpastian dan Kecemasan (*Anxiety Uncertainty Management*)

Dalam penelitian ini, tidak semuanya mengalami kecemasan dan ketidakpastian. Hal ini dikarenakan, beberapa dari mereka memang sudah terbiasa melakukan perjalanan atau menempati daerah asing sebelumnya. Selain itu, singkatnya waktu mereka tinggal di *homestay*, membuat mereka tidak merasakan kecemasan dan ketidakpastian. Namun, ada pula wisatawan asing yang merasakan kecemasan, karena ia tidak menguasai bahasa Indonesia

dan tidak menemukan seseorang yang dapat ia ajak berkomunikasi dengan bahasa Inggris.

Kesimpulan

1. Pemilik *homestay* yang memfasilitasi paket *touring*, tidak dapat menolak keinginan wisatawan asing untuk *party*. Oleh karena itu, agar menjaga Karimunjawa dari konflik dan pengaruh budaya asing, pemilik *homestay* memilih pulau atau tempat yang sepi untuk wisatawan asing bersenang-senang.
2. Wisatawan asing dan pemilik *homestay* menyadari bahwa penilaian kompetensi komunikasi diantara mereka berbeda. Mereka dapat saling memahami perbedaan-perbedaan diantara mereka, sehingga dapat menciptakan suasana komunikasi yang efektif dan kompeten.
3. Dengan menyampaikan peraturan secara langsung atau lisan, pemilik *homestay* dapat mencegah atau mengatasi kesalahpahaman dalam memahami peraturan yang mereka terapkan. Di lain pihak, wisatawan asing tidak pernah mengetahui adanya peraturan baik yang tertulis maupun tidak tertulis. Namun, mereka akan menerima peraturan-peraturan dari pemilik *homestay* jika pemilik *homestay* menyampaikannya.
4. Pemilik *homestay* mengatakan jika mereka lebih tertarik dengan wisatawan asing dibandingkan wisatawan lokal, karena wisatawan asing akan menginap lebih lama dibandingkan wisatawan lokal. Sedangkan wisatawan asing membutuhkan informasi mengenai Karimunjawa dari pemilik *homestay*.

Keadaan saling membutuhkan tersebut, membuktikan kuatnya keinginan mereka untuk dapat berinteraksi dan berkomunikasi secara efektif.

5. Meskipun pengetahuan pemilik *homestay* dan wisatawan asing mengenai kebudayaan masing-masing terbatas, hal tersebut tidak menjadi penghambat bagi mereka dalam berkomunikasi.
6. *Sharing* mengenai kebudayaan dan negara mereka dengan pemilik *homestay* adalah tindakan wisatawan agar dapat berinteraksi dan berkomunikasi dengan baik dan memperoleh informasi, serta membaaur dengan pemilik *homestay*.
7. Pemilik *homestay* yang paling lama berada dalam bisnis ini, akan memiliki banyak pengetahuan mengenai wisatawan asing dari berbagai negara. Sedangkan wisatawan asing, mempelajari kebudayaan di Indonesia secara umum dari buku panduan wisata atau internet.
8. Ketiga informan pemilik *homestay* dalam penelitian ini tidak dapat berbahasa Inggris secara lancar. Oleh karena itu, bahasa isyarat atau bahasa tubuh mereka gunakan saat mereka berkomunikasi. Dalam interaksi simbolik, mereka harus dapat berkomunikasi verbal dan non verbal untuk menyampaikan atau mengekspresikan apa yang ada dalam pikiran mereka.
9. Pemilik *homestay*, juga ikut bertindak dalam membantu wisatawan asing dalam mengurangi kecemasan dan ketidakpastian mereka, yaitu dengan cara memberikan rasa nyaman dan keterbukaan dalam membagi informasi kepada wisatawan asing.