Repository University of Riau https://repository.unri.ac.id ©Hak cipta milik Universitas Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan Universitas Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulisini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Riau.

International Conference of Communication, Industry, and Community. Bali, 3-4 Maret 2016
ISBN: 978-602-74139-1-7

KOMPETENSI KOMUNIKASI LINTAS BUDAYA BUJANG DARA SEBAGAI DUTA WISATA KABUPATEN SIAK DALAM MENGHADAPI MASYARAKAT EKONOMI ASEAN

Nova Yohana, Ringgo Eldapi Yozani
Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau
nova.yo7@gmail.com, ringgoeldapiyo@gmail.com

Abstract

Entering the era of the Asean Economic Community (AEC) by 2015 end, the opportunities and challenges of various sectors in Indonesia is more open, not least for the world of Tourism, which will encourage more tourists from the ASEAN region to Indonesia, including one Siak Riau. For that tourism Riau should already have the handle to face the challenges of the MEA, and will be ready to compete for a welcoming culture that comes from outside, especially the supply of Human Resources (HR) tourism competent and competitive in anticipation of the implementation of the ASEAN Economic Community (AEC) one of them on selection Bujang Dara as Tourism Ambassador Siak. Government Siak should give more attention and support to the Bujang Dara as a tourism ambassador to equip communication competence either related aspects of foreign language skills and communicative competence in tourism marketing and also the competence of cross-cultural communication becomes a challenge for human resource of tourism is to move towards MEA. The important thing that needs to be done is to increase the role of the Tourism Ambassador of only symbols spearhead of the tourism industry in each area. So that its presence urge people, particularly the youth to the more serious look at and appreciate the variety of tourism potential in the area.

***Keywords**: Competence Communication, Bujang Dara as Tourism Ambassador, MEA*

Abstrak

Memasuki era Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) akhir 2015 mendatang, peluang dan tantangan berbagai sektor di Indonesia lebih terbuka, tidak terkecuali buat dunia Pariwisata, dimana akan mendorong lebih banyak lagi wisatawan dari kawasan ASEAN ke Indonesia termasuk di Riau salah satunya Kabupaten Siak. Untuk itu pariwisata Riau sudah harus memiliki pegangan untuk menghadapi tantangan MEA, dan akan siap berkompetensi untuk menyambut kebudayaan yang datang dari luar, terutama menyediakan Sumber Daya Manusia (SDM) pariwisata yang kompeten dan berdaya saing dalam mengantisipasi implementasi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) salah satunya pada pemilihan Bujang Dara sebagai Duta Wisata Kabupaten Siak. Pemerintah Kabupaten Siak sudah seharusnya memberikan lebih banyak perhatian dan dukungan kepada Bujang Dara sebagai duta wisata dengan membekali kompetensi komunikasi baik berkaitan aspek penguasaan bahasa asing maupun kompetensi komunikasi dalam pemasaran pariwisata dan juga kompetensi komunikasi lintas budaya yang menjadi suatu tantangan bagi SDM pariwisata ini untuk melangkah menuju MEA. Hal penting

ISBN: 978-602-74139-1-7

yang perlu dilakukan adalah meningkatkan peranan pada Duta Pariwisata dari hanya simbol menjadi ujung tombak dari industri pariwisata di setiap daerah. Sehingga kehadirannya mengajak masyarakat, utamanya pemuda untuk semakin serius melihat dan mengapresiasi berbagai potensi pariwisata yang ada di daerah.
Kata Kunci: Kompetensi Komunikasi, Bujang Dara sebagai Duta Wisata, MEA

Pendahuluan

Aktifitas wisata dalam hakekatnya merupakan salah satu kebutuhan tersier untuk menghilangkan kepenatan yang diakibatkannya oleh aktifitas. Banyak orang yang berlomba-lomba untuk mengunjungi tempat wisata untuk melepas kepenata sehari-hari. Sektor pariwisata merupakan sektor yang menjanjikan jika digarap serius oleh pemerintah, karena sektor pariwisata ini tidak akan pernah mati dan akan selalu diminati oleh masyarakat. Jika pemerintah daerah serius dalam menggarap sektor pariwisata ini, maka nantinya akan berdampak bagi perkembangan suatu daerah. Selain meningkatkan APBD juga akan membuat daerah sekitar pariwisata tersebut menjadi maju dan berkembang.

Dalam pengembangan sektor seni budaya sebagai aset kepariwisataan, maka Dinas Kebudayaan dan Pariwisata pada setiap Propinsi memiliki peran yang sangat penting, terutama dalam kegiatan promosi, baik promosi seni, budaya, dan pariwisata daerah. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi bertindak sebagai regulator, fasilitator dan koordinator pembangunan dan pengembangan kebudayaan dan pariwisata di daerah, sehingga nantinya dapat meningkatkan minat kunjungan ke daerah-daerah yang memiliki potensi wisata yang sangat banyak dan beragam. Riau sebagai salah satu propinsi di Indonesia memiliki potensi wisata yang sangat bagus, baik dari sisi budaya, seni dan keindahan alamnya. Hal ini seharusnya menjadikan Riau sebagai daerah tujuan wisata bagi para wisatawan domestik maupun mancanegara. Kabupaten Siak salah satu kabupaten yang ada Provinsi Riau yang memiliki potensi Pariwisata yang sangat menjanjikan, terutama pariwisata budaya, wisata sejarah, dan seni. Hal tersebut sudah selayaknya menjadikan Kabupaten Siak sebaga daerah tujuan wisata.

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) adalah realisasi tujuan akhir dari integrasi ekonomi yang dianut dalam Visi 2020, yang didasarkan pada konvergensi kepentingan negara-negara anggota ASEAN untuk memperdalam dan memperluas integrasi ekonomi melalui inisiatif yang ada dan baru dengan batas waktu yang jelas. dalam mendirikan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), ASEAN harus bertindak sesuai dengan prinsip-prinsip terbuka, berorientasi ke luar, inklusif, dan berorientasi pasar ekonomi yang konsisten dengan aturan multilateral serta kepatuhan terhadap sistem untuk kepatuhan dan pelaksanaan komitmen ekonomi yang efektif berbasis aturan. Hal ini akan menjadikan tantangan dari berbagai sektor, tidak terkecuali sektor Pariwisata. Ketika kita sudah memasuki Era Masyarakat Ekonomi Asean, tentunya akan mendorong lebih banyak lagi para wisatawan untuk berkunjung ke Indonesia dan Khususnya Kabupaten Siak. Untuk itu pariwisata Riau sudah harus memiliki pegangan untuk menghadapi tantangan MEA, dan akan siap berkompetensi untuk menyambut kebudayaan yang datang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan Universitas Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Riau.
Repository University of Riau https://repository.unri.ac.id ©Hak cipta milik Universitas Riau

Repository University of Riau https://repository.unri.ac.id ©Hak cipta milik Universitas Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan Universitas Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Riau.

ISBN: 978-602-74139-1-7

dari luar, terutama menyediakan Sumber Daya Manusia (SDM) pariwisata yang kompeten dan berdaya saing dalam mengantisipasi implementasi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA).

Sektor pariwisata dinilai sektor yang paling siap dalam menghadapi gelombang kompetisi ini. Potensi wisata yang ada di Indonesia sudah tidak diragukan lagi, baik bagi para wisatawan nusantara maupun wistawan mancanegara. Begi pula halnya potensi wisata yang ada di Kabupaten Siak. Potensi wisata di kabupaten ini sangat menjanjikan, terutama dari wisata budaya dan sejarah. Seperti yang kita ketahui, di Kabupaten Siak terdapat sebuah wisata sejarah peninggalan kerajaan Siak, yang merupakan kerajaan melayu terbesar yang masih bisa kita rasakan pada saat sekarang ini. Hal tersebut sudah seharusnya menuntut Sumber Daya Manusia Pariwisata yang berkompeten dalam menghadapi MEA ini. Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olah Raga dalam hal ini berperan dalam pengembangan potensi Pariwisata di Kabupaten Siak. Untuk meghadapi MEA dalam sektor kepariwisataan ini, Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga memiliki strategi-strategi dalam menghadapi MEA tersebut. Adapun strategi yang telah mereka lakukan di tahun 2015 sebagai benuk promosi pariwisata yaitu dengan mengadakan Event-event yang bertaraf Internasional seperti Tour de Siak, Siak BMX, serta Festival Siak bermadah. Dengan diadakannya event bertaraf Internasional tesebut, nantinya diharapkan akan dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang datang ke Kabupaten Siak, baik wisatawan nusantara (Wisnus) ataupun Wisatawan Mancanegera (Wisman) yang menjadi target dari Pemerintah Kabupaten Siak ini.

Selain mengadakan event-event bertaraf internasional ini, Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Siak juga memiliki strategi lainya, yakni dengan mengadakan pemilihan Bujang Dara setiap yahun sebagai Ikon Duta Wisata Kabupaten Siak. Bujang dara nantinya diharapkan dapat mempromosikan potensi wisata di Kabupaten Siak. Bujang dara bertugas untuk mempromosikan pariwisata dan kebudayaan yang ada di Kabupaten Siak dengan maksud dan tujuan adalah supaya banyaknya Wisatwan-wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Siak.

Sebagai Duta Wisata, sudah menjadi tugas utama bagi Bujang Dara dalam mempromosikan Pariwisata di Kabupaten Siak. Bujang Dara diseleksi dari beberpa daerah yang ada di Kabupaten Siak, pastinya yang terpilih menjadi Bujang Dara adalah orang-orang yang memiliki potensi dan kompetensi dalam memasarkan pariwsiata. Dalam proses seleksinya, Bujang Dara di bekali dengan berbagai macam pengetahuan, yang pastu dibelaki dengan pengetahuan tentang Kabupaten Siak, potensi objek wisata yang terdapat di Siak, pengetahuan tentang budaya melayu, pelatihan bahasa inggris, Public Speaking. Semua ini mereka dapatkan selama proses karantina.

Dalam menjalankan tugasnya sebagai Duta wisata, Bujang Dara di tuntut dapat berkomunikasi secara komunikatif. Maka sudah seharusnya dalam proses seleksi duta wisata tersebut, bujang dara dibekali dengan bagaimana cara berkomunikasi yang efektif. Apalagi dalam menghadapi MEA, dimana selain berkomunkiasi secara aktif, bujang dara juga dituntut dapat memahami komunikasi

Repository University of Riau https://repository.unri.ac.id ©Hak cipta milik Universitas Riau

ISBN: 978-602-74139-1-7

nonverbal orang yang berbeda budaya. Dari hasil wawancara awal yang dilakukan dengan beberapa bujang dara kabupaten siak, merak hanya bertugas sebagai "pajangan" dalam setiap event pariwsata yang dilaksanakan. mereka hanya memberi senyum, salam dan sapa. Dan tidak jarang mereka sering meresa gugup ketika berhadapan, berinteraksi, dan berkomunikasi langsung dengan wisatawan yang datang, terutama dengan wisatwan mancanegara yang berbeda latar belakang budaya. Permasalahannya dalam uji kompetensi pemilihan bujang Dara selama ini tidak pernah dibekali dengan kemampuan berkomunikasi, terutama komunikasi lintas budaya

Terkait permaslahan tersebut yang menjadi pertanyaan Bagaimna kesiapan para Duta wista dalam mempromosikan wista daerah di ERA masyarakat ekonomi ASEAN? Dan apa saja kompetensi komunikasi lintas budaya yang harus mereka kuasai dalam dunia kepariwisataan ?

Tinjauan Pustaka

Pariwisata

Istilah pariwisata berasal daru dua suku kata, yaitu pari dan wisata. Pari berarti banyak, berkali-kali atau berputar. Wisata berarti perjalanan atau bepergian. Jadi pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ke tempat yang lain.

Pariwisata adalah suatu kegiatan yang menyediakan jasa akomodasi, transportasi, makanan, rekreasi serta jasa-jasa lainnya yang terkait. Perdagangan jasa pariwisata melibatkn berbagai aspek. Aspek-aspek tersebut antara lain aspek ekonomi, sosial, budaya, agama, lingkungan, keamanan, dan aspek lainnya. Aspek yang mendapat perhatian paling besar dalam pembangunan pariwisata adalah aspek ekonomi. Terkait aspek ekonomi inilah pariwisata dikatakan sebagai suatu industri. Bahkan kegiatan pariwisata dikatakan sebagai suatu kegiatan bisnis yang berorientasi dalam penyediaan jasa yang dibutuhkan wisatawan.

Sebagai suatu industri, tentu pariwisata memiliki produk pariwisata, permintaan, dan penawaran. Dalam bisnis pariwisata konsumennya adalah wisatawan, kebutuhan dan permintaan-permintaan wisatwanlah yang harus dipenuhi oleh produsen. Produsen dalam industri pariwisata ditangani oleh bermacam-macam badan, baik pemerintah, swasta, maupun perorangan. Produk dari pariwisata adalah segala sesuatu yang dibutuhkan oleh wisatwan, contohnya atraksi wisata, berupa objek dan daya tari wisata seperti candi atau pura, keraton, museum, pertunjukan-pertunjukan kesenian, dan sebagainya.

Pengertian pariwisata secara luas dapat dilihat dari beberapa definisi sebagai berikut: menurut A.J Burkart dan S. Medlik, pariwisata adalah "Perpindahan orang untuk sementara dan dalam jangka waktu pendek ke tujuan-tujuan diluar tempat dimana mereka biasanya hidup dan bekerja, dan kegiatan-kegiatan mereka selama tinggal ditempat-tempat tujuan tersebut."(Soekadijo, 2000:12).

Murphy mengatakan pariwisata keseluruhan dari elemen-elemen terkait (wisatawan, daerah tujuan wisata, perjalanan, industri, dan lain-lain) yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan Universitas Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Riau.

Repository University of Riau https://repository.unri.ac.id ©Hak cipta milik Universitas Riau

ISBN: 978-602-74139-1-7

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan Universitas Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Riau.

merupakan akibat dari perjalanan wisata ke daerah tujuan wisata, sepanjang perjalanan tersebut tidak permanen. Selanjutnya Yoeti (1987) mendefinisikan

> "Pariwisata sebagai suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diseleggarakan dari suatu tempat ke tempat lain dengn maksud bukan berusaha *(business)* atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati keinginan yang beraneka ragam". Yoeti (1987:118)

Berdasarkan UU No. 9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan yang menyebutkan Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan obyek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait dengan bidang tersebut.

Pariwisata adalah salah satu industri gaya baru, yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup dan dalam mengaktifkan sektor produksi lain di dalam negara penerima wisatawan. (wahab, 1994:5). Weaver dan Opperman (2000) mengemukakan pariwisata adalah

> *"Tourism iss the sum total of the phenomena and relationship arising from the interaction among tourist, business, suppliers, host goverment, host communities, origin goverment, universities, community colleges and non governmental organitations, in the process of attracting, transporting, hostin, and managing these tourists and other visitors".* Weaver dan Opperman (2000:3)

Richardson dan Fluker (2004) membedakan batasan pariwisata atas dua, yaitu batasan konseptual dan batasan teknis. Batasan konseptual digunakan untuk memahami pariwisata secara konseptual dan pemahaman akademis, sedangkan batasan teknis digunakan untuk kepentingan pengumpulan statistik. Secara singkat dapat dikatakan bahwa sekalipun ada beberapa perbedaan dalam mendefinisikan pariwisata oleh para pakar diatas, namun sama dalam hal perkenaan prinsipnya yaitu perjalanan pariwisata dengan tujuan menikmati objek yang dituju untuk sementara waktu, yang didalamnya melibatkan berbagai komponen terkait dalam memfasilitasi wistawan sebagai pelayanan untuk mencapai tujuan yang dikehendaki. Melengkapi uraian tersebut diatas yang terpenting adalah tercapainya kepuasan bagi wisatawan yang berkunjung sehingga memiliki kesan dan kenangan yang menyenangkan selama melakukan perjalanan wisata sampai mereka pulang kerumahnya, sehingga ada keinginan untuk kembali menikmati perjalanan tersebut dan mengajak atau memberitahukan kesan-kesan menyenangkan tersebut ke orang lain.

Komunikasi Lintas Budaya

Komunikasi antarbudaya terjadi ketika anggota dari satu budaya tertentu memberikan pesan kepada anggota dari budaya yang lain. Lebih tepatnya komunikasi antarbudaya melibatkan interaksi antara orang-orang yang persepsi budaya dan system simbolnya cuku berbeda dalam suatu komunikasi (Samovar,

Repository University of Riau https://repository.unri.ac.id ©Hak cipta milik Universitas Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan Universitas Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Riau

ISBN: 978-602-74139-1-7

Porter, McDaniel, 2010: 13). Gibson dalam Purnamawati (2009) juga menjelaskan bahwa komunikasi antarbudaya *(intercultural communication)* terjadi ketika komunikator dan komunikan berasal dari budaya yang berbeda. Jika perbedaan antara kedua budaya cukup besar, maka komunikasi diantara mereka juga akan semakin sulit. Selain itu menurut mulyana (2001) pada pengantar dalam buku *Komunikasi Antarbudaya,* komunikasi antarbudaya lebih informal, personal dan tidak selalu bersifat antarbangsa/antarnegara lewat saluran-saluran formal dan media massa. Lebih lanjutk komunikasi antarbudaya akan lebih dapat dipahami sebagai *perbedaan budaya dalam mempersepsi objek-objek social dan kejadian-kejadian* (Mulyana dan Rakhmat, 2001: 24).

Pengertian lintas budaya dalam hal ini bukanlah semata-mata budaya asing (internasional), tetapi juga budaya yang tumbuh dan berkembang di berbagai daerah dalam wilayah suatu negara. Untuk dapat memahami komunikasi antarbudaya diperlukan landasan berpikir yang berkaitan dengan (1) manusia, (2) bahasa, (3) kebudayaan, (4) masyarakat dan komunikasi (Purwasito dalam Purnamawati, 2009: 106). Proses pembentukan persepsi social dipengaruhi oleh budaya yang menghasilkan tatanan perseptual yang mempengaruhi *stimuli* mana yang mencapai kesadaran kita serta mempengaruhi kita untuk memberikan pemberian makna kepada *stimuli.* Perbedaan-perbedaan persepsi ini kemudian akan menghasilkan hambatan-hambatan dalam komunikasi antarbudaya. Hambatan yang disebabkan oleh perbedaan persepsi ini dapat dikurangi dengan pengetahuan dan pemahaman atas factor-faktor budaya yang berbeda yang harus disertai dengan keinginan yang tulus untuk berkomunikasi antarbudaya untuk mencapai keberhasilan (Mulyana dan Rakhmat, 2001: 24).

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi lintas budaya adalah komunikasi yang dilakukan antar orang yang berbeda budaya untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks bisnis, tentu komunikasi lintas budaya bertujuan untuk menjalin hubungan bisnis yang berfungsi sebagai langkah strategis untuk memperluas kekuasaan dan jaringan. Namun demikian komunikasi lintas budaya yang selanjutnya juga dikenal sebagai komunikasi lintas budaya memiliki hambatan. Hambatan itu antara lain stereotype, etnosentris, prasangka, rasisme, dan persepsi.

Kompetensi

Dalam upaya meningkatkan efektivitas komunikasi antar budaya, kita mengenal istilah kompetensi. Oleh Webster's kompetensi dimaknai sebagai suatu keadaan yang menunjukkan kapabilitas atau kemampuan seseorang sehingga ia dapat berfungsi dalam cara-cara yang mendesak dan penting. Sedangkan kompetensi antarbudaya adalah kompetensi yang dimiliki oleh seseorang (baik secara pribadi, berkelompok, organisasi atau dalam etnik dan ras) untuk meningkatkan kapasitas, ketrampilan, pengetahuan yang berkaitan dengan kebutuhan utama dari orang-orang lain yang berbeda kebudayaan. Kompetensi antar budaya berkaitan dengan suatu keadaan dan kesiapan individu sehingga kapasitasnya dapat berfungsi efektif dalam situasi perbedaan budaya. Ada beberapa faktor yang mendorong kita mempelajari kompetensi antarbudaya:

a. Adanya perbedaan nilai budaya.

Repository University of Riau https://repository.unri.ac.id ©Hak cipta milik Universitas Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan Universitas Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Riau.

ISBN: 978-602-74139-1-7

b. Tata aturan budaya cenderung mengatur dirinya sendiri.
c. Kesadaran untuk mengelola dinamika perbedaan.
d. Pengetahuan kebudayaan yang sudah institusional.
e. Mengadaptasikkan kekuatan semangat layanan dalam keragaman budaya demi melayani orang lain (Liliweri, 2009: 261-262).

Lustig and Koester (1999) juga menyatakan bahwa:
"Intercultural competence requires sufficient knowledge, suitable motivation and skilled actions."

William B. Gudykunst dan Young Yun Kim (1992) memberikan kunci komunikasi antarbudaya yang efektif, yaitu *"One of the major factors influencing our effectiveness in communication with people other cutures is our ability to understand their culture."* (Purnamawati, 2009: 110).

Semakin banyak kompetensi komunikasi lintas budaya yang dimiliki oleh seseorang, misalnya pengetahuan bahasa, budaya, kemampuan memposisikan diri untuk membentuk persepsi dari sudut pandang budaya mereka maka akan semakin efektif pulalah komunikasi yang dilakukan. Kesadaran penuh dan kehai-hatian perlu diterapkan untuk menjadi seorang komunikator yang kompeten.

Unsur-Unsur Kompetensi

Pada umumnya pembahasan tentang kompetensi menghendaki adanya suatu ketrampilan atau kecakapan yang dimiliki seseorang saat berkomunikasi. Brian Spitzberg dan Willian Cupach menampilkan tiga komponen kompetensi komunikasi yaitu motivasi, pengetahuan dan ketrampilan, dengan penjelasannya sebagai berikut:

Motivasi

Motivasi adalah daya tarik dari komunikator yang mendorong seseorang untuk berkomunikasi dengan orang lain. Motivasi ini oleh Turner (1987) ditegaskan menjadi beberapa *basic needs* yaitu: kebutuhan akan perasaan aman, percaya terhadap orang lain, keterlibatan dalam kelompok, menjauhi kecemasan, membagi pengalaman tentang dunia, factor pemuas material dan simbolis, dan konsep diri.

Pengetahuan

Pengetahuan menentukan tingkat kesadaran atau pemahaman seseorang tentang kebutuhan apa yang harus dilakukan dalam rangka komunikasi secara tepat dan efektif. Ada tiga strategi yang dapat digunakan mengumpulkan informasi untuk mengurangi ketidakpastian yakni strategi pasif, strategi aktif dan strategi interaktif..Strategi pasif yakni memfungsikan diri sendiri sebagai pengamat terhadap seseorang yang akan dilibatkan dalam proses Interaksi. Strategi aktif dilakukan dengan mengumpulkan informasi sebanyak mungkin mengenai seseorang yang menjadi target interaksi serta membandingkan hasil pengamatan dan literatur mengenai budaya orang tersebut. Sedangkan strategi interaktif yang dimaksud disini adalah

Repository University of Riau https://repository.unri.ac.id ©Hak cipta milik Universitas Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan Universitas Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Riau.

ISBN: 978-602-74139-1-7

mengadakan hubungan atau interaksi langsung dengan orang yang menjadi target.

3. Ketrampilan

Komponen terakhir adalah ketrampilan. Komponen ini sangat dibutuhkan dalam mengurangi tingkat ketidakpastian dan kecemasan. Ketrampilan yang dibutuhkan adalah empati, berperilaku seluwes mungkin, dan kemampuan untuk mengurangi ketidakpastian itu sendiri (Liliweri, 2009:263-268).

Seseorang dikatakan memiliki kompetensi komunikasi jika dia memiliki motivasi yang kuat, pengetahuan yang memadai dan ketrampilan yang cukup bagi tercapainya komunikasi yang efektif. Wiemann dan Kelly menyatakan bahwa motivasi tanpa ketrampilan tidak akan bermanfaat secara sosial dan ketrampilan tidak dapat digunakan kalau tanpa kemampuan pengetahuan untuk memberikan diagnose atas kebutuhan situasi dan hambatan yang dihadapi.Motivasi manusia, pengetahuan manusia dan ketrampilan interaksi dengan hasil yang diinginkan selalu berkaitan dengan persepsi orang yang berkomunikasi dengan anda. Kalau orang lain menerima kehadiran anda dalam sebuah interaksi yang cepat maka anda dikatakan memiliki kompetensi. Inilah kompetensi komunikasi (Liliweri, 2009:268-269).

Dimensi Kompetensi Komunikasi Antarbudaya

Guo dan Stratosta dalam Purnamawati (2009) merincikan dimensi beserta elemen-elemen kompetensi komunikasi antarbudaya, yang antara lain adalah sebagai berikut.

1. *Personality Attributes* (Atribut Kepribadian)

Ciri-ciri kepribadian mengacu pada ciri-ciri yang merupakan kepribadian individu. Ciri-ciri pribadi yang terutama mempengaruhi kompetensi komunikasi adalah konsep diri *(self concept),* kesadaran diri *(self awareness),* keterbukaan diri *(self disclosure),* dan relaksasi social *(social relaxation).*

2. *Communications Skills* (Kemampuan berkomunikasi)

Kemampuan berkomunikasi baik verbal maupun nonverbal memungkinkan untuk berinteraksi dengan orang lain secara lebih efektif. Perilaku dalam kompetensi antarbudaya ini termasuk pada *message skills* (kemampuan pesan), *behavioral flexibility* (fleksibilitas perilaku), *interaction management* (pengelolaan interaksi), dan *social skill* (kemampuan social). Dalam hal ini ketika seseorang memiliki kemampuan bahasa asing maka dapat mengurangi kecemasan dalam berkomunikasi.

3. *Psychological Adaptation* (Adaptasi Psikologis)

Penyesuaian psikologi mengacu pada kemampuan untuk menyesuaikan diri pada budaya baru yang menuntut proses yang kompleks yaitu perasaan psikologis yang nyaman secara umum, kepuasan diri dan kesukaan dalam lingkungan baru.

4. *Cultural Awareness* (Kesadaran Budaya)

Kesadaran budaya mengarah pada pemahaman konvensi budaya setempat yang memengaruhi bagaimana orang berpikir dan berperilaku. Kesadaran

ISBN: 978-602-74139-1-7

budaya juga memerlukan *cultural map* untuk memetakan budaya secara tepat dan akurat sehingga tidak tersesat.

Bujang Dara

Bujang Dara adalah pemuda- pemudi yang dipilih dengan cara diseleksi terlebih dahulu melalui proses pemilihan dengan berbagai tahapan seleksi yang berada dibawah pengawasan langsung Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Siak. Tujuan di adakannya pemilihan Bujang Dara adalah untuk menampung animo generasi muda agar memiliki kegiatan yang positif sekaligus memajukan pariwisata di Kabupaten Siak. Bujang Dara adalah sosok yang dianggap mampu bekerja sama dengan pemerintah setempat untuk ikut mempromosikan suatu daerah tertentu khususnya pada potensi pariwisata daerah tersebut. Bujang Dara diharapkan sebagai ikon daerah yang mampu menjadi pembicara dan membagikan informasi tentang potensi pariwisata suatu daerah pada masyarakat luas sehingga tertarik untuk mengunjungi daerah pariwisata tersebut.

Bujang Dara tiap daerah mempunyai cara tersendiri dalammempromosikan dan mengenalkan budaya daerahnya sehingga dapatmenarik wisatawan. Dampaknya objek-objek wisata, seni, budaya danpariwisata dapat bersaing dalam dunia pariwisata dan menjadi lebihdikenal masyarakat luas. Oleh karenanya peran promosi danpemasaran dari petugas pengelola dinas pariwisata dapat terjembatanioleh duta wisata. Fungsi dan peran Bujang dara sangat penting sebagaifigur informan maupun promotor untuk menarik wisatawan yang berkunjung di objek maupun atraksi wisata yang ada di daerahnya.

Metodologi

Dalam artikel ini digunakan metode studi literatur, yaitu metode yang menggunakan studi pustaka dengan mengumpulkan semua bahan yang diperoleh dari buku-buku, media massa, internet dengan mengaitkannya pada analisis realitas.

Hasil Temuan dan Diskusi

Kompetensi Komunikasi Lintas Budaya Bujang Dara Kabupaten Siak

Komunikasi merupakan proses pertukaran pesan antar individu yang satu dengan yang lain melalui media tertentu. Komunikasi terjadi dalam interaksi individu setiap harinya khususnya dalam dunia kerja. Proses komunikasi akan efektif bila terjadi kesamaan maknaantara komunikator dengan komunikan. Proses komunikasi yang dilakukan Bujang dara adalah untuk mempromosikan potensi wisata yang ada di Kabupaten Siak, dan output yang diharapkan dari proses komunikasi ini adalah banyaknya datang wisatawan ke Kabupaten Siak. Komunikasi lintas budaya di Era Masyarakat Ekonomi ASEAN nantinya sedikit banyak dapat dilihat dari proses komunikasi lintas budaya yang terjadi antara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan Universitas Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Riau.
Repository University of Riau https://repository.unri.ac.id ©Hak cipta milik Universitas Riau

ISBN: 978-602-74139-1-7

bujang dan dara terhadap wisatwan mancanegara. Seperti yang telah dijelaskan, salah satu strategi dari Pemkab Siak dalam mempromosikan pariwisata adalah dengan membuat event-event bertaraf Internasional. Maka sudah pasti orang yang berbeda negara akan datang ke siak, dan sudah pasti nantinya Bujang dan Dara tersbut berinteraksi dengan mereka. Salah satu kompentesi komunikasi lintas budaya yang harus dimiliki oleh Bujang Dara adalah kemampuan berbahasa asing agar tercipta komunakasi yang efektif..

Namun pada kenyataannya, tidak semua finalis bujang dan dara tersebut memiliki kemampuan bahasa asing secara aktif. Ini mengakibatkan proses interaksi berjalan kurang baik. Ada ketakutan tersendiri pada bujang dara ketika mereka berinterkasi langsung dengan wisatwan mancanegara yang datang pada event-event bertaraf internasional tersebut, mereka merasa tidak mampu untuk berkomunikasi dengan bahsa inggris. Tentu hal tersebut akan berakibat fatal, karena ketidak mampuan dalam berbahasa Inggris bisa saja akan mengakibatkan kesalah pahaman dalam berkomunikasi. Begitu pula dengan komunikasi nonverbal antara bujang dara dengan warga asing tersebut. Adanya perbedaan budaya antara masyarakat Indonesia dengan wisatawan mancanegara menciptakan batasan-batasan dalam proses interaksi. Hal ini dapat terlihat ketika event sedang berlangsung. Bujang dara sebagai duta wisata harusnya mendampingi wisman yang datang ke Kabupaten Siak, memberikan penjelasan seputar Kabupaten Siak berikut potensi pariwisata yang ada agar wisman tersebut dapat paham bahwa Siak mempunyai potensi pariwisata yang sangat besa. Akan tetapi hal tersbut tidak dilakukan, karena ketidak beranian dari bujang dara berinterkasi langsung terhapa wisman yang datang.

Penguatan Kompetensi Komunikasi Lintas Budaya di Era MEA

Proses komunikasi lintas budaya yang sesungguhnya lebih kompleks daripada hal ini. kompetensi komunikasi antarbudaya tidak hanya terbatas pada kompetensi untuk berkomunikasi antar karyawan yang berbeda Negara, namun lebih dari hal itu misalnya negosiasi dengan mitra asing, presentasi bisnis di depan mitra yang berasal dari Negara yang berbeda, membuat iklan lintas Negara, dan lain sebagainya. Contoh kasus yang terjadi pada bujang dara dan calon wisatwan mancanegara adalah gambaran kecil dari MEA. Ketika MEA sudah diberlakukan, maka secara otomatis akan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Kabupaten Siak, ditambah lagi posisi Kabupaten Siak yang sangat strategis berdekatan dengan Malaysia. Kompetensi komunikasi antarbudaya sangat mempengaruhi bentuk interaksi lintas budaya antara bujang dara dengan wisatwan mancanegara. MEA yang tidak hanya beranggotakan satu atau dua Negara, namun berjumlah sepuluh Negara.

Variasi kebudayaan inilah yang nantinya akan menjadi sorotan utama dalam melakukan komunikasi lintas budaya. Akan ada hambatan-hambatan komunikasi baik verbal maupun nonverbal. Sehingga untuk mencapai kesusksesan bersama mitra asing diperlukanlah kompetensi dalam berkomunikasi lintas budaya. Jika salah memahami budaya orang lain, maka akan berdampak buruk bagi perusahaan. Apa yang baik menurut budaya kita belum tentu baik menurut

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan Universitas Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Riau.
Repository University of Riau https://repository.unri.ac.id ©Hak cipta milik Universitas Riau

ISBN: 978-602-74139-1-7

budaya orang lain. Sehingga kompetensi komunikasi lintas budaya harus ditanamkan kepada para finalis bujang dara agar mampu berinteraksi dengan calon wisatwan mancanegara yang akan berkunjung ke Kabupaten Siak

Kompetensi komunikasi lintas budaya harus menjadi perhatian khusus menjelang diberlakukannya Masyarakat Ekonomi ASEAN pada akhir 2015 nanti akan menjadi sebuah ancaman yang serius bagi keberlangsungan di sektor pariwisata. Jika duta wisata belum mempunyai kompetensi komunikasi antarbudaya yang baik maka sebaiknya Dians Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga dalam hal ini sebagai Pembina Bujang Dara seharusnya memberikan pemahaman, pengajaran dan pelatihan khusus terkait kompetensi komunikasi lintas budaya. Jika sudah memiliki pengetahuan, namun dirasa kurang, mengingat persaingan di era MEA akan semakin ketat maka perlu dilakukan peningkatan pengajaran terhadap kompetensi komunikasi antarbudaya khususnya budaya-budaya yang ada di Negara-negara ASEAN.

MEA yang akan diberlakukan pada akhir 2015 nanti, memungkinkan terjadinya integrasi ekonomi di seluruh Negara yang tergabung di dalam ASEAN. Dalam pelaksanannya tentu akan terjadi perbedaan pendapat dan persepsi dalam membuat dan mengambil sebuah keputusa, dan ini dipengaruhi oleh budaya. Edward T. Hall mengatakan bahwa komunikasi adalah budaya, dan budaya adalah komunikasi. Artinya cara berkomunikasi seseorang dipengaruhi oleh latar belakang budayanya. Begitupun sebaliknya budaya adalah hasil dari sebuah proses komunikasi. Sehingga komunikasi yang terjadi antara orang yang berbeda budaya bukanlah sebuah proses yang sederhana. Komunikator dan komunikan yang berasal dari Negara yang berbeda harus mampu menyesuaikan diri terhadap budaya lawan bicaranya. Jika tidak ingin mengalami kegagalan komunikasi lintas budaya maka wajib hukumnya bagi seseorang untuk menghargai budaya orang lain sebagaimana ia menghargai budayanya sendiri.

Berikut ini adalah kompetensi komunikasi lintas budaya yang harus dilakukan serta dimiliki oleh Duta wisata dalam hal ini adalah Bujang dara dalam menghadapi MEA.

1. Bahasa

Kompetensi komunikasi lintas budaya utama yang harus dimiliki oleh seorang individu dalam menghadapai era MEA adalah bahasa. Bahasa yang dimaksud adalah bahasa asing. Dengan menguasai bahasa asing, ketakutan dan rasa tidak percaya diri ketika menjalin hubungan bisnis dengan mitra asing akan dapat dihindari. Dapat dibayangkan bagaimana jalannya sebuah proses negosiasi jika salah satu dari orang yang berkomunikasi antarbudaya tidak menguasai bahasa asing.

Dalam menghadapi MEA, kompetensi bahasa utama yang harus dimiliki adalah bahasa verbal. Selanjutnya yang tidak kalah penting adalah bahasa nonverbal. Bahasa Inggris sebagai bahasa verbal tidak akan menimbulkan mispersepsi dalam penggunaannya dan berlaku secara umum. Berbeda dengan bahasa nonverbal yang dimaknai secara berbeda oleh orang-orang yang memiliki budaya yang berbeda. Dalam komunikasi bisnis lintas budaya, perilaku nonverbal mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam mencapai

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan Universitas Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Riau.
Repository University of Riau https://repository.unri.ac.id ©Hak cipta milik Universitas Riau

Repository University of Riau https://repository.unri.ac.id ©Hak cipta milik Universitas Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan Universitas Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Riau.

ISBN: 978-602-74139-1-7

efektivitas dan keberhasilan komunikasi. Bahkan tidak jarang, kegagalan bisnis terjadi karena misperspsi atas perilaku nonverbal diantara orang-orang yang berbeda budayanya.

2. Pengetahuan terhadap budaya lain

Menurut Liliweri ada beberapa strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan pengetahuan terhadap budaya orang lain, yaitu strategi aktif, pasif dan interaktif. Dalam hal ini seorang individu atau kelompok sebelum menjalin hubungan bisnis, harus mengetahui bagaimana budaya mitra asingnya agar tercapai komunikasi yang efektif diantara dua belah pihak. Sebagaimana yang diungkapkan oleh William B. Gudykunst dan Young Yun Kim Kim: *"one of the major factors influencing our effectiveness in communication with people from other cultures is our ability to understand their culture.* Dengan berusaha memahami kultur dari budaya lain, maka *shock culture* juga dapat dihindari. Kunci dari pemahaman budaya ini adalah memahami budaya orang lain, seperti memahami budaya sendiri, menjalin komunikasi dengan mitra asing juga dengan menyatukan diri; memposisikan diri; meleburkan diri kedalam budaya mitra kerja kita.

3. Keterampilan

Keterampilan yang dimaksud disini adalah bagaimana seseorang dapat mengurangi kecemasan, ketidakpastian dan ketakutan ketika menghadapi mitra asing. Berada di era pasar bebas, bertemu dengan orang-orang dari Negara dan budaya yang berbeda tentu akan menimbulkan *shock culture* bagi seorang individu. Disinilah kompetensi komunikasi dibutuhkan. Bagaimana kita mengatur diri kita untuk tetap dapat bersikap luwes, berempati terhadap pembicaraan yang dilakukan, dan menghilangkan prasangka-prasangka negatif terhadap mitra.

4. Motivasi

Menghadapi MEA pada akhir 2015 nanti. Seorang Duta Wisata harus mampu menanamkan motivasi yang besar da;am diri merka untuk tetap dapat bertahan dan meningkatkan peran mereka sebagai duta wisata. Contoh, awalnya seorang duta wisata tidak memiliki kompetensi bahasa asing yang kurang, maka ia harus segera mengatasi kelemahan ini dengan memberikan motivasi yang berkelanjutan untuk menjaga peranya sebagai duta wisata.

5. Memenuhi Dimensi Komunikais Lintas Budaya

Guo dan Strato dalam Purnamawati telah merincikan apa saja dimensi dan elemn-elemen kompetensi komunikasi lintas budaya yang antara lain adalah sebagai berikut.

a. *Personality Attributes* (Atribut Kepribadian)

Ciri-ciri pribadi yang terutama mempengaruhi kompetensi komunikasi adalah konsep diri *(self concept),* kesadaran diri *(self awareness),* keterbukaan diri *(self disclosure),* dan relaksasi social *(social relaxation).*Dalam menghadapi MEA, elemen-elemen ini harus tertata dengan baik ketika individu berhadapan dengan orang-orang yang berasal dari Negara-negara Asia Tenggara. Bujang dara dituntut menciptakan konsep, kesadaran, dan keterbukaan diri yang sesuai dengan budaya mitra asing tanpa harus

ISBN: 978-602-74139-1-7

menghilangkan budaya dasar mereka. Dalam berkomunikasi lintas budaya, seseorang juga harus mampu untuk melaksanakan relaksasi social dalam memahami keberagaman budaya dari Negara yang berbeda yang pada akhirnya akan membentuk perilaku individu tersebut.

b. Communications Skills (Kemampuan berkomunikasi)

Perilaku ini termasuk kemampuan pesan, fleksibilitas perilaku, (pengelolaan interaksi), dan kemampuan social. Kecemasan akan timbul pada diri seseorang jika belum mampu memenuhi elemen-elemen ini. oleh karena itu sebelum melakukan komunikasi lintas budaya dengan mitra asing perlu bagi seorang individu untuk merancang kemampuan komunikasi ini. dengan merencakana bagiaman sebuah pesan akan dikomunikasi dalam kerangka pemikiran yang masuk pada budaya mereka, bagaimana interaksi, dan seberapa fleksibilitas perilaku yang memungkinkan dalam proses komunikasi tersebut. Kemamouan social dalam mengelola nilai-nilai yang terdapat pada diri mitra asing untuk dapat dipahami tanpa memiliki prasangka yang negatif. Seburuk apapun budaya mitra asing kita, kita harus mampu untuk menerimanya. Sehingga kita harus mencoba untuk menjadi pribadi yang mampu menerima perbedaan. Karena apa yang baik menurut kita belum tentu baik bagi oaring lain.

Psychological Adaptation (Adaptasi Psikologis)

Komunikasi lintas budaya adalah sebuah proses yang kompleks. Orang-orang yang berasal dari Negara-negara Asia Tenggara memiliki budaya yang tidak semua bisa kita jangkau dengan akal kita. Sehingga ketika terjadi sebuah proses interaksi dan komunikasi akan menimbulkan dampak psikologis tersendiri bagi kita. Karena itu lah adaptasi psikologi menjadi salah satu dimensi komunikasi yang harus mampu dilakukan oleh individu-individu tertentu dalam menghadapi mitra asing. Tidak jarang banyak perilaku dari orang yang berbeda budaya menimbulkan perasaan tidak suka. Karena di Negara kita itu bukanlah sebuah perilaku yang baik. Namun tidak demikian di Negara mereka. Sebagai contoh bagi orang Arab, berbicara dengan keras kepada orang lain adalah bentuk kecintaan mereka terhadap orang tersebut. Namun tidak demikian bagi orang Indonesia terutama suku jawa yang menganggap perilaku itu sangat tidak sopan. Adab di Negara timur yang cenderung menganggap berbicara dengan keras adalah bentuk kemarahan seseorang menimbulkan dampak psikologis tersendiri bagi orang tersebut. Untuk menggapai kesuksesan MEA, maka perasaan-perasaan itu harus dihindarkan.

Cultural Awareness (Kesadaran Budaya)

Untuk memahami budaya Negara lain yang begitu beragam. Kita perlu membuat *cultural map* untuk memetakan budaya-budaya lain secara sistematis, sederhana, dan singkat. Peta budaya ini sebaiknya dibuat oleh perusahaan untuk menjadi pedoman bagi karyawannya.

Repository University of Riau https://repository.unri.ac.id ©Hak cipta milik Universitas Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan Universitas Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Riau.

Repository University of Riau https://repository.unri.ac.id ©Hak cipta milik Universitas Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan Universitas Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Riau.

ISBN: 978-602-74139-1-7

Peningkatan dan Pelatihan Komunikasi Lintas Budaya

Peningkatan dan pelatihan komunikasi lintas budaya dapat dilakukan dengan beberapa cara berikut ini.

1. Melakukan *Training*

   Training yang dilakukan dapat berupa pelatihan yang berisi kompetensi-kompetensi apa saja yang harus dimiliki dan dibutuhkan untuk menghadapi persaingan global. Pelatihan ini dapat berupa pelatihan langsung dengan mengadakan simulasi, atau pelatihan langsung dengan mengadakan *workshop* tentang akibat dari kompetensi komunikasi lintas budaya yang tidak berjalan efektif.

   Training ini tidak hanya difokuskan pada peningkatan kompetensi komunikasi, namun juga kompetensi penggunaan teknologi terbaru.

2. Menerapkan Bahasa Asing di Waktu Tertentu

   Sebagai sebuah kompetensi dasar yang harus dimiliki dalam menghadapi persaingan globa, alangkah lebih baik jika di hari-hari tertentu diterapkan peraturan ini. hal ini berfungsi untuk membiasakan karyawan dalam berinteraksi dengan mitra asing. Sehingga kualifikasi ini nantinya tidak hanya difokuskan pada orang yang memiliki jabatan tinggi, namun juga menyeluruh.

3. Membuat *Cultural Map*

   Peta budaya ini nantinya bisa dibukukan dan menjadi sebuah pedoman praktis bagi perusahaan dalam menjalin hubungan bisnis dengan mitra asing. Peta budaya ini juga harus berasal dari sumber yang memiliki kredibilitas sehingga tidak menimbulkan bias budaya.

Simpulan

Komunikasi lintas budaya di era MEA harus menjadi perhatian yang serius. Terutama di sektor kepaiwisataan yang merukapan sektor bersentuhan langsung dengan era MEA. Pemerintah dalam hal ini DInas Pariwisata, Pemud, dan Olahraga harus mempersiapkan unsur-unsur dan dimensi komunikasi bisnis lintas budaya. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan, *training, cultural map,* dan pemberlakuan bahasa asing di dalam perusahaan.

Bagaimanapun seringkali kegagalan dalam berkomunikasi karena perbedaan budaya. Karena itu lah diperlukan kesiapan, penguatan, pengajaran, dan pelatihan kompetensi komunikasi lintas budaya untuk dapat meningkatkan daya saing global, kompetensi individu, dan mempertahankan eksistensi dalam komunikasi lintas budaya, terutama kompetensi yang harus dimiliki oleh BUjang dara sebagai Duta wisata yang bertugas mempromosikan potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Siak.

Daftar Pustaka

Buku

Lewis, Richard D. 2004. *Komunikasi Bisnis Lintas Budaya.* Bandung: Remaja Rosdakarya

Repository University of Riau https://repository.unri.ac.id ©Hak cipta milik Universitas Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan Universitas Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Riau.

Liliweri, Alo. 2002. *Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta: LKiS

Mulyana, Deddy dan Jalaluddin Rakhmat. 2001. Komunikasi Antarbudaya. Bandung: Remaja Rosdakarya

Purnamawati, Ami. 2009. *Kompetensi Komunikasi Antarbudaya Tenaga Kerja Wanita Indonesia di Singapura*. Bandung: Unpad Press

Samovar, Porter, dan McDaniel. 2010. *Komunikasi Lintas Budaya Edisi 7*. Jakarta: Salemba Humanika

Website

ASEAN Vision (2015) *ASEAN Vision*. Dipublikasikan pada 03 Januari 2015 <http://www.aseansec.org/1814.htm> (diakses pada 12 Maret 2015).

Budiman (2013) *Hubungan Pendidikan dan Kebudayaan*. Dipublikasikan pada 20 Maret 2013 http://web-budiman.blogspot.com/2013/01/hubungan-pendidikan-dan-kebudayaan-2.html(diakses pada 16 Maret 2015).

_____. 2014. *Apa yang harus Anda ketahui tantang Masyarakat Ekonomi ASEAN*. Dipublikasikan pada 27 Agustus 2014. <http://www.bbc.co.uk/indonesia/berita_indonesia/2014/08/140826_pasar_tenaga_kerja_aec> (diakses pada 3 Desember 2015)

Biografi Penulis

Nova Yohana, S.Sos, M.I.Kom adalah staf pengajar tetap di Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau (UR) sejak tahun 2005. Menyelesaikan S2-nya pada Program Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Padjadjaran tahun 2011. Pengalaman penelitian/karya ilmiah antara lain : "Promosi Pariwisata Provinsi Riau Melalui Media Brosur dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan "(2006), "Kekerasan Televisi : Perspektif Kultivasi" (2007), "Kontruksi Jilbab sebagai Simbol Keislaman"(2007), "Perilaku Komunikasi Verbal dan Non Verbal Anak Jamagrahita" (2012), "Pengelolaan Website Sebagai E-Government oleh Pemerintah Kota Pekanbaru" (2013), dan "Analisis Fungsi Humas Pemerintah Provinsi Riau dalam Membangun Citra dan Reputasi di Era Keterbukaan Informasi" (2013)." Perilaku Komunikasi Kelompok Komunitas Virtual Kaskus Regional Riau Raya (2014)".

Ringgo Eldapi Yozani, S.I.Kom, M.I.Kom adalah staf pengajar tetap di Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau (UR) sejak tahun 2011. Menyelesaikan S1 pada Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau pada tahun 2008, S2-nya pada Program Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Padjadjaran tahun 2011, dan pada saat ini sedang menempuh Program Doktor Ilmu Komunikasi S3 pada Program Doktor Ilmu Komunikasi FIKOM Universitas Padjadjaran. Pengalaman penelitian/karya ilmiah antara lain : Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Citra Maskapai Penerbangan Mandala Airlines Cabang Pekanbaru (2008), Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Riau (2011).