

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Zaman yang semakin modern dan maju, teknologi yang semakin mudah dijangkau semua orang. Kecepatan perkembangan teknologi komunikasi yang begitu cepat saat ini telah membawa manusia pada suatu tatanan kehidupan baru. Sebuah tatanan dimana jarak dan waktu tidak lagi menjadi permasalahan untuk berkomunikasi dan komunikasi nya pun semakin berkembang pesat, bahkan komunikasi itu sendiri menjadi suatu pengetahuan yang perlu untuk kita ketahui, kita pelajari, dan tentu saja untuk dipahami sampai saat ini. Hal ini disebabkan karena komunikasi merupakan langkah titik awal dari kehidupan manusia yang hingga saat ini manusia tidak bisa terlepas dari yang namanya komunikasi.

Industry makanan dan minuman di proyeksi masih menjadi salah satu sektor andalan penopang pertumbuhan manufaktur dan ekonomi nasional pada tahun depan. Peran penting sektor strategis ini terlihat dari kontribusinya yang konsisten dan signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB) *industry* non-migas serta peningkatan realisasi investasi. Pemerintah berupaya menjaga ketersediaan bahan baku yang dibutuhkan *industry* makanan dan minuman agar semakin produktif dan berdaya saing *global*. Apalagi sektor ini basisnya nilai tambah sehingga proses hilirasi perlu di jamin,” kata menteri Perindustrian

Airlangga Hartanto pada acara coca coca amatil investor day di Jakarta. Kementerian perindustrian mencatat sumbangan industri makanan dan minuman kepada PDB industry non migas mencapai 34,95 persen pada triwulan III tahun 2017, hasil kerja ini menjadikan sektor tersebut contributor PDB industry terbesar dibanding sektor lainnya.

Selanjut nya dilihat dari perkembangan realisasi investasi, sektor industry makanan dan minuman untuk penanaman modal dalam negeri (PDMN) triwulan III/2017 mencapai Rp27,92 triliun atau meningkatkan sebesar 16,3 persen dibanding periode yang sama tahun 2016, sedangkan untuk penanaman modal asing (PMA) sebesar USD 1,46 miliar. (kemenperin.go.id)

Komunikasi dan kebudayaan tidak sekedar dua kata, tetapi dua konsep yang tidak dapat dipisahkan. Budaya itu sendiri adalah sesuatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh suatu kelompok orang dari generasi ke 2 generasi. Komunikasi budaya adalah setiap proses pembagian informasi, gagasan, atau perasaan diantara mereka yang berbeda latar belakang budayanya. Proses pembagian informasi itu dilakukan secara lisan dan tertulis, juga melalui bahasa tubuh, gaya atau tampilan pribadi, atupun bantuan hal lain di sekitarnya yang memperjelas pesan. Kadangkala adanya perbedaan budaya mampu menimbulkan konflik antara komunikator dengan komunikan karena makna yang diperoleh mengalami ketidakpastian. Seperti yang di ungkapkan oleh Gudykunst dan Kim dalam Liliweri (2002:19) menunjukkan bahwa orang-orang yang tidak saling kenal selalu berusaha untuk mengurangi tingkat

ketidakpastian melalui peramalan yang tepat atas relasi antarpribadi. Ketidakpastian tersebut bisa dikurangi apabila komunikator dengan komunikan mampu melakukan proses komunikasi yang efektif.

Sementara itu untuk menjalin rasa kemanusiaan yang akrab diperlukan saling pengertian sesama, karyawan serta masyarakat. Dalam hal ini faktor komunikasi memainkan peran penting, apalagi untuk ukuran manusia modern yang paham teknologi yang memudahkan melaksanakan kegiatan dan aktivitasnya dalam kehidupan sehari-hari. Di sisi lain komunikasi juga merupakan kegiatan mutlak yang dilakukan seluruh umat manusia selama mereka masih hidup di dunia, karena manusia sebagai makhluk sosial manusia perlu saling melakukan interaksi. Salah satunya adalah komunikasi budaya merupakan salah satu jenis komunikasi yang dilakukan individu dalam kegiatan sehari-harinya. Selain itu, Komunikasi budaya terjadi karena adanya perbedaan persepsi dan kebiasaan antara komunikator dengan komunikan. Menurut Devito dalam buku Mulyana (2001:168), persepsi adalah proses dimana kita menjadi sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indera kita. Komunikasi apapun bentuk dan konteksnya, selalu menampilkan perbedaan iklim antara komunikator dengan komunikan. Karena ada perbedaan iklim budaya tersebut, maka pada umumnya komunikasi yang terjadi selalu difokuskan pada pesan-pesan yang menghubungkan individu atau kelompok dari dua situasi budaya yang berbeda. Dalam perbedaan itu umumnya

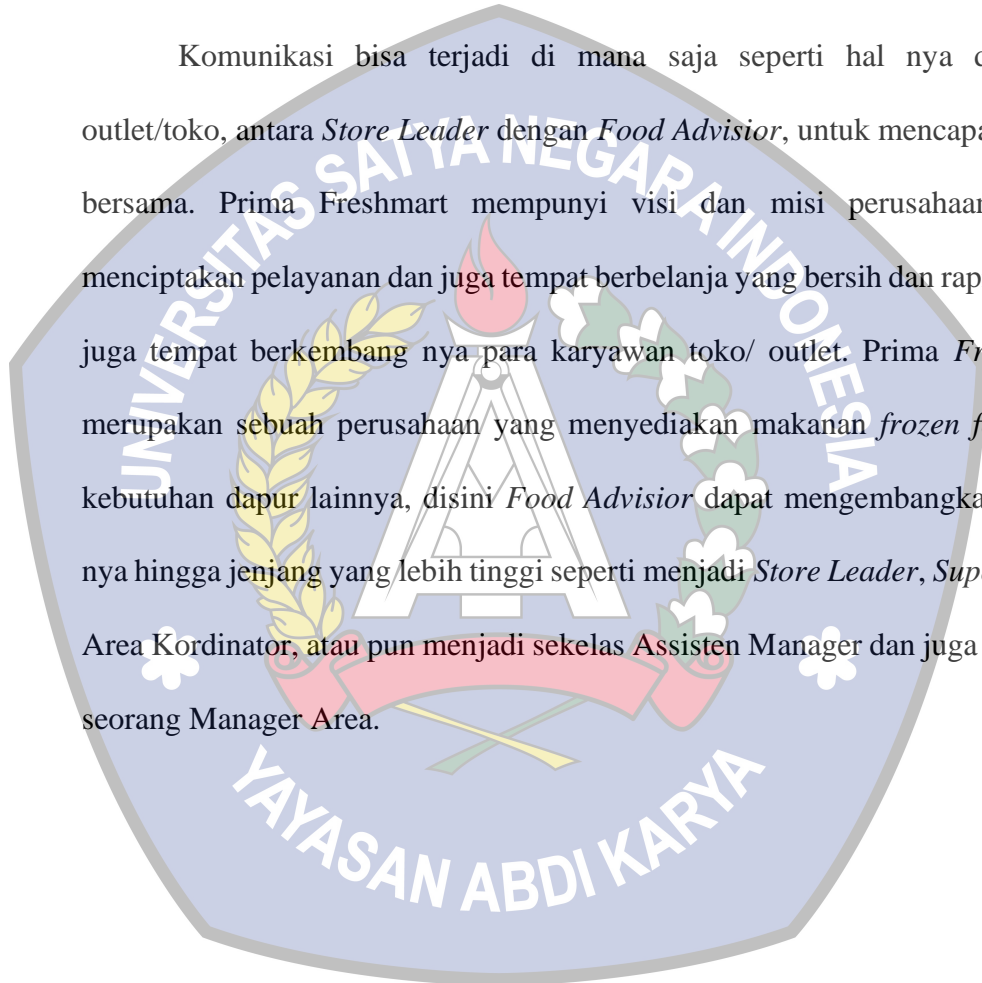
mengimplikasikan bahwa hambatan komunikasi budaya sering tampil dalam bentuk perbedaan persepsi terhadap norma-norma budaya, pola-pola berpikir, struktur budaya, dan sistem budaya. Semakin besar derajat perbedaan antar budaya, maka semakin besar kehilangan peluang untuk merumuskan suatu tingkat kepastian sebuah komunikasi yang efektif.

Komunikasi merupakan kebutuhan sehari-hari bagi seluruh umat manusia. Tiada hari tanpa berkomunikasi. Karena pada dasarnya manusia membutuhkan orang lain untuk bertahan hidup. Komunikasi bisa disebut juga pertukaran pesan atau informasi dari manusia yang pertama ke manusia yang lainnya. Disini, manusia secara sadar atau tidak setiap harinya melakukan komunikasi. Tiap komunikasi tentunya memiliki isi, entah itu hanya untuk bertanya kabar, mencari informasi, mengobrol, mencurahkan perasaan atau lainnya.

Terjadi komunikasi adalah sebagai konsekuensi hubungan sosial. Paling sedikit terdiri dari dua orang yang saling berhubungan satu sama lain. Seperti *Store Leader* dengan *Food Advisor*, karena dengan berhubungan tersebut menimbulkan interaksi sosial di dalam toko maupun di luar toko. Komunikasi berlangsung apabila antara orang-orang yang terlibat, terdapat kesamaan makna mengenai suatu hal yang di komunikasikan. Jelasnya, jika seorang yaitu *Food Advisor* mengerti tentang suatu yang di nyatakan *Store Leader* kepadanya, maka komunikasi berlangsung. Dengan kata lain, hubungan antara mereka itu

bersikap komunikatif. Sebaliknya jika *Food Advisor* tidak mengerti tentang suatu yang di nyatakan *Store Leader* kepadanya, maka berkomunikasi tidak berlangsung. Dengan lain perkataan, hubungan antara orang-orang tersebut tidak komunikatif.

Komunikasi bisa terjadi di mana saja seperti halnya disebuah outlet/toko, antara *Store Leader* dengan *Food Advisor*, untuk mencapai tujuan bersama. Prima Freshmart mempunyai visi dan misi perusahaan untuk menciptakan pelayanan dan juga tempat berbelanja yang bersih dan rapih selain juga tempat berkembangnya para karyawan toko/ outlet. Prima Freshmart merupakan sebuah perusahaan yang menyediakan makanan *frozen food* dan kebutuhan dapur lainnya, disini *Food Advisor* dapat mengembangkan kariernya hingga jenjang yang lebih tinggi seperti menjadi *Store Leader*, *Supervisor*, Area Kordinator, atau pun menjadi sekelas Assisten Manager dan juga menjadi seorang Manager Area.





Gambar : 1.1

Sumber : Dokumen Penulis

Ketika komunikasi memang berjalan sesuai dengan apa yang direncanakan dan kita mendapatkan hasil yang sesuai seperti apa yang kita inginkan, ini adalah tanda bahwa komunikasi yang kita jalin sudah berjalan dengan baik. Komunikasi dapat dikatakan berhasil apabila memenuhi hal-hal berikut seperti : Pesan dapat diterima dan dimengerti serta dipahami sebagaimana yang dimaksud oleh pengirimnya, Pesan yang disampaikan oleh pengirim dapat disetujui oleh penerima dan ditindaklanjuti dengan perbuatan

yang diminati oleh pengirim, Tidak ada hambatan yang berarti untuk melakukan apa yang seharusnya dilakukan untuk menindaklanjuti pesan yang dikirim. Dalam hal ini komunikasi yang jelas sangat penting untuk satu sama lain untuk mencapai yang sudah di buat sebelumnya, dan tidak berkomunikasi menggunakan bahasa daerah pada saat operational dan dengan adanya komunikasi yang jelas maka segala sesuatunya akan mudah dan akan mencegah terjadinya miss komunikasi dalam penyampaian informasi.

Penyampaian pesan dan penerimaan yang jelas dapat dilihat dari adanya kejelasan dan konsistensi, kecukupan pesan, pembagian informasi yang dibutuhkan, saluran komunikasi, waktu yang tepat, garis komunikasi dan kepercayaan dari *Store Leader* kepada *Food Advisiornya*". Penerimaan Informasi yang di maksud seperti apakah cukup jelas informasi yang diberikan kepada orang tersebut mulai dari penyampaian, pesan yg disampaikan jelas atau tidak sehingga informasi yang di dapatkan harus berjalan dengan efektif

Penyampaian pesan yang efektif komunikator pada komunikasi sangat dibutuhkan dalam menggerakkan aktivitas yang sedang dilakukan dalam kehidupan sehari hari, seperti dari *Store Leader* kepada *Food Advisor* penyampaian dan penerimaan informasi yang sangat efektif itu perlu agar *Food Advisor* cepat dapat memahami apa yang dijelaskan *Store Leader* dan tidak bertanya tanya lagi kepada teman kerja lainnya sehingga bisa mengerjakan sendiri dan menyelesaikan pekerjaannya di outlet sebaik mungkin. Penerimaan informasi yang efektif dan penggunaan bahasa Indonesia yang baik

memberikan dampak yang baik untuk *Food Advisor* dan Prima *Freshmart* karena keberhasilan dari suatu outlet sangat ditentukan oleh banyaknya pemberian dukungan dan dorongan kepada *Food Advisor* seperti pemberian dan penerimaan pesan informasi yang efektif,

Namun Para *Food Advisor* mempunyai kendala dalam mengoperasikan dan menjelaskan alat-alat dan barang promo di *outlet*, dan berbagai penyimpanan alat serta barang yang ada di *outlet*, seperti kurang tau nya cara penggunaan barang atau cara penyampaian promo yang berjalan.

Store Leader hanya memberikan instruksi saja dengan mengatakan “barang yang seperti ini cara nya jual nya seperti ini dengan bahasa daerah masing masing karna *Store Leader* Didin Jamaludin yang berasal dari suku Sunda(Bogor), menjelaskan ke *Food Advisor* yang berbeda suku yaitu Jawa Timur nya (Ponorogo) dan Jawa Timur (Nganjuk) yang sedikit memakai bahasa daerah nya dan itu sering terjadi pada saat briefing team *Food Advisor* “ Tah kitu “ieu kumaha cara ngejualna sapartos kieu’ atau artinya nah ini cara jual yang barang itu caranya jual nya seperti itu” saat menjelaskan bahasa *Store Leadernya*, *Food Advisor* ketika berada di *outlet* juga sama menggunakan bahasa daerahnya dengan teman se daerahnya, nah seharusnya sebagai *Store Leader* dan *Food Advisor* mereka harusnya menggunakan bahasa Indonesia dan tidak menggunakan bahasa daerahnya karna informasi yang disampaikan sampai dengan sangat jelas dan bahasa Indonesia yang baik dan benar secara rinci mengenai *operational procedure* dan cara menggunakan alat-alat dan

barang menunjang sarana di outlet, dan hasilnya *Store Leader* bahkan tidak begitu mengerti, serta mereka para *Food Advisor* bertanya tanya lagi dengan teman di kerjanya, dan hasilnya “sama”, selain itu juga *Store Leader* tidak di beritahu dengan jelas mengenai hambatan *Food Advisor* yang terjadi saat operasional, dan sekalinya dijelaskan malah menggunakan bahasa daerah karna sudah terlalu sering oleh karena itu penjualan mereka jadi terhambat, di karenakan kurang jelasnya penyampaian pesan dan penerimaan informasi yang diterima dari *Food Advisor* ke *Store Leader* yang sering menggunakan bahasa daerah nya masing-masing di Prima *Freshmart* ketika menjelaskannya.

Kebiasaan menggunakan bahasa daerah seperti ini membuat *Store Leader* dan *Food Advisor* kurang kebersamaannya dan merenggangkan hubungan kerja sama team yang selama ini di bangun, kebiasaan dari daerah masing-masing kadang terbawa seperti kebiasaan cara bekerja atau sebelum bekerja dan belum lagi ada *Food Advisor* pindahan atau di mutasi yang belum lama bergabung dengan *team*, *Food Advisor* tersebut harus membiasakan diri dengan perbedaan budaya dan bahasa yang digunakan oleh teman-teman kerjanya dan *Store Leader* nya yang sedikit cuek juga.

Kendala di toko jadi makin banyak selain kendala akibat pekerjaan atau komplain dari *customer*, kendala itu muncul dari permasalahan bahasa yang digunakan dan kurangnya pemahaman dari *Food Advisor* dan *Store Leader* yang terbiasa kerja cuek dan bisa memunculkan hambatan baru didalam

pekerjaan dan juga menjadi kebiasaan yang buruk apabila mereka di mutasi atau di pindah tugaskan ke cabang Prima *Freshmart* lainnya.

Melihat dari pernyataan ke dua *Food Advisor* di atas bahwa mereka sebagai *Food Advisor* menyampaikan informasi yang sesuai terkait mengoperasikan dan penunjang sarana display di toko, alat serta barang di outlet dan berbagai penyimpanan mengenai alat , barang dan hambatan yang ada di outlet kurang jelas karna banyak menggunakan bahasa daerah yang tidak dipahami oleh *Store Leader* dan juga *Food Advisor*, dan sifat *Store Leader* yang sedikit cuek juga adanya *Food Advisor* pindahan yang bergabung dengan team sehingga mereka merasa kesulitan untuk menyelesaikan pekerjaan dan tanggung jawab mereka di outlet karna berbeda bahasa yang digunakannya,serta adanya team yang baru bergabung dengan mereka beberapa bulan dan masih dalam tahap berkenalan dan masih belum tau satu sama lain sifatnya dengan jelas. disini penulis tertarik membuat penelitian dengan judul “ KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA MENGENAI PROSES PENERIMAAN PESAN DI PRIMA FRESHMART (STUDY KASUS KARYAWAN STORE PRIMA *FRESHMART* ,KUNCIRAN)

1.2 Pertanyaan Penelitian

Dari latar belakang masalah di atas, maka pertanyaan penelitian yang diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana penyampaian pesan yang di sampaikan *Food Advisor* kepada *Store Leader* Prima *Freshmart*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui penyampaian pesan yang dilakukan oleh *Food Advisor* dalam menjelaskan alat dan barang serta promo dan kendala kendala di outlet kepada *Store Leader*

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dalam penelitian ini nantinya diharapkan dapat bermanfaat bagi lingkungan karyawan khususnya *Store Leader* dan *Food Advisor* dalam disiplin ilmu komunikasi, tentang penyampaian pesan dan penerimaan informasi. Manfaat yang diharapkan peneliti yaitu sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan pesan dan informasi khususnya dalam bidang ilmu komunikasi yang berfokus pada kajian penerimaan pesan dan informasi dengan menggunakan fasilitas teknologi yang ada pada saat ini

1.4.2 Manfaat Praktis

Bagi pihak Prima Freshmart, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dalam mengelola kebijakan outlet dalam menangani permasalahan yang di dapatkan oleh *Store Leader* dalam menerima informasi, khususnya mengenai penyampaian informasi *Food Advisor* kepada *store leader* indikator yang dapat diungkapkan dari hasil penelitian ini diharapkan

dapat membantu pihak Prima *Freshmart* dalam mengatasi masalah yang berhubungan dengan topik penulisan

