

Peningkatan Komunikasi Antarbudaya melalui Kuliah Tamu Internasional “Menjembatani Perbedaan Budaya”

Ade Tuti Turistiati ^{a1*}, Dimas Reza Amrullah ^{b2}, Syafitri ^{b3}

^{1,2,3} Universitas Amikom, Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia

¹ ade.tuti@amikompurwokerto.ac.id ; ² dimasreza321@gmail.com, ³ shafitrisan@gmail.com

* penulis koresponden : Ade Tuti Turistiati

ARTICLE INFO

Article history:

Received : 01-06-2024

Revised : 30-07-2024

Accepted : 19-08-2024

Keywords:

Kerjasama dan kemitraan;

Kuliah tamu;

Bahasa Inggris;

Komunikasi antarbudaya;

budaya Indonesia;

ABSTRACT

Universitas Amikom Purwokerto telah menjalin kerjasama dan kemitraan internasional dengan Huachiew Chalermprakiet University (HCU), Thailand. Sebagai bagian dari implementasi MoU, HCU mengundang Universitas Amikom Purwokerto untuk memfasilitasi kuliah tamu internasional pada mata kuliah komunikasi antarbudaya bagi mahasiswa Studi Bahasa Inggris HCU. Topik yang disampaikan berdasarkan kebutuhan mitra antara lain komunikasi antarbudaya, penggunaan bahasa Inggris Indonesia, dan budaya Indonesia. Topik ini penting dan dibutuhkan karena mahasiswa HCU English Studies berinteraksi dan berkomunikasi dengan mahasiswa dari negara lain, termasuk Indonesia. Maka, dapat dinyatakan bahwa tujuan diselenggarakannya kegiatan ini adalah untuk meningkatkan komunikasi antar budaya bagi peserta. Kuliah tamu ini disampaikan melalui Zoom Meeting dan dihadiri oleh sekitar 100 mahasiswa HCU dan Universitas Amikom Purwokerto. Berdasarkan evaluasi, kuliah tamu ini sangat bermanfaat bagi mahasiswa Thailand dan Indonesia. Para peserta asal Thailand memperoleh pengetahuan dan pemahaman tentang budaya Indonesia dan bahasa Inggris/ Kuliah tamu tersebut menjadi media bagi mahasiswa HCU dan Amikom untuk mempelajari budaya masing-masing.

A. PENDAHULUAN

Komunikasi antarbudaya tidak dapat dihindari dalam dunia yang terglobalisasi saat ini. Kemajuan teknologi informasi memungkinkan individu untuk berkomunikasi dengan siapa pun dari latar belakang budaya yang berbeda, baik secara langsung maupun melalui media sosial (Febiyana & Turistiati, 2019; Turistiati & Andhita, 2021). Perbedaan budaya mencakup nilai-nilai, gaya komunikasi, tradisi, kebiasaan bertindak, bahasa, dan persepsi (Turistiati, Dayanti, et al., 2023). Contoh komunikasi antarbudaya adalah komunikasi antara masyarakat Indonesia dan Thailand. Hubungan antara Indonesia dan Thailand terjalin melalui berbagai kepentingan, seperti hubungan bisnis atau perdagangan, pendidikan, pariwisata, dan diplomasi.

Di bidang pendidikan, Universitas Amikom Purwokerto telah menandatangani MoU atau Nota Kesepahaman dengan Huachiew Chalermprakiet University (HCU) di Thailand tentang tri dharma pendidikan tinggi. Huachiew Chalermprakiet University merupakan universitas di Thailand dengan beberapa fakultas dan program studi. Program bahasa Inggris sangat diminati oleh lulusan SMA Thailand dan non-Thailand (khususnya lulusan SMA dari China).

Sebagai bagian dari implementasi MoU tersebut, Dr. Khwanchanok Suebsook, Ketua Program Studi Bahasa Inggris HCU, mengundang Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Purwokerto untuk menjadi narasumber pada mata kuliah komunikasi antarbudaya. Dr. Khwan menyatakan bahwa mahasiswa program studi Bahasa Inggris tidak hanya harus belajar bahasa Inggris tetapi juga memahami berbagai budaya, termasuk budaya Indonesia.

Kebudayaan tidak dapat dipisahkan dari bahasa. Artinya, memahami dan berbicara suatu bahasa saja tidak cukup. Komunikator harus memahami budaya komunikan, begitu pula sebaliknya (Turistiati, Amrullah, et al., 2023). Kenyataannya, mahasiswa HCU yang mempelajari bahasa Inggris berinteraksi dan berkomunikasi tidak hanya dengan teman-teman mereka yang berasal dari Thailand, tetapi juga dengan mahasiswa asing dari China, Filipina, Singapura, Malaysia, dan Indonesia. Siswa bertemu

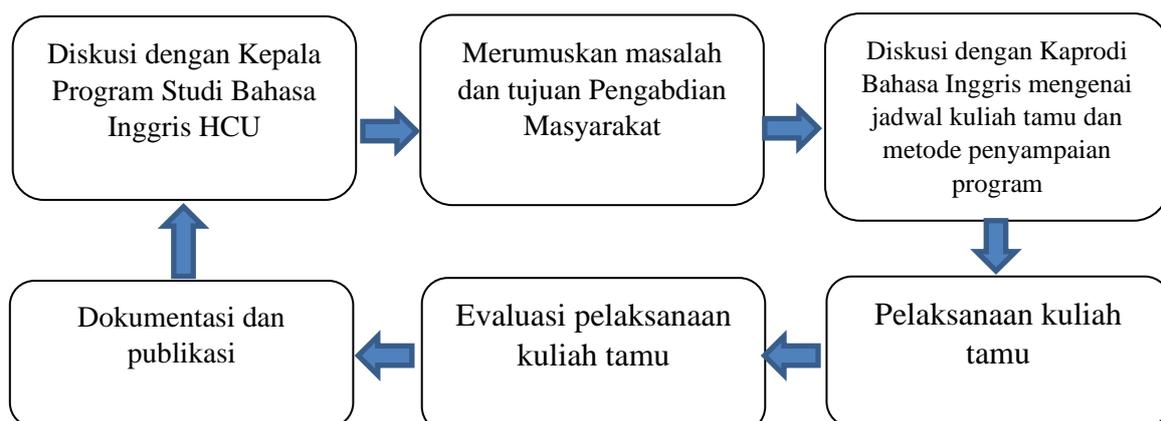
langsung dengan mereka secara tatap muka. Mereka juga berinteraksi dengan orang-orang dari berbagai latar belakang budaya yang mereka temui saat berkunjung wisata. Dalam praktiknya, komunikasi antara masyarakat Thailand dan masyarakat dari negara lain, termasuk Indonesia, tidak selalu lancar karena perbedaan bahasa, adat istiadat, tradisi, praktik, dan gaya hidup, termasuk agama.

Mahasiswa lulusan HCU diharapkan dapat bekerja di berbagai bidang, antara lain pariwisata, pendidikan, ekonomi, dan pekerjaan sosial. Oleh karena itu, mahasiswa program studi Bahasa Inggris HCU harus mendapatkan pelatihan komunikasi antarbudaya agar mereka dan lulusannya dapat berkomunikasi secara efektif dengan orang-orang dari berbagai latar belakang budaya.

Untuk memenuhi kebutuhan pemahaman komunikasi antarbudaya, dosen Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Purwokerto memberikan ceramah khusus (kuliah tamu) kepada kurang lebih 50 mahasiswa Thailand dan 50 mahasiswa Universitas Amikom Purwokerto. Tujuan diselenggarakannya kegiatan ini adalah meningkatkan komunikasi antar budaya bagi peserta. Kuliah tamu tersebut meliputi materi tentang komunikasi antarbudaya, penggunaan bahasa Inggris Indonesia, dan budaya Indonesia. Mahasiswa Ilmu Komunikasi Amikom juga mengikuti kuliah tamu untuk memahami dan mempraktikkan komunikasi antarbudaya dengan mahasiswa HCU.

B. IMPLEMENTASI DAN METODE

Secara umum metode pelaksanaan kuliah tamu sebagai pengabdian kepada masyarakat meliputi tata cara atau tahapan kegiatan yang dilaksanakan oleh Tim Pelaksana (Dosen dan Mahasiswa) Universitas Amikom Purwokerto. Metode pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Langkah-langkah Implementasi Program

1) Diskusi dengan Ketua HCU Studi Bahasa Inggris HCU

Dr. Khwan menyatakan bahwa mahasiswa program studi Bahasa Inggris di HCU mendapatkan mata kuliah Komunikasi Antarbudaya. Siswa tidak hanya membutuhkan kemampuan berbahasa Inggris tetapi juga memahami budaya orang yang berkomunikasi dengannya. Dengan kata lain, perlu adanya pemahaman budaya terhadap orang-orang yang mempunyai latar belakang budaya berbeda. Salah satu mata kuliah komunikasi antarbudaya adalah kebudayaan Indonesia. Bahasa Inggris untuk orang Indonesia dan Thailand adalah bahasa kedua. Pengaruh budaya masing-masing negara melekat pada cara mereka mempraktikkan bahasa Inggris sebagai media komunikasi dalam kehidupan sehari-hari dan di tempat kerja.

2) Merumuskan masalah dan tujuan pengabdian kepada masyarakat

Tim pengabdian pada masyarakat merumuskan permasalahan yang dihadapi mahasiswa dalam pembelajaran budaya Indonesia dan bahasa Indonesia Inggris.

3) Pembahasan Jadwal Kuliah Tamu dan Cara Penyampaiannya

Berdasarkan rumusan masalah yang dihadapi mahasiswa HCU Bahasa Inggris, tim pengabdian masyarakat mendiskusikannya dengan Dr. Khwan. Pembahasan yang dilakukan berkaitan dengan

materi yang perlu disampaikan pada saat kuliah tamu, durasi kuliah tamu, mekanisme kuliah tamu, dan jadwalnya.

4) Pelaksanaan Kuliah Tamu

Kuliah tamu dilaksanakan sesuai jadwal yang telah disepakati bersama yaitu tanggal 26 Maret 2024. Materi kuliah tamu diberikan pada saat dan setelah kuliah tamu selesai. Jurusan Studi Bahasa Inggris HCU menyiapkan fasilitas Zoom Meeting.

5) Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui efektivitas pelaksanaan kuliah tamu. Tim HCU mengirimkan kuesioner kepada peserta melalui Google Form untuk menggali pemahaman mereka serta mengetahui saran dan masukan terkait pelaksanaan kuliah tamu dan perbaikan selanjutnya.

6) Dokumentasi dan publikasi

Tim pengabdian masyarakat mendokumentasikan secara live (video), dan foto, serta mencatat hal-hal penting terkait pelaksanaan kuliah tamu.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kuliah tamu dibuka oleh Dr. Khwanchanok Suebsook, Ketua Program Studi Bahasa Inggris HCU, disusul Associate Prof. Nick Soonthorndhai, Dekan Fakultas *Liberal Art*. Mereka menyambut baik acara kuliah tamu dan berharap seluruh mahasiswa dapat memanfaatkan acara tersebut. Sebelum kuliah tamu, fasilitator menjelaskan kepada peserta bahwa setelah selesai pembicaraan khusus, peserta memahami dan dapat menjelaskan komunikasi antarbudaya, Bahasa Inggris orang Indonesia, budaya Indonesia pada umumnya, dan cara menjembatani perbedaan budaya.

Komunikasi Antarbudaya

Komunikasi antarbudaya lebih dikenal sebagai perbedaan budaya dalam mempersepsikan objek dan peristiwa sosial, dimana permasalahan-permasalahan kecil dalam komunikasi seringkali diperumit oleh perbedaan persepsi dalam memandang permasalahan itu sendiri. Komunikasi antarbudaya diharapkan berperan dalam meningkatkan dan memperdalam persamaan persepsi dan pengalaman seseorang. Orang yang berinteraksi dengan orang lain di luar budayanya dituntut memiliki kompetensi komunikasi. Seseorang yang berkompeten dalam komunikasi antarbudaya dapat dikategorikan sebagai seseorang yang mampu efektif dan sukses.

Tujuan komunikasi antarbudaya antara lain untuk membangun rasa saling percaya dan saling menghormati sebagai bangsa yang berbudaya memperkuat hidup berdampingan secara damai dengan mempersempit kesalahpahaman dengan menghilangkan prasangka ras, etnis, dan primordial suatu bangsa terhadap bangsa lain. Elemen kunci dari kompetensi adalah efektivitas dan kesesuaian. Efektivitas adalah kemampuan untuk mencapai tujuan yang diinginkan melalui interaksi dengan peserta lain atau lingkungan. Kesesuaian adalah kemampuan berkomunikasi sedemikian rupa sehingga mengarah pada tujuan yang diinginkan (Spitzberg, 2009; Turistiati, 2019a)

Masyarakat perlu mempelajari komunikasi antarbudaya karena orang cenderung etnosentris. Etnosentrisme adalah paham yang meyakini atau merasa kebudayaan yang dimilikinya lebih baik bahkan paling baik dibandingkan dengan budaya orang lain. Dunia global menjadikan interaksi manusia tanpa batas. Orang dapat dengan mudah terhubung dengan orang lain di seluruh dunia melalui internet, media sosial, dan telepon. Orang menggunakan komunikasi antarbudaya untuk mengurangi ketidakpastian dan kecemasan. Dalam komunikasi antarbudaya, komunikator dan komunikan memanfaatkan dan bernegosiasi antara sumberdaya budaya dan bahasa yang berbeda dalam interaksi, termasuk perpotongan identitas budaya, komunitas, referensi, dan makna (misalnya kebangsaan, etnik, kelas, profesi, gender, seksualitas), pada berbagai skala, mulai dari tingkat lokal, nasional, dan global.

Budaya Indonesia dan Penggunaan Bahasa Inggris Indonesia

Dalam kuliah tamu tersebut fasilitator menjelaskan bahwa kebudayaan Indonesia terbentuk dari interaksi panjang antara adat istiadat tradisional dan berbagai pengaruh asing. Indonesia terletak di pusat

jalur perdagangan kuno yang menghubungkan Timur Jauh, Asia Selatan, dan Timur Tengah, sehingga banyak praktik budaya yang sangat dipengaruhi oleh berbagai agama, termasuk Budha, Kristen, Konghucu, Hindu, dan Islam, yang semuanya merupakan lazim terjadi di kota-kota perdagangan besar. Hasilnya adalah campuran budaya kompleks yang seringkali berbeda dari budaya asli aslinya.

Dunia Barat telah memberi pengaruh pada Indonesia dalam ilmu pengetahuan, teknologi, dan hiburan modern seperti acara televisi, film, dan musik, serta sistem dan isu-isu politik. India memiliki pengaruh yang signifikan terhadap musik dan film India. Dangdut berirama India adalah gaya lagu populer yang sering dipadukan dengan musik rakyat Arab dan Melayu. Komunikasi dan budaya merupakan dua komponen yang tidak dapat dipisahkan karena komunikasi merupakan representasi dari budaya itu sendiri, sedangkan budayalah yang mengatur komunikasi. Akan tetapi, kebudayaan bergantung pada daerah asalnya. Artinya setiap daerah mempunyai kebudayaan yang berbeda-beda sehingga menyebabkan perbedaan cara berkomunikasi antara satu daerah dengan daerah lainnya.

Seiring dengan kemajuan teknologi dan komunikasi yang semakin pesat, bahasa Inggris menjadi bahasa yang sangat penting untuk berkomunikasi di tingkat global. Di Indonesia, bahasa Inggris semakin mendapat perhatian yang lebih besar, baik dalam pendidikan formal maupun dalam kehidupan sehari-hari. Perkembangan bahasa Inggris di Indonesia dapat dilihat dari beberapa aspek. Pertama, di sektor pendidikan, bahasa Inggris telah menjadi bagian integral dari kurikulum sekolah dan perguruan tinggi. Semakin banyak institusi pendidikan yang menawarkan program bahasa Inggris sebagai mata pelajaran wajib, dan jumlah sekolah dengan kurikulum bilingual atau internasional juga semakin meningkat.

Ada beberapa faktor yang memengaruhi perkembangan bahasa Inggris di Indonesia. Pertama, adanya tuntutan globalisasi dan persaingan global yang memerlukan kemampuan berbahasa Inggris. Selain itu, perkembangan teknologi informasi dan internet juga semakin memudahkan dalam mengakses sumber daya berbahasa Inggris, seperti website, aplikasi, dan media sosial. Kemudian, adopsi budaya populer berbahasa Inggris juga mempengaruhi tren fashion, musik, dan gaya hidup masyarakat Indonesia. Selain itu, pertukaran budaya antara Indonesia dan negara-negara berbahasa Inggris juga semakin meningkat.

Bahasa Inggris merupakan salah satu media komunikasi yang digunakan dalam komunikasi antarbudaya (Turistiati, 2019b). Menyadari pentingnya bahasa Inggris sebagai bahasa internasional dan bahasa ilmu pengetahuan, pemerintah Indonesia menjadikan bahasa Inggris sebagai salah satu mata pelajaran wajib mulai dari sekolah menengah pertama hingga universitas. Sebagai bahasa asing, bahasa Inggris jarang digunakan di luar ruang kelas. Di luar kelas, siswa Indonesia berbicara bahasa Indonesia atau bahasa daerahnya. Kondisi ini berdampak pada kemampuan siswa Indonesia dalam menguasai bahasa Inggris. Penguasaan bahasa Inggris siswa Indonesia secara umum kurang memuaskan.

Bahasa Inggris bukan hanya bahasa yang harus dipelajari dan dikuasai sebagai alat komunikasi, namun juga harus dipahami sebagai bahasa yang memiliki dunianya sendiri. Meskipun bahasa Inggris bukan bahasa ibu di Indonesia, namun bahasa Inggris telah menjadi bagian budaya Indonesia ketika masyarakat Indonesia menggunakannya sebagai media interaksi. Oleh karena itu, bahasa Inggris sebagai bagian kehidupan Indonesia harus mempunyai semangat Indonesia. Nilai-nilai budaya dari Inggris, Amerika atau negara lain yang menggunakan bahasa Inggris sebagai bahasa ibu sebaiknya disesuaikan atau bahkan dihilangkan. Artinya, yang dipelajari masyarakat dari bahasa Inggris bukan semata-mata budayanya, melainkan bahasanya sendiri. Memisahkan bahasa Inggris dari budaya sendiri dan membawanya ke dalam budaya Indonesia merupakan cara baru tanpa melupakan ilmu budaya Inggris untuk memperkaya pengetahuan budaya bahasa (Moh. Yamin, 2017).

Bahasa Inggris bukanlah bahasa ibu masyarakat Indonesia. Banyak masyarakat Indonesia yang menggunakan bahasa Inggris sebagai media komunikasi seolah-olah mereka orang Inggris, seperti penampilan, gerak tubuh, tingkah laku, dan lain sebagainya. Kasus ini menimbulkan stigma bahwa bahasa Inggris telah menghancurkan budaya lokal, padahal belajar dan menggunakan bahasa Inggris bukan untuk itu, melainkan sebagai media interaksi. Komunikasi memberikan pesan-pesan yang akan menciptakan dinamika kehidupan antar sesama. Bahasa sebagai alat komunikasi mempunyai peranan yang sangat penting dalam berbicara.

Pada sesi terakhir, seluruh pesertadiperbolehkan mengajukan pertanyaan. Mahasiswa Thailand juga belajar tentang beberapa salam bahasa Indonesia dan kata-kata sederhana. Mahasiswa Amikom memfasilitasi Tanya Jawab pembelajaran bahasa Indonesia seperti bagaimana mengungkapkan ungkapan-ungkapan ini dalam bahasa Indonesia: selamat pagi, selamat siang, selamat siang, saya Ade dari Indonesia, terima kasih, sama-sama, ya, tidak , maaf, dan masih banyak lagi.

Berikut poster dan beberapa gambar kuliah tamu internasional:



Gambar 1. Poster Kuliah Tamu



Gambar 2. Kuliah Tamu yang dihadiri oleh Dekan Seni Liberal & Ketua Departemen Bahasa Inggris HCU



Gambar 3. Pembicara dan Peserta Webinar Internasional

Berdasarkan evaluasi, kuliah tamu ini sangat bermanfaat bagi mahasiswa Thailand dan Indonesia. Para peserta asal Thailand memperoleh pengetahuan dan pemahaman tentang budaya Indonesia dan bahasa Inggris/ Kuliah tamu tersebut menjadi media bagi mahasiswa HCU dan Amikom untuk mempelajari budaya masing-masing.

KESIMPULAN

Kuliah tamu ini diterima dengan baik oleh peserta karena pembicara menggunakan bahasa Inggris yang sederhana dan kecepatan penyampaian yang moderat. Peserta kuliah tamu dari HCU mengungkapkan keinginannya untuk lebih mendalami komunikasi antarbudaya, khususnya budaya Indonesia dan bahasa Indonesia.

Disarankan kepada peserta mahasiswa HCU untuk berkunjung ke Indonesia untuk belajar langsung praktek komunikasi dengan masyarakat Indonesia. Cara efektif untuk mempelajari suatu bahasa dan budaya adalah dengan mengunjungi dan bertemu dengan penutur asli atau lokal.

Ucapan Terima Kasih

Pengabdian masyarakat ini didukung oleh Universitas Amikom Purwokerto dan Universitas Huachiew Chalermprakiet.

REFERENSI

- Febiyana, A., & Turistiati, A. T. (2019). Komunikasi Antar Budaya dalam Masyarakat Multikultur (Studi Kasus pada Karyawan Warga Negara Jepang dan Indonesia di PT. Tokyu Land Indonesia). *Lugas, Jurnal Komunikasi*, 3(1).
- Moh.Yamin. (2017). English With Indonesia Taste. *Jurnal UIN Antasari*, 1–12.
- Spitzberg, B. H. (2009). *Axioms for a Theory of Intercultural Communication Competence*.
- Turistiati, A. T. (2019a). *Kompetensi Komunikasi Antarbudaya* (1 ed.). Mitra Wacana.
- Turistiati, A. T. (2019b). Strategi Adaptasi Mahasiswa Indonesia di Nara Jepang, Tinjauan Komunikasi Antarbudaya. *Jurnal IDIK, Vol.1*(No.1).
- Turistiati, A. T., Amrullah, D. R., & Shafitri. (2023). The Improvement of Students' Awareness and Motivation to Learn English Through International Webinar: The Importance of English Competency in Building Intercultural Communication. *Jurnal Komunitas : Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 6(1), 72–79.
- Turistiati, A. T., & Andhita, P. R. (2021). *Komunikasi Antarbudaya : Panduan Komunikasi Efektif antar Manusia Berbeda Budaya* (First). Zahira Media Publisher.
- Turistiati, A. T., Dayanti, S. P., Priyanto, D., & Sumartono. (2023). Adaptation strategy of Indonesian people in southern Thailand during the Covid-19 pandemic. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 7(1), 269–284. <https://doi.org/10.25139/jsk.v7i1.5074>