

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Startup merupakan perusahaan yang menyediakan layanan barang dan jasa dengan berinovasi dalam teknologi digital berdasarkan perkembangan zaman (Karina et al., 2021). Startup tersebar luas di Indonesia, yang mana menurut data Masyarakat Industri Kreatif Teknologi Informasi dan Komunikasi (MIKTI) sampai pada akhir 2021 Jabodetabek menjadi wilayah dengan startup terbanyak, salah satunya adalah Jakarta (Dihni, 2022). Menurut laporan Global Startup Ecosystem Index tahun 2022, Jakarta merupakan kota nomor satu di Indonesia yang memiliki ekosistem startup terbaik (StartupBlink, 2022). Oleh karenanya, startup di Jakarta memiliki peluang pekerjaan yang lebih besar dibandingkan dengan wilayah lainnya. Hal tersebut tentunya menjadikan lulusan-lulusan muda baik dari Indonesia maupun dari luar negeri tertarik untuk bekerja di startup Jakarta.

Kebanyakan startup menerapkan standar kualifikasi untuk memiliki kemampuan bahasa Inggris yang baik (Sukma, 2019). Hal tersebut dikarenakan kebanyakan startup berbasis teknologi, sehingga para karyawan diharapkan untuk bisa memahami bahasa Inggris guna memudahkan mereka dalam menyelesaikan pekerjaan. Kebutuhan untuk memiliki kemampuan berbahasa Inggris ini menyesuaikan karakteristik pasar bisnis global yang dipasarkan secara online, sehingga bisa diakses oleh siapapun dan darimanapun, termasuk luar negeri (Sukma, 2019). Selain itu berdasarkan hasil penelitian Setiawan (2022), bahasa Inggris diperlukan oleh karyawan di Indonesia sebagai keperluan promosi pekerjaan, karena semakin baik keterampilan bahasa Inggris yang karyawan miliki maka mereka akan semakin diuntungkan dalam pekerjaan. Kemampuan berbahasa juga dibutuhkan para karyawan sebagai pendukung komunikasi dalam interaksi sehari-hari, dikarenakan bahasa merupakan sarana untuk berkomunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan, berpendapat, dan berargumentasi kepada pihak lainnya (Mailani et al., 2022)

Achmad (dalam Puspitasari et al., 2022) mendefinisikan komunikasi dalam tempat kerja sebagai proses penyampaian dan pertukaran pesan, baik berupa fakta, gagasan, perasaan, data atau informasi, dari satu orang ke orang lain. Untuk menyampaikan pesan secara efektif, komunikasi harus dilakukan oleh anggota tim secara mandiri dan juga saling bergantung (Puspitasari et al., 2022). Oleh karenanya kemampuan komunikasi interpersonal sangat dibutuhkan dalam sebuah organisasi sebagai “jembatan” hubungan sosial antar

sesama karyawan (Harapan & Ahmad, 2016). Tak hanya itu, Purwanto (2019) juga mendefinisikan bahwa komunikasi interpersonal ialah komunikasi yang terjadi antar individu dengan individu lainnya dalam kehidupan masyarakat ataupun organisasi (bisnis dan non bisnis) dengan menggunakan sarana komunikasi khusus dengan bahasa yang mudah dipahami (informal) untuk mencapai tujuan tertentu. Untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan suatu organisasi, Djoko dalam bukunya mengatakan bahwa tujuan dan keefektifan komunikasi akan tercapai jika masing-masing individu yang terlibat memiliki persepsi yang sama terhadap simbol yang diberikan (Ginting & Pasaribu, 2019). Oleh karena itu, bahasa merupakan alat yang sangat penting untuk berjalannya proses komunikasi yang baik antar karyawan.

Keragaman bahasa dari para karyawan startup Jakarta yang berasal dari berbagai wilayah di Indonesia maupun dari luar negeri, menjadi salah satu situasi yang dihadapi oleh karyawan startup Jakarta. Terkadang, proses komunikasi mereka masih bersentuhan dengan latar belakang budaya mereka masing-masing. Oleh karenanya mereka menjadikan bahasa Indonesia sebagai bahasa utama yang dapat digunakan untuk bisa berkomunikasi dengan baik, mengingat mayoritas bahasa yang digunakan di kota Jakarta adalah bahasa Indonesia. Namun sayangnya, hambatan komunikasi terjadi pada karyawan startup yang berasal dari berbagai wilayah Indonesia dalam penggunaan bahasa Inggris. Bagi warga Indonesia bahasa Inggris masih menjadi bahasa asing atau english foreign language (EFL) (Thongsombat et al., 2021), sehingga hal tersebut menjadi sebuah kendala bagi para karyawan startup Jakarta. Hal itu dibuktikan oleh perkataan Badan Ekonomi Kreatif yang menyebutkan bahwa kemampuan berbahasa Inggris masih menjadi kendala bagi para startup lokal untuk maju ke tingkat global (Putra, 2016). Tuntutan penggunaan bahasa Inggris bagi karyawan startup Jakarta saat ini tetap menjadi persyaratan untuk berkomunikasi dengan karyawan lain dari luar negeri atau sekadar memahami perintah kerja berbasis teknologi dalam bahasa Inggris (Sukma, 2019). Selain itu berdasarkan hasil penelitian Setiawan (2022), bahasa Inggris diperlukan oleh karyawan di Indonesia sebagai keperluan promosi pekerjaan, karena semakin baik keterampilan bahasa Inggris yang karyawan miliki maka mereka akan semakin diuntungkan dalam pekerjaan.

Kemampuan berbahasa juga dibutuhkan para karyawan sebagai pendukung komunikasi dalam interaksi sehari-hari, dikarenakan bahasa merupakan sarana untuk berkomunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan, berpendapat, dan berargumentasi kepada pihak lainnya (Mailani et al., 2022). Achmad (dalam Puspitasari et al., 2022) mendefinisikan komunikasi dalam tempat kerja sebagai proses penyampaian dan pertukaran

pesan, baik berupa fakta, gagasan, perasaan, data atau informasi, dari satu orang ke orang lain. Untuk menyampaikan pesan secara efektif, komunikasi harus dilakukan oleh anggota tim secara mandiri dan juga saling bergantung (Puspitasari et al., 2022). Oleh karenanya kemampuan komunikasi interpersonal sangat dibutuhkan dalam sebuah organisasi sebagai “jembatan” hubungan sosial antar sesama karyawan (Harapan & Ahmad, 2016; Susanto et al., 2023). Tak hanya itu, Purwanto (2019) juga mendefinisikan bahwa komunikasi interpersonal ialah komunikasi yang terjadi antar individu dengan individu lainnya dalam kehidupan masyarakat ataupun organisasi (bisnis dan non bisnis) dengan menggunakan sarana komunikasi khusus dengan bahasa yang mudah dipahami (informal) untuk mencapai tujuan tertentu. Untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan suatu organisasi, Djoko dalam bukunya mengatakan bahwa tujuan dan keefektifan komunikasi akan tercapai jika masing-masing individu yang terlibat memiliki persepsi yang sama terhadap simbol yang diberikan (Ginting & Pasaribu, 2019). Oleh karena itu, bahasa merupakan alat yang sangat penting untuk berjalannya proses komunikasi yang baik antar karyawan.

Bahasa bersifat dinamis, sehingga seiring berkembangnya zaman dan tergerusnya oleh globalisasi, maka ragam bahasa semakin banyak bermunculan. Salah satu ragam bahasa yang menjadi fenomena adalah pencampuran bahasa Indonesia dan Inggris. Pencampuran ini dikenal sebagai ‘Bahasa Anak JakSel, namun karena sekarang fenomena tersebut tidak hanya terjadi pada warga Jakarta, maka Saddhono & Sulaksono (2018) memberikan istilah Indoglish terhadap ragam bahasa tersebut. Bahasa Indoglish muncul dari penggunaan bahasa Indonesia dan juga bahasa Inggris oleh seseorang dalam percakapan sehari-hari baik formal maupun informal (Diva Wijaya & Bram, 2021). Istilah Indoglish ini biasanya digunakan untuk penggunaan bahasa Inggris yang masih bernuansa budaya dan bahasa Indonesia (Saddhono & Sulaksono, 2018). Saddhono dan Sulaksono (2018) menyebutkan bahwa hal lain yang mendorong munculnya Indoglish adalah belum ditemukannya padanan yang tepat untuk mengungkapkan kata ‘ke’ dalam sebuah ujaran. Contoh penerapannya yakni seperti pada sebuah kata atau frasa yang terkandung dalam bahasa Indonesia, namun kata tersebut tidak dapat sepenuhnya mewakili maksud dari tuturan tersebut, sehingga penutur menggunakan bahasa asing yang dipahami oleh semua orang yakni bahasa Inggris.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh The Jakarta Post (The Jakarta Post, 2022) terhadap seorang pekerja startup di Jakarta Selatan, didapatkan informasi bahwa bahasa Inggris adalah salah satu bahasa kerja utama mereka, namun dirinya sebagai penutur asli bahasa Indonesia mengaku tanpa sadar sering melakukan

pencampuran atau pengalihan bahasa kepada bahasa Indonesia. Fenomena Indoglish ini telah menjadi tuturan verbal dalam proses komunikasi sehari-hari, tidak hanya pada warga ataupun karyawan berdomisili Jakarta, namun juga masyarakat di kota-kota besar di Indonesia (Saddhono & Sulaksono, 2018).

Penggunaan bahasa Indoglish ini kemungkinan besar dapat menjadi upaya dalam suatu hubungan intergrup untuk mengatasi hambatan komunikasi yang berupa perbedaan bahasa pada karyawan startup Jakarta. Indoglish dapat menjadi sebuah alat dalam komunikasi interpersonal antar karyawan untuk mencapai tujuan pesan yang sama apabila mereka melakukan akomodasi. Dalam beradaptasi pada hadirnya Indoglish ini, strategi akomodasi komunikasi dapat menjadi salah satu elemen pendukung untuk memudahkan karyawan dalam melakukan komunikasi. Akomodasi atau proses penyesuaian perilaku ketika sedang berkomunikasi dengan lawan ini disebut dengan Communication Accommodation Theory (CAT) oleh Howard Giles (Coupland et al., 1988; Dragojevic et al., 2016; Indriani, 2021). CAT ini bertujuan untuk menjelaskan cara-cara orang berinteraksi melalui sebuah komunikasi dengan saling mempengaruhi satu sama lain, baik itu untuk bergerak terus menerus menuju atau menjauhi orang lain dengan mengubah perilaku komunikatif (Coupland et al., 1988; Dragojevic et al., 2016; Indriani, 2021). Tak hanya itu, Coupland (dalam Indriani, 2021) mengatakan bahwa komunikasi akan meningkat apabila salah satu pihak yang terlibat dalam komunikasi tersebut mengakomodasi yang lain. Adapun strategi penyesuaian yang digunakan dalam Communication Accommodation Theory ini yakni konvergensi, divergensi dan akomodasi berlebihan (Dragojevic et al., 2016).

Teori ini dipakai dalam penelitian terdahulu yang menjadi landasan dari penelitian ini, yakni penelitian milik Natalia (2018) yang meneliti akomodasi komunikasi dengan penggunaan bahasa dalam adaptasi antarbudaya di Jakarta International Korean School. Pengakomodasian bahasa dalam sisi komunikasi budaya ini dilakukan dengan strategi divergensi, dengan menghindari penggunaan prononsiasi dan intonasi cara bicara orang Korea dan memilih untuk tetap menggunakan bahasa Indonesia di luar jam kerja. Di samping itu, para informan dari penelitian tersebut juga melakukan konvergensi terhadap bahasa Korea dengan belajar mengenai bahasa tersebut dan menggunakannya sedikit-sedikit, namun tidak dengan cara berbicara orang Korea untuk menghindari kesalahpahaman. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa salah satu bentuk dari akomodasi komunikasi adalah pemilihan bahasa yang sesuai dengan proses komunikasi yang terjadi, serta kemampuan dari komunikan dan lawan bicaranya terhadap bahasa tersebut menjadi salah satu faktornya.

Penelitian selanjutnya yang memperkuat argumentasi serta menjadi landasan pemikiran peneliti tentang pemilihan bahasa sebagai bentuk akomodasi komunikasi yakni pada penelitian milik Ayeni, (2021) yang menggunakan teori akomodasi komunikasi untuk meneliti kegiatan pencampuran bahasa yang terjadi antara pembeli dan penjual pada tempat bisnis di Nigeria. Dari penelitian tersebut dapat diketahui bahwa pemilihan bahasa dari kegiatan pencampuran bahasa ketika berinteraksi dengan orang-orang dari bahasa dan latar belakang yang berbeda tadi dapat menciptakan rasa memiliki atau sense of belonging, sehingga menciptakan komunikasi yang efektif antara pembeli dan penjual.

Keefektifan komunikasi karyawan perusahaan multinasional dalam keadaan antarbudaya sudah pernah diteliti oleh Susanto et al. (2023) dengan berfokus pada komunikasi keatas terhadap atasan dan menjelaskan bagaimana serta apa saja faktor yang menjadi hambatan umum pada situasi tersebut. Didapatkan hasil bahwa bahasa (semantik) menjadi salah satu hambatan umum yang terjadi, disusul dengan jarak fisik dan kontekstual. Maka, untuk mengisi celah tersebut, penelitian ini akan sekilas membahas bagaimana kontribusi bahasa dalam komunikasi atas yang menjadi salah satu bentuk dari strategi akomodasi yang bergantung pada nilai sosial (Dragojevic et al., 2016)

Berdasarkan fenomena serta tiga penelitian sebelumnya yang menjadi landasan penelitian ini, untuk mengisi celah yang terjadi, peneliti tertarik untuk meneliti terkait bagaimana akomodasi komunikasi karyawan startup Jakarta ketika sedang berinteraksi dan apakah pemilihan bahasa Indoglish ini dapat berperan sebagai strategi pendukung akomodasi tersebut. Dari kedua dasar rumusan masalah yang terjadi akan di analisa menggunakan keterbaruan sudut pandang Communication Accommodation Theory oleh Giles karena kini teori tersebut semakin berkembang hingga dapat menjadi landasan teori komunikasi interpersonal antarkelompok (Dragojevic et al., 2016).

Terhitung hingga tahun ini masih belum ada penelitian yang membahas mengenai bahasa Indoglish sebagai strategi akomodasi komunikasi karyawan startup di Jakarta, serta analisa mengenai bagaimana strategi tersebut dapat membangun keefektifan komunikasi interpersonal. Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk mengembangkan teori akomodasi komunikasi dalam fokus strategi komunikasi interpersonal dengan pemilihan bahasa. Selain itu, hasil penelitian ini untuk mengetahui strategi akomodasi apa yang karyawan startup lakukan dan bagaimana peran Indoglish berkontribusi dalam strategi tersebut untuk komunikasi interpersonal karyawan. Sehingga penelitian ini dapat bermanfaat untuk memberikan pengetahuan mengenai strategi komunikasi yang digunakan untuk mempersatukan karyawan startup yang menggunakan

dua bahasa utama di tempat kerja, serta bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai bagaimana strategi tersebut dapat mempengaruhi perilaku dari masing-masing individu dalam proses komunikasi dan dapat menggambarkan efek yang dihasilkan dari komunikasi tersebut.

## **1.2 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari dibuatnya penelitian ini antara lain:

- 1) Mengetahui bagaimana strategi akomodasi komunikasi interpersonal karyawan startup Jakarta
- 2) Mengetahui bagaimana peran Indoglish dalam strategi akomodasi komunikasi interpersonal karyawan startup Jakarta

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Adapun pertanyaan penelitian untuk menunjang pencarian data pada penelitian ini antara lain:

- 1) Bagaimana strategi akomodasi komunikasi interpersonal karyawan startup Jakarta?
- 2) Bagaimana peran Indoglish dalam strategi akomodasi komunikasi interpersonal karyawan startup Jakarta?

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini terbagi menjadi dua yakni manfaat akademis dan manfaat praktis, sebagai berikut:

### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat di bidang akademis sebagai bahan penelitian lanjutan dan tambahan informasi mengenai topik Bahasa Indoglish, komunikasi antarpribadi, motif, dan penelitian tentang startup (tidak hanya di kota Jakarta). Serta diharapkan dapat memberikan manfaat untuk mengembangkan teori akomodasi komunikasi dalam fokus strategi komunikasi interpersonal dengan pemilihan bahasa.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Manfaat praktis dari penelitian ini selain dapat memberikan ilmu pengetahuan untuk pembaca yang belum mengetahui tentang penggunaan Bahasa Indoglish dalam komunikasi antarpribadi, diharapkan juga dapat berguna bagi seluruh pihak yang terlibat dalam penggunaan Bahasa Indoglish. Diharapkan kedepannya tidak hanya digunakan dalam komunikasi antarpribadi karyawan startup Jakarta saja, namun merambah kepada

[illegible]

|    |                                                                   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|----|-------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
|    | Bab 4 dan 5 skripsi                                               |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 6. | Submit jurnal eksternal Sinta 2                                   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 7. | Pengumuman ditolak, revisi dan re-submit jurnal eksternal Sinta 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 8. | Sidang Diseminasi                                                 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

### 1.5.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan secara luas namun dibatasi pada area Jakarta dan sekitarnya. Sedangkan pengumpulan data dilakukan secara daring menggunakan zoom meeting.