

KAJIAN MODEL U- CURVE TERHADAP FENOMENA ADAPTASI PEDAGANG ASLI DENGAN PEDAGANG PENDATANG DI KAWASAN KALIJODO JAKARTA

Maria Febiana Christanti¹, Puri Bestari Mardani²

^{1,2}Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

Naskah diterima tanggal 2022-03-17, direvisi tanggal 2022-07-01, disetujui tanggal 2022-07-14

Abstrak. Penelitian ini mengulas proses adaptasi antara pedagang asli dan pendatang pada fenomena penataan kawasan Kalijodo. Penelitian ini penting untuk melihat bahwa proses adaptasi dapat membantu penyelesaian konflik identitas budaya berbeda. Peneliti menggunakan model U-Curve dari Sverre Lysgaard yang menekankan proses adaptasi sebagai proses berkelanjutan dan fokus kepada pendatang (mereka yang bermigrasi). Penelitian ini menggunakan paradigma interpretive dengan metode studi kasus.. Hasil penelitian ini mengungkap bahwa para pedagang kalijodo melewati fase *honeymoon* di mana pedagang lama dan baru merasa kawasan lebih tertata dan tidak kumuh. Ketika masuk dalam fase kejutan budaya merupakan masa-masa terberat, terutama konflik timbul soal kepentingan kekuasaan dan ekonomi. Pada fase penyesuaian mereka menemukan kenyamanan ketika melakukan akomodasi dalam berkomunikasi. Proses adaptasi berjalan terutama di mana pendatang baru berupaya untuk menyesuaikan aturan dan identitas budaya pedagang lama.

Kata Kunci : U-Curve Model, Proses Adaptasi, Culture Shock, Intercultural Communication

Abstract. The arrangement of the Kalijodo area creates interpersonal conflicts that are rooted in cultural identity differences; which is avowed identity. The native and immigrant traders do not respect or acknowledge each other (ascription). This conflict subsided after 2017 when the adaptation process they went through resulted in the competence of communication by acknowledging former traders are native traders (senior) while the immigrant traders are newcomers who deserve identity recognition. The success of this adaptation needs to be in-depth studied as a recommendation for the government in restructuring public space. Researchers examine this issue using the u-curve model by Sverre Lysgaard which emphasizes that process of adaptation is a continuous process and focuses on the immigrant. This study uses an interpretative paradigm with the phenomenological method that reveals experiences through in-depth interviews. This study shows that Kalijodo traders went through four phases of adaptation; which are honeymoon, culture shock, adjustment, and acculturation. In the honeymoon phase, former and newcomer traders feel that this new area is more organized and no longer a slum area. When entering the culture shock phase, conflicts arise between native and immigrant traders. Newcomer traders feel disappointed and depressed because of a lack of acknowledgement from former traders. The assumption is that the former traders should get bigger profits from their new place. Meanwhile, newcomers traders feel disapointed because there were given no recognition and different priviledges from the former traders. In the adjustment phase, the traders find comfort by making accommodations in communication. The process of adaptation occurs mainly when the newcomers try to adapt to the former traders' rules and cultural identity

Keywords : U-Curve Model, Adaptation Process, Culture Shock, Intercultural Communication

PENDAHULUAN

Naskah ini menggunakan pendekatan proses adaptasi U-Curve dari Sverre Lyssgard untuk melihat proses adaptasi antara pedagang lama dan pendatang di Kawasan Kalijodo. Penelitian ini melihat bahwa teori U-Curve tidak terbatas pada konteks lintas budaya atau proses migrasi antarbudaya. Peneliti melihat teori U-Curve bisa digunakan untuk mengamati penyesuaian para pendatang yang membawa nilai dan budaya baru sampai bisa diterima oleh pedagang lama (Graham & Ruiz Pozuelo, 2017). Latar belakang ketertarikan peneliti bermula dari penataan Kawasan Kalijodo menjadi Kawasan yang berfungsi menjadi Ruang Terbuka Hijau (RTH) dan Ruang Publik Terpadu Ramah Anak (RPTRA) yang berdampak pada perubahan kehidupan para pedagang asli. Dalam penelitian *Culture Clash : Conflict & It's Management* mengungkap bahwa terjadi konflik intrapribadi dan antarpribadi antara pedagang (Mardani & Christanti, 2020). Konflik antarpribadi paling besar terjadi setelah masa perombakan, antar pedagang asli dengan pedagang pendatang.

Konflik ini menjadi penghalang kuat karena keduanya memiliki perbedaan karakter budaya seperti *personal identity* dan *avowed identity* (Martin & Nakayama, 2018). *Personal Identity* berbicara asal para pedagang yang mana pedagang asli mayoritas berasal dari suku Sulawesi sedangkan pedagang pendatang berasal dari Jakarta. *Avowed Identity* adalah proses dimana individu menggambarkan diri mereka sendiri, sedangkan anggapan adalah proses dimana orang lain mengatribusikan identitas kepada mereka (Martin & Nakayama, 2018). Pedagang asli memandang diri mereka sebagai pedagang yang telah menguasai perputaran ekonomi, seperti jenis barang dagangan yang dijual. Sedangkan pedagang baru menganggap diri mereka sebagai kelompok yang diakui oleh pemerintah untuk melakukan variasi penjualan. Perbedaan pandangan identitas ini memicu konflik karena pedagang baru tidak mengakui pedagang asli sebagai pedagang lama.

Pedagang asli dan pedagang pendatang saling tidak menganggap atau mengakui (*ascription*). Konflik ini mereda setelah tahun 2017, ketika proses adaptasi yang mereka jalani menghasilkan kompetensi komunikasi dengan mengakui bahwa pedagang lama adalah pedagang asli (senior atau dituakan) sedangkan pedagang pendatang adalah pendatang baru yang melakukan migrasi dan berhak mendapatkan pengakuan. Keberhasilan adaptasi ini perlu dikaji mendalam sebagai rekomendasi kepada pemerintah ketika melakukan penataan Kembali ruang publik. Dalam komunitas ini seharusnya memiliki kekompakan dalam mendukung program pemerintah. Kesalahpahaman memaknai identitas antar budaya menyebabkan konflik (Kim & Gudykunst, 2013) yang dapat berujung pada kehancuran sebuah wilayah. Meski proses adaptasi ini masih berlangsung, para pedagang mampu untuk hidup berdampingan. Keberhasilan proses adaptasi antar dua identitas budaya berbeda ini menekankan bahwa antar individu atau antar pedagang dapat berinteraksi menyesuaikan perbedayaan budaya. Keberhasilan ini berakar pada kompetensi berkomunikasi pedagang pendatang yang mampu menganggap identitas pedagang asli sebagai yang dituakan. Hal ini menggerakkan hati pedagang lama untuk menilai pedagang pendatang sebagai individu atau kelompok yang berhak berjualan. Mengamati perkembangan adaptasi identitas budaya ini bisa menjadi gambaran ketika pemerintah ingin melakukan penataan ulang suatu daerah. Pendekatan model bukan pada variable seperti umur, agama, gender, dll yang menjadi khas ilmu sosial, melainkan menggunakan interpretif yang menekankan sifat adaptasi budaya yang kompleks dan berkelanjutan yang fokus pada lingkungan sekitar dan pendatang.

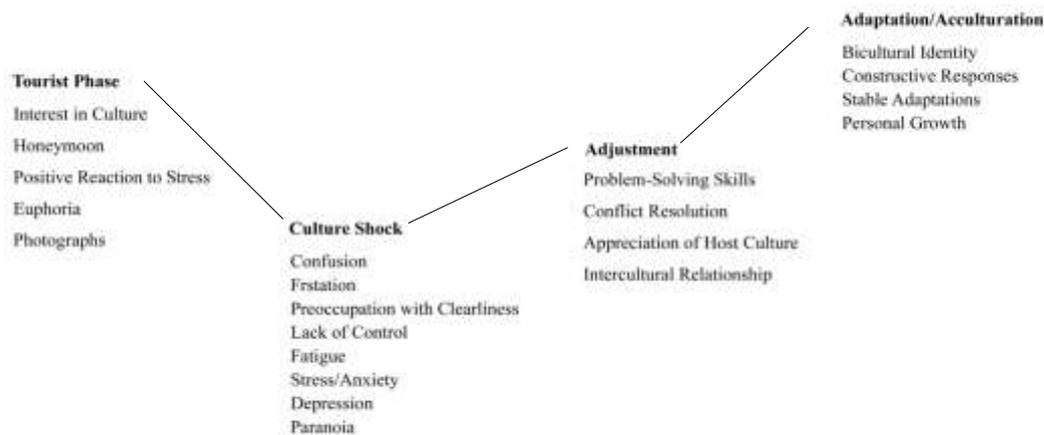
KONSEP PENELITIAN

Proses komunikasi antarbudaya berpusat pada adaptasi karena adaptasi terjadi dalam dan melalui komunikasi (Ting-Toomey, 2017). Bilamana suatu situasi tampak menguntungkan salah satu pihak, maka pihak yang tidak diuntungkan akan lebih menunjukkan tingkah laku adaptif. Proses adaptasi tampak pada proses komunikasi yang terjadi pada dua orang yang mengalami

budaya atau lingkungan baru. Pada penelitian ini menggunakan model kurva-U karena ingin melihat fase-fase adaptasi ketika pendatang masuk dalam situasi budaya baru. Model kurva-U berdasarkan pada penelitian Sverre Lysgaard (1955) (Judith N. Martin, Nakayama, 2022). Lysgaard mengembangkan model penyesuaian antarbudaya yang terdiri dari tiga fase yang mencakup penyesuaian awal, krisis, dan penyesuaian yang diperoleh kembali. Penyesuaian awal merupakan fase dimana para pendatang optimis dapat menyesuaikan diri; kedua adalah fase dimana para pendatang merasa tertekan dengan lingkungan baru dan tidak memiliki kemampuan; ketiga adalah fase penetapan, ketika para pendatang berusaha dan belajar menyesuaikan lingkungan baru. Berdasarkan pandangan-pandangan tersebut, Lysgaard mengajukan tahap-tahapan model kurva-U:

- Fase Antisipasi atau Fase Kegembiraan
Pada fase pertama, biasanya juga disebut fase “*honeymoon*” atau fase kegembiraan dimana para pendatang penuh rasa gembira, penuh harapan, euforia ketika berhadapan dengan budaya baru dan sedikit rasa cemas atau gelisah. Winkelman berpendapat, seseorang pada fase ini digambarkan seperti orang yang berlibur atau sementara tinggal di lingkungan budaya baru. Rasa stress dengan perbedaan budaya dapat ditoleransi dan bahkan mungkin tampak menyenangkan dan banyak kelucuan.
- Fase Kejutan budaya
Fase kedua ini juga bisa disebut fase kekecewaan. Pada akhirnya, kegembiraan berubah menjadi rasa frustrasi dan benar-benar merasa tertekan. Hal ini terjadi hampir di setiap transisi antar budaya. Setiap individu menghadapi banyak tantangan saat bertransisi ke dalam budaya baru. Kejutan budaya adalah perasaan yang relatif jangka pendek dari disorientasi, ketidaknyamanan karena ketidakramahan lingkungan sekitar dan sedikitnya tanda-tanda yang dikenal dalam lingkungan. Kejutan budaya seperti penyakit, lengkap dengan gejalanya. Namun, saat mereka bisa memperlakukan dengan tepat seperti belajar bahasa, mencari teman, dan lain sebagainya, akan sembuh atau dapat beradaptasi dengan situasi lingkungan baru seperti berada di lingkungan budaya mereka (Martin & Nakayama, 2018).
- Fase Penyesuaian (*adjustment*)
Fase penyesuaian disebut juga fase reorientasi, dimana para pendatang mempelajari aturan adat istiadat dari budaya baru. Individu mulai menyadari masalah dengan budaya baru adalah perbedaan nilai, kepercayaan, dan perilaku. Pada tahap ini secara aktif mencari penyelesaian masalah dan solusi menghadapi konflik. Winkelman mencatat bahwa budaya lokal mulai mempertimbangkan dan berkurang memberi tanggapan pesimis karena permasalahan para pendatang adalah karena sebagian besar tidak mampu memahami, menerima dan beradaptasi. Biasanya tahap penyesuaian ini bertahap dan lambat.

Professor Kim Zapf mengelaborasi model kurva-U Lysgaard dengan menambahkan fase adaptasi atau akulturasi dimana setelah seseorang berhasil mengembalikan kepercayaan dirinya dan menyelesaikan permasalahan mereka pada fase penyesuaian (Neuliep, 2018). Fase Adaptasi atau Akulturasi. Pada fase ini, individu secara aktif berhubungan dan melibatkan budaya dengan pemecahan masalah baru dan cara penyelesaian konflik dengan beberapa tingkat keberhasilan. Sejauh individu dapat menyesuaikan budaya baru, mereka mengalami transformasi budaya dimana tuntutan budaya local bertemu dengan respon individu untuk menyesuaikan dan konsisten. Selain itu, pada tahap ini individu mengembangkan kompetensi untuk berkomunikasi dengan budaya baru.



Gambar 1 Fase Adaptasi Model Kurva-U

(Sumber: Neuliep, 2018)

METODOLOGI PENELITIAN

Tipe penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat gambaran dari fenomena, mengumpulkan informasi aktual. Data kualitatif menyediakan kedalaman dan kerincian melalui pengutipan secara langsung dan deskripsi yang teliti tentang situasi, kejadian, orang, interaksi, dan perilaku yang teramati melalui wawancara mendalam dengan subjek penelitian (Creswell, John W & Poth, Cheryl, 2018). Paradigma yang digunakan adalah konstruktivisme. Pandangan konstruktivisme mengembangkan makna-makna subjektif atas pengalaman-pengalaman mereka. (Creswell, John W & Poth, Cheryl, 2018).

Peneliti menggunakan metode studi kasus untuk melakukan eksplorasi yang mendalam terhadap pelaksanaan CSR Kalijodo yang dilakukan oleh Sinarmas Group. Studi kasus (*case study*) adalah penelitian yang intensif dengan menggunakan bukti dari berbagai sumber terhadap sebuah entitas yang terikat ruang dan waktu (Patton, 2014). Dengan menggunakan studi kasus peneliti akan menganalisis secara mendalam sudut pandang warga kalijodo yang mengalami secara langsung perubahan budaya lingkungan sekitar.

Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Metode pemilihan informan yang digunakan adalah *purposeful*, yaitu memilih informan secara sengaja dan tidak acak. Informan-informan yang dipilih adalah mereka yang memang diasumsikan dapat memberikan informasi sehubungan dengan penelitian ini atau disebut juga *information – rich cases* (Patton, 2014). Oleh karena itu, informan penelitian ini adalah:

1. Warga Kalijodo yang telah tinggal minimal 10 tahun
2. Warga yang pernah memanfaatkan fasilitas Kalijodo yang dulu dan sekarang
3. Warga kalijodo yg berwirausaha di lingkungan kalijodo
4. Pedagang-pedagang baru di Kalijodo dan baru tinggal di sekitar kalijodo

Peneliti melakukan wawancara mendalam (*in-depth interview*) kepada 10 pedagang. Dari tahapan pertama, akan dipilih informan yang dianggap paling memiliki keterlibatan erat dengan perubahan RPTRA dan RTH Kalijodo. Wawancara dilakukan untuk mengungkap berbagai hal dalam pikiran dan perasaan informan yang tidak dapat dipahami melalui pengamatan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Fase Antisipasi atau Fase Kegembiraan

Pada fase pertama, biasanya juga disebut fase "*honeymoon*" atau fase kegembiraan dimana para pendatang penuh rasa gembira, penuh harapan, euforia ketika berhadapan dengan budaya baru dan sedikit rasa cemas atau gelisah. Pada hasil penelitian ini terungkap bahwa para pedagang seperti orang yang berlibur atau sementara tinggal di lingkungan budaya baru. Rasa stress dengan perbedaan budaya dapat ditoleransi dan bahkan mungkin tampak menyenangkan dan banyak kelucuan. Seperti misalnya pada saat Kawasan Kalijodo masih diperbaharui mereka bersedia berjualan menggunakan gerobak.

Ketika perombakan terjadi di kawasan kalijodo, beberapa pedagang merasa senang karena kawasan yang kumuh serta dipandang negatif mulai terlihat baik. Selain itu, pedangan juga memiliki lapak atau stand jualan yang pasti. Selama ini beberapa pedagang berjualan di pinggir kali dengan menggunakan gerobak, namun ketika perombakan terjadi mereka dapat memiliki stand yang sudah lengkap dengan aliran listrik dan air, serta keamanan. *"Ibu X : Jadi dapet bongkaran dari Ahok, tapi ga sembarangan cuma-cuma, dia dapet tempat tinggal lagi di pulo gebang. Terus ada lagi yang di Cengkareng. Jadi ada dua rumah susu yang didapet dari Ahok. Bukan main bongkar begitu aja, makanya ga sia-sia. Dibongkar dapet rumah, dapet duit juga dari Ahok. Itu yang ibu denger dari orang sini, dari pengelola sini, kan masih saudara. Kakak ipar ibu, jadi ibu tau. Jadi kebanyakan kaya ibu ini ni, dapet rumah gratis dari Ahok di pulo gebang, ada yang di cengkareng sesuai sama KTP dia utara atau barat, yang di bagian sono dapet di pulo gebang, barat, yang di bagian sono di cengkareng."*

Para pedagang lama menilai pembongkaran ini mendapat keuntungan buat mereka karena pemerintah memperhatikan situasi dari warga kalijodo.

Mereka hanya perlu membayar iuran bulanan saja ke pemerintah seperti uang keamanan dan listrik. Hal yang membuat mereka gembira karena perombakan yang dilakukan pemerintah dengan Sinarmas juga menggunakan sistem penghijauan sehingga lebih indah dilihat orang-orang yang melintasi kawasan kalijodo. Para warga merasa bangga dengan penataan ulang ini *"Z: jadi itu kalau tamu-tamu dari luar negeri lihat dan lewat bilang 'oh ini Jakarta?'"*. Mereka menilai dengan positif supaya pemerintah dinilai baik, terutama ketika melintasi jembatan layang dan melihat ke bawah Kawasan Kalijodo.

Pada hasil wawancara memang mereka merasa ada sedikit paksaan, namun mereka masih bisa melihat bahwa Kalijodo akan memiliki kesan yang baik. Hal yang terpenting buat warga adalah jangan pernah mengubah nama Kalijodo karena memiliki nilai sejarah. Peneliti mengamati salah satu mediator yang mempengaruhi fase *honeymoon* ini adalah Daeng Jamal. Ia adalah pimpinan pengelola Kalijodo. di atas jembatan layang ini juga terlihat. Jadi kan malu pemerintah, jelek dilihatnya.

Fase Kejutan budaya

Fase *honeymoon* beralih menjadi fase kejutan budaya ketika hadirnya pedangan baru. Mulanya pedagang lama tidak mendapat *stand* jualan yang strategis. Jualan mereka sepi karena harus beradaptasi, ibaratnya yang dulunya berjualan rokok sekarang harus berjualan makanan. Pedagang baru dianggap punya peluang lebih sehingga pedagang lama menilai kebijakan pemerintah tidak adil. Konflik sering terjadi saat adanya kebijakan sepihak dari sponsor atau UKM yang ingin mendapat keuntungan lebih.

Fase kedua ini juga bisa disebut fase kekecewaan yang mengubah kegembiraan berubah menjadi rasa frustrasi dan benar-benar merasa tertekan. Hal ini terjadi hampir di setiap transisi antarbudaya. Setiap individu menghadapi banyak tantangan saat bertransisi ke dalam budaya baru. Kejutan budaya adalah perasaan yang relatif jangka pendek dari disorientasi, ketidaknyamanan karena ketidakramahan lingkungan sekitar dan sedikitnya tanda-tanda yang dikenal dalam lingkungan. Menurut Oberg (1960) kata kejutan budaya seperti penyakit, lengkap dengan gejalanya. Namun, saat mereka bisa memperlakukan dengan tepat seperti belajar bahasa, mencari

teman, dan lain sebagainya, akan sembuh atau dapat beradaptasi dengan situasi lingkungan baru seperti berada di lingkungan budaya mereka.

Walt Lonner mengidentifikasi terdapat enam faktor yang mempengaruhi pengalaman kejutan budaya: (1) faktor control, (2) faktor antarpribadi, (3) faktor biologis, (4) faktor intrapersonal, (5) faktor temporal, (6) faktor geopolitik. Churchman dan Mitrani telah memasukan tiga faktor tambahan yaitu: (1) tingkat kesamaan budaya asli dengan budaya baru, termasuk lingkungan fisik; (2) tingkat dan kualitas informasi mengenai lingkungan baru, dan (3) sikap dan kebijakan budaya local kepada pendatang (Neuliep, 2018). Kejutan budaya yang dialami oleh pedagang kalijodo lebih terjadi akibat faktor ekonomi, dan faktor geopolitik. Sebelum perombakan yang terjadi, kalijodo merupakan kawasan yang ramai. Pedagang lama dapat meraup keuntungan besar, namun saat ini pengunjung kalijodo berkurang secara drastis. Hal ini menyebabkan kejutan budaya pada pedagang.

Saat ini pedagang tidak hanya kesulitan untuk meraup keuntungan tetapi hampir tidak dapat memenuhi keperluan kehidupan sehari-hari. Hal ini menyebabkan pedagang lama Kalijodo mengalami stress, terlebih lagi ketika mereka tidak mendapatkan lahan di lingkungan baru kalijodo. *"Z: berbeda sekali. Begini kalau latar belakang perekonomian dulu sama sekarang, memang luar biasa dahulu, dulu dolar masih harga 2rbn sekarang sudah sampai tinggi ke atas. Kita sempet bermain itu di sini kan pemutaran uang tiap malam. Berapa milyar itu untungnya tiap malam. Jadi bagaimana cara masyarakat disini bisa menikmati ini semua secara tidak langsung, termasuk pasar. Jadi orang-orang di sini pergi berbelanja kemana apa yang mereka sudah dapat duit di malam hari. Termasuk kupu-kupu malam"* Pada fase ini merupakan fase teberat karena mereka menyadari signifikansi perubahan perekonomian yang kurang, banyak warga hanya di rumah dan stress.

Peneliti mengumpulkan beberapa pendapat bagaimana sulitnya pada fase kejutan budaya antara lain

"Z: Aih, gimana ga kaget, ibarat anak mau sekolah, sampai saya jual-jual rumah mencoba melanjutkan anakku sekolah. Saya sudah haji, saya jual rumah karena sudah setengah perjalanan ini anak saya mau jadi kapten kapal, nah bagaimana caranya supaya selesai, saya jual rumah untuk sekolah."

"X: dulu kan enak, dulu itu gampang dibanding sekarang. Malam-malam itu gampang nyari duit ga seperti sekarang. Ya mau gimana lagi. Peraturan pemerintah, kita harus terima."

Peraturan baru yang diterapkan di kawasan Kalijodo juga membuat pedagang lama stress karena mereka tidak bisa lagi jualan apa yang mereka dagang pada saat Kalijodo belum dirombak. Mereka juga tidak punya keahlian, keterampilan, serta modal untuk memulai usaha yang baru. Meskipun pedagang lama Kalijodo juga mendapatkan kompensasi berupa tempat tinggal di daerah lain, hal ini dirasa tidak begitu bermanfaat. Tempat baru yang disediakan sebagai kompensasi perombakan Kalijodo oleh pemerintah berlokasi di daerah yang cukup jauh dari Kalijodo, sehingga pedagang perlu usaha extra untuk mencapai lahan dagang mereka.

Lebih lanjut, mereka juga memiliki kewajiban untuk membayar biaya pengelolaan rumah sebesar satu juta rupiah tiap bulan. Pedagang yang mendapat jatah rumah yang semula senang dengan peraturan yang ada mulai terkejut dan merasa frustrasi karena tidak sanggup untuk membayar pengelolaan serta ongkos harian ke lahan jualan mereka di Kalijodo. Tidak ada hal lain yang dapat mereka lakukan menghadapi hal ini selain melepas rumah yang mereka dapat dan mengembalikannya ke pemerintah. Ketika rumah yang mereka dapatkan mereka lepas kembali, mereka juga terkejut karena tidak ada kompensasi pengganti yang mereka terima. Sehingga mereka pun seakan-akan tidak mendapatkan kompensasi apapun setelah melepas tempat tinggal mereka di Kalijodo.

Selain itu tidak adanya pemerataan pembangunan pada lokasi RPTRA dan RTH kalijodo menyebabkan pedagang kalijodo mengalami kejutan budaya. Kalijodo yang dulu, keramaian pengunjung merata dari depan kalijodo hingga ke bagian belakang. Perombakan yang terjadi, hanya meletakkan wahana permainan dan tenda yang bagus di bagian depan. Tenda jualan di daerah dekat wahana permainan disediakan untuk pengelola seperti pemerintah – UKM, Sinarmas

dan juga pengelola internal Kalijodo (Daeng Jamal dengan stand The Botol). Barang yang dijual oleh stand di area depan juga tidak jauh berbeda dengan apa yang dijual pedagang asli Kalijodo, yaitu sekitar makanan dan minuman. Hal ini menyebabkan pedagang di daerah belakang Kalijodo tidak mendapatkan pengunjung karena pengunjung cenderung ke daerah yang banyak wahana dan cenderung malas untuk jalan ke bagian belakang.

Fase Penyesuaian

Fase penyesuaian disebut juga fase reorientasi, dimana para pendatang mempelajari aturan adat istiadat dari budaya baru. Individu mulai menyadari masalah dengan budaya baru adalah perbedaan nilai, kepercayaan, dan perilaku. Pada tahap ini secara aktif mencari penyelesaian masalah dan solusi menghadapi konflik. Winkelman mencatat bahwa budaya lokal mulai mempertimbangkan dan berkurang memberi tanggapan pesimis karena permasalahan para pendatang adalah karena sebagian besar tidak mampu memahami, menerima dan beradaptasi. Biasanya tahap penyesuaian ini bertahap dan lambat.

Pedagang lama maupun pedagang baru masing-masing melakukan penyesuaian dengan kawasan Kalijodo yang baru. Untuk pedagang lama, mereka melakukan penyesuaian dengan usaha mereka, mereka tidak bisa lagi menjalankan usaha lama mereka. Hasil wawancara menunjukkan bahwa para pedagang Kalijodo melakukan penyesuaian dalam dagangan mereka. Dahulu mereka membuka pub atau diskotik, sedangkan saat ini mereka berdagang makanan. Pedagang yang dapat menyesuaikan dengan keadaan yang baru hanya mereka yang mendapatkan lahan di Kalijodo yang baru. Selain itu juga hanya terbatas pada mereka yang memiliki kemampuan untuk alih usaha, serta memiliki modal untuk membuka usaha baru. Sesama pedagang Kalijodo saling membantu untuk dapat menyesuaikan keadaan. Pemilik usaha Kalijodo dahulu, membantu pegawai mereka untuk dapat menyesuaikan dengan keadaan saat ini,. *“Bapak Z: saya hanya kumpulkan pada waktu itu, pembubaran saya bilang. Saya kerahkan kalian, kamu di kampungmu punya keahlian apa. Saya tidak punya uang, tapi saya kasih kamu mesin, itu bukan dari pemerintah tapi dari saya sendiri. Tabungan. Ada juga yang suka kegiatannya di bengkel, saya salurkan ke teman-teman. Anak musik saya yang di Tangerang sekarang ternak-ternak ayam. Saya arahkan begitu”*.

Bantuan baik dari pemerintah maupun dari sesama pedangan memang dirasa membantu untuk menyesuaikan diri dengan relokalisasi Kalijodo. Meskipun memang sebagian pedagang lama tidak mau menyesuaikan dengan berubah budaya yang ada. Mereka lebih memilih untuk pulang ke daerah asal mereka masing-masing. Hal ini diduga karena mereka sudah tercukupi secara finansial, sehingga tidak perlu lagi bersusah payah untuk melakukan penyesuaian diri. *“Bapak Z : Tinggal saya kali, yang lain sudah pindah. Yang pedagang dari dulu paling tinggal 10% yang menetap, yang lainnya pedagang baru. Karena yang lama-lama itu, sudah pernah menikmati uang banyak”*

Keadaan para pedangan yang bertahan di Kalijodo yang mampu menyesuaikan diri juga tidak sepenuhnya baik. Diantara mereka ada yang mengalami stress dan cemas, karena berbagai macam hal seperti pendapatan yang jauh berkurang, dan persaingan dengan pedagang baru dari UKM. *“Bapak Z: ya saya itu bisa-bisanya stress juga di sini, tapi saya larinya ke masjid. Ya memang sudah di sini tempatnya, mau kemana lagi. Kita sudah kesana kemari nyari peluang, yaa ini peluangnya”*. Pernyataan dari Bapak Z menunjukkan bahwa selain menyesuaikan barang dagang, mereka juga menyesuaikan perilaku sesuai budaya yang berlaku. Jika mengalami stress mereka cenderung akan mengarahkan diri pada sesuatu yang positif (ke agama dan Tuhan), hal ini mungkin berbeda dari yang sebelumnya ketika mereka lebih beralih pada minuman keras.

Fase Adaptasi

Pada fase ini, individu secara aktif berhubungan dan melibatkan budaya dengan pemecahan masalah baru. pada tahap ini individu mengembangkan kompetensi untuk berkomunikasi dengan budaya baru. Pada proses adaptasi ini tidak ada yang menarik diri dari Kalijodo, hal ini dikarenakan pedagang Kalijodo ini sudah merasa Kalijodo sebagai rumah mereka. Pedagang Kalijodo tidak lagi merasa kampung halaman mereka sebagai rumah mereka, meski

pada awalnya mereka menyerah dan pulang ke kampung halaman, namun hal ini hanya berlaku sementara.

Pedagang Kalijodo cenderung untuk kembali berdagang di kawasan Kalijodo. *"Ibu X: Kaya Pak Haji pulang ke Sulawesi karena tempatnya dibongkar, tapi sekarang dagang lagi karena kan istilahnya udah lama berapa tahun pengen tahu kalijodo lagi, kangen."* Hal ini diperkuat oleh ungkapan Bapak Z "pingin sebetulnya, tapi terus terang sayang sekali tempat ini ditinggalkan". Bapak Z juga merasa Kalijodo sebagai rumahnya dan sudah tumbuh rasa sayang pada rumahnya tersebut. Selain itu terdapat latar belakang sejarah yang memperkuat ikatan antara pedagang dan wilayah Kalijodo. Kalijodo sebagai tempat bersejarah bagi pedagang lama di dalamnya, mereka merasa sudah memperjuangkan wilayah ini sejak nenek moyang mereka. Oleh sebab itu meskipun pedagang lama ini mau menarik diri dari lingkungan yang baru, mereka terhalang karena rasa sayang dan cinta pada Kalijodo. Rasa memiliki Kalijodo sebagai tanah air mereka, membuat mereka bertahan dan beradaptasi dengan Kalijodo yang baru.

Alternatif bagi pedagang Kalijodo yang stress karena pendapatan yang tidak sebesar biasanya adalah mencari kerjaan sampingan di luar Kalijodo. Dengan demikian, mereka tetap dapat mempertahankan usaha mereka di Kalijodo. Mencari tambahan dari luar Kalijodo merupakan cara pedagang Kalijodo beradaptasi dengan lingkungan Kalijodo yang baru. *"Bapak Z: mudah-mudahan, ini kita juga sekalian mau nyari sampingan. Tapi yang disini tetap dipertahankan, kita usahakan. Mencari rezeki yang halal untuk keluarga. Susah. Ini indah betul kelihatannya kaya mahkota begitu indah tapi dibalik keindahannya itu... apa di seluruh Indonesia begini kali ya?"* Berdasarkan ungkapan Bapak Z, dapat terlihat bahwa pedagang Kalijodo juga mengalami adaptasi budaya. Meski mereka mencoba mencari tambahan pemasukan dari luar Kalijodo, pedagang Kalijodo juga memerhatikan pekerjaan apa yang dilakukan di luar. Pedagang Kalijodo tidak mau lagi mencari uang dengan jalan yang salah seperti menjual minuman keras dan sebagainya. Perkataan bapak Z yang menekankan kata 'Halal' menunjukkan sisi pedagang Kalijodo yang saat ini lebih religius dari sebelumnya.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa adaptasi adalah sebuah masalah komunikasi yang perlu adanya jalan keluar. Proses adaptasi dalam konteks antarbudaya atau lintas budaya tidak sekedar dilihat dalam perbedaan suku atau negara. Fenomena kalijodo ini merupakan tindakan komunikasi yang berkembang dari kelompok pendatang dengan lingkungan sosial budaya yang baru ataupun sebaliknya. Individu memiliki motivasi beradaptasi yang berbeda di mana tantangan beradaptasi harus dijalani agar tercipta interaksi dengan lingkungan dan budaya baru (Gudykunst, 2003).

Analisa menggunakan teori U-Curve menunjukkan hasil bahwa adaptasi merupakan bentuk kolaborasi dari upaya pedagang baru (pendatang) menyesuaikan kondisi sosial, ekonomi dan budaya, serta kolaborasi penerimaan pedagang asli. Ada beberapa teori adaptasi dalam konteks komunikasi antarbudaya, namun untuk membahas fenomena terjadi kejutan budaya (*culture shock*) tepat menggunakan teori U-Curve (Setyo Utami, 2015). Dari keempat fase U-Curve yang paling terberat dilalui adalah fase *culture shock* Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa warga kalijodo melalui empat fase pada U-Curve. Pada fase pertama merupakan fase optimis dan penuh harapan dari warga asli Kalijodo karena adanya penataan ulang dan relokalisasi yang lebih nyaman untuk warga. Ditemukan bahwa salah satu pengikat kuat yaitu pemimpin para pedagang Bernama Daeng Jammal. Kekuatan persuasif seorang ketua/pemimpin/tokoh dipercaya dapat menyatukan perbedaan budaya.

Pada fase kedua kejutan budaya terjadi dalam dua masalah yaitu kecurigaan pedagang asli terhadap pedagang pendatang yang lebih mendapat keuntungan ekonomi serta sulitnya mencari keuntungan ketika harus bersaing dengan pedagang baru. Berdasarkan konsep, fase kedua ini merupakan masa-masa sulit untuk menyesuaikan sistem yang diiringi dengan rasa kecewa dan ketidapuasan (Neuliep & Johnson, 2016) baik kepada kebijakan pemerintah atau antar pedagang. Pada fase ketiga adalah fase penyesuaian yang dapat disebut sebagai fase *recovery* (Setyo Utami, 2015). Fase ketiga ini para pedagang mulai menyesuaikan lingkungan sosial dan budaya, terutama

cara untuk mendapatkan keuntungan ekonomi dari model penjualan baru. Sehingga, pada fase terakhir yaitu adaptasi tidak ada yang pedagang yang menarik diri. Mereka memutuskan mencari alternatif pekerjaan lain untuk bisa tetap bertahan di wilayah kalijodo, serta bekerja sama dengan pedagang baru untuk tetap bertahan menguatkan nilai sejarah Kawasan Kalijodo.

SIMPULAN

Penyelesaian konflik pada komunikasi antarbudaya dapat teratasi dengan mengkaji menggunakan pendekatan teori U-Curve dari Sverre Lysgaard. Teori ini memiliki kekuatan untuk melihat tahapan kejutan budaya ketika proses adaptasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus dipilih informan-informan yang representatif menjawab proses adaptasi sejak adanya penataan ulang kawasan Kalijodo oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. Peneliti menemukan fenomena bahwa konflik terjadi antara pedagang asli dan dan pendatang karena adanya proses adaptasi lingkungan sosial, budaya dan ekonomi. Peneliti mengelaborasi titik konflik ini melalui fase-fase adaptasi yaitu fase *honeymoon*, *culture shock*, penyesuaian dan adaptasi.

Para pedagang asli dan pendatang mengalami fase terberat pada fase *culture shock* karena berkaitan dengan kepercayaan cara interaksi untuk mendapatkan kepentingan ekonomi. Fase ini berhasil kepada titik penyesuaian karena adanya faktor pemimpin utama yang mencoba menghilangkan ketegangan. Proses adaptasi menjadi menarik karena pada akhirnya tidak ada pedangan yang menarik diri. Mereka justru bersama-sama menemukan penyesuaian melalui pengalaman sejarah wilayah kalijodo yang pernah menjadi tempat masyarakat berjuang menghidupi keluarga mereka. Sehingga, mereka bertemu pada sebuah nilai kesatuan untuk memelihara wilayah Kalijodo menjadi lebih baik dan mendukung program pemerintah kawasan menjadi Ruang Terbuka Hijau (RTH) dan Ruang Publik Terpadu Ramah Anak (RPTRA).

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, John W & Poth, Cheryl, N. (2018). *Qualitative Inquiry & Research Design, Choosing Among Five Approaches 4th Edition*. SAGE Publication.
- Graham, C., & Ruiz Pozuelo, J. (2017). Happiness, stress, and age: how the U curve varies across people and places. *Journal of Population Economics*, 30(1), 225–264. <https://doi.org/10.1007/s00148-016-0611-2>
- Gudykunst, W. B. (2003). *Cross-Cultural and Intercultural Communication*. Thousand Oaks, CA:Sage.
- Judith N. Martin, Nakayama, T. K. (2022). *Intercultural Communication in Contexts* (8th ed.). McGraw-Hill.
- Kim, Y. Y., & Gudykunst, W. B. (2013). Teaching intercultural communication. In *Teaching Communication: Theory, Research, and Methods*.
- Mardani, P. B., & Christanti, M. F. (2020). Culture clash : conflict and its management (case : the kalijodo merchant). *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 7(1), 1–9. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v6i1.1042>
- Martin, J. N., & Nakayama, T. K. (2018). *Intercultural Communication in Context Seventh Edition*. McGraw-Hill Education.
- Neuliep, J. W. (2018). *Intercultural Communication A Contextual Approach* (7th ed.). SAGE Publication.
- Neuliep, J. W., & Johnson, M. (2016). A cross-cultural comparison of Ecuadorian and United States face, facework, and conflict styles during interpersonal conflict: An application of face-negotiation theory. *Journal of International and Intercultural Communication*, 9(1), 1–19. <https://doi.org/10.1080/17513057.2016.1120844>
- Patton, M. Q. (2014). *Qualitative Research & Evaluation Methods*. SAGE Publication.
- Sarbaugh, L. E. (1984). Communicating with strangers: An approach to intercultural communication. *International Journal of Intercultural Relations*. [https://doi.org/10.1016/0147-1767\(84\)90030-0](https://doi.org/10.1016/0147-1767(84)90030-0)

- Setyo Utami, L. (2015). Teori-Teori Adaptasi Antar Budaya. *Jurnal Komunikasi Untar*, 7(2), 180–197.
- Ting-Toomey, S. (2017). Identity Negotiation Theory. In *The International Encyclopedia of Intercultural Communication*. <https://doi.org/10.1002/9781118783665.ieicc0039>