



ANALISIS KOMUNIKASI ANTARBUDAYA ANTARA STAF DAN PELANGGAN DENGAN LATAR BELAKANG BUDAYA YANG BERBEDA DI CITIBANK

Romi Syahril, Azhar Hutomo, Priatna
Universitas Bina Sarana Informastika
(Naskah diterima: 1 April 2023, disetujui: 28 April 2023)

Abstract

This study aims to analyze the literature on intercultural communication that occurs between staff and customers with different cultural backgrounds at Citibank. This study uses a qualitative approach with the literature study method, by collecting data from related journals and articles that discuss intercultural communication in the banking sector. The results of this study will provide an overview of the factors that influence intercultural communication at Citibank, as well as strategies that can be implemented by Citibank staff in improving the quality of communication with customers from different cultural backgrounds.

Keyword: *intercultural communication, Citibank, cultural background, literature study method, communication strategy.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis studi pustaka tentang komunikasi antarbudaya yang terjadi antara staf dan pelanggan dengan latar belakang budaya yang berbeda di Citibank. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka, dengan mengumpulkan data dari jurnal-jurnal dan artikel-artikel terkait yang membahas tentang komunikasi antarbudaya di sektor perbankan. Hasil penelitian ini akan memberikan gambaran tentang faktor-faktor yang memengaruhi komunikasi antarbudaya di Citibank, serta strategi-strategi yang dapat diterapkan oleh staf Citibank dalam meningkatkan kualitas komunikasi dengan pelanggan dari latar belakang budaya yang berbeda.

Kata Kunci: komunikasi antarbudaya, Citibank, latar belakang budaya, metode studi pustaka, strategi komunikasi.

I. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi saat ini, komunikasi antarbudaya menjadi semakin penting karena semakin banyak orang yang berinteraksi dengan orang dari budaya yang berbeda. Hal ini juga terjadi dalam lingkungan bisnis, di mana perusahaan-perusahaan internasional seperti Citibank

harus mampu berkomunikasi secara efektif dengan staf dan pelanggan yang berasal dari budaya yang berbeda.

Seorang ahli komunikasi antarbudaya, Stella Ting-Toomey, menjelaskan bahwa komunikasi antarbudaya melibatkan "proses interaksi verbal dan nonverbal antara individu atau kelompok dari latar belakang budaya

yang berbeda" (Jing, H, 2019). Ting-Toomey juga mengidentifikasi beberapa aspek penting dalam komunikasi antarbudaya, seperti perbedaan bahasa, perbedaan nilai dan norma budaya, perbedaan pemahaman tentang waktu dan ruang, dan perbedaan tingkat keformalan dalam berkomunikasi. Untuk mengatasi tantangan ini, Ting-Toomey merekomendasikan pengembangan "kompetensi interkultural" melalui pendekatan seperti pelatihan dan edukasi. Beberapa fungsi komunikasi antarbudaya pada zaman globalisasi diantaranya adalah Membuka peluang bisnis internasional, Dengan kemajuan teknologi dan globalisasi, banyak perusahaan yang mulai memasuki pasar global. Komunikasi antarbudaya menjadi penting dalam memfasilitasi interaksi antara bisnis-bisnis dari negara yang berbeda.

Meningkatkan pemahaman antarbudaya, Komunikasi antarbudaya dapat membantu meningkatkan pemahaman antarbudaya antara individu dan kelompok dari budaya yang berbeda. Hal ini dapat membantu mencegah kesalahpahaman, stereotip, dan diskriminasi.

Memperkaya pengalaman budaya, Komunikasi antarbudaya dapat membantu individu dan kelompok memperkaya pengalaman budaya mereka melalui interaksi

dengan orang-orang dari budaya yang berbeda (Jackson J, 2018). Meningkatkan kesadaran global, Komunikasi antarbudaya dapat membantu meningkatkan kesadaran global dan pemahaman tentang isu-isu global seperti perdagangan internasional, lingkungan, dan hak asasi manusia. Meningkatkan hubungan internasional, Komunikasi antarbudaya dapat membantu memperbaiki hubungan antara negara dan membantu dalam mencapai tujuan-tujuan politik, ekonomi, dan sosial.

Meningkatkan kesuksesan organisasi internasional, Komunikasi antarbudaya menjadi penting dalam meningkatkan kesuksesan organisasi internasional seperti perusahaan multinasional, lembaga internasional, dan organisasi non-pemerintah dalam membangun hubungan baik dengan staf dan pelanggan yang berasal dari budaya yang berbeda. Dengan memahami pentingnya fungsi komunikasi antarbudaya pada zaman globalisasi, individu dan organisasi dapat lebih mempersiapkan diri dalam melakukan interaksi dengan individu dan kelompok dari budaya yang berbeda.

Citibank adalah salah satu perusahaan keuangan internasional yang beroperasi di berbagai negara di seluruh dunia. Sebagai perusahaan yang memiliki operasi global,

Citibank dihadapkan pada tantangan untuk berkomunikasi secara efektif dengan staf dan pelanggan yang berasal dari budaya yang berbeda. Oleh karena itu, komunikasi antarbudaya menjadi faktor penting dalam kesuksesan Citibank dalam membangun hubungan baik dengan staf dan pelanggan. Namun, komunikasi antarbudaya dapat menjadi sulit karena perbedaan budaya dan bahasa dapat menyebabkan kesalahpahaman dan konflik. Selain itu, komunikasi antarbudaya juga memerlukan pemahaman yang mendalam mengenai norma, nilai, dan kebiasaan budaya yang berbeda (Chen, G.M, 2017). Untuk mengatasi tantangan tersebut, Citibank harus memiliki strategi komunikasi antarbudaya yang efektif. Oleh karena itu, penelitian mengenai komunikasi antarbudaya pada Citibank sangat penting untuk memahami bagaimana Citibank melakukan komunikasi antarbudaya dengan staf dan pelanggan yang berasal dari budaya yang berbeda. Dalam penelitian ini, akan dilakukan studi kasus mengenai komunikasi antarbudaya pada Citibank, khususnya dalam hubungan antara staf dan pelanggan yang berasal dari budaya yang berbeda. Metode penelitian yang akan digunakan adalah wawancara mendalam dengan staf dan pelanggan Citibank, serta

analisis dokumen seperti pedoman pelatihan dan kebijakan Citibank terkait komunikasi antarbudaya. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran tentang bagaimana Citibank melakukan komunikasi antarbudaya dalam hubungan antara staf dan pelanggan yang berasal dari budaya yang berbeda, serta memberikan rekomendasi yang berguna bagi Citibank dan perusahaan-perusahaan internasional lainnya yang menghadapi tantangan yang sama dalam melakukan komunikasi antarbudaya.

II. KAJIAN TEORI

Dalam penelitian studi pustaka tentang komunikasi antarbudaya pada Citibank, bahan penelitian terdiri dari buku, jurnal, dan artikel ilmiah tentang komunikasi antarbudaya, bisnis global, dan manajemen sumber daya manusia di lingkungan multikultural. Selain itu, sumber data juga didapatkan dari situs web resmi Citibank dan laporan keuangan perusahaan. Bahan-bahan ini dipilih berdasarkan keterkaitannya dengan topik penelitian, yaitu tentang komunikasi antarbudaya pada Citibank.

Pengumpulan bahan pustaka yang relevan dengan topik penelitian adalah langkah awal yang penting dalam penelitian. Setelah bahan pustaka terkumpul, langkah

selanjutnya adalah membaca dan menganalisis isi bahan pustaka. Selama proses ini, peneliti harus membuat catatan tentang temuan dan pengamatan penting yang dapat digunakan dalam konteks penelitian.

Setelah bahan pustaka dianalisis, peneliti harus mengevaluasi penggunaannya dalam konteks penelitian. Hal ini dapat memperkuat atau menolak hipotesis yang ada. Evaluasi yang tepat dapat membantu peneliti mengembangkan kerangka teoritis yang kokoh dan dapat diandalkan.

Akhirnya, temuan dan pengamatan penting dari bahan pustaka harus dirangkum dalam penulisan jurnal atau makalah. Ini akan membantu peneliti mempresentasikan temuan dan pengamatan mereka secara sistematis dan memberikan kontribusi pada pengetahuan yang ada di bidang tersebut. Oleh karena itu, pengumpulan dan analisis bahan pustaka adalah proses yang sangat penting dalam penelitian.

Penelitian studi pustaka memerlukan kemampuan untuk mengidentifikasi, memilih, dan mengevaluasi bahan pustaka yang relevan dan berkualitas. Pertama-tama, peneliti harus mengidentifikasi topik penelitian dan tujuan penelitian secara jelas dan terperinci. Selanjutnya, peneliti akan melakukan

pengumpulan bahan pustaka yang relevan dengan topik penelitian, meliputi buku, jurnal, artikel ilmiah, dan sumber data dari situs web resmi Citibank dan laporan keuangan perusahaan.

Adapun dalam melakukan penelitian studi pustaka, diperlukan kemampuan untuk mengidentifikasi, memilih, dan mengevaluasi bahan pustaka yang relevan dan berkualitas. Selain itu, peneliti harus mampu melakukan sintesis dan analisis dari informasi yang diperoleh dan menyajikannya dengan cara yang jelas dan sistematis.

III. METODE PENELITIAN

Pengumpulan bahan pustaka yang relevan dengan topik penelitian adalah langkah awal yang penting dalam penelitian. Setelah bahan pustaka terkumpul, langkah selanjutnya adalah membaca dan menganalisis isi bahan pustaka. Selama proses ini, peneliti harus membuat catatan tentang temuan dan pengamatan penting yang dapat digunakan dalam konteks penelitian.

Setelah bahan pustaka dianalisis, peneliti harus mengevaluasi penggunaannya dalam konteks penelitian. Hal ini dapat memperkuat atau menolak hipotesis yang ada. Evaluasi yang tepat dapat membantu peneliti mengembangkan kerangka teoritis

yang kokoh dan dapat diandalkan. Akhirnya, temuan dan pengamatan penting dari bahan pustaka harus dirangkum dalam penulisan jurnal atau makalah. Ini akan membantu peneliti mempresentasikan temuan dan pengamatan mereka secara sistematis dan memberikan kontribusi pada pengetahuan yang ada di bidang tersebut. Oleh karena itu, pengumpulan dan analisis bahan pustaka adalah proses yang sangat penting dalam penelitian.

Penelitian studi pustaka memerlukan kemampuan untuk mengidentifikasi, memilih, dan mengevaluasi bahan pustaka yang relevan dan berkualitas. Pertama-tama, peneliti harus mengidentifikasi topik penelitian dan tujuan penelitian secara jelas dan terperinci. Selanjutnya, peneliti akan melakukan pengumpulan bahan pustaka yang relevan dengan topik penelitian, meliputi buku, jurnal, artikel ilmiah, dan sumber data dari situs web resmi Citibank dan laporan keuangan perusahaan.

Adapun dalam melakukan penelitian studi pustaka, diperlukan kemampuan untuk mengidentifikasi, memilih, dan mengevaluasi bahan pustaka yang relevan dan berkualitas. Selain itu, peneliti harus mampu melakukan sintesis dan analisis dari informasi yang

diperoleh dan menyajikannya dengan cara yang jelas dan sistematis.

IV. HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi antarbudaya antara staf dan pelanggan di Citibank terpengaruh oleh berbagai faktor. Perbedaan bahasa dan gaya berbicara menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi komunikasi. Pelanggan yang berasal dari budaya yang berbeda dengan staf Citibank seringkali memiliki tingkat kemampuan bahasa Inggris yang berbeda-beda. Hal ini dapat menyebabkan kesulitan dalam memahami informasi yang disampaikan, kesalahan interpretasi, serta kebingungan dalam melakukan transaksi perbankan (Chen, 2018).

Selain itu, perbedaan latar belakang budaya juga memengaruhi cara pandang, norma, dan nilai yang dianut oleh staf dan pelanggan. Hal ini dapat memengaruhi cara berkomunikasi dan membuat sulit terciptanya pemahaman yang sama antara staf dan pelanggan. Faktor lain yang memengaruhi komunikasi antarbudaya di Citibank adalah perbedaan pengetahuan tentang produk dan layanan perbankan yang tersedia. Pelanggan yang berasal dari latar belakang budaya yang berbeda mungkin memiliki pengalaman dan

kebutuhan yang berbeda dalam melakukan transaksi perbankan, sehingga staf Citibank perlu memahami perbedaan tersebut dan memberikan solusi yang tepat.

Perbedaan budaya mempengaruhi komunikasi

Gudykunst & Kim (2017), perbedaan budaya antara staf dan pelanggan dapat mempengaruhi komunikasi antarbudaya. Hofstede mengidentifikasi lima dimensi budaya yang dapat digunakan untuk membandingkan nilai-nilai budaya antara negara atau kelompok budaya. Lima dimensi budaya tersebut adalah: (1) individualisme vs kolektivisme, (2) jarak kekuasaan, (3) ketidakpastian penghindaran, (4) maskulinitas vs. femininitas, dan (5) orientasi jangka pendek vs. orientasi jangka panjang.

Perbedaan dalam lima dimensi ini dapat memengaruhi cara berpikir, perilaku, dan nilai-nilai antara staf dan pelanggan. Sebagai contoh, pelanggan dari budaya yang memiliki nilai kolektivisme yang tinggi mungkin lebih memprioritaskan kepentingan kelompok daripada individu, sementara staf dari budaya yang memiliki nilai individualisme yang tinggi mungkin lebih memperhatikan kepentingan individu. Oleh karena itu, staf Citibank perlu memahami perbedaan budaya ini dan menyesuaikan cara berkomunikasi dan

memberikan layanan yang sesuai dengan nilai-nilai budaya pelanggan.

Perbedaan budaya dapat mempengaruhi komunikasi antara staf dan pelanggan di Citibank. Beberapa contoh perbedaan budaya yang mungkin terjadi adalah perbedaan bahasa, cara berbicara, etika bisnis, cara menunjukkan rasa hormat, dan persepsi terhadap waktu. Oleh karena itu, staf Citibank harus memahami budaya pelanggan mereka dan belajar untuk beradaptasi dengan cara berkomunikasi yang sesuai dengan budaya pelanggan tersebut. Hal ini dapat membantu menciptakan hubungan yang baik dan memperkuat kepercayaan pelanggan terhadap Citibank.

Pelatihan interkultural dapat meningkatkan efektivitas komunikasi

Menurut Hammer (2020), pelatihan interkultural dapat meningkatkan efektivitas komunikasi antarbudaya di lingkungan kerja. Pelatihan interkultural dapat membantu staf untuk memahami perbedaan budaya dan mempelajari keterampilan yang diperlukan untuk berkomunikasi dengan orang-orang dari latar belakang budaya yang berbeda. Pelatihan ini juga dapat membantu staf untuk mengenali stereotip dan prasangka yang mungkin mereka miliki terhadap orang-orang dari budaya yang berbeda, serta membantu mereka mengem-

bangkan kesadaran diri tentang nilai-nilai dan kepercayaan mereka sendiri. Dengan meningkatkan pemahaman dan keterampilan antarbudaya, staf Citibank dapat membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan dari latar belakang budaya yang berbeda dan memberikan layanan yang lebih efektif.

Pelatihan interkultural dapat membantu staf Citibank dalam memahami perbedaan budaya dan cara-cara berkomunikasi yang efektif dengan pelanggan yang berasal dari budaya yang berbeda. Pelatihan ini dapat mencakup informasi tentang perbedaan budaya, latihan simulasi, dan diskusi tentang strategi komunikasi yang tepat. Dengan adanya pelatihan interkultural, staf Citibank dapat meningkatkan efektivitas komunikasi mereka dengan pelanggan yang berasal dari budaya yang berbeda.

Pemilihan staf yang sesuai dapat membantu meningkatkan efektivitas komunikasi

Pemilihan staf yang sesuai dengan kebutuhan pelayanan nasabah dapat membantu meningkatkan efektivitas komunikasi antara staf dan pelanggan. Staf yang memiliki latar belakang budaya yang sama dengan pelanggan dapat lebih mudah memahami cara-cara berkomunikasi yang

efektif dan mampu membangun hubungan yang baik dengan pelanggan.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi

Komunikasi Antarbudaya di Citibank

Bahasa, Bahasa merupakan faktor utama yang mempengaruhi komunikasi antarbudaya di Citibank. Keterampilan berbahasa yang baik dan kemampuan untuk memahami variasi dialek dan aksen dari pelanggan berbeda dapat membantu staf Citibank untuk memahami kebutuhan pelanggan dengan lebih baik.

Perbedaan Budaya, Perbedaan budaya antara staf Citibank dan pelanggan dapat mempengaruhi komunikasi antarbudaya. Staf harus memahami norma-norma dan nilai-nilai budaya pelanggan, serta memiliki pemahaman tentang kebiasaan dan praktik bisnis mereka.

Perbedaan Sikap, Perbedaan sikap antara staf dan pelanggan dapat mempengaruhi komunikasi antarbudaya. Staf Citibank harus memiliki pemahaman tentang budaya pelanggan untuk dapat memahami sikap dan perilaku mereka.

Strategi yang Digunakan oleh Staf Citibank dalam Komunikasi Antarbudaya

Samovar & McDaniel (2022), ada beberapa strategi yang dapat digunakan oleh staf Citibank dalam komunikasi antarbudaya.

Strategi yang pertama adalah meningkatkan kesadaran diri tentang kebiasaan dan norma-norma budaya yang berbeda. Staf harus memahami nilai-nilai budaya pelanggan, cara-cara berkomunikasi, serta norma-norma sosial yang mungkin berbeda dengan norma-norma yang biasa mereka lakukan. Strategi yang kedua adalah meningkatkan keterampilan berbahasa dan kemampuan untuk memahami variasi dialek dan aksen dari pelanggan yang berbeda. Staf Citibank harus menguasai bahasa yang digunakan oleh pelanggan dan memahami variasi bahasa yang mungkin digunakan. Strategi yang ketiga adalah mengembangkan kemampuan untuk mengelola konflik antarbudaya. Staf harus siap untuk menghadapi konflik yang mungkin muncul akibat perbedaan budaya, dan mampu mengelolanya dengan baik. Dalam mengelola konflik, staf harus mengedepankan rasa hormat terhadap keberagaman budaya dan menghindari sikap diskriminatif. Dengan menerapkan strategi-strategi ini, staf Citibank dapat lebih efektif dalam berkomunikasi dengan pelanggan dari latar belakang budaya yang berbeda dan memberikan pelayanan yang berkualitas. Beberapa Strategi yang dapat dilakukan pihak Citibank supaya dapat memberikan pelayanan yang berkualitas

dalam segi pelayanan antarbudaya diantaranya adalah :

Pelatihan, Pelatihan tentang keanekaragaman budaya dapat membantu staf Citibank untuk memahami perbedaan budaya dan cara berkomunikasi dengan pelanggan dari budaya yang berbeda.

Pemilihan Staf yang Tepat, Citibank harus mempekerjakan staf yang dapat berkomunikasi dengan pelanggan dari berbagai latar belakang budaya. Staf harus memiliki kemampuan bahasa yang baik, serta pemahaman yang baik tentang budaya dan kebiasaan pelanggan.

Penggunaan Teknologi, Citibank dapat menggunakan teknologi untuk memfasilitasi komunikasi antarbudaya. Teknologi dapat membantu staf untuk menerjemahkan bahasa, menghindari kesalahan komunikasi, dan mengatasi hambatan komunikasi yang disebabkan oleh perbedaan budaya.

Tantangan dalam Komunikasi Antarbudaya di Citibank

Kesalahan Komunikasi, Kesalahan komunikasi dapat terjadi ketika staf Citibank tidak memahami bahasa atau norma-norma budaya pelanggan. Hal ini dapat menyebabkan kesalahpahaman atau bahkan konflik antara staf dan pelanggan.

Stereotip, Stereotip dapat mempengaruhi komunikasi antarbudaya di Citibank. Staf Citibank harus mampu mengatasi stereotip dan memahami keberagaman budaya untuk menghindari diskriminasi terhadap pelanggan dari latar belakang budaya yang berbeda.

Kurangnya Pemahaman tentang Kebudayaan Pelanggan, Kurangnya pemahaman tentang kebiasaan dan praktik bisnis pelanggan dapat menghambat komunikasi antarbudaya. Oleh karena itu, staf Citibank harus memiliki pemahaman yang baik tentang budaya pelanggan untuk dapat memahami kebutuhan mereka dengan lebih baik.

Solusi yang dapat diimplementasikan oleh Citibank untuk mengatasi tantangan dalam komunikasi antarbudaya

Pelatihan Budaya dan Bahasa

Citibank dapat memberikan pelatihan tentang keanekaragaman budaya dan bahasa kepada staf mereka. Pelatihan ini dapat membantu staf Citibank memahami perbedaan budaya dan bahasa, serta meningkatkan kemampuan mereka untuk berkomunikasi dengan pelanggan dari budaya yang berbeda.

Memprioritaskan Pemilihan Staf yang Tepat

Citibank dapat memperkuat proses seleksi staf untuk memastikan bahwa mereka mempekerjakan orang yang memiliki

kemampuan bahasa dan pemahaman yang baik tentang budaya pelanggan. Hal ini dapat membantu memastikan bahwa staf dapat berkomunikasi dengan efektif dan memahami kebutuhan pelanggan dari berbagai latar belakang budaya.

Menggunakan Teknologi yang Tepat

Citibank dapat menggunakan teknologi yang sesuai untuk memfasilitasi komunikasi antarbudaya. Teknologi seperti mesin penerjemah, software pelatihan bahasa, atau software yang dapat membantu staf memahami kebiasaan dan praktik bisnis pelanggan dari latar belakang budaya yang berbeda, dapat membantu mengatasi hambatan komunikasi yang dihadapi oleh staf.

Mempromosikan Kesadaran dan Penerimaan Budaya

Citibank dapat mempromosikan kesadaran dan penerimaan budaya di antara staf dan pelanggan. Hal ini dapat dilakukan melalui program pelatihan dan promosi yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman tentang keanekaragaman budaya, mempromosikan kesadaran tentang stereotip dan diskriminasi, serta mendorong penerimaan budaya yang berbeda.

Dengan menerapkan solusi-solusi tersebut, Citibank dapat meningkatkan

komunikasi antarbudaya mereka dan memastikan bahwa staf dapat berkomunikasi dengan pelanggan dari latar belakang budaya yang berbeda dengan lebih efektif dan memahami kebutuhan mereka dengan lebih baik.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan solusi yang telah dibahas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi antarbudaya di Citibank memiliki tantangan dan hambatan yang perlu diatasi untuk memastikan komunikasi yang efektif dan memahami kebutuhan pelanggan dari latar belakang budaya yang berbeda. Tantangan dan hambatan tersebut meliputi perbedaan bahasa, perbedaan budaya, perbedaan gaya komunikasi, dan stereotip budaya. Untuk mengatasi tantangan tersebut, Citibank dapat menerapkan solusi-solusi seperti pelatihan budaya dan bahasa, pemilihan staf yang tepat, penggunaan teknologi yang sesuai, serta mempromosikan kesadaran dan penerimaan budaya di antara staf dan pelanggan.

Dengan menerapkan solusi-solusi tersebut, Citibank dapat meningkatkan kemampuan mereka untuk berkomunikasi dengan pelanggan dari latar belakang budaya yang berbeda dengan lebih efektif, memahami kebutuhan mereka dengan lebih baik, dan

memastikan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi. Dengan demikian, penting bagi Citibank untuk mengambil langkah-langkah yang tepat dalam mengatasi tantangan dalam komunikasi antarbudaya agar dapat mempertahankan reputasi sebagai bank global yang menghargai keanekaragaman budaya dan memahami kebutuhan pelanggan dari berbagai latar belakang budaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E. 2017. Komunikasi lintas budaya: Konsep, teori, dan praktik. Prenada Media.
- Hadi, S., & Rusmono, S. 2017. Bahasa, budaya, dan komunikasi dalam bisnis global. Penerbit Erlangga.
- Kartika, S. 2017. Studi komunikasi antarbudaya dalam organisasi multinasional: Tantangan dan solusi. Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, 15(2), 157-171.
- Citibank. 2021. Our heritage. Retrieved from <https://www.citigroup.com/citi/about/history/our-heritage/>.
- Gudykunst, W. B., & Kim, Y. Y. 2017. Communicating with strangers: An approach to intercultural communication. Routledge.
- Hammer, M. R. 2020. Intercultural communication training: A review and critique. International Journal of Intercultural Relations.

Rosinski, P. 2003. The impact of culture on international business: A conceptual framework. *Thunderbird International Business Review*, 45(1), 3-27.

Chen, G. M. 2017. Intercultural communication competence: A review and conceptualization. *Current Opinion in Psychology*, 13, 189-194. doi: 10.1016/j.copsyc.2016.05.007.

Gudykunst, W. B., & Kim, Y. Y. 2017. *Communicating with strangers: An approach to intercultural communication*. Routledge.

Jackson, J. 2018. *Introducing language and intercultural communication*. Routledge.

Jing, H., & Wang, W. 2019. Challenges and opportunities of intercultural communication in the era of globalization. *Journal of Intercultural Communication Research*, 48(5), 415-429. doi:10.1080/17475759.2019.1642765

Samovar, L. A., Porter, R. E., & McDaniel, E. R. 2022. *Communication between cultures*. Cengage Learning.