

Dr. H. Aang Ridwan, M.Ag.

# *Komunikasi* **Antarbudaya**

Mengubah Persepsi dan Sikap dalam Meningkatkan  
Kreativitas Manusia



Pengantar  
Dr. Beni Ahmad Saebani, M.Si.



**Pustaka Setia Bandung**

*Komunikasi*  
**Antarbudaya**

UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA  
NO. 28 TAHUN 2014  
TENTANG HAK CIPTA

Pasal 113

1. Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000,00 (seratus juta rupiah).
2. Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana dengan denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap orang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e dan/atau huruf g untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

---

**KOMUNIKASI ANTARBUDAYA**  
**Mengubah Persepsi dan Sikap dalam Meningkatkan**  
**Kreativitas Manusia**

---

**ISBN: 978 - 979 - 076 - 608 - 2**

Cet. I: November 2016, 16 × 24 cm, xii + 244 hlm

Penulis: **Dr. H. Aang Ridwan, M.Ag.**

Kata Pengantar: **Dr. Beni Ahmad Saebani, M.Si.**

Desain Sampul: **Tim Desain Pustaka Setia**

Setting, Montase, Layout: **Tim Redaksi Pustaka Setia**

Cetakan ke-1: **November 2016**

Diterbitkan oleh:

**CV PUSTAKA SETIA**

Jl. BKR (Lingkar Selatan) No. 162-164

Telp.: (022) 5210588 Faks.: (022) 5224105

E-mail: [pustaka\\_seti@yahoo.com](mailto:pustaka_seti@yahoo.com)

BANDUNG 40253

**(Anggota IKAPI Cabang Jawa Barat)**

---

Copy Right © 2016 **CV PUSTAKA SETIA**

Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

Hak penulis dilindungi undang-undang.

All right reserved

## *Kata Pengantar*

Komunikasi antarbudaya adalah komunikasi antarpribadi yang dilakukan oleh komunikator dan komunikan yang berbeda budaya. Dalam komunikasi antarbudaya terdapat konsep kebudayaan dan konsep komunikasi. Hubungan antarkeduanya bersifat timbal balik dan fungsional. Budaya memengaruhi komunikasi dan turut menciptakan dan memelihara realitas budaya dalam komunitas masyarakat yang berbudaya.

Komunikasi dan budaya ibarat dua sisi mata uang yang tidak terpisahkan dan saling memengaruhi. Budaya menentukan peran para pelaku komunikasi dan menjadi media penafsiran isi pesan di antara para komunikan. Kebudayaan merupakan cermin dari pola pikir dan tingkah laku manusia sehingga komunikasi antarbudaya menjadi hubungan kemanusiaan dan peradaban antarmasyarakat dalam suatu bangsa. Oleh karena itu, studi komunikasi antarbudaya menekankan efek kebudayaan terhadap komunikasi, dan sebagai proses pertukaran simbolis antarindividu dari komunitas kultural yang berbeda yang menegosiasikan makna yang dipertukarkan dalam suatu interaksi.

Di antara bentuk komunikasi antarbudaya adalah komunikasi antaretnik (*inter ethnic communication*), komunikasi antar-ras, dan komunikasi lintas budaya (*cross cultural communication*).

Komunikasi antaretnik adalah komunikasi antarkelompok orang yang ditandai dengan bahasa dan asal-usul yang sama. Dalam komunikasi antaretnik terjalin pertukaran informasi kebudayaan yang memberikan dorongan penerimaan kebudayaan di antara kelompok yang melakukan hubungan komunikatif dalam membangun kekuatan budaya dan melanggengkan tujuan interaksi di antara dua kebudayaan masyarakat.

Komunikasi antarbudaya adalah komunikasi antarorang-orang yang mempunyai latar belakang kebudayaan yang berbeda. Komunikasi antarbudaya senantiasa membandingkan fenomena komunikasi dalam keragaman budaya; membandingkan satu fenomena kebudayaan dengan kebudayaan yang lain (*generally refers to comparing phenomena across cultures*) tanpa dibatasi oleh konteks geografis ataupun ras atau etnik.

Uraian tersebut hanya sekelumit pembahasan buku yang ada di hadapan para pembaca. Kajian lebih mendalam tentu terdapat pada setiap bab yang dimuat dalam buku ini. Kehadiran buku ini memberikan masukan yang sangat penting bagi pembaca, terutama mahasiswa yang sedang mengkaji ilmu komunikasi dan ilmu budaya. Oleh karena itu, saya mendukung penerbitan buku ini. Semoga manfaat buku ini dapat menjadi pahala bagi penulisnya.

Dr. Beni Ahmad Saebani, M.Si.

## *Pengantar Penulis*

Komunikasi merupakan aktivitas yang selalu dilakukan oleh manusia saat berhubungan dengan manusia lainnya. Dalam proses komunikasi tersebut, manusia sangat mendambakan komunikasi yang lancar dan efektif, agar tidak terjadi kesalahpahaman yang menjurus pada konflik. Keberhasilan proses komunikasi pada akhirnya bergantung pada efektivitas komunikasi, yaitu sejauh mana para partisipannya memberi makna yang sama atas pesan yang dipertukarkan. Latar belakang budaya partisipan senantiasa berbeda, dan sekecil apa pun perbedaan itu sangat menentukan efektivitas komunikasi tersebut. Oleh karena itu, memahami makna budaya dan segala yang terkait dengannya merupakan sesuatu yang mutlak dilakukan demi tercapainya komunikasi yang efektif.

Efektivitas komunikasi antarbudaya didahului oleh hubungan antarbudaya. Hubungan antarbudaya bukan terjadi sekilas, melainkan terus-menerus sehingga kualitasnya berubah dan mengalami kemajuan ke arah kualitas hubungan yang baik dan semakin baik. Kualitas itu mengemuka ketika seseorang dapat membedakan pengalaman berhubungan antarbudaya dengan orang yang berbeda-beda sehingga ia mengambil keputusan untuk mewujudkan tindakan simbolis tertentu.

Setiap individu mempunyai tingkat kesadaran dan kemampuan yang berbeda-beda dalam komunikasi antarbudaya. Berbagai pengalaman atas kekeliruan dalam komunikasi antarbudaya sering membuat manusia semakin berusaha mengubah kebiasaan komunikasi, paling tidak melalui pemahaman terhadap latar belakang budaya orang lain. Banyak masalah dalam komunikasi antarbudaya timbul hanya karena orang kurang menyadari dan tidak mampu mengusahakan cara efektif dalam komunikasi antarbudaya.

Dalam konteks itulah, buku *Komunikasi Antarbudaya* ini dapat memberikan wacana baru dalam menjawab kebutuhan seputar komunikasi. Peran penting komunikasi antarbudaya dapat mengubah persepsi dan sikap dalam meningkatkan kreativitas manusia.

Buku ini berisi kajian komunikasi antarbudaya, di dalamnya diuraikan teori dan konsep komunikasi antarbudaya yang mempunyai akar budaya yang beragam. Dengan harapan, buku ini dapat mempersiapkan mahasiswa untuk berkomunikasi dengan baik. Dalam buku ini, diuraikan pula mengenai konsep dasar komunikasi antarbudaya, faktor-faktor yang meningkatkan kajian komunikasi antarbudaya, proses komunikasi antarbudaya, kompetensi komunikasi antarbudaya, gegar budaya dalam komunikasi antarbudaya, dan pada bagian akhir dilengkapi dengan isu mutakhir komunikasi antarbudaya.

Demikian penulis sampaikan sebagai pengantar dari buku ini. Semoga bermanfaat bagi para pengguna buku ini, khususnya para mahasiswa.

Dr. H. Aang Ridwan, M.Ag.

## *Daftar Isi*

<b>BAB 1</b>	<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
	A. Latar Belakang Sejarah Komunikasi Antarbudaya .....	1
	B. Tujuan, Alasan, dan Pentingnya Mengkaji Komunikasi Antarbudaya .....	5
	C. Landasan Konseptual Model Kajian Komunikasi Antarbudaya .....	7
	D. Teori Komunikasi Antarbudaya Berdasarkan Tradisi Ilmu Komunikasi.....	14
<b>BAB 2</b>	<b>KONSEP DASAR KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA .....</b>	<b>25</b>
	A. Dasar-dasar Komunikasi Antarbudaya .....	25
	B. Prinsip-prinsip Komunikasi Antarbudaya.....	35
	C. Fungsi, Tujuan, dan Faktor Komunikasi Antarbudaya .....	38
	D. Efektivitas Komunikasi Antarbudaya .....	43
<b>BAB 3</b>	<b>KEBUDAYAAN DALAM KONTEKS KOMUNIKASI ANTARBUDAYA .....</b>	<b>49</b>
	A. Konsep Dasar Komunikasi Budaya .....	50

B. Unsur-unsur Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya.....	63	<b>BAB 7</b>	<b>EFEKTIVITAS MEDIA SALURAN PESAN KOMUNIKASI ANTARBUDAYA .....</b>	<b>149</b>
C. Konteks Komunikasi Antarbudaya.....	71	A. Kosep Dasar Saluran Pesan Komunikasi Antarbudaya.....	150	
D. Teori Reprerentatif dalam Komunikasi Antarbudaya.....	74	B. Efektivitas Media Saluran Pesan Komunikasi Antarbudaya.....	154	
<b>BAB 4</b>	<b>FAKTOR-FAKTOR YANG MENINGKATKAN KAJIAN KOMUNIKASI ANTARBUDAYA ..</b>	C. Bahasa Verbal dan Nonverbal dalam Proses Komunikasi Antarbudaya .....	156	
A. Konsep Dasar Kajian Komunikasi Antarbudaya	77	<b>BAB 8</b>	<b>ETIKA KOMUNIKASI ANTARBUDAYA .....</b>	<b>159</b>
B. Persepsi dalam Komunikasi Antarbudaya.....	89	A. Konsep Dasar Etika dalam Komunikasi Antarbudaya.....	159	
C. Interaksi dalam Komunikasi Antarbudaya.....	94	B. Komunikasi Antarbudaya dalam Berbagai Situasi Perbedaan Kebudayaan.....	163	
D. Sifat, Kekeliruan dan Kegagalan Persepsi, dan Pengaruh Kebudayaan terhadap Penafsiran dalam Komunikasi Antarbudaya.....	96	C. Dimensi Etika Komunikasi Antarbudaya .....	169	
<b>BAB 5</b>	<b>MODEL PROSES KOMUNIKASI ANTARBUDAYA .....</b>	D. Permasalahan dan Hambatat Etika Norma dalam Komunikasi Antarbudaya.....	171	
A. Konsep Dasar Proses Komunikasi Antarbudaya	101	<b>BAB 9</b>	<b>KOMPETENSI KOMUNIKASI ANTARBUDAYA.....</b>	<b>171</b>
B. Faktor-faktor yang Memengaruhi Proses Komunikasi.....	103	A. Memahami Keragaman Budaya dan Kesadaran Antarbudaya: Akar Pentingnya Kompetensi Komunikasi Antarbudaya .....	176	
C. Unsur-unsur Proses Komunikasi Antarbudaya	105	B. Pentingnya Kompetensi Komunikasi Antarbudaya.....	182	
D. Model Proses, Hambatan, dan Cara Penanggulangannya.....	108	C. Pengembangan Kompetensi Komunikasi Antarbudaya.....	186	
<b>BAB 6</b>	<b>PENGARUH KONTEKS TERHADAP PERILAKU KOMUNIKASI ANTARBUDAYA .....</b>	D. Pendekatan Kompetensi Berkomunikasi Antarbudaya.....	195	
A. Konsep Dasar Konteks Komunikasi Antarbudaya.....	123	<b>BAB 10</b>	<b>GEGAR BUDAYA (CULTURE SHOCK): DALAM KOMUNIKASI ANTARBUDAYA...</b>	<b>197</b>
B. Budaya Konteks Tinggi dan Konteks Rendah dalam Ranah Komunikasi .....	127	A. Konsep Dasar Gegar Budaya ( <i>Culture Shock</i> )....	197	
C. Perilaku Komunikasi .....	129	B. Tahapan Terjadinya <i>Culture Shock</i> .....	206	
D. Budaya yang Memengaruhi Komunikasi Antarbudaya.....	143			

C. Faktor-faktor yang Memengaruhi <i>Culture Shock</i> .....	210
D. Solusi Pemecahan Masalah <i>Culture Shock</i> .....	211
<b>BAB 11 ISU MUTAKHIR KOMUNIKASI</b>	
<b>ANTARBUDAYA</b> .....	<b>215</b>
A. Memahami Isu-isu Globalisasi.....	215
B. Isu-isu Kontemporer Komunikasi Antarbudaya.....	222
C. Komunikasi Antarbudaya dalam Perspektif Teori Interaksi Simbolik.....	224
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>227</b>
<b>PROFIL PENULIS</b> .....	<b>243</b>

# BAB 1

## PENDAHULUAN

Salah satu prinsip dalam interaksi antarbudaya adalah adanya kerja sama, dan kerja sama ini hanya dapat dilaksanakan dengan baik apabila terjadi komunikasi dialogis dari semua pihak yang berkepentingan.

### A. Latar Belakang Sejarah Komunikasi Antarbudaya

#### 1. Latar Belakang Pentingnya Komunikasi Antarbudaya

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi mengakibatkan semakin mudahnya berkomunikasi. Kemudahan berkomunikasi ini dirasakan seluruh umat manusia, menjadikan hubungan antar-bangsa terasa dekat, dan menghilangkan sekat dalam komunikasi antarbudaya. Semakin meningkatnya kontak komunikasi dan hubungan antarnegara tersebut menunjukkan bahwa komunikasi global merupakan penyebab timbulnya akulturasi dan asimilasi kebudayaan. Kontak antarbudaya menjadi tidak terelakkan lagi sehingga masyarakat menerima informasi tentang keadaan yang dialami oleh bangsanya ataupun bangsa dan negara lain. Pada

satu pihak perbedaan kultural antarnegara memicu semangat pembangunan dan peningkatan hubungan kemanusiaan, tetapi pada pihak lain dapat memancing konflik dan kecemburuan sosial ekonomi di kalangan masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan filter kebudayaan, seperti nilai-nilai moral, agama, dan etika sosial yang menjadi pencegah pengaruh buruk bagi masyarakat yang belum siap menerima keadaan yang sesungguhnya.

Ada tiga kategori kesadaran yang mendorong upaya menciptakan cara komunikasi antarbudaya, yaitu sebagai berikut.<sup>1</sup>

#### a. *Kesadaran Internasional*

Komunikasi antarbudaya adalah alat perekat hubungan substansial kehidupan pada manusia.<sup>2</sup> Lahirnya komunikasi antarbudaya merupakan sintesis mendasar dalam memahami kebudayaan di setiap negara di dunia. Tujuan utama komunikasi antarbudaya yang berada di atas kesadaran internasional adalah perdamaian dunia. Kesadaran internasional artinya bahwa hubungan antarnegara di dunia sebagai hubungan kemanusiaan universal yang menjamin kebersamaan di atas kesamaan sebagai makhluk yang mengisi bumi.

#### b. *Kesadaran Domestik*

Kesadaran domestik merupakan kesadaran lokal yang tumbuh menjadi kesadaran nasional. Kebutuhan untuk memahami dan berinteraksi dengan kelompok sub-budaya lokal menjadi pendorong komunikasi antarbudaya, terutama di Indonesia yang pluralis dan majemuk dari segala aspek kehidupan masyarakat yang menjadi pemicu konflik antarwarga. Oleh karena itu, kesadaran domestik sangat diperlukan untuk

menumbuhkan kesatuan dalam perbedaan atau Bhinneka Tunggal Ika.

#### c. *Kesadaran Pribadi*

Kesadaran pribadi atau kesadaran individu merupakan inti dari kesadaran publik dalam membangun komunikasi antarbudaya. Dengan adanya kesadaran pribadi, timbullah kesadaran kolektif yang membangkitkan kesadaran sosial.

## 2. Sejarah Komunikasi Antarbudaya

Komunikasi antarbudaya muncul pertama kali pada tahun 1974 oleh Fred Casmir dalam *The International and Intercultural Communication Annual*. Kemudian, Dan Landis menguatkan konsep komunikasi antarbudaya dalam *International Journal of Intercultural Relations* pada tahun 1977.

Pada tahun 1979, Molefi Asante, Cecil Blake, dan Eileen Newmark menerbitkan sebuah buku yang khusus membicarakan komunikasi antarbudaya, yaitu *The Handbook of Intercultural Communication*. Sejak saat itu banyak ahli mulai melakukan studi tentang komunikasi antarbudaya.

Selanjutnya, pada tahun 1983 lahir *International and Intercultural Communication Annual* yang dalam rubrik khusus menampung tulisan tentang komunikasi antarbudaya. Tema pertama tentang *Teori Komunikasi Antarbudaya* diluncurkan pada tahun 1983 oleh Gundykunst.

Edisi lain tentang komunikasi, kebudayaan, proses kerja sama antarbudaya ditulis pula oleh Gundykunst, Stewart, dan Ting Toomey pada tahun 1985, komunikasi antaretnik oleh Kim tahun 1986, adaptasi lintas budaya oleh Kim dan Gundykunst tahun 1988, dan terakhir komunikasi/bahasa dan kebudayaan oleh Ting Toomey dan Korzenny tahun 1988.<sup>3</sup>

---

<sup>1)</sup> Berger dan Chaffee, *Handbook of Communication Science*, Beverly Hills, California: Sage, 1987, hlm, 211.

<sup>2)</sup> Furuta, *Komunikasi Antarbudaya: Sebuah Perbandingan antara Jepang, Amerika*, Terjemahan Hassan Shadily, Edisi 1, Jakarta: Antarkarya, 1994, hlm. 73.

---

<sup>3)</sup> *Op.cit.*, Liliweri, hlm. 3.



### 3. Studi Awal Kajian Komunikasi Antarbudaya

Mc Luhan adalah orang pertama yang mengkaji komunikasi antarbudaya karena adanya gejala meningkatnya hubungan antarbangsa. Dari gagasan McLuhan, lahirlah konsep “Tatanan Komunikasi dan Informasi Dunia Baru” yang memengaruhi perkembangan sejumlah penelitian tentang perbedaan budaya antaretnik, rasial, dan golongan pada semua bangsa.

Studi komunikasi lintas budaya berangkat dari perspektif antropologi sosial dan budaya yang bersifat *depth description*, yaitu penggambaran yang mendalam tentang perilaku komunikasi berdasarkan kebudayaan tertentu.

### 4. Dimensi Kajian Komunikasi Antarbudaya

Pemahaman tentang kebudayaan dalam konteks komunikasi antarbudaya adalah sebagai berikut.<sup>4</sup>

#### a. Tingkat Masyarakat Kelompok Budaya dari Para Partisipan

Istilah kebudayaan merujuk pada berbagai tingkat lingkup dan kompleksitas organisasi sosial. Konsep kebudayaan mencakup beberapa pengertian berikut:

- 1) kawasan dunia, misalnya budaya timur, budaya barat;
- 2) subkawasan di dunia, misalnya budaya Amerika Utara, budaya Asia Tenggara;
- 3) nasional/negara, misalnya budaya Indonesia, budaya Prancis, budaya Jepang;
- 4) kelompok etnik-ras dalam negara, seperti budaya orang Amerika Hitam, Budaya Amerika Asia, Budaya Cina-Indonesia;
- 5) macam-macam subkelompok dari sosiologis berdasarkan kategorisasi jenis kelamin, kelas sosial, *coundercuklture*

<sup>4</sup>) Sasa Djuarsa Senjaya dkk., *Teori Komunikasi*, Jakarta: Lembaga Penerbitan Univ. Terbuka, 2007, hlm. 14.

(budaya *hippis*, budaya orang di penjara, budaya gelandangan, budaya kemiskinan).

#### b. Konteks Sosial Tempat Terjadinya Komunikasi Antarbudaya

Konteks sosial komunikasi antarbudaya adalah konteks pada organisasi, bisnis, pendidikan, akulturasi imigran, politik, perkembangan alih teknologi dan inovasi, serta konsultasi terapis. Dalam dimensi ini, muncul variasi kontekstual, misalnya komunikasi antarorang Indonesia dengan orang Italia. Hubungan antarkeduanya membangun komunikasi yang lebih luas dengan tujuan tertentu.

#### c. Saluran yang Dilalui oleh Pesan Komunikasi Antarbudaya (Baik yang Bersifat Verbal maupun Nonverbal)

Secara garis besar, saluran dapat dibagi atas:

- 1) antarpribadi/orang saluran komunikasi memengaruhi proses dan hasil keseluruhan dari komunikasi antarbudaya;
- 2) media massa: saluran komunikasi melalui media lebih mengglobal dan tanpa sekat.

## B. Tujuan, Alasan, dan Pentingnya Mengkaji Komunikasi Antarbudaya

### 1. Tujuan Mempelajari Komunikasi Antarbudaya

Tujuan mempelajari komunikasi antarbudaya, yaitu:

- a. memahami perbedaan budaya yang memengaruhi praktik komunikasi antarorang yang berbeda budaya;
- b. mengidentifikasi kesulitan yang muncul dalam komunikasi;
- c. membantu mengatasi masalah komunikasi yang disebabkan oleh perbedaan budaya;

- d. meningkatkan keterampilan verbal dan nonverbal dalam komunikasi;
- e. menjadikan kita mampu berkomunikasi secara efektif.

## 2. Alasan Mempelajari Komunikasi Antarbudaya

Adapun beberapa alasan perlunya mempelajari komunikasi antarbudaya, antara lain untuk:

- a. membuka diri memperluas pergaulan;
- b. meningkatkan kesadaran diri;
- c. mengenal etika/etis;
- d. mendorong perdamaian dan meredam konflik antarbudaya;
- e. demografis;
- f. kegiatan ekonomi;
- g. menghadapi teknologi komunikasi;
- h. menghadapi era global.

## 3. Pentingnya Mengkaji Komunikasi Antarbudaya

Beberapa faktor yang menyebabkan pentingnya komunikasi antarbudaya, yaitu sebagai berikut.<sup>5</sup>

### a. *Mobilitas*

Belajar dari kebudayaan orang lain atau negara lain dan mengambil segala hal yang positifnya dapat menjadi pemicu kemajuan bangsa.

### b. *Saling Kebergantungan Ekonomi*

Kehidupan ekonomi suatu bangsa bergantung pada kemampuan bangsanya untuk berkomunikasi secara efektif dengan kultur yang berbeda dari bangsa lain yang lebih maju.

---

<sup>5</sup>) William B. Gudykunst dan Kim (Ed.), *Intercultural Communication Theory*, Beverly Hills, California: Sage Publications, 1983, hlm. 33.

### c. *Teknologi Komunikasi*

Teknologi telah membuat komunikasi antarbudaya menjadi mudah, praktis, dan tidak terhindarkan.

### d. *Pola Imigrasi*

Kebudayaan yang kuat memengaruhi kebudayaan yang lemah.

### e. *Kesejahteraan Politik*

Komunikasi dan saling pengertian antarbudaya menjamin hubungan politik antarbangsa dan negara.

## C. Landasan Konseptual Model Kajian Komunikasi Antarbudaya

Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss (1996) dalam *Human Communication: Konteks-konteks Komunikasi* menyatakan bahwa, "Budaya yang dimiliki seseorang menentukan cara ia berkomunikasi."<sup>6</sup>

Dengan demikian, konstruksi budaya yang dimiliki oleh seseorang, memengaruhi cara berpikir, berperilaku, berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain berbeda budaya dengannya.

### 1. Konsep Dasar Model

Model adalah representasi simbolis dari suatu objek, konsep, proses, sistem, atau gagasan berupa penyederhanaan atau idealisasi. Melalui model komunikasi, kita dapat mengetahui faktor-faktor yang terlibat dalam proses komunikasi. Akan tetapi, model tidak berisi penjelasan mengenai hubungan dan interaksi antara faktor atau unsur yang menjadi bagian dari model itu karena penjelasan tersebut dapat diperoleh dari teori.

---

<sup>6</sup>) Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss, *Human Communication: Konteks-konteks Komunikasi*, Penyunting Deddy Mulyana, Ed.1, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1996, hlm. 237.

Menurut Littlejohn dan Hawes (1983), teori merupakan penjelasan (*explanation*), sedangkan model hanya merupakan representasi. Dalam pengertian luas, model menunjuk pada setiap representasi simbolis dari suatu benda, proses, atau gagasan ide. Model dipandang sebagai analogi dari beberapa fenomena. Model dapat berbentuk gambar grafis, verbal, atau matematika. Dengan demikian, model dapat diartikan sebagai representasi dari peristiwa komunikasi.<sup>7</sup>

Beberapa manfaat model, yaitu:<sup>8</sup>

- a. menyediakan representasi visual dari sebuah proses sehingga dapat lebih cepat memahaminya (fungsi deskriptif);
- b. meringkas penelitian di suatu area;
- c. berhubungan dengan “teori” atau didasarkan pada penelitian aktual;
- d. membantu memahami gangguan komunikasi telah terjadi (fungsi pemecahan masalah). Dalam hal ini, model dapat membantu menganalisis komunikasi dan membuatnya menjadi lebih baik.

## 2. Konsep Dasar Komunikasi

Beberapa pengertian tentang komunikasi yang dikemukakan oleh para pakar komunikasi adalah sebagai berikut.

- a. I.G. Wursanto dalam *Etika Komunikasi Kantor* menyatakan bahwa, “Komunikasi adalah proses kegiatan pengoperasian/penyampaian warta/berita/informasi yang mengandung arti dari satu pihak (seseorang atau tempat) ke pihak lain, dalam usaha mendapatkan saling pengertian.”<sup>9</sup>

- b. Dalton E. McFarland mengemukakan dalam bukunya *Management Principles and Practices*, bahwa, “Communication may be defined as the process of meaningful interaction among human being.” Komunikasi sebagai proses interaksi yang mempunyai arti antarsesama manusia.<sup>10</sup>
- c. Keith Davis dalam bukunya *Human Relation at Work* menyebutkan sebagai berikut, “Communication is the process of passing information and understanding from one person to another”, artinya komunikasi merupakan proses penyampaian dan pemahaman dari seseorang ke orang lain.
- d. Phil. Astrid Susanto dalam bukunya *Komunikasi dalam Teori dan Praktik* menyebutkan bahwa komunikasi adalah proses pengoperasian lambang-lambang yang mengandung arti.<sup>11</sup>
- e. *Oxford Dictionary* (terbitan Oxford University Press, 1956) menyatakan bahwa komunikasi *the sending or exchange of information, ideas, etc*, yang artinya pengiriman atau tukar informasi dan sebagainya.<sup>12</sup>
- f. Dalam organisasi, komunikasi adalah rangkaian pemahaman yang memadukan anggota organisasi dari atas ke bawah, bawah ke atas secara lateral. Komunikasi ini terjadi di setiap bagian organisasi dalam dan dengan berbagai arah.<sup>13</sup>
- g. Komunikasi adalah penyampaian informasi, pikiran, dan gagasan dari seseorang kepada orang lain.<sup>14</sup>
- h. Carl I. Havland dalam bukunya *Social Communication* mengatakan bahwa, “Komunikasi adalah proses individu atau komunikator mengoperkan perangsang, biasanya dengan

---

<sup>7)</sup> Little John, Stephen W., dan Hawes, *Theories of Human Communication*, Second Edition, USA: Wadsworth, 1983, hlm. 355.

<sup>8)</sup> *Op.cit.*, Little John, hlm. 357.

<sup>9)</sup> Wursanto, *Etika Komunikasi Kantor*, Yogyakarta: Kanisius, 1987, hlm. 29.

---

<sup>10)</sup> Kristiadi, *Op.cit.*, hlm. 3.

<sup>11)</sup> Phil. Astrid Susanto, *Komunikasi dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: Bina Cipta, 1997, hlm. 14.

<sup>12)</sup> Kristiadi, *Komunikasi Lembaga Administrasi Negara*, Jakarta: t.p., 1995, hlm. 1.

<sup>13)</sup> *Ibid.*

<sup>14)</sup> Lumbantotuan, *Loc.cit.*, hlm. 331.

menggunakan lambang-lambang bahasa untuk mengubah tingkah laku individu yang lain (komunikasikan).”<sup>15</sup>

- i. Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media.<sup>16</sup>

Dari pengertian tersebut, ada tiga aspek yang perlu diperhatikan dalam komunikasi, yaitu sebagai berikut.

- a. Komunikasi dipandang sebagai suatu proses. Hal ini berarti bahwa komunikasi merupakan suatu aliran informasi melalui serangkaian atau urutan beberapa tahap atau langkah yang bersifat dinamis.
- b. Pengiriman informasi, komunikasi adalah pengiriman informasi. Pengiriman informasi artinya bukanlah komunikasi karena komunikasi merupakan proses dua arah. Informasi tidak hanya dikirim begitu saja, tetapi harus diterima dan dipahami. Jika informasi dikirimkan oleh seseorang tidak diterima oleh orang lain yang menjadi sasaran komunikasi; atau diterima tetapi tidak ditafsirkan secara tepat, terjadilah *miss communication*.
- c. Mencakup aspek manusia dan bukan manusia. Sebagaimana telah diuraikan bahwa pengertian komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain. Dalam penyampaian pesan atau informasi lainnya dibutuhkan cara-cara yang tepat atau diperlukan teknik komunikasi yang sesuai antara penyampai pesan dengan penerima pesan atau antara komunikator dengan komunikan. Dengan teknik komunikasi yang tepat, komunikasi akan memberikan dampak tertentu bagi komunikan sehingga mendatangkan kesepahaman dan mengerti maksud-maksud yang terdapat dalam informasi yang dikomunikasikan.

---

<sup>15)</sup> Onong Uchyana Effendy, *Hubungan Masyarakat, Suatu Studi Komunikasi*, dalam Kristiadi, Jakarta: LAN, 1995, hlm. 3.

<sup>16)</sup> *Ibid.*

Dari uraian tersebut, komunikasi harus dilakukan dengan tujuan yang tepat, yaitu:

- a. perubahan sikap (*attitude change*);
- b. perubahan perilaku (*behavior change*);
- c. perubahan pendapat/pandangan (*opinion change*);
- d. perubahan sosial (*social change*).

Perubahan sikap dapat dibentuk oleh komunikasi yang efektif. Kegiatan komunikasi bukan hanya membuat orang lain mengerti dan mengetahui pesan yang disampaikan, melainkan juga agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, ajakan, perbuatan atau kegiatan. Pada umumnya tidak ada model yang paling sempurna yang diterima secara luas, kecuali melalui komunikasi kultural yang berkenaan dengan cara manusia mempertahankan kehidupan.

Manusia belajar, berpikir, merasa, memercayai, dan mengusahakan menurut budayanya. Budaya menampilkan diri dalam bahasa dan tradisi atau kegiatan yang berfungsi sebagai model bagi tindakan adaptasi diri yang memainkan peran penting dalam kehidupan manusia. Perbedaan kultural antarmanusia, antarindividu ataupun antarkelompok dapat disatukan melalui komunikasi yang efektif, bersifat timbal balik dan memberikan kehangatan dalam kehidupan.

Komunikasi terdiri atas beberapa unsur yang penting, yaitu sebagai berikut:

- a. komunikator;
- b. komunikan;
- c. pesan, berita, dan informasi;
- d. alat komunikasi;
- e. teknik komunikasi;
- f. interaksi kedua belah pihak;
- g. verbalitas atau nonverbal dalam komunikasi.

Proses komunikasi dapat dilakukan dengan cara berikut:

- a. komunikasi langsung, yakni berhadapan-hadapan hanya dilakukan secara lisan;
- b. komunikasi langsung melalui pesawat telepon;
- c. komunikasi tidak langsung dapat dilakukan melalui surat, email, dan pengiriman pesan atau berita melalui orang lain;
- d. komunikasi personal, yakni komunikasi antarindividu;
- e. komunikasi antarpersonal, yang dilakukan dengan berbagai individu;
- f. komunikasi sosial, yang dilakukan dalam pergaulan di masyarakat;
- g. komunikasi verbal dan nonverbal, yang dilakukan dengan kata-kata atau isyarat dan bahasa tubuh.

Tujuh macam komunikasi tersebut berkaitan dengan jenis-jenis komunikasi, sekaligus proses komunikasi. Dalam prosesnya, komunikasi tidak dapat dilepaskan dari tujuh jenis tersebut, yaitu keterlibatan dua orang manusia atau lebih yang saling mengirimkan berita secara langsung atau tidak langsung, secara verbal atau nonverbal, menggunakan alat atau media tertentu atau dilakukan secara tradisional, sebagaimana terjadinya dialog antarpersonal.

### 3. Konsep Dasar Budaya

Budaya atau kebudayaan berasal dari bahasa Sanskerta, yaitu "buddhayah", bentuk jamak dari "buddhi" (budi atau akal) diartikan sebagai hal yang berkaitan dengan budi dan akal manusia. Dalam bahasa Inggris, kebudayaan disebut *culture*, yang berasal dari bahasa Latin, *colere*, yaitu mengolah atau mengerjakan atau dapat diartikan juga sebagai mengolah tanah atau bertani. Kata *culture* juga kadang diterjemahkan sebagai "kultur" dalam bahasa Indonesia.

Beberapa pakar mendefinisikan kebudayaan sebagai berikut.

- a. Melville J. Herskovits dan Bronislaw Malinowski mengemukakan bahwa segala sesuatu yang terdapat dalam masyarakat

ditentukan oleh kebudayaan yang dimiliki oleh masyarakat. Istilah untuk pendapat itu adalah *cultural determinism*.<sup>17</sup> Herskovits memandang kebudayaan sebagai sesuatu yang turun temurun dari satu generasi ke generasi yang lain, yang kemudian disebut sebagai *superorganic*.

- b. Menurut Andreas Eppink, kebudayaan adalah keseluruhan pengertian nilai sosial, norma sosial, ilmu pengetahuan serta keseluruhan struktur sosial, religius, dan lain-lain, serta segala pernyataan intelektual dan artistik yang menjadi ciri khas suatu masyarakat.<sup>18</sup>
- c. Menurut Edward Burnett Tylor (Soekanto, 2013), kebudayaan merupakan keseluruhan yang kompleks, di dalamnya terkandung pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kemampuan lain yang didapat seseorang sebagai anggota masyarakat.<sup>19</sup>
- d. Menurut Selo Soemardjan dan Soelaiman Soemardi, kebudayaan adalah sarana hasil karya, rasa, dan cipta masyarakat.<sup>20</sup>

Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kebudayaan meliputi sistem ide atau gagasan yang terdapat dalam pikiran manusia yang bersifat abstrak. Perwujudan kebudayaan adalah benda yang diciptakan oleh manusia sebagai makhluk yang berbudaya, berupa perilaku dan benda-benda yang bersifat nyata, pola perilaku, bahasa, peralatan hidup, organisasi sosial, religi, seni, dan lain-lain, yang kesemuanya ditujukan untuk membantu manusia dalam melangsungkan kehidupan bermasyarakat.<sup>21</sup>

---

17) John P. Simanjuntak *et.al.*, *Public Relation*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2003, hlm. 33.

18) Koentjaraningrat, *Pengantar Antropologi Jilid 1*, Cetakan Kedua, Jakarta: Rineka Cipta, 2003, hlm. 113.

19) Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, Cet. 45, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013, hlm. 150.

20) *Op.cit.*, hlm. 151.

21) *Op.cit.*, Soekanto, 2013, hlm. 154.

## D. Teori Komunikasi Antarbudaya Berdasarkan Tradisi Ilmu Komunikasi

Menurut Gudykunst, dalam tradisi ilmu komunikasi dikenal lima pendekatan teoretis yang dapat membantu dalam menelaah fenomena komunikasi antarbudaya, yaitu sebagai berikut.<sup>22</sup>

### 1. Teori Analisis Kebudayaan Implisit

Kebudayaan imaterial yang bentuknya tidak tampak sebagai suatu “benda” yang “tersirat” dalam nilai dan norma budaya masyarakat, misalnya bahasa. Setiap manusia menjadikan bahasa sebagai kebudayaan implisit untuk mengungkapkan *skema kognitif*-nya, yaitu skema pikiran, gagasan, pandangan, dan pengalaman manusia tentang dunia.

Halliday berpendapat bahwa bahasa merupakan alat mengonseptualisasikan semua hal ihwal tentang dunia secara objektif. Fungsi utama bahasa berkaitan dengan pilihan strategi tindakan manusia, fungsi: pribadi, kontrol, referensial, imajinatif, dan manajemen identitas.

Kebudayaan memuat beberapa asumsi dasar berikut:

- a. memengaruhi skema kognitif;
- b. memengaruhi organisasi tujuan dan strategi tindakan;
- c. memengaruhi pengorganisasian skema interaksi;
- d. memengaruhi proses komunikasi.

### 2. Teori Analisis Kaidah Peran

Konsep kaidah peran dapat digambarkan sebagai berikut. Setiap peran manusia mempunyai “kaidah peran” tertentu sehingga satu peran akan diikuti oleh peran lain, satu perilaku akan diikuti

oleh perilaku lain.<sup>23</sup> Contoh penelitian yang mendasarkan pada teori kaidah peran dalam komunikasi antarbudaya adalah sebagai berikut.<sup>24</sup>

- a. Penelitian Ekman dan Friesen terhadap beberapa kelompok budaya yang menunjukkan bahwa peranan ekspresi wajah menggambarkan emosi yang selalu berubah secara teratur. Perubahan tersebut memberikan informasi tentang tingkat emosi manusia.
- b. Morris dkk. dalam Pierce, yang meneliti makna mimik komunikasi lintas budaya, juga mendapati bahwa setiap perilaku gerakan tubuh mengikuti pola yang teratur.
- c. Cushman dan Pearce menunjukkan bahwa kaidah peran membentuk perilaku. Pelaku sadar bahwa yang dilakukan pasti mempunyai dampak tertentu.

### 3. Teori Analisis Interaksi Antarbudaya

Payung teori analisis interaksi antarbudaya, yaitu sebagai berikut.<sup>25</sup>

#### a. Pendekatan Jaringan Metateoritik

Teori ini memfokuskan pada tema hubungan antarpribadi dengan tekanan utama pertentangan atau ketegangan mental akibat individu yang mempertahankan “prinsip otonomi pribadi” dengan “ketergantungan antarpribadi”.

Beberapa penelitian dengan pendekatan ini menemukan bahwa kebudayaan Barat, yang mempunyai struktur kaidah relasi antarpribadi yang ketat, memengaruhi derajat relasi, yakni relasi yang terbatas dan tertutup. Hal itu tampak dalam frekuensi

<sup>22)</sup> *Loc.cit.*, Gudykunst, *Intercultural...*, 1983, hlm. 547.

<sup>23)</sup> Rom Harre dalam Pearce, *Fisiologi*, (Diterjemahkan oleh H. Susilo), Jakarta: Universitas Indonesia, Press, 1976, hlm. 81.

<sup>24)</sup> Berger dan Chaffee (Ed.), *Handbook of Communication Science*, Beverly Hills, California: Sage, 1987, hlm. 155.

<sup>25)</sup> *Loc.cit.*, Gudykunst, *Intercultural...*, 1983, hlm. 535.

komunikasi dan tingkat pertukaran informasi antarpribadi. Pendekatan metateoritik adalah nilai-nilai kebudayaan masyarakat menentukan otonomi individu, ketergantungan individu dengan orang lain dalam rangka menciptakan derajat hubungan antarpribadi.

#### b. Teori Pertukaran

Teori pertukaran atau *exchange theory* dikembangkan oleh para peneliti sosiologi, yaitu Thibaut dan Kelly.<sup>26</sup> Inti teori ini mengatakan bahwa hubungan antarpribadi dapat diteruskan dan dihentikan.

Menurut Wood, ada dua belas karakteristik pendekatan pertukaran, yaitu sebagai berikut.<sup>27</sup>

- 1) Prinsip individual; komunikasi memasuki tahap awal. Antara individu yang memprakarsai hubungan antarpribadi berharap kualitas hubungan meningkat. Apabila memburuk, hubungan antarpribadi dihentikan
- 2) Komunikasi coba-coba; tiap individu melakukan uji coba dalam hubungan antarpribadi dengan cara mencari informasi di antara masing-masing pihak.
- 3) Komunikasi eksplorasi; individu yang terlibat akan meneliti ulang setiap informasi dan tidak begitu mudah mengambil keputusan.
- 4) Komunikasi eforia; tiap-tiap individu sudah meleburkan kepentingan yang berbeda dan membentuk hubungan baru atas dasar yang sama. Fungsi komunikasi tahap ini adalah:
  - a) mengubah peran individu;
  - b) membiarkan dasar hubungan yang telah disepakati berlangsung terus;

<sup>26)</sup> *Loc.cit.*, Alo Liliweri, *Gatra...*, 2001, hlm. 213.

<sup>27)</sup> A. Bandura dan R.E. Wood, *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1982, hlm. 273.

- c) memberikan informasi tentang pribadi kepada partisipan komunikasi;
  - d) membiarkan empati dengan mengambil peran komunikasi.
- 5) Komunikasi yang memperbaiki dan mengevaluasi kembali hubungan antarpribadi; dalam komunikasi ini, keputusan yang diambil adalah terus melanjutkan hubungan antarpribadi.
  - 6) Komunikasi pertalian; dua pihak menetapkan bersama waktu dan tempat kesinambungan komunikasi.
  - 7) Komunikasi sebagai pengemudi; ditandai dengan tahap keluwesan kontrol atas kebiasaan hubungan antarpribadi. Daya kontrol tercipta sedemikian rupa sehingga menghasilkan kaidah peran bersama.
  - 8) Komunikasi yang membedakan; tahap yang menunjukkan individu kembali berusaha menekan karakteristiknya. Individu kembali menegaskan perbedaan pola kebudayaan kemudian meneruskan relasi dengan cara lain.
  - 9) Komunikasi yang disintegratif; menemukan perbedaan antarpribadi sehingga berpotensi munculnya disintegrasi. Dua pihak mulai mengingkari budaya masing-masing, kaidah relasi mulai dirusak sehingga hubungan menjadi renggang. Komunikasi antarpribadi hanya berlangsung hanya jika menyangkut tema-tema tertentu, jarak sosial antarpribadi semakin besar.
  - 10) Komunikasi yang macet; komunikasi masuk pada tahap yang menunjukkan bahwa tiap-tiap pihak mencari peluang dengan menciptakan masalah dan waktu/kesempatan yang cocok sehingga hubungan antarpribadi dihentikan.
  - 11) Pengakhiran komunikasi; hubungan antarpribadi memasuki tahap perundingan tentang perhentian interaksi antarpribadi.

- 12) Individualis; komunikasi memasuki tahap akhir, yang menunjukkan suasana hubungan antarpribadi tidak pasti, tiap-tiap pihak menyendiri dan tidak tahu cara memulai komunikasi.

**c. Teori Pengurangan Tingkat Ketidakpuasan**

Teori ini dikembangkan oleh Berger pada tahun 1982 yang mengemukakan bahwa salah satu fungsi komunikasi adalah mencari informasi dalam upaya mengurangi tingkat ketidakpuasan komunikator dan komunikan. Menurutny, setiap individu berkomunikasi antarpribadi hanya untuk mendapatkan kepastian agar individu merasa yakin dan percaya kepada sesama. Keinginan untuk mencari kepastian ini semakin kuat ketika dalam keadaan:<sup>28</sup>

- 1) perilaku pihak lain menyimpang dari kebiasaan umum;
- 2) berusaha mengantisipasi perulangan interaksi;
- 3) ada peluang untuk memperoleh ganjaran dan hukuman dari pihak lain.

Berger mengajukan strategi mencari informasi agar individu mengurangi tingkat ketidakpuasan tentang pihak lain:

- 1) mengamati pihak lain secara pasif;
- 2) menyelidiki atau menelusuri pihak lain;
- 3) menanyakan informasi melalui pihak ketiga;
- 4) menangani lingkungan terhadap pihak lain;
- 5) interogasi;
- 6) membuka diri.

**d. Pendekatan Psikologi Humanistik**

Teori psikologi humanistik menekankan bahwa jika setiap pribadi dari berbagai budaya yang berbeda membuka pribadinya bagi sesama, ia akan dikenal dan mengenal sesama.

Asumsi dasar teori ini adalah setiap individu dapat memahami diri sendiri dan mengendalikan sikap serta tingkah lakunya ketika berhubungan dengan orang lain.

**e. Pendekatan Peran Berdasarkan Deskripsi Etnis**

Teori ini dirumuskan oleh Wallace (1961) yang mengatakan bahwa komunikasi antarpribadi ditentukan oleh pendekatan peran berdasarkan deskripsi etnografi. Setiap norma kelompok etnik memberikan peluang terbentuknya otonomi individu dan ketergantungan pribadi. Faktor inilah yang memengaruhi hubungan antarbudaya. Di sini diperlukan deskripsi etnografi yang mendalam terhadap individu.

**f. Pendekatan Adaptasi**

Teori ini diperkenalkan oleh Ellingwoorth yang mengatakan bahwa setiap individu dikaruniai kemampuan untuk beradaptasi antarpribadi. Adaptasi nilai dan norma antarpribadi termasuk nilai dan norma antarbudaya ditentukan oleh dua faktor, yaitu pilihan untuk mengadaptasi nilai dan norma yang fungsional atau mendukung hubungan antarpribadi, atau nilai dan norma yang disfungsi atau tidak mendukung hubungan antarpribadi.

**g. Pendekatan Manajemen Koordinasi Makna**

Teori ini diperkenalkan oleh Pearce dan Cronen yang mengajukan argumentasi berikut.<sup>29</sup>

- 1) Hubungan antarpola komunikasi dinilai berkualitas tinggi jika hubungan itu dilakukan pada konteks hubungan antarpribadi yang dilandasi oleh konsep diri atau konsep kebudayaan sendiri.
- 2) Asumsinya, semua tindakan menghasilkan konteks dan konteks menghasilkan tindakan.

---

<sup>28)</sup> *Loc.cit.*, Gudykunst, *Intercultural...*, 1983, hlm. 539.

---

<sup>29)</sup> *Op.cit.*, Gudykunst, hlm. 543.



Ada enam tingkat konteks dalam pendekatan manajemen koordinasi makna, yaitu sebagai berikut.

- 1) Konteks perilaku verbal dan nonverbal diasumsikan bahwa pesan yang ditukar oleh orang yang terlibat dalam komunikasi antarpribadi selalu memilih konteks yang sesuai dengan penerapan pesan verbal dan nonverbal.
- 2) Konteks aktivitas komunikasi verbal dikaitkan dengan tingkat pemahaman bersama atas makna.
- 3) Konteks yang menggambarkan situasi yang memudahkan penampilan dan pengembangan pola perilaku timbal balik yang secara teratur diterima.
- 4) Konteks *relationship* adalah konteks yang menggambarkan situasi bentuk sosial antara dua orang atau lebih.
- 5) Konteks konsep diri adalah konteks yang mementingkan penghayatan atas berbagai tindakan relasi antarpribadi.
- 6) Konteks pola budaya, konteks yang memberi kemungkinan individu mengetahui dan memilih tindakan dan makna relasi antarpribadi yang diterima oleh masyarakat secara kolektif.

#### 4. Tahapan Proses Komunikasi Antarbudaya

Dalam mengadakan komunikasi antarbudaya, setiap orang yang terlibat di dalamnya harus memahami proses komunikasi secara umum. Proses komunikasi adalah proses timbal balik antara komunikator sebagai pengirim dan komunikan sebagai penerima pesan dan yang menciptakan pengertian dan penerimaan yang sama, serta menghasilkan tindakan yang sama untuk mencapai tujuan.

Tahap-tahap proses komunikasi sebagaimana dijelaskan oleh Kristiadi terdiri atas sebagai berikut.

##### a. Tahap Ideasi/Gagasan

Ideasi (*ideation*), yaitu proses penciptaan gagasan atau informasi yang dilakukan oleh komunikator.

##### b. Tahap Encoding

Dalam tahap *encoding*, gagasan atau informasi dibentuk menjadi simbol atau sandi yang dirancang untuk dikirim kepada komunikan dan pemilihan saluran dan media komunikasi yang akan digunakan. Simbol atau sandi dapat berbentuk kata-kata (lisan ataupun tertulis), gambar (poster atau grafik), atau berupa tindakan.

##### c. Tahap Pengiriman

Pengiriman (*transmitting*) gagasan atau pesan telah disimbolkan (*encoded*) melalui saluran dan media komunikasi yang tersedia dalam organisasi. Pengiriman pesan dapat dilakukan dengan berbicara, menulis, menggambar, dan bertindak. Media komunikasi yang dipakai sebagai saluran dapat berbentuk lisan (telepon, temu muka langsung) atau tertulis (papan pengumuman dan poster, buku pedoman), mengalir ke bawah (memo dan instruksi), kertas (kotak saran, *griavance prosedure*, laporan prestasi kerja), atau mengalir ke samping (panitia kerja, pertemuan antardepartemen), formal (diskripsi jabatan dan prosedur kerja, konferensi) atau informal, dan aliran satu arah (laporan tahunan yang dipublikasikan) atau dua arah (konferensi, wawancara pemutusan kerja).

##### d. Tahap Penerimaan

Setelah dikirim melalui media komunikasi, pesan diterima oleh komunikan. Pesan diterima melalui proses mendengarkan, membaca, atau mengamati bergantung pada saluran atau media yang digunakan untuk mengirimkannya. Informasi atau pesan yang berbentuk komunikasi lisan sering menyebabkan kegagalan dalam mendengarkan atau berkonsentrasi sehingga pesan yang diterima menjadi tidak jelas.

##### e. Tahap Decoding

Pesan-pesan yang diterima diinterpretasikan, dibaca, diartikan, dan diuraikan secara langsung atau tidak langsung

melalui proses berpikir. Pikiran manusia, sistem memori mekanis, insting binatang, dan proses berpikir lainnya berfungsi sebagai mekanis *decoding*. Pada tahap *decoding*, dapat atau sering terjadi ketidaksesuaian bahkan penolakan terhadap gagasan atau ide yang di-*encoding* oleh komunikator dikarenakan adanya hambatan teknis, atau terjadi perbedaan antara komunikator dan komunikan dalam hal arti kata atau semantik.

## 5. Tahap Respons

Tindakan yang dilakukan oleh komunikan sebagai respons terhadap pesan-pesan yang diterimanya merupakan tahap terakhir dalam proses komunikasi. Dalam tahap ini, respons komunikasi dapat berbentuk usaha melengkapi informasi, meminta informasi tambahan atau melakukan tindakan lain. Jika setiap pesan yang dikirimkan komunikator menghasilkan respons atau tindakan dari para komunikan sebagaimana yang diharapkan, hal itu berarti terjadi komunikasi efektif.

Terjadinya komunikasi antarmanusia merupakan proses dari adanya stimulus dan respons dari kedua belah pihak. Respons adalah reaksi yang diberikan oleh pihak komunikan. Dengan adanya respons, anggapan, atau umpan balik yang diberikan oleh komunikan berarti pesan yang dikirim sudah sampai sehingga terjadi komunikasi dua arah. Respons yang diberikan oleh pihak komunikan dapat dibedakan menjadi enam macam.

- a. *Direct response (immediate feedback)*, yaitu respons yang diberikan secara langsung oleh pihak komunikan dan memerlukan waktu yang relatif sebentar, misalnya “ya” atau “tidak”, mengangguk, menggeleng kepala, dan sebagainya.
- b. *Indirect response (delayed feedback)*, yaitu respons yang memerlukan jangka waktu karena menyangkut media yang dipergunakan, misalnya tanggapan surat pembaca kepada redaksi surat kabar.

- c. *Zero response*, yaitu respons yang kurang/tidak dimengerti oleh pihak komunikator.
- d. *Positiver response*, yaitu respons yang diberikan oleh pihak komunikan yang dapat dimengerti oleh pihak komunikator sehingga terjadi saling pengertian antara komunikan dengan komunikator.
- e. *Neutral response*, yaitu respons yang bersifat netral, atau respons yang diberikan pihak komunikan yang tidak mendukung dan tidak pula menentang.
- f. *Negative response*, yaitu respons yang diterima oleh komunikator yang bersifat negatif atau tidak memberi dukungan kepada pihak komunikator.

## BAB 2

# KONSEP DASAR KOMUNIKASI ANTARBUDAYA

Masyarakat Indonesia dikenal sebagai masyarakat yang heterogen dalam berbagai aspek, seperti keberagaman suku bangsa, agama, bahasa, adat istiadat, dan sebagainya. Perbedaan tersebut dapat dipahami jika setiap kelompok masyarakat saling berkomunikasi. Untuk berkomunikasi dengan orang-orang yang berbeda budaya dan menyesuaikan perbedaannya, diperlukan pemahaman budaya.

Dengan kata lain, kita sering tidak dapat menerima atau merasa kesulitan menyesuaikan diri dengan perbedaan tersebut, tanpa komunikasi yang padu antarbudaya.

### A. Dasar-dasar Komunikasi Antarbudaya

#### 1. Pengertian Komunikasi Antarbudaya

Istilah antarbudaya pertama kali diperkenalkan oleh Edward T. Hall pada tahun 1959, tetapi Hall tidak menerangkan pengaruh perbedaan budaya terhadap proses komunikasi antarpribadi. Selanjutnya, David K. Berlo melalui bukunya *The Process of*

*Communication (An Introduction to Theory and Practice)* pada tahun 1960 menjelaskan perbedaan antarbudaya dalam berkomunikasi.<sup>1</sup> Komunikasi antarbudaya adalah komunikasi antarorang yang memiliki budaya yang berbeda.

Menurut Liliweri (2001), komunikasi antarbudaya adalah komunikasi antarpribadi yang dilakukan oleh komunikator dan komunikan yang berbeda budaya, bahkan dalam satu bangsa sekalipun.

Komunikasi dan budaya ibarat dua sisi mata uang yang tidak terpisahkan dan saling memengaruhi satu sama lain. Budaya tidak hanya menentukan siapa bicara dengan siapa, tentang apa dan bagaimana komunikasi berlangsung, tetapi budaya juga turut menentukan cara orang menyandi pesan, makna yang dimiliki untuk pesan dan kondisinya untuk mengirim, memerhatikan, dan menafsirkan pesan.

Menurut Martin (2007), ada dua konsep utama yang mewarnai komunikasi antarbudaya (*interculture communication*), yaitu konsep kebudayaan dan konsep komunikasi. Hubungan antara keduanya sangat kompleks. Budaya memengaruhi komunikasi dan komunikasi turut menentukan, menciptakan, dan memelihara realitas budaya dari komunitas/kelompok budaya.<sup>2</sup>

Menurut Mulyana dan Rakhmat (2001), seluruh perbendaharaan perilaku manusia sangat bergantung pada budaya tempat ia dibesarkan. Konsekuensinya adalah budaya merupakan landasan komunikasi. Dengan budaya yang beragam, beragam pula praktik komunikasi.<sup>3</sup> Dari kedua konsep utama itu, studi komunikasi antarbudaya dapat diartikan sebagai studi yang menekankan

pada efek kebudayaan terhadap komunikasi. Beberapa definisi komunikasi antarbudaya yang dirilis oleh Liliweri (2001) adalah sebagai berikut.<sup>4</sup>

- a. Guo-Ming Chen dan William J. Starosta mengatakan bahwa komunikasi antarbudaya adalah proses negosiasi atau pertukaran sistem simbolis yang membimbing perilaku manusia dan membatasi mereka dalam menjalankan fungsinya sebagai kelompok.
- b. Andrea L. Rich dan Dennis M. Ogawa dalam buku Larry A. Samovar dan Richard E. Porter, *Intercultural Communication, A Reader* komunikasi antarbudaya adalah komunikasi antara orang-orang yang berbeda kebudayaan, misalnya antarsuku bangsa, antaretnik dan ras, antarkelas sosial.
- c. Samovar dan Porter mengatakan bahwa komunikasi antarbudaya adalah komunikasi antara pengirim pesan dan penerima pesan dengan latar belakang kebudayaan yang berbeda.
- d. Charley H. Dood mengatakan bahwa komunikasi antarbudaya adalah komunikasi yang melibatkan peserta komunikasi yang mewakili pribadi, antarpribadi, dan kelompok dengan tekanan pada perbedaan latar belakang kebudayaan yang memengaruhi perilaku komunikasi para peserta.
- e. Tim-Toomey (Mulyana, 2003) menjelaskan komunikasi antarbudaya sebagai proses pertukaran simbolis, yakni individu-individu dari dua (atau lebih) komunitas kultural yang berbeda menegosiasikan makna yang dipertukarkan dalam sebuah interaksi yang interaktif.<sup>5</sup>

Hal terpenting dari komunikasi antarbudaya yang membedakannya dari kajian keilmuan lainnya adalah tingkat perbedaan yang relatif tinggi pada latar belakang pengalaman pihak-pihak

---

<sup>1</sup>) *Loc.cit.*, Alo Liliweri, *Gatra...*, 2001, hlm. 1.

<sup>2</sup>) Judith Martin dan Thomas K. Nakayama, *Intercultural Communication in Contexts*, New York: McGraw Hill, 2007, hlm. 92.

<sup>3</sup>) Deddy Mulyana dan Jalaluddin Rakhmat, *Komunikasi Antarbudaya: Panduan Berkomunikasi dengan Orang-orang Berbeda Budaya*, (Eds. 3), Bandung: Remaja Rosda Karya, 2001, hlm. 20.

---

<sup>4</sup>) *Loc.cit.*, Alo Liliweri, *Gatra...*, 2001, hlm. 10-11.

<sup>5</sup>) *Op.cit.*, hlm. 173.

yang berkomunikasi (*the communications*) karena adanya perbedaan kultural.<sup>6</sup> Dalam perkembangannya, komunikasi antarbudaya dipahami sebagai proses transaksional, proses simbolis yang melibatkan atribusi makna antara individu dari budaya yang berbeda.

Menurut Kim (Rahardjo, 2005), asumsi yang mendasari batasan tentang komunikasi antarbudaya adalah bahwa individu-individu yang memiliki budaya yang sama pada umumnya berbagi kesamaan atau homogenitas dalam keseluruhan latar belakang pengalaman mereka daripada orang yang berasal dari budaya yang berbeda.<sup>7</sup>

Untuk memahami kajian komunikasi antarbudaya, beberapa asumsi yang perlu diperhatikan, yaitu:<sup>8</sup>

- a. dalam komunikasi antarbudaya terkandung isi dan relasi antar-pribadi;
- b. gaya personal memengaruhi komunikasi antarpribadi;
- c. komunikasi antarbudaya dimulai dengan anggapan dasar adanya perbedaan persepsi antara komunikator dan komunikan;
- d. tujuan komunikasi antarbudaya adalah efektivitas antarbudaya dan mengurangi tingkat ketidakpastian;
- e. komunikasi berpusat pada kebudayaan;

Dari beberapa asumsi tersebut, inti dari komunikasi antarbudaya adalah komunikasi yang terjadi di antara orang-orang yang memiliki latar belakang budaya yang berbeda.

---

<sup>6)</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2003, hlm. 172.

<sup>7)</sup> Pradekso Rahardjo, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Universitas Terbuka, 2005, hlm. 53.

<sup>8)</sup> *Loc.cit.*, Liliweri, *Gatra...*, 2001, hlm. 15.

## 2. Istilah yang Sepadan dengan Istilah Komunikasi Antarbudaya

Beberapa istilah yang sering disepadankan dengan istilah komunikasi antarbudaya adalah sebagai berikut.<sup>9</sup>

- a. Komunikasi antaretnik adalah komunikasi antaranggota etnik yang berbeda atau antaranggota etnik yang sama, tetapi memiliki latar belakang budaya yang berbeda atau subkultur yang berbeda. Kelompok etnik adalah kelompok orang yang ditandai dengan bahasa dan asal-usul yang sama. Komunikasi antar-etnik merupakan bagian dari komunikasi antarbudaya, tetapi komunikasi antarbudaya belum tentu merupakan komunikasi antaretnik.<sup>10</sup>
- b. Komunikasi antar-ras adalah komunikasi antara sekelompok orang yang ditandai dengan arti biologis yang sama atau komunikasi antara ras yang berbeda, tetapi memiliki kebudayaan yang sama, terutama dalam hal bahasa dan agama. Komunikasi antar-ras dimasukkan dalam komunikasi antarbudaya karena secara umum, ras yang berbeda memiliki bahasa dan asal-usul yang berbeda juga. Komunikasi antarbudaya dalam konteks komunikasi antar-ras sangat berpotensi terhadap konflik karena orang yang berbeda ras memiliki prasangka atau stereotip terhadap orang yang berbeda ras dengannya.
- c. Komunikasi lintas budaya adalah studi tentang perbandingan gagasan atau konsep dalam berbagai kebudayaan; perbandingan antara aspek atau minat tertentu dalam kebudayaan atau perbandingan antaraspek atau umat tertentu dengan satu atau kebudayaan lain.<sup>11</sup>
- d. Komunikasi internasional, dapat diartikan sebagai komunikasi yang dilakukan antara komunikator yang mewakili suatu negara

---

<sup>9)</sup> Armawati Arbi, *Dakwah dan Komunikasi*, Jakarta: UIN Press, 2003, hlm.16.

<sup>10)</sup> *Loc.cit.*, Deddy Mulyana, *Ilmu...*, 2005, hlm. xii.

<sup>11)</sup> *Loc.cit.*, Armawati Arbi, *Dakwah...*, 2003, hlm. 186.

untuk menyampaikan pesan-pesan yang berkaitan dengan berbagai kepentingan negaranya kepada komunikan yang mewakili negara lain dengan tujuan memperoleh dukungan yang lebih luas.<sup>12</sup>

Komunikasi antarbudaya merupakan istilah yang mencakup arti umum dan menunjukkan pada komunikasi antara orang-orang yang mempunyai latar belakang kebudayaan yang berbeda. Dalam perkembangannya, komunikasi antarbudaya sering “disamakan” dengan komunikasi lintas budaya (*cross cultural communication*). Komunikasi lintas budaya lebih memfokuskan pembahasannya pada upaya membandingkan fenomena komunikasi dalam budaya berbeda. Misalnya, membandingkan gaya komunikasi pria atau gaya komunikasi wanita dalam budaya Amerika dan budaya Indonesia.

Liliweri (2001) menjelaskan komunikasi lintas budaya sebagai berikut:

“... Komunikasi lintas budaya lebih menekankan perbandingan pola-pola komunikasi antarpribadi di antara peserta komunikasi yang berbeda kebudayaan. Pada awalnya studi lintas budaya berasal dari perspektif antropologi sosial dan budaya sehingga lebih bersifat *depth description*, yakni penggambaran yang mendalam tentang perilaku komunikasi berdasarkan kebudayaan tertentu.”<sup>13</sup>

Substansi yang membedakan antara komunikasi antarbudaya dengan komunikasi lintas budaya diungkapkan Purwasito (2003: 125), sebagai berikut.

“... Pada dasarnya, sebutan komunikasi lintas budaya sering pula digunakan para ahli untuk menyebut makna komunikasi antarbudaya. Perbedaannya terletak pada wilayah geografis (negara) atau dalam konteks rasial (bangsa). Akan tetapi,

juga untuk menyebut dan membandingkan satu fenomena kebudayaan dengan kebudayaan lain (*generally refers to comparing phenomena across cultures*) tanpa dibatasi oleh konteks geografis, ras, atau etnik. Misalnya, kajian lintas budaya tentang peran wanita dalam masyarakat tertentu dibandingkan dengan peranan wanita yang berbeda *setting* kebudayaannya. Itulah sebabnya, komunikasi lintas budaya didefinisikan sebagai analisis perbandingan yang memprioritaskan relativitas kegiatan kebudayaan, *a kind of comparative analysis which priorities the relativity of cultural activities.*”<sup>14</sup>

Dari uraian tersebut, jelas bahwa komunikasi antarbudaya lebih luas dan lebih komprehensif daripada komunikasi lintas budaya. Penekanan antarbudaya terletak pada orang-orang yang terlibat komunikasi dan memiliki perbedaan budaya sehingga dapat dijumpai dalam komunikasi lintas budaya, komunikasi antar-ras, komunikasi internasional, dan sebagainya, sepanjang kedua orang yang melakukan komunikasi tersebut memiliki latar belakang budaya yang berbeda.

### 3. Karakteristik Aktivitas Komunikasi Antarbudaya

Komunikasi antarbudaya merujuk pada fenomena komunikasi bahwa para partisipan yang berbeda dalam latarbelakang kultural menjalin kontak satu sama lain secara langsung ataupun tidak langsung.

Menurut Rahardjo (2005), ketika komunikasi antarbudaya mempersyaratkan dan berkaitan dengan kesamaan dan perbedaan kultural antara pihak yang terlibat, karakteristik kultural dari para partisipan bukan merupakan fokus studi dari komunikasi antarbudaya, melainkan proses komunikasi antara individu dengan individu dan kelompok dengan kelompok lainnya.

---

<sup>12)</sup> Bakrie Abbas, *Komunikasi Internasional: Peran dan Permasalahannya*, Jakarta: Yayasan Kampus Tercinta - ISIIP, 2007, hlm. 2.

<sup>13)</sup> *Loc.cit.*, Liliweri, *Gatra...*, 2001, hlm. 22.

---

<sup>14)</sup> Andrik Purwasito, *Komunikasi Multikultural*, Cetakan Ke-1, Surakarta: Muhammadiyah University, 2003, hlm. 125.

Karakteristik sebuah aktivitas komunikasi efektif apabila terdapat persamaan makna pesan antara komunikator dan komunikan, demikian halnya dengan komunikasi antarbudaya. Akan tetapi, hal ini menjadi lebih sulit karena adanya unsur perbedaan kebudayaan antara pelaku komunikasinya. Itulah sebabnya, usaha untuk menjalin komunikasi antarbudaya dalam praktiknya bukan merupakan persoalan sederhana.<sup>15</sup>

Mc. Daniel (2007) menyebutkan beberapa masalah potensial yang sering terjadi di dalamnya, seperti pencarian kesamaan, penarikan diri, kecemasan, pengurangan ketidakpastian, stereotip, prasangka, rasisme, kekuasaan, etnosentrisme, dan *culture shock*.<sup>16</sup>

Untuk itu, Lewis dan Slade menguraikan tiga kawasan yang paling problematik dalam lingkup pertukaran antarbudaya, yaitu kendala bahasa, perbedaan nilai, dan perbedaan pola perilaku kultural.<sup>17</sup>

- a. Kendala bahasa merupakan sesuatu yang tampak, tetapi hambatan tersebut lebih mudah untuk ditanggulangi karena bahasa dapat dipelajari.
- b. Perbedaan nilai merupakan hambatan yang serius terhadap munculnya kesalahpahaman budaya sebab ketika dua orang yang berasal dari kultur yang berbeda melakukan interaksi, perbedaan tersebut akan menghalangi pencapaian kesepakatan yang rasional tentang isu-isu penting.
- c. Kesalahpahaman antarkultural dikarenakan perbedaan perilaku kultural lebih diakibatkan oleh ketidakmampuan tiap-tiap kelompok budaya untuk memberi apresiasi terhadap kebiasaan yang dilakukan oleh setiap kelompok budaya tersebut.

---

<sup>15)</sup> *Loc.cit.*, Pradekso Rahardjo, *Pengantar...*, 2005, hlm. 54.

<sup>16)</sup> Larry A. Samovar, Richard E. Porter, Edwin R. McDaniel, *Komunikasi Lintas Budaya*, Jakarta: Salemba Humanika, 2007, hlm. 316.

<sup>17)</sup> Glen Lewis, Christina Slade, *Critical Communication*, Australia: Prentice Hall., 1994, hlm. 211.

Rahardjo (2005) menyebutkan beberapa faktor penghambat komunikasi antarbudaya, yaitu:<sup>18</sup>

- a. *etnosentrisme* merupakan tingkatan individu menilai budaya orang lain sebagai inferior terhadap budaya mereka;
- b. *stereotip* merupakan generalisasi tentang beberapa kelompok orang yang sangat menyederhanakan realitas;
- c. prasangka merupakan sikap yang kaku terhadap kelompok yang didasarkan pada keyakinan atau prakonsepsi yang keliru, juga dapat dipahami sebagai penilaian yang tidak didasari oleh pengetahuan dan pengujian terhadap informasi yang tersedia.

#### 4. Bentuk Komunikasi Antarbudaya

Menurut DeVito (1997), bentuk-bentuk komunikasi antarbudaya, yaitu sebagai berikut.<sup>19</sup>

- a. Komunikasi antara kelompok agama yang berbeda. Misalnya, antara orang Katolik Roma dengan Episkop, atau antara orang Islam dan orang Yahudi.
- b. Komunikasi antara subkultur yang berbeda. Misalnya, antara dokter dan pengacara, atau antara tunanetra dan tunarungu.
- c. Komunikasi antara subkultur dan kultur yang dominan. Misalnya, antara kaum homoseks dan kaum heteroseks, atau antara kaum manula dan kaum muda.
- d. Komunikasi antara jenis kelamin yang berbeda, yaitu antara pria dan wanita.

Dipahami bahwa komunikasi antarbudaya terjadi apabila pengirim pesan adalah anggota suatu budaya dan penerima pesannya adalah anggota budaya yang lainnya.

---

<sup>18)</sup> *Loc.cit.*, Pradekso Rahardjo, *Pengantar...*, 2005, hlm. 55.

<sup>19)</sup> Joseph A. DeVito, *Komunikasi Antarmanusia*, Kuliah Dasar, Jakarta: Professional Books, 1997, hlm. 479.

Dalam keadaan demikian, baik penerima pesan maupun pengirim pesan dihadapkan pada masalah-masalah penyandian pesan. Hal ini karena dalam situasi komunikasi suatu pesan disandi dalam suatu budaya dan harus disandi balik dalam budaya lain.

Untuk melengkapi pemahaman mengenai pengertian komunikasi antarbudaya, berikut adalah beberapa definisi yang dapat dijadikan rujukan, yaitu sebagai berikut.<sup>20</sup>

- a. Komunikasi antarbudaya (*intercultural communication*) adalah proses pertukaran pikiran dan makna antara orang-orang berbeda budaya. Ketika komunikasi terjadi antara orang-orang berbeda bangsa, kelompok ras, atau komunitas bahasa, komunikasi tersebut disebut komunikasi antarbudaya.
- b. Komunikasi antarbudaya pada dasarnya mengkaji cara budaya berpengaruh terhadap aktivitas komunikasi: makna pesan verbal dan nonverbal menurut budaya bersangkutan, hal-hal yang layak dikomunikasikan, cara mengomunikasikannya (verbal nonverbal), dan pelaksanaan komunikasi tersebut.
- c. Komunikasi antarbudaya adalah pernyataan diri antarpribadi yang paling efektif antara dua orang yang saling berbeda latar belakang budaya.
- d. Komunikasi antarbudaya merupakan pertukaran pesan yang disampaikan secara lisan, tertulis, bahkan secara imajiner antara dua orang yang berbeda latar belakang budaya.
- e. Komunikasi antarbudaya merupakan pembagian pesan yang berbentuk informasi atau hiburan yang disampaikan secara lisan atau tertulis atau model lainnya yang dilakukan oleh dua orang yang berbeda latar belakang budayanya.
- f. Komunikasi antarbudaya adalah pengalihan informasi dari seorang yang berkebudayaan tertentu kepada orang yang berkebudayaan lain.

---

<sup>20)</sup> *Loc.cit.*, Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi...*, 2003, hlm. xiii.

- g. Komunikasi antarbudaya adalah pertukaran makna yang berbentuk simbol yang dilakukan oleh dua orang yang berbeda latar belakang budaya.
- h. Komunikasi antarbudaya adalah proses pengalihan pesan yang dilakukan seorang melalui saluran tertentu kepada orang lain dari latar belakang budaya yang berbeda dan menghasilkan efek tertentu.
- i. Komunikasi antarbudaya adalah proses pembagian informasi, gagasan atau perasaan di antara orang-orang yang berbeda latar belakang budayanya.

Proses pembagian informasi itu, selain dapat dilakukan secara lisan dan tertulis, juga dapat dilakukan melalui bahasa tubuh, gaya atau tampilan pribadi, atau bantuan hal lain sekitarnya yang memperjelas pesan.<sup>21</sup>

## **B. Prinsip-prinsip Komunikasi Antarbudaya**

Beberapa prinsip dalam komunikasi antarbudaya dijelaskan oleh Devito (2003), yaitu sebagai berikut.<sup>22</sup>

### **1. Relativitas Bahasa**

Gagasan umum bahwa bahasa memengaruhi pemikiran dan perilaku paling banyak disuarakan oleh para antropologis linguistik. Pada akhir tahun 1920-an dan sepanjang tahun 1930-an dirumuskan bahwa karakteristik bahasa memengaruhi proses kognitif.

Dikarenakan bahasa di dunia sangat berbeda dalam hal karakteristik semantik dan strukturnya, orang yang menggunakan bahasa yang berbeda juga akan berbeda dalam cara memandang dan berpikir tentang dunia.

---

<sup>21)</sup> *Loc.cit.*, Liliweri, *Gatra...*, 2001, hlm. 17.

<sup>22)</sup> *Loc.cit.*, Joseph A. Devito, *Komunikasi...*, 1997, hlm. 481.



## 2. Bahasa sebagai Cermin Budaya

Bahasa mencerminkan budaya. Semakin besar perbedaan budaya, semakin besar pula perbedaan komunikasi, baik dalam bahasa maupun dalam isyarat-isyarat nonverbal.

Semakin besar perbedaan antara budaya, semakin sulit pula komunikasi dilakukan, yang ditandai dengan banyaknya kesalahan dalam komunikasi, kesalahan kalimat, kesalahpahaman, kesalahan persepsi, dan semakin banyak potong kompas (*by passing*).

## 3. Mengurangi Ketidakpastian

Semakin besar perbedaan antarbudaya, semakin besar ketidakpastian dan ambiguitas dalam komunikasi untuk mengurangi ketidakpastian sehingga kita dapat lebih baik menguraikan, memprediksi, dan menjelaskan perilaku orang lain.

## 4. Kesadaran Diri dan Perbedaan Antarbudaya

Semakin besar perbedaan antarbudaya, semakin besar kesadaran diri (*mindfulness*) para partisipan selama komunikasi. Hal ini mempunyai konsekuensi positif dan negatif. Positifnya, kesadaran diri membuat lebih waspada dan mencegah dalam mengatakan hal-hal yang mungkin terasa tidak peka atau tidak patut. Negatifnya, hal ini membuat kita terlalu berhati-hati, tidak spontan, dan kurang percaya diri.

### a. Interaksi Awal dan Perbedaan Antarbudaya

Perbedaan antarbudaya memegang peranan penting dalam interaksi awal, tetapi secara berangsur-angsur berkurang tingkat kepentingannya ketika hubungan menjadi lebih akrab.

### b. Memaksimalkan Hasil Interaksi

Sunnafrank (1989) mengisyaratkan implikasi yang penting bagi komunikasi antarbudaya, yaitu sebagai berikut:

- 1) memberikan hasil positif;
- 2) apabila mendapatkan hasil positif, komunikasi dapat lebih ditingkatkan. Sebaliknya, apabila memperoleh hasil negatif, komunikasi akan semakin berkurang;
- 3) membuat prediksi tentang perilaku yang akan menghasilkan hasil positif dalam komunikasi, melakukan hal-hal yang akan memberikan hasil positif, dan berusaha tidak melakukan hal-hal yang akan memberikan hasil negatif.

Sarbaugh (Moss 1996) mengemukakan tiga prinsip penting dalam komunikasi antarbudaya, yaitu sebagai berikut.<sup>23</sup>

1. Suatu sistem sandi bersama yang terdiri atas dua aspek (verbal dan nonverbal). Tanpa suatu sistem bersama, komunikasi tidak akan terjadi. Semakin sedikit persamaan sandi, semakin sedikit komunikasi yang mungkin terjadi.
2. Kepercayaan dan perilaku yang berbeda di antara pihak-pihak yang berkomunikasi merupakan landasan bagi asumsi berbeda untuk memberikan respons. Kepercayaan dan perilaku memengaruhi persepsi tentang hal-hal yang dilakukan orang lain. Dengan demikian, dua orang yang berbeda budaya dapat dengan mudah memberi makna yang berbeda kepada perilaku yang sama. Jika hal ini terjadi, kedua orang itu berperilaku secara berbeda tanpa dapat meramalkan respons pihak lainnya, padahal kemampuan meramalkan ini merupakan bagian integral dari kemampuan berkomunikasi secara efektif.
3. Tingkat mengetahui dan menerima kepercayaan dan perilaku orang lain. Cara menilai budaya lain dengan nilai-nilai budaya sendiri dan menolak mempertimbangkan norma-norma budaya lain akan menimbulkan keefektifan komunikasi.

<sup>23)</sup> *Loc.cit.*, Stewart Tubbs, 1996, *Human...*, hlm. 240.

Prinsip komunikasi antarbudaya menurut Daryanto meliputi beberapa hal-hal sebagai berikut.<sup>24</sup>

### 1. Verbalistik

Komunikasi antarbudaya berawal dari komunikasi antar-individu dan kelompok karena adanya perbedaan budaya. Komunikasi yang melekat dari kebudayaan yang berbeda adalah yang verbalistik, berupa lambang-lambang yang menggambarkan perbedaan kebudayaan. Lambang-lambang tersebut mempersatukan budaya dominan dan memperkuat identitas anggota dari subbudaya tersebut. Ketika budaya dominan mengadopsi lambang-lambang tersebut, terbentuklah pola budaya akomodatif, adaptif, dan asimilatif.

### 2. Nonverbalistik

Komunikasi nonverbal dilakukan dengan berbagai cara, di antaranya melalui percakapan secara substansial antarbudaya. Menurut Ekman dan Friesen, tipe gerakan tubuh yang menggambarkan komunikasi nonverbal, yaitu:

- a. emblem, yaitu gerakan yang memiliki tujuan dan arti yang sama dengan kata tertentu;
- b. ilustrator, yaitu syarat yang bermakna, misalnya menggelengkan kepala berarti tidak.

## C. Fungsi, Tujuan, dan Faktor Komunikasi Antarbudaya

### 1. Fungsi Komunikasi Antarbudaya

Menurut Mulyana dan Rakhmat (2001), fungsi komunikasi antarbudaya adalah sebagai berikut.<sup>25</sup>

<sup>24</sup>) *Loc.cit.*, Daryanto, *Human...*, 2010, hlm. 113.

<sup>25</sup>) *Loc.cit.*, Mulyana dan Rakhmat, *Komunikasi...*, 2001, hlm. 33.

### a. Fungsi Pribadi

Fungsi pribadi adalah fungsi komunikasi yang ditunjukkan melalui perilaku komunikasi yang bersumber dari seorang individu. Fungsi pribadi mencakup hal-hal berikut.

#### 1) Identitas sosial

Dalam proses komunikasi antarbudaya terdapat beberapa perilaku komunikasi individu yang digunakan untuk menyatakan identitas sosial. Perilaku itu dinyatakan melalui tindakan berbahasa, baik secara verbal dan non-verbal.

Dari perilaku berbahasa dapat diketahui identitas diri ataupun sosial, misalnya asal-usul suku bangsa, agama, ataupun tingkat pendidikan seseorang.

#### 2) Integrasi sosial

Inti konsep integrasi sosial adalah menerima kesatuan dan persatuan antarpribadi atau antarkelompok dengan tetap mengakui perbedaan setiap unsur-unsurnya. Salah satu tujuan komunikasi adalah memberikan makna yang sama atas pesan yang dibagi antara komunikator dan komunikan. Dalam komunikasi antarbudaya yang melibatkan perbedaan budaya antara komunikator dan komunikan, integrasi sosial merupakan tujuan utama komunikasi. Prinsip utama dalam proses pertukaran pesan komunikasi antarbudaya adalah memperlakukan pihak lain sebagaimana kebudayaan orang tersebut memperlakukan orang tersebut.

Dengan demikian, komunikator dan komunikan dapat meningkatkan integrasi sosial atas relasi mereka.

#### 3) Menambah pengetahuan

Komunikasi antarpribadi ataupun antarbudaya akan menambah pengetahuan bersama karena pihak yang berkomunikasi saling mempelajari kebudayaan masing-masing.

#### 4) **Melepaskan diri atau jalan keluar**

Komunikasi adakalanya ditujukan untuk melepaskan diri atau mencari jalan keluar atas masalah yang sedang dihadapi seseorang. Pilihan komunikasi seperti itu disebut sebagai komunikasi yang berfungsi menciptakan hubungan yang komplementer dan hubungan yang simetris.

#### *b. Fungsi Sosial*

Fungsi sosial adalah fungsi komunikasi yang ditunjukkan melalui perilaku komunikasi yang bersumber dari masyarakat luas. Beberapa fungsi sosial dari komunikasi antarbudaya adalah sebagai berikut.

##### 1) **Pengawasan**

Komunikasi antarbudaya antara komunikator dan komunikan yang berbeda kebudayaan berfungsi saling mengawasi.

Dalam proses komunikasi antarbudaya, fungsi ini bermanfaat untuk menginformasikan “perkembangan” tentang lingkungan. Fungsi ini lebih banyak dilakukan oleh media massa yang menyebarluaskan secara rutin perkembangan peristiwa yang terjadi di sekitar kita meskipun peristiwa yang terjadi dalam sebuah konteks kebudayaan yang berbeda.

##### 2) **Menjembatani**

Dalam proses komunikasi antarbudaya, fungsi komunikasi yang dilakukan antara dua orang yang berbeda budaya merupakan jembatan atas perbedaan di antara kedua pihak. Fungsi menjembatani itu dapat terkontrol melalui pesan-pesan yang dipertukarkan, keduanya saling menjelaskan perbedaan tafsir atas sebuah pesan sehingga menghasilkan makna yang sama.

#### 3) **Sosialisasi nilai**

Fungsi sosialisasi adalah mengajarkan dan memperkenalkan nilai-nilai kebudayaan suatu masyarakat pada masyarakat lain.

Dalam komunikasi antarbudaya sering tampil perilaku nonverbal yang kurang dipahami, tetapi yang lebih penting adalah cara menangkap nilai yang terkandung dalam gerakan tubuh dan gerakan imajiner dari pihak yang diajak berkomunikasi.

#### 4) **Menghibur**

Fungsi menghibur juga sering tampil dalam proses komunikasi antarbudaya. Beberapa acara yang ditampilkan stasiun televisi yang menyajikan humor-humor yang segar memberikan gambaran tentang cara orang-orang sibuk memanfaatkan waktu luang untuk mengunjungi teater dan menikmati pertunjukan humor.

## 2. **Tujuan Komunikasi Antarbudaya**

Tujuan komunikasi antarbudaya adalah mengurangi tingkat ketidakpastian tentang orang lain. Pertemuan antardua orang dapat menimbulkan permasalahan mengenai relasi keduanya, dan muncullah beberapa pertanyaan tentang perasaan, sikap seseorang, dan hal-hal yang akan diperoleh jika berkomunikasi dengannya, dan pertanyaan lainnya.

Kebingungan yang dituangkan dalam pertanyaan tersebut akan mendorong seseorang untuk berkomunikasi sehingga permasalahan relasi terjawab. Selanjutnya, setelah berkomunikasi, seseorang akan mengambil keputusan untuk meneruskan atau menghentikan komunikasi tersebut.

Dalam teori informasi, yang juga kajian komunikasi, tingkat ketidakpastian atau ketidakpastian itu akan berkurang ketika orang mampu melakukan proses komunikasi secara tepat. Semakin besar

derajat perbedaan antarbudaya, semakin besar pula kemungkinan kehilangan peluang untuk merumuskan tingkat kepastian sebuah komunikasi yang efektif. Hal ini karena berkomunikasi dengan seseorang dari kebudayaan yang berbeda akan terjadi perbedaan dalam sejumlah hal.

Apabila memahami lebih mendalam komunikasi antarbudaya, tampak bahwa hal-hal yang perlu dilakukan supaya komunikasi antarbudaya berjalan seimbang dan memberikan manfaat kepada kedua belah pihak yang melakukan komunikasi adalah sebagai berikut:

1. menghindari prasangka buruk kepada kebudayaan orang lain, bangsa lain, dan kelompok lain;
2. bersimpati kepada semua bentuk kebudayaan orang, bangsa, dan negara lain;
3. memiliki sistem nilai yang mampu menjadi filter kebudayaan;
4. berempati dan mengerti pada kebudayaan lain demi persahabatan meskipun tidak selalu harus mengambil kebudayaan orang lain sebagai pandangan hidup. Empati adalah kemampuan untuk mengetahui dan merasakan perasaan orang lain. Oleh karena itu, masyarakat Indonesia yang bermaksud bekerja di luar negeri perlu dilatih dan dididik tentang kebudayaan bangsa lain yang menjadi tujuan TKI, agar tidak terjadi kesalahpahaman dan miskomunikasi yang menimbulkan penyiksaan oleh majikan kepada pembantu dari TKI. Pelatihan budaya akan meningkatkan kepekaan individu untuk mengetahui aturan dan norma kebudayaan negara lain.

### 3. Faktor-faktor yang Memengaruhi Komunikasi Antarbudaya

Beberapa faktor yang memengaruhi komunikasi antarbudaya adalah sebagai berikut.<sup>26</sup>

---

<sup>26)</sup> *Op.cit.*, Liliweri, hlm. 166.

#### a. *Faktor Personal*

Faktor personal selalu dikaitkan dengan faktor psikologis, seperti persepsi, memori, dan motivasi. Faktor psikologi muncul dari dalam diri (disposisi) untuk ditampilkan sebagai respons terhadap stimulus yang datang dari luar diri.

#### b. *Faktor Hubungan Antarpribadi*

Hal-hal yang menjadikan faktor hubungan antarpribadi adalah sebagai berikut.

- 1) Sifat antarbudaya yang berpengaruh terhadap interaksi. Paul Watzlawick, Janet Beavin, dan Don Jacson (1967) menyebutkan perbedaan antara isi dan relasi komunikasi, yang meliputi informasi yang terkandung dalam pesan. Misalnya, tentang hal-hal yang diucapkan secara lisan atau ditulis di atas kertas. Adapun relasi komunikasi berkaitan dengan cara pesan itu disampaikan dan disimpulkan sehingga meningkatkan kualitas relasi hubungan antarpribadi.
- 2) Masalah kredibilitas. Kredibilitas tidak hanya meliputi kepercayaan kepada seorang pembicara, tetapi juga meliputi sifat asli kredibilitas tersebut. Kredibilitas komunikator terletak pada pribadi seseorang yang mampu memengaruhi sikap seseorang terhadap orang lain.

## D. Efektivitas Komunikasi Antarbudaya

### 1. Syarat Menuju Efektivitas Komunikasi Antarbudaya

Menurut Schramm (Liliweri, 2001), beberapa syarat yang diperlukan agar komunikasi antarbudaya benar-benar efektif, yaitu:<sup>27</sup>

---

<sup>27)</sup> *Op.cit.*, Liliweri, 2001, hlm. 171.

- a. menghormati anggota budaya lain sebagai manusia;
- b. menghormati budaya lain apa adanya, bukan sebagaimana yang kita kehendaki;
- c. menghormati hak anggota budaya lain untuk bertindak berbeda dari cara kita bertindak;
- d. komunikator lintas budaya yang kompeten harus belajar menghargai budaya orang lain.

De Vito (Liliweri, 2001) mengemukakan bahwa konsep tentang efektivitas komunikasi sangat ditentukan oleh sikap seseorang, yaitu sebagai berikut.<sup>28</sup>

- a. Sikap keterbukaan meliputi: (1) membuka semua informasi tentang pribadinya kepada komunikan dan menerima semua informasi yang relevan tentang komunikasi dan dari komunikan dalam rangka interaksi antarpribadi; (2) kemauan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap pesan yang datang dari komunikan; dan (3) memikirkan dan merasakan bahwa apa yang dinyatakan seorang komunikator merupakan tanggung jawabnya terhadap komunikan dalam situasi tertentu.
- b. Perasaan empati, yaitu kemampuan seorang komunikator untuk menerima dan memahami orang lain, seperti ia menerima dirinya sendiri. Jadi, ia berpikir, merasa, berbuat terhadap orang lain sebagaimana ia berpikir, merasa, dan berbuat terhadap dirinya sendiri.
- c. Perasaan positif, yaitu perasaan seorang komunikator bahwa pribadinya, komunikannya, serta situasi yang melibatkan keduanya sangat mendukung.
- d. Memberi dukungan, yaitu suatu situasi kondisi yang dialami komunikator dan komunikan terbebas atmosfer ancaman, tidak dikritik, dan ditantang.

---

<sup>28)</sup> *Op.cit.*, hlm. 177.

- e. Memelihara keseimbangan adalah suasana yang adil antara komunikator dan komunikan dalam hal kesempatan yang sama untuk berpikir, merasa, dan bertindak.

Mulyana dan Rakhmat menambahkan bahwa pihak-pihak yang melakukan komunikasi antarbudaya harus mempunyai keinginan yang jujur dan tulus untuk berkomunikasi serta mengharapkan pengertian timbal balik. Asumsi ini memerlukan sikap yang positif dari para pelaku komunikasi antarbudaya dan penghilangan hubungan *superior-inferior* yang berdasarkan keanggotaan dalam budaya, ras, atau kelompok etnik tertentu.<sup>29</sup>

## 2. Implikasi Efektivitas Komunikasi Antarbudaya

Komunikasi antarbudaya yang intensif dapat mengubah persepsi dan sikap orang lain, bahkan meningkatkan kreativitas manusia.<sup>30</sup> Berbagai pengalaman atas kekeliruan dalam komunikasi antarbudaya sering membuat manusia semakin berusaha mengubah kebiasaan berkomunikasi. Sarbaugh menjelaskan bahwa dengan penggunaan sistem sandi yang sama, pengakuan atas perbedaan dalam kepercayaan dan perilaku, serta pemupukan sikap toleran terhadap kepercayaan dan perilaku orang lain, akan membantu terciptanya komunikasi yang efektif.<sup>31</sup>

## 3. Strategi Membangun Komunikasi Antarbudaya yang Efektif

Komunikasi yang melibatkan multietnik memerlukan strategi khusus agar komunikasi yang dijalankan memberikan pemahaman bagi pihak yang terlibat dalam komunikasi, dan strategi untuk menghasilkan komunikasi antarbudaya yang efektif.

---

<sup>29)</sup> *Loc.cit.*, Mulyana dan Rakhmat, *Komunikasi...*, 2001, hlm. 37.

<sup>30)</sup> *Loc.cit.*, Liliweri, *Gatra...*, 2001, hlm. 254.

<sup>31)</sup> *Loc.cit.*, Tubbs dan Moss, *Human...*, 1996, hlm. 242.

Untuk membangun komunikasi antarbudaya yang efektif, pihak-pihak yang berkomunikasi harus memahami konsep dasar yang berkaitan dengan hubungan antara kelompok yang berbeda, sebagaimana dirumuskan oleh Devito sebagai berikut.<sup>32</sup>

**a. *Enkulturasasi***

Enkulturasasi mengacu pada proses pertransmisian kultur (budaya) dari satu generasi ke generasi berikutnya. Kultur ditransmisikan melalui proses belajar, bukan melalui gen. Enkulturasasi terjadi melalui orangtua, kelompok, teman, sekolah, lembaga keagamaan, dan lembaga pemerintahan. Salah satu bentuk enkulturasasi budaya yang ditransmisikan sejak kecil adalah tarien.

**b. *Akulturasasi***

Akulturasasi mengacu pada proses pemodifikasian kultur seseorang melalui kontak atau pemaparan langsung dengan kultur lain. Misalnya, kultur sekelompok imigran yang berdiam di Amerika Serikat (kultur tuan rumah) akan dipengaruhi oleh kultur tuan rumah. Selanjutnya, nilai, cara berperilaku, serta kepercayaan dari kultur tuan rumah akan menjadi bagian dari kultur kelompok imigran itu.

#### **4. Ruang Lingkup Komunikasi Antarbudaya**

Sebagaimana telah diungkapkan bahwa komunikasi antarbudaya merupakan salah satu bidang studi dari ilmu komunikasi. Oleh karena itu, komunikasi antarbudaya mempunyai objek formal, yaitu mempelajari komunikasi antarpribadi yang dilakukan oleh seorang komunikator sebagai pengirim pesan dari suatu kebudayaan dengan konsumen pesan atau komunikan dari kebudayaan lain.

Pada dasarnya, ruang lingkup komunikasi antarbudaya tidak jauh berbeda dengan komunikasi secara umum. Akan tetapi, pada komunikasi antarbudaya, penekanannya pada perbedaan budaya antara para peserta komunikasinya. Berdasarkan analisis sederhana, ruang lingkup komunikasi antarbudaya dapat ditelusuri dengan cara mengintegrasikan berbagai konseptualisasi tentang dimensi kebudayaan dalam konteks komunikasi antarbudaya.

Untuk mencari kejelasan dan mengintegrasikan berbagai konseptualisasi tentang kebudayaan dalam konteks komunikasi antarbudaya, ada dimensi yang perlu diperhatikan.<sup>33</sup>

**a. *Tingkat Masyarakat Kelompok Budaya dari Partisipasi***

Dimensi pertama menunjukkan bahwa istilah kebudayaan telah digunakan untuk merujuk pada macam-macam tingkat lingkup dan kompleksitas dari organisasi sosial. Misalnya, dengan pemberian *title* pada sebuah kelompok.

**b. *Konteks Sosial Tempat Terjadinya Komunikasi Antarbudaya***

Dimensi kedua menyangkut konteks sosial, meliputi bisnis, organisasi, pendidikan, akulturasasi imigran politik, konsultasi terapi, dan sebagainya. Komunikasi dalam semua konteks sosial tersebut pada dasarnya memilih persamaan dalam hal unsur-unsur dasar dan proses komunikasi (misalnya, penyampaian, penerimaan, dan pemrosesan).

Akan tetapi, adanya pengaruh kebudayaan yang tercakup dalam latar belakang pengalaman individu membentuk pola-pola persepsi pemikiran, penggunaan pesan-pesan verbal dan nonverbal serta hubungan-hubungan antaranya.

---

<sup>32)</sup> *Loc.cit.*, Joseph A. Devito, *Komunikasi...*, 1997, hlm. 485.

---

<sup>33)</sup> *Loc.cit.*, Mulyana dan Rakhmat, 2001, *Komunikasi...*, hlm. 59.

c. *Saluran yang Dilalui oleh Pesan Komunikasi Antarbudaya (Baik yang Verbal maupun Nonverbal)*

Dimensi ketiga berkaitan dengan saluran komunikasi. Dimensi ini menunjukkan saluran yang dipergunakan dalam komunikasi antarbudaya. Saluran ini mencakup saluran antarpribadi dan media massa, seperti televisi, radio, dan majalah.

d. *Menilai Perbedaan Secara Negatif*

Perbedaan kultural merupakan sesuatu yang perlu dipelajari, bukan perilaku kodrati atau perilaku yang dibawa sejak lahir. Oleh karena itu, kita perlu memandang perilaku kultural ini secara tidak evaluatif, sebagai perbedaan, tetapi setara.

e. *Kejutannya Budaya*

Kejutannya budaya mengacu pada reaksi psikologis yang dialami seseorang karena berada di tengah kultur yang sangat berbeda dengan kulturenya sendiri.

## BAB 3

# KEBUDAYAAN DALAM KONTEKS KOMUNIKASI ANTARBUDAYA

Komunikasi antarbudaya merupakan peristiwa yang terus berkembang sepanjang kehidupan masyarakat. Dalam konteks teori komunikasi, hubungan antarbudaya menjadi substansi interaksi antarmanusia, baik sebagai individu maupun sosial. Bahkan, komunikasi antarbudaya memicu terjadinya perubahan sistem sosial, politik, ekonomi, dan bisnis antarnegara. Oleh karena itu, komunikasi antarbudaya menjadi kebutuhan masyarakat, bangsa, dan negara dalam membangun hubungan, serta mengembangkan berbagai kajian ilmu komunikasi dan antropologi.

Indonesia sebagai bangsa yang pluralistik dalam semua hal, seperti etnis, ras, agama, kesenian, tradisi atau adat, dan berbagai kepentingan politik, ekonomi, sosial, dan pendidikan, tidak dapat terlepas dari pentingnya pemahaman mengenai komunikasi antarbudaya. Hal ini karena perbedaan kebudayaan di wilayah yang ada di Indonesia menjadi energi positif untuk menyatukan kekuatan bangsa dan negara dalam mempertahankan prinsip kesatuan bangsa, prinsip persamaan dan kemanusiaan, prinsip toleransi, dan prinsip kemerdekaan berserikat, berpendapat, mengeluarkan pikiran, dan kedamaian menjalankan nilai-nilai keberagamaan.



Prinsip-prinsip tersebut menjadi tolok ukur terciptanya pemahaman dan konsepsi yang sama tentang Indonesia dan seluruh kepentingan fundamental bangsa dan negara. Selain itu, hubungan antarnegara melalui pertukaran kebudayaan merupakan pendekatan efektif untuk mengenal dan memahami lebih mendalam terhadap karakter kebudayaan negara lain sehingga kebudayaan tidak mengenal sekat wilayah, kebudayaan bernilai universal karena mengandung makna pola berpikir dan pola mempertahankan kehidupan dengan norma dan nilai yang dianut sesuai prinsip kemerdekaan menentukan pilihan.

## A. Konsep Dasar Komunikasi Budaya

### 1. Definisi Komunikasi Budaya

Komunikasi budaya adalah komunikasi yang terjadi dalam kebudayaan yang sama. Fungsi sosial komunikasi budaya terdiri atas dua macam. *Pertama*, fungsi pribadi, yaitu fungsi komunikasi yang ditunjukkan melalui komunikasi yang bersumber dari seorang individu untuk menyatakan identitas sosial, integrasi sosial, dan menambah pengetahuan.<sup>1</sup>

*Kedua*, fungsi sosial, yaitu fungsi komunikasi yang bersumber dari faktor budaya yang ditunjukkan melalui perilaku komunikasi yang bersumber dari interaksi sosial, di antaranya berfungsi sebagai pengawasan, sosialisasi nilai, dan menghibur.

### 2. Asumsi Dasar Teori Komunikasi Budaya

Kajian budaya adalah perspektif teoretis yang berfokus pada cara budaya dipengaruhi oleh budaya yang kuat dan dominan.

---

<sup>1)</sup> Richard West, Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi, Analisis, dan Aplikasi*, Jakarta: Salemba Empat, 2008, hlm. 61.

Kajian budaya jauh melampaui media, yang sering juga disebut kajian khalayak.

Kajian budaya berkaitan dengan sikap, pendekatan, dan kritik mengenai sebuah budaya. Kajian budaya berkembang di Inggris. Stuart Hall adalah seorang teoretikus budaya dan mantan direktur *Center for Contemporary Cultural Studies*. Ia menyatakan bahwa media merupakan alat yang kuat bagi kaum elite.<sup>2</sup>

Media berfungsi mengomunikasikan cara-cara berpikir yang dominan, tanpa memerdulikan efektivitas pemikiran tersebut. Kajian budaya menekankan bahwa media menjaga agar orang-orang yang berkuasa tetap memiliki kekuasaan, sementara yang kurang berkuasa hal-hal yang diberikan kepada mereka.

Kajian budaya mempelajari kegiatan rekreasi, hobi, dan olah raga untuk berusaha memahami cara individu berfungsi dalam masyarakat. Intinya, kajian budaya bergerak melampaui interpretasi mengenai masyarakat yang kaku dan terbatas menuju konsepsi budaya yang lebih luas. Teori ini berakar pada beberapa klaim penting mengenai budaya dan kekuasaan: budaya tersebar dalam dan menginvasi semua sisi perilaku manusia dan orang merupakan bagian dari struktur kekuasaan yang bersifat hierarkis.

Asumsi pertama yang berkaitan dengan pemikiran mengenai budaya adalah sebuah komunitas makna. Berbagai norma, ide, dan nilai serta bentuk pemahaman masyarakat yang membantu seseorang untuk menginterpretasikan realitas mereka merupakan bagian dari ideologi sebuah budaya. Dalam arti luas, praktik budaya dan institusi memengaruhi ideologi kita.

Graham Murdock menyatakan bahwa ketersebaran budaya pada semua kelompok secara konstan terlibat dalam menciptakan dan mengulang sistem makna dan memberikan bentuk pada makna ini

---

<sup>2)</sup> *Op.cit.*, West & Turner, *Pengantar Teori...*, 2008, hlm. 63.

dalam bentuk-bentuk ekspresif, praktik-praktik sosial, dan institusi-institusi. Makna dalam budaya dibentuk oleh media.<sup>3</sup>

Media dapat dianggap sebagai pembawa pesan berbasis teknologi dari budaya, bahkan media menginvasi seluruh ruang kehidupan, membentuk selera makan, berpakaian, dan tindakan lainnya. Media telah menjadi terlalu kuat dan berkuasa. Tidak ada institusi yang memiliki kekuasaan untuk menentukan hal yang didengar oleh publik, kecuali media. Jika media menganggap suatu peristiwa memiliki nilai penting, peristiwa tersebut menjadi penting.

Asumsi kedua dari kajian budaya berkaitan dengan manusia sebagai bagian penting dari sebuah hierarki sosial yang kuat. Kekuasaan bekerja pada semua level kehidupan manusia.

Hegemoni merupakan konsep penting dalam kajian budaya. Secara umum hegemoni didefinisikan sebagai pengaruh, kekuasaan, atau dominasi dari sebuah kelompok sosial terhadap yang lain. Gramsci berpendapat bahwa khalayak dapat dieksploitasi oleh sistem sosial yang juga mereka dukung. Mulai dari budaya populer, lagu-lagu pop, tarian atau *dance*, makanan, hingga agama menjadi hegemoni sosial saat ini.

### 3. Teori Komunikasi Budaya

#### a. Teori Akomodasi Komunikasi

Teori yang dikemukakan oleh Howard Giles dan koleganya berkaitan dengan penyesuaian interpersonal dalam interaksi komunikasi. Hal ini didasarkan pada observasi bahwa komunikator sering menirukan perilaku satu sama lain. Teori akomodasi komunikasi berawal pada tahun 1973, ketika Giles pertama kali memperkenalkan pemikiran mengenai model

---

<sup>3)</sup> Graham Murdock, *Sociology First Class Honours*, London: School of Economics, 1989, hlm. 213.

“mobilitas aksen” yang didasarkan pada berbagai aksen yang dapat didengar dalam situasi wawancara. Teori akomodasi didapatkan dari sebuah penelitian yang awalnya dilakukan dalam bidang ilmu lain, dalam hal ini psikologi sosial.<sup>4</sup>

Akomodasi adalah kemampuan menyesuaikan, memodifikasi, atau mengatur perilaku seseorang dalam responsnya terhadap orang lain. Akomodasi dilakukan secara tidak sadar.<sup>5</sup>

#### 1) Asumsi Teori Akomodasi Komunikasi

Akomodasi dipengaruhi beberapa keadaan personal, situasional, dan budaya sehingga dapat diidentifikasi sebagai berikut.<sup>6</sup>

- a) Persamaan dan perbedaan berbicara dan berperilaku terdapat dalam semua percakapan. Pengalaman dan latar belakang yang bervariasi akan menentukan sejauh mana seseorang akan mengakomodasi orang lain, semakin mirip sikap dan keyakinan seseorang dengan orang lain, ia semakin tertarik dan mengakomodasi orang tersebut.
- b) Cara kita memersepsikan tuturan dan perilaku orang lain akan menentukan cara kita mengevaluasi sebuah percakapan. Akomodasi komunikasi adalah teori yang mementingkan cara orang memersepsikan dan mengevaluasi sesuatu yang terjadi dalam percakapan. Persepsi adalah proses memerhatikan dan menginterpretasikan pesan, dan evaluasi merupakan proses menilai percakapan. Seseorang akan memersepsikan hal yang terjadi dalam percakapan sebelum memutuskan cara berperilaku dalam percakapan.

---

<sup>4)</sup> *Loc.cit.*, West dan Turner, *Pengantar Teori...*, 2008, hlm. 217.

<sup>5)</sup> *Ibid.*

<sup>6)</sup> *Op.cit.*, hlm. 219.

- c) Bahasa dan perilaku memberikan informasi mengenai status sosial dan keanggotaan kelompok. Asumsi ini berkaitan dengan dampak yang dimiliki bahasa terhadap orang lain. Secara khusus, bahasa memiliki kemampuan untuk mengomunikasikan status dan keanggotaan kelompok di antara para komunikator dalam sebuah percakapan.
- d) Akomodasi bervariasi dalam hal tingkat kesesuaian dan norma mengarahkan proses akomodasi. Norma telah terbukti memainkan peranan dalam teori Giles. Norma adalah harapan mengenai perilaku yang dirasa seseorang harus atau tidak harus terjadi dalam percakapan.
- e) Cara beradaptasi. Teori akomodasi menyatakan bahwa dalam percakapan, seseorang memiliki pilihan. Ia mungkin menciptakan komunitas percakapan yang melibatkan penggunaan bahasa atau sistem nonverbal yang sama, membedakan dirinya dari orang lain, dan berusaha untuk beradaptasi. Pilihan ini akan diberi label konvergensi, divergensi, dan akomodasi berlebihan.

## 2) Proses Teori Akomodasi Komunikasi

Proses pertama yang dihubungkan dengan teori akomodasi adalah konvergensi. Jesse Delia, Nikolas Coupland, dan Justin Coupland mendefinisikan konvergensi sebagai "strategi individu beradaptasi terhadap perilaku komunikatif satu sama lain". Seseorang akan beradaptasi terhadap kecepatan bicara, jeda, senyuman, tatapan mata, perilaku verbal dan nonverbal lainnya. Ketika orang melakukan konvergensi, ia bergantung pada persepsinya mengenai tuturan atau perilaku orang lain. Selain persepsi mengenai komunikasi orang lain, konvergensi juga didasarkan pada ketertarikan. Ketika komunikator

saling tertarik, ia akan melakukan konvergensi dalam percakapan.<sup>7</sup>

Proses kedua dihubungkan dengan teori akomodasi adalah divergensi, yaitu strategi yang digunakan untuk menonjolkan perbedaan verbal dan nonverbal di antara komunikator. Divergensi terjadi ketika tidak terdapat usaha untuk menunjukkan persamaan antara para pembicara.

Beberapa alasan orang melakukan divergensi adalah sebagai berikut. *Pertama*, untuk mempertahankan identitas sosial. Contoh, individu mungkin tidak ingin melakukan konvergensi dalam rangka mempertahankan warisan budaya mereka. Contoh, ketika kita sedang bepergian ke Paris, kita tidak mungkin mengharapkan orang Prancis melakukan konvergensi terhadap bahasa kita. *Kedua*, berkaitan dengan kekuasaan dan perbedaan peranan dalam percakapan.

Divergensi sering terjadi dalam percakapan ketika terdapat perbedaan peranan yang jelas dalam suatu percakapan (dokter-pasien, orangtua-anak, pewawancara-terwawancara, dan seterusnya).

Divergensi juga cenderung terjadi karena lawan bicara dalam percakapan dipandang sebagai anggota dari kelompok yang tidak diinginkan, dianggap memiliki sikap yang tidak menyenangkan, atau menunjukkan penampilan yang buruk.

*Ketiga*, akomodasi berlebihan: *miscommunication* dengan tujuan. Jane Zuengler mengamati bahwa akomodasi berlebihan adalah label yang diberikan kepada pembicara yang dianggap terlalu berlebihan. Istilah ini diberikan kepada orang yang bertindak berdasarkan niat baik, tetapi dianggap merendahkan.<sup>8</sup>

<sup>7)</sup> *Op.cit.*, West dan Turner, *Pengantar Teori...*, 2008, hlm. 223.

<sup>8)</sup> *Loc.cit.*, West dan Turner, *Pengantar Teori...*, 2008, hlm. 227.

a) **Standpoint Theory (Sandra Harding dan Julia T. Wood)**

Dalam E.M. Griffin's *A First Look at Communication Theory Fifth Edition*,<sup>9</sup> Harding dan Wood berpendapat bahwa cara terbaik mengetahui keadaan kebudayaan di dunia adalah dengan penyelidikan yang *standpoint*-nya kaum wanita dan kelompok marginal lainnya.<sup>10</sup>

A *standpoint* adalah tempat kita memandang dunia lain yang ada di sekeliling kita atau tempat yang dipandang paling strategis untuk mengenal lebih mendalam terhadap kebudayaan, fenomena, dan situasi sosial budaya yang ada di sekitar kita. A *standpoint* merupakan cara pandang, perspektif, *viewpoint*, *outlook*, atau *position*. Dengan teori tersebut diketahui bahwa kebudayaan adalah nilai, perilaku, dan norma sosial yang menjadi pemicu tindakan sosial dan yang lainnya, sebagaimana dalam berbagai perkembangan ekonomi dan politik. Oleh karena itu, *standpoint* akan memengaruhi *worldview*.

Mengapa kaum perempuan menjadi objek *standpoint*? Menurut Harding, kaum perempuan secara kultural dan politik senantiasa termarginalkan. Wanita tanpa kekuatan dan kekuasaan akan menumpahkan seluruh pikiran dan perasaan tentang pandangan kebudayaan, politik, ekonomi, dan berbagai gejala lainnya yang menarik untuk dikaji, dan mewakili semua keluhan kesah sosial budaya.

*Standpoint* juga menganalisis hubungan majikan dan budak yang memiliki perspektif berbeda ketika

keduanya menghadapi realitas yang sama. Majikan dan budak menghadapi realitas kehidupan yang sama dengan pola hidup berbeda. Kekuasaan dan kekuatan dikendalikan oleh majikan, sementara budak terjebak dalam himpitan marginalitas dan ketidakberdayaan.

Karl Marx dengan konsep kaum borjuis dan proletarian serta *class struggle*-nya memandang bahwa marginalitas kaum proletar yang dijajah oleh kapitalis harus dilenyapkan. Kekecewaan Marx pada kapitalis telah memunculkan gagasan yang tertuang dalam karyanya *Das Capital*, karena adanya keterasingan kaum buruh dalam produksi pabrik yang dibuatnya sendiri. Hal ini memberikan gambaran bahwa masyarakat miskin secara struktural dimatikan kekuatan intelektualitasnya, dan secara kultural akan mengalami kemiskinan tanpa akhir.

Kaum buruh yang mayoritas perempuan dan laki-laki aktivis yang memperjuangkan hak-hak perempuan, juga para feminis mengganti konsep proletarian dengan kaum wanita, dan mengganti perjuangan kelas dengan *gender discrimination*. George Herbert Mead mengatakan bahwa kebudayaan yang dianut oleh manusia melalui komunikasi menggunakan prinsip *symbolic interactionism*.<sup>11</sup> Interaksi antarbudaya dalam konteks interaksi simbolis mewakili bahasa dan harapan kaum perempuan yang tersingkirkan.

Wood menyatakan bahwa gender adalah konstruksi budaya, bukan karakteristik biologis. Berdasarkan teori *post modernism*, para feminis mengkritik kenyataan bahwa rasionalitas dan *western science* didominasi

<sup>9)</sup> Emory A. Griffin, *First Look at Communication Theory*, 5th Edition, New York: McGraw-Hill, 2003, hlm. 455.

<sup>10)</sup> Ansie Sandra Harding, Kaczynski, dan Leigh Wood, *Evaluation of Blended Learning: Analysis of Qualitative Data*. UniServe Science: Blended Learning Symposium Proceedings, 2005, hlm. 212.

<sup>11)</sup> Dedy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001, hlm. 172.

oleh pria.<sup>12</sup> Oleh karena itu, *standpoint* merupakan teori yang mengomunikasikan setiap kebudayaan yang mengangkat martabat perempuan sebagai representasi ketertindasan ekonomi dan politik, serta sebagai perspektif dalam melihat kebudayaan di sekelilingnya.

Perbedaan kultural antara perempuan dengan laki-laki menurut teori relational *dialectic* dan *autonomy connectedness* dari Wood adalah pria dianggap lebih otonom, sedangkan wanita lebih suka berhubungan dengan orang lain. Wood juga melihat perbedaan lain yang lebih luas antara pria dengan wanita, hasil dari *cultural expectation*, serta perlakuan yang diterima pria dan wanita dari orang lain. Selain dari isu gender, Harding juga menekankan kondisi ekonomi, ras, dan orientasi seksual sebagai identitas kultural tambahan yang dapat membuat seseorang berada di tengah masyarakat atau menjadi orang yang terpinggirkan. *Standpoint theory* menekankan pentingnya *social location* karena diyakini bahwa orang yang berada di puncak *societal hierarchy* adalah orang-orang yang memiliki *previlise* untuk mendefinisikan “menjadi wanita”, “menjadi pria”, atau hal-hal lain bagian dari budaya yang dianut masyarakat.<sup>13</sup>

Beberapa kritik bagi teori ini adalah sebagai berikut.<sup>14</sup>

- (1) Meskipun pada awalnya *standpoint theory* dibangun untuk mengapresiasi nilai dari pespektif wanita, teori ini diaplikasikan pula pada kelompok marginal lainnya.

<sup>12)</sup> *Loc.cit.*, Harding dan Wood, *Evaluation...*, 2005, hlm. 215.

<sup>13)</sup> *Op.cit.*, Harding dan Wood, *Evaluation...*, 2005, hlm. 217.

<sup>14)</sup> *Op.cit.*, Harding dan Wood, *Evaluation...*, 2005, hlm. 221.

- (2) Karena pembahasannya menjadi semakin spesifik, konsep solidaritas kelompok yang menjadi inti teori ini patut dipertanyakan. Hekman dan Hirschmann menyatakan bahwa tidak ada ekspresi yang bebas dari nilai, termasuk wanita dan kelompok marginal lainnya.
- (3) Konsep *strong objectivity* sebenarnya kontradiktoris. Jika ditinjau dari *postmodern, standpoint theory* menyatakan bahwa *standpoint* itu sifatnya relatif dan tidak dapat dievaluasi dengan kriteria mutlak. Di sisi lain, Sandra dan Wood menekankan bahwa perspektif wanita ini lebih bebas bias dan lebih netral daripada perspektif kelompok yang lebih terhormat.<sup>15</sup>

#### b) *Muted Group Theory* (Cheris Kramarae)

Cheris Kramarae dalam *E.M. Griffin's A First Look at Communication* menyatakan bahwa bahasa secara harfiah adalah sebuah *man-made construction*. Bahasa dari sebuah budaya khusus tidak melayani semua orang yang mengucapkannya secara sama karena dalam formulasinya tidak semua *speaker* memberikan kontribusi yang sama.<sup>16</sup>

Menurut Kramarae, ketika wanita mencoba meniadakan ketidakadilan, kontrol pria terhadap komunikasi menempatkan wanita dalam ketidakberdayaan. *Man-made language* membantu mendefinisikan, menjatuhkan, dan meniadakan wanita. Wanita adalah *the muted group* (kelompok yang dibungkam).

Tipe dominansi pria pada bahasa hanya satu aspek dari berbagai cara untuk membungkam kepentingan

<sup>15)</sup> *Op.cit.*, hlm. 223.

<sup>16)</sup> Katherine Miller, *Communication Theories: Perspective, Processes, and Contexts*, USA: McGraw-Hill Companies, 2002, hlm. 321.

wanita dalam masyarakat. Wanita dipandang sebagai pemberontakan kebudayaan karena sudah tidak kuat dibungkam oleh kepentingan kekuasaan yang didominasi oleh kaum pria.

**(1) *Muted Groups: Black Holes in Someone Else's Universe***

Pada hakikatnya, Kramarae hanya seorang feminis yang ingin mengungkapkan kebungkaman yang sistematis atas suara wanita (*women voice*). Para feminis memiliki agenda penelitian yang menganggap penting pengalaman wanita dalam komunikasi sosial, budaya, ekonomi, dan politik.

**(2) *Kekuatan Maskulin untuk Menamai Pengalaman***

Menurut teori *symbolic interactionism* dari Mead, perluasan pengetahuan adalah perluasan penamaan. Siapa pun yang mempunyai kemampuan *naming* akan memiliki kekuasaan yang luar biasa. Selanjutnya, menurut pendekatan *socio-cultural*, bahasa membentuk persepsi tentang realitas. Oleh karena itu, pengabaian terhadap kata-kata dapat membuat pengalaman menjadi *unspoken*, bahkan *unthought*. Pada akhirnya, *muted women* akan meragukan validitas pengalaman dan legitimasi perasaannya.<sup>17</sup> Komunikasi antarpria yang membangun kemapanan politik telah menimbulkan rasa sakit psikologis dan kultural kaum wanita. Oleh karena itu, komunikasi kultural antargender, yakni pria dan wanita perlu dilakukan demi keadilan dan keadilan politik. Pria didengarkan dan mendengarkan satu sama

<sup>17)</sup> *Op.cit.*, Katherine Miller, *Communication...*, 2002, hlm. 333.

lain.<sup>18</sup> Sementara wanita diasingkan, ini akan merusak tatanan kebudayaan yang selama ini dimimpikan oleh para penguasa karena tidak sedikit kehancuran kepemimpinan disebabkan penghinaan terhadap kebudayaan yang dibangun oleh kaum perempuan.

**c) *Genderlect Styles (dari Deborah Tannen)***

Deborah Tannen mendeskripsikan ketidakmengertian antara laki-laki dan perempuan berkenaan dengan fakta bahwa fokus pembicaraan perempuan adalah konektivitas, sementara laki-laki pada pelayanan status dan kemandiriannya.<sup>19</sup>

Genderlect Styles (Deborah, 1993) membicarakan gaya bercakap-cakap bukan pada hal-hal yang dikatakan, melainkan pada cara menyatakannya.<sup>20</sup> Tannen meyakini adanya *gap* antara laki-laki dan perempuan dikarenakan masing-masing berada pada posisi lintas budaya (*cross culture*). Untuk itu, diperlukan antisipasi terhadap *gap* itu. Kegagalan mengamati perbedaan gaya bercakap dapat membawa masalah yang besar.<sup>21</sup>

**1) *Perbedaan-perbedaan***

Perbedaan-perbedaan itu terletak pada:

- a) Kecenderungan feminis versus maskulin, hal ini harus dipandang sebagai dua dialek yang berbeda: antara superior dan inferior dalam pembicaraan. Komunitas feminis untuk membangun *relationship*; menunjukkan responsif. Komunitas maskulin

<sup>18)</sup> Dorothy Ginnis and Dorothy E. Smith, *Analyzing and Treating Reading Problems*, New York: Macmillan, 1982, hlm. 544.

<sup>19)</sup> Deborah Tannen, *Gender and Conversational Interaction*, New York: Oxford University Press, 1993, hlm. 347.

<sup>20)</sup> *Op.cit.*, hlm. 349.

<sup>21)</sup> *Op.cit.*, hlm. 351.

- menyelesaikan tugas; menyatakan diri; mendapatkan kekuasaan.
- b) Perempuan berhasrat pada koneksi, versus laki-laki berhasrat untuk status. Koneksi berhubungan erat dengan kedekatan, status berhubungan erat dengan kekuasaan (*power*).
  - c) *Raport talk* versus *report talk*. Perbedaan budaya linguistik berperan dalam menstruktur kontak verbal antara laki-laki dan perempuan. *Raport talk* adalah istilah yang digunakan untuk menilai obrolan perempuan yang cenderung terkesan simpatik.

## 2) *Report Talk*

*Report talk* adalah istilah yang digunakan untuk menilai obrolan laki-laki yang cenderung apa adanya, yang penting sampai. Berkenaan dengan kedua nilai ini, Tanent menemukan hal berikut.<sup>22</sup>

- a) *Public speaking versus private speaking*, dalam kategori ini ditemukan bahwa perempuan lebih banyak bicara pada pembicaraan pribadi, sedangkan laki-laki lebih banyak terlibat dalam pembicaraan publik, laki-laki menggunakan pembicaraan sebagai pernyataan fungsi perintah; menyampaikan informasi; meminta persetujuan.
- b) *Telling story*, cerita menggambarkan harapan, kebutuhan, dan nilai-nilai pencerita. Pada kategori ini laki-laki lebih banyak bercerita dibandingkan dengan perempuan khususnya tentang lelucon. Cerita lelucon merupakan cara maskulin menegosiasikan status.

<sup>22)</sup> *Op.cit.*, Tanent, hlm. 355.

- c) *Listening*, perempuan cenderung menjaga pandangan, sering manggut, berguman sebagai tanda mendengarkan dan menyatakan kebersamaannya. Laki-laki dalam hal mendengarkan berusaha mengaburkan kesan itu sebagai upaya menjaga statusnya.
- d) *Asking questions*, ketika ingin menyela pembicara, perempuan terlebih dahulu meminta persetujuan. Tanent menyebutnya sebagai kooperatif sebuah tanda rapport simpatik daripada kompetitif. Adapun pada laki-laki, interupsi dipandang oleh Tanent sebagai *power* (kekuasaan) untuk mengendalikan pembicaraan. Dengan kata lain, pertanyaan digunakan perempuan untuk memantapkan hubungan, dan memperhalus ketidaksetujuan dengan pembicara, sedangkan laki-laki memakai kesempatan bertanya sebagai upaya untuk melemahkan pembicara.
- e) *Conflict*, perempuan memandang konflik sebagai ancaman dan perlu dihindari. Laki-laki umumnya memulai konflik, kurang suka memeliharanya.

## B. Unsur-unsur Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya

Budaya adalah gaya hidup unik suatu kelompok tertentu. Setiap kelompok masyarakat memiliki suatu bahasa, makan beserta cara yang berbeda sehingga bagi mereka yang bukan bagian dari kelompok tersebut akan merasa asing dan menganggapnya unik.

Budaya merupakan pengetahuan yang dapat dikomunikasikan, sifat perilaku dipelajari yang juga ada pada anggota kelompok sosial dan berwujud pada lembaga dan artefak. Pengetahuan ini menyangkut cara menghadapi dan beradaptasi dengan tantangan

hidup yang ada. Misalnya, kelahiran, pertumbuhan, hubungan sosial, bahkan kematian, serta ketika orang beradaptasi dengan hal ganjil yang ada di muka bumi ini.

Budaya membantu memahami wilayah planet atau ruang yang kita tempati. Suatu tempat hanya asing bagi orang asing, tidak untuk orang yang menempati. Budaya memudahkan kehidupan dengan memberi solusi, menetapkan pola hubungan dan cara memelihara kohesi dan konsensus kelompok.

Porter dan Samovar menyebutkan unsur budaya dalam komunikasi antarbudaya, yaitu sebagai berikut.<sup>23</sup>

## 1. Persepsi

Persepsi adalah proses internal yang dilakukan untuk memilih, mengevaluasi, dan mengorganisasikan rangsangan dari lingkungan eksternal. Secara umum, dipercaya bahwa orang berperilaku sedemikian rupa sebagai hasil dari cara ia memersepsikan dunia yang sedemikian rupa pula. Menurut Porter dan Samovar, perilaku ini dipelajari sebagai bagian dari pengalaman budaya mereka.<sup>24</sup>

Dalam komunikasi antarbudaya yang ideal, kita akan mengharapkan persamaan dalam pengalaman persepsi. Akan tetapi, karakter budaya cenderung memperkenalkan pada pengalaman yang tidak sama sehingga membawa kita pada persepsi yang berbeda atas dunia eksternal.

## 2. Proses Verbal

Proses verbal tidak hanya meliputi cara berbicara dengan orang lain, tetapi juga kegiatan internal berpikir dan pengembangan makna bagi kata-kata yang digunakan. Proses-proses ini secara vital

---

<sup>23)</sup> Mulyana dan Rakhmat, *Komunikasi Antarbudaya*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1993, hlm. 27.

<sup>24)</sup> *Op.cit.*, hlm. 29.

berhubungan dengan proses pemberian makna saat melakukan komunikasi antarbudaya. Proses verbal terdiri atas sebagai berikut.

### a. Bahasa Verbal

Secara sederhana bahasa dapat diartikan sebagai lambang yang terorganisasikan, disepakati secara umum dan merupakan hasil belajar yang digunakan untuk menyajikan pengalaman dalam komunitas budaya.

Bahasa merupakan alat utama yang digunakan oleh budaya untuk menyalurkan kepercayaan, nilai, dan norma. Bahasa merupakan alat bagi orang-orang untuk berinteraksi dengan orang lain dan sebagai alat untuk berpikir. Bahasa memengaruhi persepsi, menyalurkan, dan turut membentuk pikiran.

### b. Pola Pikir

Pola pikir suatu budaya memengaruhi cara individu dalam budaya berkomunikasi yang akan memengaruhi cara orang merespons individu dari budaya lain. Harus disadari bahwa terdapat perbedaan budaya dalam aspek berpikir sehingga kita tidak dapat mengharapkan setiap orang untuk menggunakan pola pikir yang sama. Sekalipun demikian, dengan memahami pola pikir dan belajar menerima pola-pola tersebut akan memudahkan kita dalam berkomunikasi.

## 3. Proses Nonverbal

Proses nonverbal merupakan alat utama untuk bertukar pikiran dan gagasan yang dilakukan melalui gerak isyarat, ekspresi wajah, pandangan mata, dan lain-lain. Lambang dan respons yang ditimbulkannya merupakan bagian dari pengalaman budaya. Dengan kata lain, budaya memengaruhi kita dalam mengirim, menerima, dan merespons lambang-lambang tersebut.



#### a. *Perilaku Nonverbal*

Kebanyakan komunikasi nonverbal berlandaskan budaya bahwa sesuatu yang dilambangkannya merupakan hal yang telah disebarkan budaya kepada anggotanya. Misalnya, lambang bunuh diri berbeda-beda antara satu budaya dengan budaya lainnya.

Di Amerika Serikat, bunuh diri dilambangkan dengan jari yang diarahkan ke pelipis, di Jepang dilambangkan dengan tangan yang diarahkan ke perut, dan di New Guinea dilambangkan dengan tangan yang diarahkan ke leher.

Sentuhan sebagai bentuk komunikasi dapat menunjukkan cara komunikasi nonverbal merupakan produk budaya.

Di Jerman, kaum wanita seperti juga kaum pria biasa berjabat tangan dalam pergaulan sosial, sedangkan di Amerika, kaum wanita jarang berjabat tangan.

Di Muangthai, orang-orang tidak bersentuhan (berpegang tangan) dengan lawan jenis di tempat umum, dan memegang kepala seseorang merupakan suatu pelanggaran sosial.

#### b. *Konsep Waktu*

Waktu merupakan komponen budaya yang penting. Konsep waktu pada suatu budaya merupakan filsafat tentang masa lalu, masa sekarang, masa depan, dan pentingnya atau kurang pentingnya waktu. Banyak perbedaan mengenai konsep waktu antara budaya yang satu dan budaya yang lain, yang memengaruhi komunikasi.

#### c. *Penggunaan Ruang*

Cara seseorang menggunakan ruang sebagai bagian dalam komunikasi disebut dengan *prosemik*. *Prosemik* tidak hanya meliputi jarak antara orang-orang yang terlibat dalam percakapan, tetapi juga orientasi fisik mereka.

Orang-orang dari budaya yang berbeda mempunyai cara yang berbeda pula dalam menjaga jarak ketika bergaul dengan sesamanya. Untuk itu, ketika berbicara dengan orang yang berbeda budaya, kita harus dapat memperkirakan pelanggaran yang mungkin timbul, menghindari pelanggaran tersebut dan meneruskan interaksi tanpa memperlihatkan reaksi permusuhan.

### 4. *Prasangka*

Banyak hambatan dalam komunikasi antarbudaya tidak hanya disebabkan adanya perbedaan budaya, tetapi juga adanya prasangka sosial, yaitu sikap perasaan orang-orang terhadap golongan tertentu, golongan ras atau kebudayaan yang berbeda dengan golongannya. Prasangka sosial terdiri atas sikap sosial yang negatif terhadap golongan lain dan memengaruhi perilakunya terhadap golongan tersebut.

Pada awalnya, prasangka sosial hanya merupakan sikap perasaan negatif, tetapi lambat laun dinyatakan dalam bentuk tindakan yang diskriminatif.<sup>25</sup>

Menurut Jones, prasangka adalah sikap antipati yang didasarkan pada cara menggeneralisasi yang salah dan tidak fleksibel. Kesalahan itu tertangkap secara langsung dan nyata yang ditunjukkan kepada seseorang atas dasar perbandingan dengan kelompok sendiri. Prasangka diduga memiliki pengaruh yang kuat dalam menghambat komunikasi antarbudaya yang efektif.<sup>26</sup>

Faktor penentu prasangka yang diduga memengaruhi komunikasi antarbudaya menurut Poortinga, yaitu sebagai berikut.<sup>27</sup>

<sup>25)</sup> Gerungan, *Psikologi Sosial*, Bandung: Eresco, 1991, hlm. 167.

<sup>26)</sup> *Loc.cit.*, Liliweri, *Gatra...*, 2001, hlm. 175.

<sup>27)</sup> *Op.cit.*, hlm. 176.

### a. *Stereotip*

Stereotip adalah sikap atau karakter yang dimiliki oleh seseorang untuk menilai orang lain semata-mata berdasarkan kelas atau pengelompokan yang dibuatnya sendiri dan bersifat negatif.

Dari sudut pandang kultural atau psikologis, stereotip antaretnis masih tetap ada di berbagai kelompok etnis, ras, dan agama di Indonesia. Sementara itu, terbentuknya konsep budaya Indonesia masih dipertanyakan. Sebagai contoh, orang Jawa dan Sunda merasa bahwa diri mereka “halus” dan “sopan”, sedangkan orang Batak itu “kasar”, tegas, dan “kepala batu”, “suaranya keras dan berisik”, “mudah marah” dan “suka bertengkar”. Sebaliknya, orang Batak memandang diri mereka sebagai “berani”, “terbuka” dan “langsung”, “cerdas”, “rajin”. “kuat” dan “tangguh”. Mereka menganggap orang Jawa dan Sunda sebagai “sopan” dan “halus”, “penakut”, “lemah”, dan “ragu-ragu dalam berbicara”. Bagi orang Batak, kejujuran yang dipikirkan orang lain dianggap sebagai kekasaran, dan menafsirkan kehalusan orang Sunda dan Jawa sebagai kemunafikan.

Rich melakukan penelitian tentang hubungan stereotip dengan komunikasi. Ia menggunakan lima dimensi proses stereotip sebagai pesan, yaitu: (1) pelabelan atau penamaan dan generalisasi; (2) kesamaan individu dengan orang lain; (3) arah stereotip; (4) intensitas atau derajat stereotip; dan (5) kekerasan terhadap etnik.<sup>28</sup>

### b. *Jarak Sosial*

Jarak sosial merupakan perasaan untuk memisahkan seseorang atau kelompok tertentu berdasarkan tingkat penerimaan seseorang terhadap orang lain. Jarak sosial sebagai penilaian

<sup>28)</sup> *Op.cit.*, Gerungan, 1991, hlm. 169.

di atas skala pada mulanya dilakukan oleh Borgadus, dengan mengambil sample 1.725 orang Amerika asli dengan latar belakang 30 etnik. Borgadous menemukan bahwa pada setiap etnik terdapat perbedaan pilihan jarak sosial. Ada kecenderungan yang menunjukkan bentuk interaksi sosial dapat diterima jika ada kesamaan ras atau etnik atau faktor-faktor yang semu di antara ras atau etnik. Liliweri beranggapan bahwa semakin dekat jarak sosial dengan seorang komunikator dari suatu etnik dengan seorang komunikan dari etnik lain, semakin efektif komunikasi yang terjalin di antara mereka, begitu juga sebaliknya.

Golman meneliti jarak sosial antara sesama orang Negro berdasarkan usia responden yang berusia tua dan muda di dua wilayah, yaitu Amerika Utara dan Amerika Selatan. Ia menemukan bahwa: (1) wilayah pemukiman menentukan pendapat responden; (2) faktor usia memengaruhi jarak sosial; (3) perpaduan faktor usia dan tempat tinggal mempunyai peranan terhadap pilihan jarak sosial.<sup>29</sup>

Dari berbagai penelitian tentang hubungan antara jarak sosial dan komunikasi dapat disimpulkan bahwa jarak sosial bergantung pada: (1) ciri dan sifat intraetnik dan antaretnik; (2) cara, tempat, usia; (3) perasaan jauh dekat antara intraetnik dengan antaretnik; (4) prestise; dan (5) kesejahteraan.

### c. *Diskriminasi*

Secara teoretis, Doob menyatakan bahwa diskriminasi dapat dilakukan melalui kebijaksanaan untuk mengurangi, memusnahkan, menaklukkan, memindahkan, melindungi secara legal, menciptakan pluralisme budaya, dan tindakan asimilasi terhadap kelompok lain. Hal ini berarti bahwa sikap

<sup>29)</sup> Harsono Suwardi, *Komunikasi dalam Organisasi*, Jakarta: LPPM UI, 1999, hlm. 26.

<sup>30)</sup> *Loc.cit.*, Liliweri, *Gatra...*, 2001, hlm. 178.

diskriminasi merupakan kompleks berpikir, berperasaan, dan kecenderungan untuk berperilaku ataupun bertindak dalam bentuk negatif atau positif. Sikap ini dapat memengaruhi efektivitas komunikasi antaretnik.<sup>30</sup>

Menurut Zastrow, diskriminasi merupakan faktor yang merusak kerja sama antarmanusia ataupun komunikasi di antara mereka. Doob mengakui diskriminasi sebagai bentuk perilaku yang ditujukan untuk mencegah suatu kelompok atau membatasi kelompok lain yang berusaha memiliki atau mendapatkan sumber daya.<sup>31</sup> Dari beberapa penelitian tentang diskriminasi, dapat disimpulkan bahwa diskriminasi terjadi karena:

- 1) alasan historis, seperti kebanggaan atas kejayaan suatu etnik;
- 2) sistem nilai yang berbeda antara etnis mayoritas dan minoritas;
- 3) pola kerja sama;
- 4) pola pemukiman yang berbeda, seperti Timur dan Barat, urban dengan rural;
- 5) faktor sosial budaya, ekonomi, agama yang memerlukan perbedaan perlakuan, dan prestise suatu kelompok.

Menurut O'Donnell (Nugroho, 2004), prasangka sosial mengarah pada kepercayaan dan nilai yang dipelajari oleh para anggota kelompok etnik tertentu dalam berhubungan dengan kelompok etnik lain. Prasangka sosial dan stereotip kemudian berpengaruh terhadap tingkah laku diskriminatif yang terinternalisasi melalui proses sosialisasi, persuasi, identifikasi, dan penyesuaian.

Hal tersebut berpengaruh terhadap para anggota kelompok etnik lain dan memengaruhi penilaian tiap-tiap anggota kelompok ini karena mereka merefleksikan penilaian yang

berpengaruh terhadap identitas dirinya. Prasangka sosial muncul karena didasari oleh tiga hal berikut:<sup>32</sup>

- 1) *etnosentrisme*, yaitu merasa etniknya yang paling baik;
- 2) terlalu mudah menganalisis perilaku etnik lain dengan pengetahuan dan pengalamannya yang terbatas;
- 3) cenderung memilih stereotip yang mendukung keyakinannya tentang hubungan dan hak-hak istimewa apa yang harus dimiliki.

### C. Konteks Komunikasi Antarbudaya

Komunikasi antarbudaya merupakan keniscayaan dari perkembangan hubungan bisnis antarnegara, meskipun awalnya komunikasi antarbudaya didorong oleh harapan setiap negara untuk memperoleh devisa melalui berbagai pemasaran kekayaan khazanah budaya bangsa dalam pariwisata alamiah ataupun buatan. Akan tetapi, hal itulah yang menjadi kausalitas adanya komunikasi antarbudaya.

Salah satu negara yang menjadi penyebab dari tumbuhnya komunikasi antarbudaya adalah Amerika yang meningkatkan hubungan kultural antarwilayah yang ada di Amerika sebagai negara serikat. Amerika merayakan perbedaan budaya yang dimiliki, kreativitas mengawinkan antarbudaya tumbuh sebagai bagian dari komunikasi antarbudaya.

Edward Hail mengembangkan teori komunikasi antarbudaya hingga meluas menjadi teori bahasa, media massa, dan konflik antarbudaya. Adapun Gudykunst membagi studi komunikasi antarbudaya menjadi sembilan area berbeda, di antaranya menjelaskan komunikasi antarbudaya yang mengacu pada komunikasi

<sup>31)</sup> *Ibid.*

<sup>32)</sup> F. Nugroho (eds), *Konflik dan kekerasan pada Aras Lokal*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004, hlm. 114.

antarindividu atau kelompok dari budaya yang berbeda dari sistem budaya sosial yang sama.<sup>33</sup>

Perkembangan komunikasi antarbudaya bertitik tolak dari penelitian komunikasi antarbudaya yang menjelaskan cara orang Amerika dan orang Jepang melakukan negosiasi bisnis. Tentu perbedaan budaya Amerika dengan Jepang yang kontras menimbulkan minat yang signifikan dalam upaya mengomunikasikan budaya tiap-tiap negara sehingga menjadi pendorong kuat terciptanya hubungan bisnis antarkedua negara tersebut.

Komunikasi antarbudaya Amerika dan Jepang disebut sebagai komunikasi internasional yang menjelaskan peran sosial hubungan kedua negara dalam melakukan perubahan politik perdagangan negara kapitalitas yang menguasai dunia, terutama negara yang sedang berkembang.

Dalam kaitan tersebut, menurut Fagen ada dua jenis perubahan, yang mengarah pada perkembangan komunikasi, yaitu:<sup>34</sup>

1. model eksternal, perubahan sosioekonomi di berbagai negara menimbulkan perubahan gaya hidup yang semakin konsumestik;
2. model internal, terutama dalam pemilihan strategi politik yang mengubah pemilihan sistem politik yang lebih terbuka dan demokratis.

Di kebudayaan Cina dan Jepang, orang-orang yang tidak setuju dengan sebuah keputusan akan diam. Hal ini karena anggapan bahwa mengutarakan ketidaksetujuan dengan terbuka merupakan perbuatan yang tidak sopan. Adapun di Cina, diam merupakan ungkapan dari ketidaksetujuan terhadap sesuatu, sedangkan di Amerika, diam berarti setuju. Penafsiran seperti ini pada dasarnya

---

<sup>33)</sup> *Loc.cit.*, Gudykunst, *Intercultural...*, 1983, hlm. 55.

<sup>34)</sup> R.R. Fagen, *Politics and Communication*, Boston: Little Brown and Company, 1966, hlm. 131.

berbeda untuk perilaku yang sama (diam) menambahkan komplikasi ke proses negosiasi antarbudaya.

Komunikasi antarbudaya diperlukan juga karena latar belakang sistem nilai yang dianut setiap daerah, bangsa, dan negara berbeda. Misalnya, bagi masyarakat Arab seorang anak memegang janggut merupakan penghormatan, tetapi untuk masyarakat Indonesia, perbuatan itu dianggap kurang sopan. Untuk orang Sunda, duduk di depan pintu rumah itu "pamali", dan berbagai sistem nilai lainnya yang perlu dikomunikasikan agar tidak menimbulkan kesalahpahaman.

Dalam perkembangan berikutnya, komunikasi antarbudaya juga berkaitan dengan kebudayaan timur dan barat yang sering disebut dengan budaya sekuler (barat) dan budaya agamis (timur), meskipun kedua konsep tersebut tidak memiliki dasar filosofi yang dapat dipertanggungjawabkan, indikasinya dapat dikemukakan sebagai berikut.

1. Budaya barat cenderung liberal dan bebas nilai, sedangkan budaya timur berpijak dari agama.
2. Budaya barat mengenali batasan kemanusiaan universal yang bebas dan tidak terikat oleh nilai-nilai sakral.
3. Budaya barat berpijak dari persepsi hak asasi manusia yang liberal, sedangkan budaya timur berpihak dari HAM yang dibatasi oleh nilai, agama, adat, dan aturan negara.
4. Budaya barat dinilai oleh budaya ketimuran sebagai hal yang tidak semuanya pantas ditiru, seperti seks bebas, perkawinan kaum homo, kumpul kebo, dan cara berpakaian.

Dengan demikian, masyarakat timur memiliki kecenderungan menjadi etnosentris untuk dinilai kelompok lain berdasarkan kategori dan nilai yang mereka anut, bersifat tertutup dengan kebudayaan lain.

## D. Teori Representatif dalam Komunikasi Antarbudaya

Teori representatif dalam komunikasi antarbudaya berkaitan dengan beberapa hal penting dalam komunikasi, yaitu sebagai berikut.

1. Hukum dalam komunikasi antarbudaya, artinya komunikasi harus ada hukum kepastian yang meyakinkan terjadinya saling pengertian dari para komunikan dan saling memberi informasi yang benar dan terpercaya.
2. Membangun hubungan komunikatif dan saling mempelajari budaya masing-masing.
3. Mengurangi ketidakpastian dalam pertemuan antarbudaya dengan mengikuti norma kelompok atau budaya. Pengurangan ketidakpastian melibatkan perilaku individu.
4. Kepatuhan terhadap norma-norma ketika berbicara dengan bahasa kelompok lain. Mengetahui latar belakang seseorang untuk mengurangi ketidakpastian bagi anggota atau konteks budaya tinggi. Gudykunst menerapkan teori pengurangan ketidakpastian untuk antarkomunikasi menawarkan contoh yang sangat baik dari bangunan teori.
5. Mengadaptasi teori untuk mempelajari konteks komunikasi yang berbeda.
6. Menyarankan beberapa perubahan untuk budaya konteks tinggi dan hubungan yang lebih intim dalam komunikasi antarbudaya.
7. Mendeskripsikan kebiasaan komunikasi dan memaparkan kebiasaan komunikasi yang terjadi selama proses akulturasi.
8. Berpartisipasi dalam jaringan kenegaraan dan berakulturasi mengembangkan model komunikasi antarbudaya.
9. Berinteraksi dengan anggota masyarakat lokal dan mengonsumsi media komunikasi yang digunakan.
10. Kompeten berbahasa bahasa lokal.

11. Memotivasi dan berpartisipasi dalam kebudayaan lokal.
12. Ketersediaan media massa karena media massa menciptakan kompleksitas persepsi melalui pengaruh dari komunikasi interpersonal.

Pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi memiliki latar belakang kebudayaan yang berbeda, tetapi secara prinsipil, mereka menjalani dan mengalami hal-hal yang terjadi dalam peristiwa komunikasi yang sama.

Unsur-unsur komunikasi memiliki peranan penting dalam setiap peristiwa komunikasi, di antaranya:

1. sumber (*source*), yaitu orang sebagai individu atau kelompok;
2. penyandian (*encoding*), yaitu simbol kebudayaan yang dimiliki oleh setiap kelompok;
3. pesan (*message*), yaitu pesan yang dikomunikasikan oleh para komunikan;
4. saluran (*channel*), yaitu yang menghubungkan para komunikan;
5. penerima (*receiver*), yaitu orang yang menerima pesan;
6. penyandian balik (*decoding*), yaitu proses internal penerima dan pemberian makna kepada komunikan;
7. respons penerima (*receiver response*), yaitu tanggapan penerima pesan;
8. balikan (*feedback*), yaitu informasi bagi sumber sehingga menilai efektivitas komunikasi dan penyesuaian diri dengan situasi yang ada.

### 1. Penerapan Prinsip Komunikasi Antarbudaya

Aubrey Fisher menyebutkan dua prinsip komunikasi antarbudaya, yaitu sebagai berikut.

- a. Prinsip *homofili*, yaitu derajat ketidaksamaan dari pasangan sumber dan penerima pesan yang disebabkan oleh unsur-unsur budaya yang sama pada unsur-unsur budaya yang terdapat pada kepercayaan, pendidikan, dan/atau status sosial.

- b. Prinsip *heterofili*, yaitu derajat ketidaksamaan dari pasangan sumber dan penerima pesan yang disebabkan unsur budaya yang berbeda pada unsur-unsur budaya yang terdapat pada kepercayaan, pendidikan, atau status sosial.

Menurut Aubrey Fisher, *homofili*, dan *heterofili* adalah salah satu aspek penerapan prinsip komunikasi dalam konteks antarbudaya yang menjadi subjek kajian psikolog dan ilmuwan komunikasi. Sasaran kajiannya mengenai keterpaduan dalam interaksi antar-pribadi, seperti derajat atau tingkat kepuasan, loyalitas kelompok kesetiakawanan atau solidaritas, dan sikap keterlibatan anggota kelompok. Konsep keterpaduan ini sebagai ciri komunikasi yang menentukan dan memelihara keterpaduan yang tinggi. Prinsip *homofili* dan *heterofili* menyangkut masalah peranan komunikasi dalam meningkatkan kecenderungan para anggota kelompok untuk melakukan pilihan dengan memperhitungkan risiko tercapai tidaknya keterpaduan dan keseimbangan dibandingkan jika dilakukan oleh perseorangan.

Perspektif komunikasi tingkat derajat kesamaan dan ketidaksamaan ini bertujuan mencapai komunikasi yang efektif. Kerangka acuannya meliputi nilai budaya, agama, serta pendidikan yang pernah dialaminya. Jika kerangka acuan dan pengalaman memiliki kemiripan atau kesamaan, komunikasi akan berlangsung lancar dan efektif. Komunikasi dapat efektif disebabkan juga oleh adanya komunikasi yang persuasif. Komunikasi efektif apabila ada kecocokan rangsangan antara pengiriman dan penerimaan pesan.<sup>35</sup>

## 2. Relativitas Bahasa

Setiap masyarakat dan budaya mempunyai bahasa sendiri yang sesuai dengan keadaan lingkungan sosiokultural mereka. Bahasa sebagai alat sekaligus media komunikasi yang efektif dan cermin kebudayaan setiap bangsa dan negara. Dengan kata lain, dalam membina hubungan apa pun dibutuhkan keterampilan berbahasa.

---

<sup>35)</sup> *Loc.cit.*, A. Devito, *Komunikasi...*, hlm. 479.

## BAB 4

# FAKTOR-FAKTOR YANG MENINGKATKAN KAJIAN KOMUNIKASI ANTARBUDAYA

Pada saat ini, komunikasi antarbudaya menjadi semakin luas dan kompleks, tidak hanya menyangkut nilai budaya, tetapi juga menyangkut aspek sosial, ekonomi, politik, teknologi, dan berbagai aspek lainnya.

Komunikasi antarbudaya dilakukan setiap orang karena saat ini dunia dipenuhi oleh masyarakat yang bersifat dinamis, siap menghadapi situasi baru dalam konteks apa pun, dan bertemu dengan partner komunikasi yang belum pernah dijumpai.

### A. Konsep Dasar Kajian Komunikasi Antarbudaya

#### 1. Pentingnya Faktor Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya

Beberapa faktor yang menyebabkan pentingnya budaya dalam komunikasi adalah sebagai berikut.<sup>1</sup>

---

<sup>1)</sup> Franz Josef Eilers, *Berkomunikasi Antara Budaya*, Surabaya: Nusa Indah, 1995, hlm. 33.

**a. Mobilitas**

Mobilitas masyarakat di seluruh dunia sedang mencapai puncaknya. Hal ini ditunjukkan dengan semakin banyaknya perjalanan yang dilakukan dari satu negara ke negara lain dan dari satu benua ke benua yang lain.

Tujuannya adalah mengenal daerah baru dan orang-orang yang berbeda serta untuk menggali peluang-peluang ekonomis. Hal tersebut menyebabkan hubungan antarpribadi semakin berkembang menjadi hubungan antarbudaya.

**b. Saling Kebergantungan Ekonomi**

Secara ekonomis banyak negara bergantung pada negara lain. Dengan kata lain, kehidupan ekonomis suatu negara sangat bergantung pada kemampuan negara tersebut untuk berkomunikasi dengan negara lain yang memiliki kebudayaan yang berbeda. Untuk itu, setiap bangsa harus mampu berkomunikasi secara efektif dengan kultur-kultur yang berbeda.

**c. Teknologi Komunikasi**

Pesatnya teknologi komunikasi telah membawa kultur luar yang masuk dalam budaya kita. Teknologi telah membuat komunikasi antarbudaya mudah, praktis, dan tidak terhindarkan. Misalnya, film-film impor yang dilihat secara tidak langsung mengajari kita untuk mengenal adat dan kebiasaan serta riwayat bangsa lain.

Kemudian melalui telepon, kita dapat berhubungan langsung sampai ke pelosok dunia.

**d. Pola Imigrasi**

Imigrasi akan menyebabkan masuknya seseorang atau sekelompok orang ke dalam suatu negara. Hal ini menambah pengalaman kita dalam bergaul, bekerja, atau bersekolah dengan orang-orang yang berbeda budaya. Hal tersebut menyebabkan kita memahami budaya lain.

**e. Kesejahteraan Politik**

Kesejahteraan politik saat ini sangat bergantung pada kesejahteraan politik kultur dengan negara lain. Dengan kata lain, kesejahteraan politik negara kita bergantung pada kesejahteraan negara lain.

**2. Aspek yang Dikembangkan dalam Komunikasi Antarbudaya**

**a. Sararan Pengembangan Komunikasi Antarbudaya**

Aspek utama dari komunikasi antarbudaya adalah komunikasi antarpribadi antara komunikator dan komunikan yang kebudayaannya berbeda. Dalam kajian ilmu komunikasi, yang dimaksudkan dengan aspek komunikasi adalah semua ihwal yang menjadi objek materiil ilmu komunikasi.

Sasaran komunikasi antarbudaya, yaitu:<sup>2</sup>

- 1) melaksanakan tugas yang berhubungan dengan orang-orang dari latar belakang kebudayaan yang berbeda;
- 2) meningkatkan hubungan antarpribadi dalam suasana antarbudaya;
- 3) tercapai penyesuaian antarpribadi.

**b. Bentuk Sasaran Pengembangan Komunikasi Antarbudaya**

Menurut DeVito, bentuk-bentuk komunikasi antarbudaya, yaitu sebagai berikut.<sup>3</sup>

- 1) Komunikasi antara kelompok agama yang berbeda. Misalnya, antara orang Islam dan orang Yahudi.
- 2) Komunikasi antara subkultur yang berbeda. Misalnya, antara dokter dengan pengacara, atau antara tunanetra dengan tunarungu.

<sup>2)</sup> *Loc.cit.*, Stewart Moss, *Human...*, 1974, hlm. 175.

<sup>3)</sup> *Loc.cit.*, Joseph Devito, *Komunikasi...*, 1997, hlm. 33.



- 3) Komunikasi antara subkultur dan kultur yang dominan. Misalnya, antara kaum homoseks dan kaum heteroseks, atau antara kaum manula dan kaum muda.
- 4) Komunikasi antara jenis kelamin yang berbeda, yaitu antara pria dan wanita.

**c. Cara Mengurangi Ketidakpastian**

Secara khusus, fungsi komunikasi antarbudaya adalah mengurangi ketidakpastian. Hal ini karena ketika memasuki wilayah orang lain, kita akan menemui orang-orang yang berbeda dalam berbagai aspek (sosial, budaya, ekonomi, status, dan lain-lain).

Menurut Gundykunst dan Kim, usaha untuk mengurangi ketidakpastian itu dapat dilakukan melalui tiga tahap seleksi, yaitu:<sup>4</sup>

- 1) Prakontak atau tahap pembentukan kesan melalui simbol verbal ataupun nonverbal (komunikasikan suka berkomunikasi atau menghindari komunikasi).
- 2) *Initial contact and impression*, yakni tanggapan lanjutan atau kesan yang muncul dari kontak pertama, misalnya bertanya pada diri sendiri: apa saya seperti dia, apa dia mengerti saya, apa merugikan waktu saya jika berkomunikasi dengan dia, atau pertanyaan lainnya yang serupa.
- 3) *Closure*, mulai membuka diri yang semula tertutup melalui atribusi dan pengembangan kepribadian implisit.

**3. Kekuatan dan Asumsi Komunikasi Antarbudaya**

Kemampuan lintas budaya terdiri atas tiga komponen, di antaranya sebagai berikut.<sup>5</sup>

<sup>4</sup> *Loc.cit.*, Deddy Mulyana, 2003, *Ilmu...*, hlm. 31.

<sup>5</sup> *Op.cit.*, Mulyana, hlm. 33.

**a. Komponen Pengetahuan (Knowledge)**

Definisi dari pengetahuan adalah pemahaman pentingnya identitas etnik/kebudayaan dan kemampuan melihat sesuatu yang penting bagi orang lain. Artinya, mengetahui tentang identitas kebudayaan dan mampu melihat segala perbedaan, misalnya antara ahli identitas kolektif dan ahli identitas individu.

**b. Komponen Kesadaran (Mindfulness)**

Kesadaran secara sederhana berarti secara biasa dan teliti untuk menyadari. Hal ini berarti kesiapan berganti ke perspektif baru.

**c. Komponen Kemampuan (Skill)**

Kemampuan mengacu pada menegosiasi identitas melalui observasi yang teliti, menyimak, empati, kepekaan nonverbal, kesopanan, penyusunan ulang, dan kolaborasi. Hamid Mowlana menyebutkan komunikasi antarbudaya sebagai *human flow across national boundaries*. Misalnya, dalam keterlibatan suatu konferensi internasional tempat bangsa-bangsa dari berbagai negara berkumpul dan berkomunikasi satu sama lain.

Fred E. Jandt mengartikan komunikasi antarbudaya sebagai interaksi tatap muka di antara orang-orang yang berbeda budayanya. *Intercultural communication generally refers to face-to-face interaction among people of diverse culture.*

Guo-Ming Chen dan William J. Sartosa mengatakan bahwa komunikasi antarbudaya adalah proses negosiasi atau pertukaran sistem simbolis yang membimbing perilaku manusia dan membatasi dalam menjalankan fungsinya sebagai kelompok. Selanjutnya, komunikasi antarbudaya itu dilakukan sebagai berikut.<sup>6</sup>

<sup>6</sup> Guo-Ming Chen dan William J. Sartosa, *Dasar-dasar Komunikasi Antarbudaya*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003, hlm. 155

1. Negosiasi untuk melibatkan manusia dalam pertemuan antarbudaya yang membahas satu tema (penyampaian tema melalui simbol) yang sedang dipertentangkan.
2. Pertukaran sistem simbol yang bergantung pada persetujuan antarsubjek yang terlibat dalam komunikasi, sebuah keputusan dibuat untuk berpartisipasi dalam proses pemberian makna yang sama.
3. Pembimbingan perilaku budaya yang tidak terprogram, tetapi bermanfaat karena mempunyai pengaruh terhadap perilaku kita.
4. Menunjukkan fungsi sebuah kelompok untuk membedakannya dari kelompok lain dan mengidentifikasinya dengan berbagai cara.

Adapun asumsi dasar komunikasi antarbudaya dalam buku *Intercultural Communication: A Reader* dinyatakan bahwa komunikasi antarbudaya (*intercultural communication*) terjadi apabila sebuah pesan (*message*) yang harus dimengerti dihasilkan oleh anggota dari budaya tertentu untuk konsumsi anggota dari budaya yang lain.<sup>7</sup>

#### 4. Pencetus dan Teori Komunikasi Budaya

Griffin (2003) menyadur teori pengelolaan kecemasan/ketidakpastian (*anxiety/uncertainty management*), teori negoisasi rupa (*face-negotiation*), dan teori kode berbicara (*speech codes*).<sup>8</sup>

##### a. Teori Pengelolaan Kecemasan/Ketidakpastian

###### 1) Teori yang dipublikasikan William Gudykunst

Teori ini memfokuskan perbedaan budaya pada kelompok dan orang asing. Menurut Gudykunst, teorinya

dapat digunakan pada segala situasi yang di dalamnya terdapat perbedaan antara keraguan dan ketakutan. Perbedaan tersebut dapat dijelaskan dengan seseorang anggota dari sebuah kebudayaan dengan konteks yang tinggi atau kebudayaan dengan konteks yang rendah.<sup>9</sup>

Kebudayaan dengan konteks yang tinggi sangat mengandalkan keseluruhan situasi untuk menafsirkan kejadian, sedangkan kebudayaan dengan konteks rendah lebih mengandalkan pada isi verbal yang jelas dari pesan.

Dalam kebudayaan dengan konteks yang tinggi, seperti orang-orang Jepang, mengandalkan isyarat non-verbal dan informasi tentang latar belakang seseorang untuk mengurangi ketidakpastian, sedangkan kebudayaan dengan konteks rendah seperti orang-orang Inggris menanyakan pertanyaan langsung berhubungan dengan pengalaman, sikap dan keyakinan.

Untuk meminimalisasi ketidakmengertian, William Gudykunst menggunakan istilah komunikasi efektif, sedangkan penulis lain menggunakan istilah *accuracy, fidelity, understanding* untuk hal yang sama. Gudykunst menyakini bahwa kecemasan dan ketidakpastian merupakan penyebab dari kegagalan komunikasi pada situasi antarkelompok. Ada dua penyebab *mis*-interpretasi yang berhubungan erat, perbedaan pada ketidakpastian yang bersifat kognitif dan kecemasan yang bersifat afeksi - suatu emosi.

Gudykunst memperluas teori ini secara mendalam sehingga teori tersebut mencakup sekitar 50 dalil yang berhubungan dengan konsep diri, motivasi, reaksi, terhadap orang yang baru, penggolongan sosial, proses situasional,

<sup>7)</sup> Larry A. Samovar, Richard E. Porter, dan Edwin R. McDaniel, 2010, *Komunikasi Lintas Budaya*, Jakarta: Salemba Humania, hlm. 19.

<sup>8)</sup> *Op.cit.*, hlm. 303.

<sup>9)</sup> B. William Gudykunst dan Y.Y. Kim, *Communicating With Strangers Fourth Edition*, New York: Mac Graw Hill, 2003, hlm. 43.

hubungan dengan orang baru, dan beberapa hal lain yang berhubungan dengan kecemasan dan keefektifan.<sup>10</sup>

Jelasnya, kecemasan dan ketidakpastian berhubungan dengan seluruh sifat komunikasi, perilaku, dan pola-pola, serta kombinasi ini memengaruhi hal-hal yang dilakukan dalam percakapan dengan orang-orang yang tidak dikenal.

## 2) Asumsi dasar dan uraian teori

Konsep dasar *anxiety/uncertainty management theory*, terdiri atas berikut ini.

- a) Konsep diri dan harga diri; meningkatnya harga diri ketika berinteraksi dengan orang asing menghasilkan peningkatan kemampuan mengelola kecemasan.
- b) Motivasi untuk berinteraksi dengan orang asing; meningkatnya kebutuhan diri untuk memasuki kelompok dan berinteraksi dengan orang asing akan menghasilkan peningkatan pengelolaan kecemasan.
- c) Reaksi terhadap orang asing; peningkatan kemampuan untuk memproses informasi yang kompleks tentang orang asing akan menghasilkan peningkatan untuk memprediksi secara tepat perilaku mereka.
- d) Peningkatan untuk bertoleransi ketika berinteraksi dengan orang asing menghasilkan peningkatan mengelola kecemasan kita dan menghasilkan peningkatan kemampuan dalam memprediksi secara akurat perilaku orang asing.
- e) Kategori sosial dari orang asing; peningkatan kesamaan personal yang dipersepsi antara kita dan orang asing akan menghasilkan peningkatan kemampuan mengelola kecemasan kita dan kemampuan memprediksi perilaku mereka secara akurat. Pembatas kondisi:

<sup>10)</sup> *Op.cit.*, Gudykunst, hlm. 45.

pemahaman perbedaan kelompok kritis hanya ketika orang asing mengidentifikasi secara kuat dengan kelompok.

- f) Peningkatan kesadaran terhadap pelanggaran orang asing dari harapan positif dan/atau harapan negatif akan menghasilkan peningkatan kecemasan dan akan menurunkan rasa percaya diri dalam memperkirakan perilaku mereka.
- g) Proses situasional; peningkatan pada situasi informal ketika berkomunikasi dengan orang asing akan menghasilkan sebuah penurunan kecemasan kita dan sebuah peningkatan rasa percaya diri terhadap perilaku mereka.
- h) Koneksi dengan orang asing; peningkatan dalam rasa ketertarikan pada orang asing menghasilkan penurunan kecemasan kita dan peningkatan rasa percaya diri dalam memperkirakan perilaku mereka.
- i) Peningkatan dalam jaringan kerja yang mengharuskan berbagi dengan orang asing akan menghasilkan penurunan kecemasan dan menghasilkan peningkatan rasa percaya diri untuk memprediksi perilaku orang lain.

## b. Teori Negosiasi Rupa (*Face Negotiation Theory*)

### 1) Dikembangkan oleh Stella Ting-Toomey

Teori negosiasi rupa memberikan dasar untuk memperkirakan cara manusia menyelesaikan karya rupa dalam kebudayaan yang berbeda. Jadi, teori ini adalah perluasan alami dari teori tentang argumentasi.

Teori ini membantu menjelaskan perbedaan budaya dalam merespons konflik. Ting-Toomey berasumsi bahwa orang-orang dalam setiap budaya akan melakukan *negotiating face*. Istilah itu adalah metafor citra diri publik

dan cara menginginkan orang lain melihat dan memper-lakukan diri kita.<sup>11</sup>

*Face work* merujuk pada pesan verbal dan nonverbal yang membantu menjaga dan menyimpan rasa malu (*face loss*), dan menegakkan wajah terhormat. Identitas kita dapat selalu dipertanyakan, kecemasan dan ketidakpastian yang digerakkan oleh konflik yang membuat kita tidak berdaya/ harus terima.

Postulat teori ini adalah *face work* orang-orang dari budaya individu berbeda dengan *face work* dari budaya kolektivistis. Ketika *face work* tersebut berbeda, gaya penanganan konflik pun menjadi berbeda pula.

## 2) Asumsi dasar dan uraian teori

Budaya memiliki dampak signifikan terhadap cara orang berkomunikasi dan mengelola konflik satu sama lain secara individu, dan antarkelompok.

Menurut Ting-Toomey, konflik dapat berasal dari benturan langsung kepercayaan budaya dan nilai-nilai, atau sebagai akibat dari *misapplying* harapan tertentu dan standar perilaku untuk situasi tertentu. Teori *face-negosiasi* mengidentifikasi tiga masalah tujuan bahwa konflik berkisar pada konten, relasional, dan identitas.

Konten tujuan konflik adalah isu-isu eksternal yang menempatkan individu pada hal tinggi. Tujuan konflik relasional terlihat dari cara individu mendefinisikan, atau idealnya akan mendefinisikan hubungan mereka dengan anggota lain dalam situasi konflik. Akhirnya, identitas gol berbasis melibatkan masalah konfirmasi identitas, rasa hormat, dan persetujuan dari anggota konflik. Tujuan ini memiliki koneksi terdalam dengan budaya dan mereka

<sup>11)</sup> BStella Ting-Toomey, *Communicating Across Cultures*, New York: The Guilford, 1999, hlm. 133.

yang berhubungan langsung dengan menyelamatkan muka isu.

Teori ini menawarkan model pengelolaan konflik sebagai berikut.

- a) *Avoiding* (penghindaran): menghindari diskusi perbedaan dengan anggota kelompok.
- b) *Obliging* (keharusan): menyerahkan pada kebijakan anggota kelompok.
- c) *Compromising*: menggunakan, memberi, dan menerima sehingga mencapai kompromi.
- d) *Dominating*: memastikan penanganan isu sesuai kehendak.
- e) *Integrating*: menukar informasi akurat dengan anggota kelompok untuk memecahkan masalah bersama-sama.

*Face negotiation theory* menyatakan bahwa *avoiding*, *obliging*, *compromising*, *dominating*, dan *integrating* bertukar-tukar menurut campuran perhatian mereka untuk *self-face* dan *other-face*.

## c. Teori Kode Berbicara (*Speech Codes Theory*)

### 1) Teori yang dipublikasikan Gerry Philipsen

Teori ini berusaha menjawab keberadaan *speech code* dalam suatu budaya, substansi, dan kekuatannya dalam sebuah budaya. Ia menyampaikan proposisi sebagai berikut:<sup>12</sup>

- a) Di mana pun ada sebuah budaya, di sana ditemukan *speech code* yang khas.
- b) *Speech code* mencakup retorikal, psikologi, dan sosiologi budaya.

<sup>12)</sup> Yant Mujiyanto, Budhi Setiawan, Purwadi, dan Edi Suryo, *Puspa Ragam Bahasa Indonesia (BPK)*, Surakarta: UNS Press, 2000, hlm. 117.

- c) Pembicaraan yang signifikan bergantung pada *speech code* yang digunakan pembicara dan pendengar untuk mengkreasi dan menginterpretasi komunikasi mereka.
- d) Istilah, aturan, dan premis terkait dalam pembicaraan.
- e) Manfaat *speech code* bersama adalah menciptakan kondisi memadai untuk memprediksi, menjelaskan, dan mengontrol formula wacana tentang inteligentitas, *prudens*, (bijaksana, hati-hati), dan moralitas dari perilaku komunikasi.

## 2) Asumsi dasar dan uraian teori

Teori *speech code* mengacu pada kerangka kerja untuk komunikasi dalam masyarakat tutur tertentu. Sebagai disiplin akademis, teori ini mengeksplorasi cara kelompok berkomunikasi berdasarkan sosial, jenis kelamin budaya, pekerjaan, atau faktor lainnya.

*Speech code* juga dapat didefinisikan sebagai sistem konstruksi sosial historis berlaku istilah, makna, tempat, dan aturan, tentang perilaku komunikatif.

Definisi dasar dari kode berbicara sosiolog Basil Bernstein adalah aturan yang mengatur hal-hal yang harus dikatakan dan cara mengatakannya dalam konteks tertentu.<sup>13</sup> Menurut Katherine Miller (2005), teori kode berbicara memiliki latar belakang dalam antropologi, linguistik, dan komunikasi. Pengaruh penting lainnya adalah karya antropolog dan ahli bahasa Dell Hymes yang berfokus pada praktik pidato lokal dalam situasi budaya dan sosial. Ia menemukan model berbicara yang akan membantu dalam kode berbicara pada komunitas tertentu (sebagaimana dilaporkan oleh Miller), yaitu:<sup>14</sup>

- a) situasi (pengaturan atau adegan);
- b) peserta (analisis kepribadian dan posisi sosial atau hubungan);
- c) *ends* (tujuan dan hasil);
- d) kisah para rasul (pesan, bentuk, isi, dan lain-lain);
- e) kunci (nada atau mode);
- f) sarana (saluran atau modalitas digunakan);
- g) norma (kerangka kerja untuk memproduksi dan pengolahan pesan);
- h) genre (jenis interaksi).

## B. Persepsi dalam Komunikasi Antarbudaya

Untuk memenuhi tugas hidupnya selaku makhluk sosial, manusia senantiasa berinteraksi dengan orang lain. Untuk itu, manusia menggunakan berbagai alat dan kemampuan yang memungkinkannya untuk menjalankan fungsinya. Salah satu alat perlengkapan manusia adalah alat indra. Dengan alat indra tersebut, manusia dapat melihat, mendengar, merasakan, dan menyentuh dunianya.

### 1. Pengertian Persepsi

Persepsi adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang dalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik melalui penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan, dan penciuman. Kunci untuk memahami persepsi adalah terletak pada pengenalan bahwa persepsi merupakan penafsiran yang unik terhadap situasi, bukan pencatatan yang benar terhadap situasi.

Persepsi adalah proses mengungkap arti objek sosial dan peristiwa yang dialami dalam lingkungan kita. Setiap orang memiliki gambaran berbeda mengenai realitas di sekelilingnya.

<sup>13)</sup> J. Ermer dan J.H.M. Miller, *Method Validation in Pharmaceutical Analysis A Guide to Best Practice*, Weinheim: Wiley-VCH, 2005, hlm. 89.

<sup>14)</sup> *Op.cit.*, hlm. 91.

Pengertian persepsi menurut para ahli, adalah:<sup>15</sup>

- a. J. Cohen menyatakan bahwa persepsi adalah pengetahuan yang tampak mengenai apa yang ada di luar sana.
- b. Rudolph F. Ferderber menyebutkan bahwa persepsi adalah proses menafsirkan informasi indriawi.
- c. John R. Wenburg dan William W. Wilmot menyatakan bahwa persepsi adalah cara organisme memberi makna.

Dari beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah inti komunikasi dan penafsiran adalah inti persepsi yang identik dengan penyandian balik.

Adapun interpretasi adalah inti dari persepsi, dan hasil persepsi dan pembentukan sikap kemudian menjadi patokan dalam berkomunikasi. Jika persepsi suatu kebudayaan pada suatu objek positif, objek itu akan ditransmisikan secara positif. Sebaliknya, apabila kebudayaan dipersepsikan secara negatif, objek itu akan dikomunikasikan pula secara negatif. Dengan kata lain, kebudayaan juga berfungsi untuk mengajarkan tata cara berkomunikasi, baik komunikasi verbal maupun nonverbal. Tiap-tiap kebudayaan yang dipersepsikan berbeda akan mengajarkan tata cara komunikasi yang berbeda pula.

Dengan demikian, persepsi menjadi unsur penting dalam meningkatkan kajian komunikasi antarbudaya.

## 2. Unsur-unsur yang Tercakup dalam Persepsi

Unsur yang tercakup dalam persepsi adalah:<sup>16</sup>

- a. penginderaan atau sensasi;
- b. atensi;
- c. interpretasi.

<sup>15)</sup> Riswandi, *Ilmu Komunikasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009, hlm. 49.

<sup>16)</sup> *Op.cit.*, hlm. 50.

Selain ketiga unsur tersebut, dalam persepsi terdapat prinsip berikut:

- a. persepsi berdasarkan pengalaman;
- b. persepsi berdasarkan selektif;
- c. persepsi berdasarkan dugaan;
- d. persepsi berdasarkan evaluatif.

## 3. Subproses dalam Persepsi

Ada beberapa subproses dalam persepsi yang membuktikan bahwa persepsi merupakan hal yang kompleks dan interaktif. Subproses pertama yang dianggap penting adalah stimulus atau situasi yang hadir. Awal terjadinya persepsi adalah ketika seseorang dihadapkan pada situasi atau stimulus. Situasi yang dihadapi mungkin dapat berupa stimulus penginderaan dekat dan langsung atau berupa bentuk lingkungan sosiokultur dan fisik yang menyeluruh.

Subproses kedua adalah registrasi, interpretasi, dan umpan balik (*feedback*). Dalam masa registrasi, suatu gejala yang tampak adalah mekanisme fisik, berupa penginderaan. Cara seseorang terpengaruh, kemampuan fisik untuk mendengar dan melihat akan memengaruhi persepsi.

Interpretasi merupakan suatu aspek kognitif dari persepsi yang sangat penting. Proses interpretasi ini bergantung pada cara pendalaman (*learning*), motivasi, dan kepribadian seseorang. Pendalaman, motivasi, dan kepribadian seseorang akan berbeda dengan orang lain. Oleh karena itu, interpretasi terhadap suatu informasi yang sama akan berbeda antara satu orang dengan yang lain.

Subproses terakhir adalah umpan balik (*feedback*) yang dapat memengaruhi persepsi seseorang.

#### 4. Macam-macam Persepsi

Persepsi terbagi dua, yaitu persepsi terhadap objek (lingkungan fisik) dan persepsi terhadap manusia. Persepsi terhadap manusia sering juga disebut persepsi sosial.

##### a. *Persepsi terhadap Lingkungan Fisik*

Persepsi seseorang terhadap lingkungan fisik tidak sama karena dipengaruhi oleh beberapa faktor berikut:

- 1) latar belakang pengalaman;
- 2) latar belakang budaya;
- 3) latar belakang psikologis;
- 4) latar belakang nilai, keyakinan, dan harapan;
- 5) kondisi faktual alat-alat pancaindra di mana informasi yang sampai kepada orang itu adalah melalui pintu itu.

##### b. *Persepsi terhadap Manusia*

Persepsi terhadap manusia atau persepsi sosial adalah proses menangkap arti objek sosial dan peristiwa yang dialami di lingkungan sekitar. Setiap orang memiliki gambaran yang berbeda mengenai realitas di sekelilingnya. Dengan kata lain, setiap orang mempunyai persepsi yang berbeda terhadap lingkungan sosialnya.

#### 5. Faktor-faktor yang Memengaruhi Persepsi

Faktor-faktor yang memengaruhi pengembangan persepsi seseorang adalah sebagai berikut.

##### a. *Psikologi*

Persepsi seseorang mengenai segala sesuatu di alam dunia ini sangat dipengaruhi oleh keadaan psikologi. Contoh, terbenamnya matahari pada waktu senja yang indah temaram, akan dirasakan sebagai bayang-bayang yang kelabu bagi seorang yang buta warna.

##### b. *Famili (keluarga)*

Pengaruh yang paling besar terhadap anak-anak adalah familinya. Orangtua yang telah mengembangkan cara yang khusus dalam memahami dan melihat kenyataan di dunia ini, banyak sikap dan persepsi mereka yang diturunkan kepada anaknya.

##### c. *Kebudayaan*

Kebudayaan dan lingkungan masyarakat tertentu juga merupakan salah satu faktor kuat dalam memengaruhi sikap, nilai, dan cara seseorang memandang dan memahami keadaan di dunia ini.

##### d. *Faktor dari Dalam dan Luar*

Selain faktor yang memengaruhi pengembangan persepsi, ada pula faktor yang memengaruhi dalam pemilihan persepsi.

Faktor perhatian dari luar ini terdiri atas pengaruh lingkungan luar, antara lain sebagai berikut.

- 1) Intensitas, prinsip intensitas dari suatu perhatian dapat dinyatakan bahwa semakin besar intensitas stimulus dari luar, semakin besar pula hal itu dapat dipahami.
- 2) Ukuran, faktor ini sangat dekat dengan prinsip intensitas. Semakin besar ukuran suatu objek, semakin mudah untuk diketahui atau dipahami.
- 3) Keberlawanan atau kontras, stimuli luar yang penampilannya berlawanan dengan latar belakangnya yang di luar perkiraan orang banyak akan menarik banyak perhatian.
- 4) Pengulangan (*repetition*), stimulus dari luar yang diulang akan memberikan perhatian yang lebih besar dibandingkan dengan yang sekali dilihat.
- 5) Gerakan (*moving*), orang akan memberikan banyak perhatian terhadap objek yang bergerak dalam jangkauan pandangannya dibandingkan dengan objek yang diam.

- 6) Baru dan familier, baik situasi eksternal yang baru maupun yang dikenal dapat dipergunakan sebagai penarik perhatian.

## C. Interaksi dalam Komunikasi Antarbudaya

### 1. Pengertian Interaksi

Menurut kamus bahasa *online*, interaksi adalah hal saling melakukan aksi, berhubungan, memengaruhi antarhubungan. Interaksi adalah jenis tindakan atau aksi yang terjadi ketika dua atau lebih objek memengaruhi atau memiliki efek satu sama lain. Ide efek dua arah ini penting dalam konsep interaksi, sebagai lawan dari hubungan satu arah pada sebab akibat.<sup>17</sup>

### 2. Interaksi sebagai Proses Asimilasi

Dalam komunikasi, interaksi budaya adalah hubungan antara dua atau lebih cara/pola hidup pada masyarakat mengenai segala bentuknya dalam proses komunikasi. Interaksi atau hubungan antarbudaya adalah proses asimilasi dan alkulturasi kebudayaan sehingga saling memengaruhi satu sama lain di antara dua kebudayaan tersebut.<sup>18</sup>

Komunikasi antarbudaya mengacu pada komunikasi antara orang-orang dari kultur (budaya) yang berbeda-beda, antara orang-orang yang memiliki kepercayaan, nilai, atau cara berperilaku kultural yang berbeda.

---

<sup>17)</sup> Anak Agung Ngurah Adhiputra, *Konseling Lintas Budaya*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013, hlm. 3.

<sup>18)</sup> *Loc.cit.*, Riswandi, *Ilmu...*, 2009, hlm. 95.

## 3. Hakikat Interaksi dan Hubungan Antarbudaya

Hakikat adalah unsur utama yang mewujudkan sesuatu. Hakikat mengacu pada faktor utama yang lebih fundamental.

Hakikat interaksi antarbudaya adalah mengenai adanya penerimaan dan penghargaan terhadap suatu kebudayaan, baik kebudayaan sendiri maupun kebudayaan orang lain.

Komunikasi dan budaya mempunyai hubungan timbal balik, seperti dua sisi mata uang. Budaya menjadi bagian dari perilaku komunikasi dan komunikasi pun turut menentukan, memelihara, mengembangkan, atau mewariskan budaya. Edward T. Hall menegaskan bahwa komunikasi adalah budaya dan budaya adalah komunikasi. Pada satu sisi, komunikasi merupakan mekanisme untuk menyosialisasikan norma-norma budaya masyarakat, baik secara horizontal dari suatu masyarakat kepada masyarakat lainnya, maupun secara vertikal dari suatu generasi ke generasi berikutnya. Pada sisi lain, budaya merupakan norma atau nilai yang dianggap sesuai untuk kelompok tertentu.

Secara alamiah, proses komunikasi antarbudaya berakar dari relasi antarbudaya yang menghendaki adanya interaksi sosial. Oleh karena itu, dalam kenyataan sosial disebutkan bahwa manusia tidak dapat dikatakan berinteraksi sosial jika tidak berkomunikasi.

Interaksi antarbudaya yang efektif sangat bergantung pada komunikasi antarbudaya. Konsep ini sekaligus menerangkan bahwa tujuan komunikasi antarbudaya akan tercapai (komunikasi yang sukses) apabila bentuk hubungan antarbudaya menggambarkan upaya yang sadar dari peserta komunikasi untuk memperbaiki relasi antara komunikator dengan komunikan, menciptakan dan memperbaiki manajemen komunikasi yang efektif, lahirnya semangat kesetiakawanan, persahabatan, hingga berhasilnya pembagian teknologi, mengurangi konflik yang seluruhnya merupakan bentuk dari komunikasi antarbudaya.<sup>19</sup>

---

<sup>19)</sup> *Loc.cit.*, Riswandi, *Ilmu...*, 2009, hlm. 105.



## D. Sifat, Kekeliruan dan Kegagalan Persepsi, dan Pengaruh Kebudayaan terhadap Penafsiran dalam Komunikasi Antarbudaya

### 1. Sifat Persepsi

#### a. *Persepsi Bersifat Dugaan*

Proses persepsi yang bersifat dugaan memungkinkan kita menafsirkan suatu objek dengan makna yang lebih lengkap dari sudut pandang mana pun. Karena informasi yang lengkap tidak pernah tersedia, dugaan diperlukan untuk membuat kesimpulan berdasarkan informasi yang tidak lengkap melalui penginderaan.

#### b. *Persepsi Bersifat Evaluatif*

Persepsi adalah proses kognitif psikologis dalam diri manusia yang mencerminkan sikap, kepercayaan, nilai, dan pengharapan yang digunakan untuk memaknai objek persepsi. Dengan demikian, persepsi bersifat pribadi dan subjektif. Andrea L. Rich menyatakan bahwa persepsi pada dasarnya memiliki keadaan fisik dan psikologis individu, alih-alih menunjukkan karakteristik dan kualitas mutlak objek yang dipersepsi.<sup>20</sup>

Adapun Carl Rogers, (1961) "individu bereaksi terhadap dunianya yang ia alami dan menafsirkannya sehingga dunia perseptual ini, bagi individu tersebut, adalah realitas".<sup>21</sup>

#### c. *Persepsi Bersifat Konstektual*

Suatu rangsangan dari luar harus diorganisasikan. Dari semua pengaruh yang ada dalam persepsi, konteks merupakan salah satu pengaruh yang paling kuat. Konteks yang melingkungi

<sup>20</sup>) Andrea L. Rich, *Interracial Communication*, New York: Harper dan Row, 1974, hlm. 431.

<sup>21</sup>) Carl Rogers, *On Becoming a Person: a Therapist's View of Psychotherapy*, London: Consta, 1961, hlm. 221.

kita ketika melihat seseorang, objek atau peristiwa sangat memengaruhi struktur kognitif, pengharapan, dan persepsi kita.

Persepsi yang digunakan dalam mengorganisasikan suatu objek dengan meletakkannya dalam konteks tertentu dapat menggunakan prinsip berikut:

- 1) stuktur objek atau peristiwa berdasarkan prinsip kemiripan atau kedekatan dan kelengkapannya;
- 2) memersepsi rangsangan atau peristiwa yang terdiri atas objek dan latar belakangnya.

### 2. Kekeliruan dan Kegagalan Persepsi

Beberapa bentuk kekeliruan dan kegagalan persepsi adalah sebagai berikut.

#### a. *Kesalahan Atribusi*

Atribusi adalah proses internal dalam diri kita untuk memahami penyebab perilaku orang lain. Kesalahan atribusi mungkin terjadi ketika salah menaksir makna pesan atau maksud perilaku pembicara. Atribusi juga keliru apabila menyangka bahwa perilaku seseorang disebabkan oleh faktor internal, padahal faktor eksternal yang menyebabkannya. Sebaliknya, kita menduga faktor eksternal yang menggerakkan seseorang, padahal faktor internal yang membangkitkan perilakunya.

Sumber kesalahan atribusi lainnya adalah pesan yang dipersepsi tidak utuh atau tidak lengkap sehingga kita berusaha menafsirkan pesan tersebut dengan menafsirkan sendiri kekurangannya, atau mengisi kesenjangan dan memersepsi rangsangan atau pola yang tidak lengkap itu sebagai lengkap.

#### b. *Efek Halo*

Kesalahan persepsi yang disebut efek halo (*halo effects*) merujuk pada fakta bahwa begitu membentuk suatu kesan

menyeluruh mengenai seseorang. Kesan menyeluruh ini cenderung menimbulkan efek yang kuat atas penilaian kita terhadap sifat-sifatnya yang spesifik.

Efek halo lazim dan berpengaruh kuat pada diri seseorang dalam menilai orang tersebut, sangat terkesan oleh seseorang, karena kepemimpinannya atau keahliannya dalam suatu bidang, kita cenderung memperluas kesan awal bahwa ia pun baik dalam hal lainnya.

Kesan menyeluruh tersebut diperoleh dari kesan pertama, yang umumnya berpengaruh kuat dan sulit digoyahkan. Para pakar menyebut hal itu sebagai “hukum keprimaan” (*law of primacy*). Akan tetapi, kesan awal yang positif atas penampilan fisik seseorang sering memengaruhi persepsi terhadap prospek hidupnya. Misalnya, orang yang berpenampilan lebih menarik dianggap berpeluang lebih besar dalam hidupnya (karier, perkawinan, dan sebagainya).

#### c. *Stereotip*

Kesulitan komunikasi akan muncul dari penstereotipan (*stereotyping*), yaitu menggeneralisasikan orang-orang berdasarkan sedikit informasi dan membentuk asumsi mengenai mereka berdasarkan keanggotaannya dalam suatu kelompok.

Dengan kata lain, penstereotipan adalah proses menempatkan orang dan objek dalam kategori yang mapan, atau penilaian mengenai orang atau objek berdasarkan kategori yang dianggap sesuai dengan karakteristik individual mereka.

#### d. *Prasangka*

Beberapa pakar cenderung menganggap bahwa stereotip identik dengan prasangka, seperti Donald Edgar dan Joe R. Fagin. Dapat dikatakan bahwa stereotip merupakan komponen kognitif (kepercayaan) dari prasangka, sedangkan prasangka berdimensi perilaku. Jadi, prasangka merupakan konsekuensi

dari stereotip, dan lebih teramati daripada stereotip. Menurut Lan Robertson, pikiran berprasangka selalu menggunakan citra mental yang kaku yang meringkas segala hal yang dipercayai sebagai ciri khas dari suatu kelompok. Citra demikian disebut stereotip.<sup>22</sup>

#### e. *Gegar Budaya*

Menurut Kalvero Oberg, gegar budaya ditimbulkan oleh kecemasan karena hilangnya tanda-tanda yang sudah dikenal dan simbol-simbol hubungan sosial.<sup>23</sup>

Lundstedt mengatakan bahwa gegar budaya adalah bentuk ketidakmampuan menyesuaikan diri (*personality mal-adjustment*) yang merupakan reaksi terhadap upaya sementara yang gagal untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan dan orang-orang baru.<sup>24</sup>

Menurut P. Harris dan R. Moran, gegar budaya adalah trauma umum yang dialami seseorang dalam budaya baru dan berbeda karena harus belajar dan mengatasi begitu banyak nilai budaya dan pengharapan baru, sementara nilai budaya dan pengharapan budaya lama tidak lagi sesuai<sup>25</sup>

Gegar budaya dalam berbagai bentuknya adalah fenomena yang alamiah. Intensitasnya dipengaruhi oleh berbagai faktor yang pada dasarnya terbagi dua, yaitu faktor internal (ciri-ciri kepribadian orang yang bersangkutan) dan faktor eksternal (kerumitan budaya atau lingkungan budaya baru yang dimasuki). Tidak ada kepastian gegar budaya ini akan muncul dihitung sejak kita memasuki suatu budaya lain.

22) J. Arnold, C.L. Cooper, dan I.T. Robertson, *Work Psychology: Understanding Human Behaviour in the Workplace*, London: Financial ...Lan Robertson, 1998, hlm. 322.

23) Dedy Mulyana dan Jalaludin Rakhmat, *Komunikasi Antarbudaya*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003, hlm. 174.

24) *Op.cit.*, hlm. 176.

25) P.R. Harris dan Moran R., *Managing Culture Differences*, Third Edition, Gulf Publishing Company Behavior, No. 6, Blackwell Publisher Ltd., 1991, hlm. 531.

### 3. Pengaruh Kebudayaan terhadap Penafsiran

Selain pengaruh pengalaman pribadi, kehadiran nilai, adat istiadat, kebiasaan atau kepercayaan yang terdapat dalam setiap kebudayaan dapat memengaruhi perbedaan pengalaman seseorang.

Unsur-unsur kebudayaan ideal berfungsi mengatur, mengendalikan, dan mengarahkan masyarakatnya dalam bertingkah laku, termasuk tingkah laku atau tingkah laku komunikasi.<sup>26</sup>

---

<sup>26)</sup> *Loc.cit.*, Riswandi, hlm. 96.

# BAB 5

## MODEL PROSES KOMUNIKASI ANTARBUDAYA

Latar belakang yang mendorong pentingnya melakukan komunikasi antarbudaya adalah semakin meningkatnya kontak komunikasi dan hubungan antarbangsa dan negara. Mempelajari masalah komunikasi antarbudaya menjadi semakin penting dan dari berbagai permasalahan, orang mulai menyadari cara untuk berhubungan dalam konteks antarbudaya tidaklah sederhana yang dipikirkan sebelumnya. Oleh karena itu, manusia mulai mempelajari komunikasi antarbudaya.

### A. Konsep Dasar Proses Komunikasi Antarbudaya

#### 1. Mendefinisikan Proses Komunikasi Antarbudaya

Komunikasi merupakan sebuah proses dan interaksi antara komunikator dan komunikan yang melakukan pertukaran pesan secara langsung ataupun tidak langsung. Komunikasi dapat dikatakan hal yang paling krusial dalam kehidupan ini.<sup>1</sup>

---

<sup>1)</sup> Alo Liliweri, *Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya*, Yogyakarta: LKIS, 2007, hlm. 21.

Secara umum, komunikasi antarbudaya adalah proses saling berbagi informasi, pengetahuan, perasaan, dan pengalaman yang dilakukan oleh manusia dari berbagai budaya. Setiap budaya memiliki nilai dan sikap yang dikomunikasikan, misalnya cara orang Jepang membungkukkan badan satu sama lain saat menyambut tamu berbeda dengan gaya penyambutan bangsa lainnya.

Untuk itu, setiap orang harus memahami secara lengkap semua tatanan struktur dan proses komunikasi, misalnya dalam komunikasi etnik dari beberapa kelompok budaya yang berbeda sehingga dapat disampaikan dan diterima pesan komunikasi secara benar.<sup>2</sup>

Pada hakikatnya, proses komunikasi antarbudaya sama dengan proses komunikasi lainnya, yakni proses yang interaktif, transaksional, dan dinamis. Komunikasi antarbudaya yang interaktif dilakukan oleh komunikator dengan komunikan dalam dua arah/timbal balik (*two ways communication*).

Komunikasi transaksional meliputi tiga unsur, yaitu keterlibatan emosi tinggi yang berkesinambungan atas pertukaran pesan; berkaitan dengan masa lalu, kini, dan yang akan datang; dan berpartisipasi dalam komunikasi antarbudaya untuk menjalankan suatu peranan.

## 2. Dimensi Proses Komunikasi Antarbudaya

Ada tiga dimensi dalam mencari kejelasan dan mengintegrasikan berbagai konsep kebudayaan dalam komunikasi antarbudaya, yaitu tingkat masyarakat kelompok budaya dari para partisipan, konteks sosial terjadinya proses komunikasi antarbudaya, dan saluran yang dilalui oleh pesan komunikasi antarbudaya, baik secara verbal maupun nonverbal.

Adapun dimensi dalam proses komunikasi antarbudaya, yaitu sebagai berikut.<sup>3</sup>

---

<sup>2)</sup> *Op.cit.*, Liliweri, *Makna...*, 2007, hlm. 22.

<sup>3)</sup> *Loc.cit.*, Sendjaya dkk., *Teori...*, 2007, hlm. 7.

- a. Komunikasi antarbudaya merujuk pada bermacam tingkatan lingkup dan kompleksitas organisasi sosial.
- b. Komunikasi antarbudaya merujuk pada konteks sosial komunikasi antarbudaya yang meliputi organisasi, pendidikan, akulturasi imigran, difusi inovasi, dan sebagainya. Pada dasarnya, komunikasi dalam semua konteks sosial memiliki persamaan dalam unsur-unsur dasar dan proses komunikasi, tetapi dengan pengaruh kebudayaan yang tercakup dalam latar belakang pengalaman individu membentuk pola persepsi, pemikiran, penggunaan pesan verbal dan perilaku nonverbal dan hubungan yang ada di dalamnya.
- c. Berkaitan dengan saluran komunikasi. Saluran tersebut dibagi atas saluran antarpribadi/perseorangan dan media massa. Bersama dengan dua dimensi sebelumnya, dimensi ketiga ini memengaruhi proses dari hasil keseluruhan proses komunikasi antarbudaya.

Menurut Senjaya (2007), ketiga dari dimensi tersebut dapat digunakan secara terpisah ataupun bersamaan.<sup>4</sup>

## B. Faktor-faktor yang Memengaruhi Proses Komunikasi

Menurut Gudykunst dan Kim, ada empat faktor/filter konseptual yang memengaruhi komunikasi (melakukan penyandian pesan dan penyandian balik pesan), yaitu sebagai berikut.<sup>5</sup>

### 1. Faktor Budaya

Faktor budaya meliputi faktor yang menjelaskan kemiripan dan perbedaan agama, budaya, sikap, dan bahasa.

---

<sup>4)</sup> *Op.cit.*, hlm. 12.

<sup>5)</sup> *Loc.cit.*, Mulyana, *Teori...*, 2003, hlm. 170.

## 2. Faktor Sosiobudaya

Pengaruh sosiokultur akan tampak pada proses penataan sosial yang berkembang berdasarkan interaksi dengan orang lain ketika pola-pola perilaku menjadi konsisten dengan berjalannya waktu.

Ada empat faktor utama dalam sosiobudaya, antara lain keanggotaan dalam kelompok sosial, konsep diri, ekspektasi peran, dan definisi mengenai hubungan antarpribadi.

## 3. Faktor Psikobudaya

Dimensi psikokultur mencakup proses penataan pribadi. Penataan pribadi adalah proses yang memberi stabilitas pada proses psikologis. Faktor-faktor dalam psikobudaya adalah stereotip dan sikap terhadap kelompok lain. Kedua faktor tersebut menciptakan pengharapan mengenai cara orang lain berperilaku, dan pada akhirnya akan memengaruhi cara kita menafsirkan stimulus yang datang dan prediksi kita tentang perilaku orang lain. Contoh, etnosentrisme (menafsirkan perilaku orang lain dengan pemikiran diri sendiri dan ingin orang lain berlaku sama seperti kita).

## 4. Faktor Lingkungan

Lingkungan akan memengaruhi kita dalam melakukan penyandian dan penyandian balik suatu pesan. Lingkungan mencakup iklim, lokasi geografis, lingkungan fisik, dan persepsi kita atas suatu lingkungan. Contoh, orang Amerika Utara dan orang warga Kolombia memiliki cara pandang berbeda tentang ruang keluarga. Bagi orang Amerika, ruang keluarga adalah tempat berkumpul dan bercanda (informal), bagi orang Kolombia, ruang keluarga adalah tempat formal.

## C. Unsur-unsur Proses Komunikasi Antarbudaya

Beberapa hal terkait dengan unsur proses komunikasi antarbudaya, yaitu sebagai berikut.<sup>6</sup>

### 1. Komunikator

Komunikator dalam komunikasi antarbudaya merupakan pihak yang mengawali proses pengiriman pesan terhadap komunikan. Baik komunikator maupun komunikan ditentukan oleh faktor makro dan faktor mikro. Faktor mikro, misalnya penggunaan bahasa minoritas dan pengelolaan etnis, pandangan tentang pentingnya sebuah percakapan dalam konteks budaya, orientasi terhadap konsep individualitas dan kolektivitas dari suatu masyarakat, orientasi terhadap ruang dan waktu.

Adapun faktor mikronya adalah komunikasi dalam konteks yang segera, masalah subjektivitas dan objektivitas dalam komunikasi antarbudaya, kebiasaan percakapan dalam bentuk dialek dan aksen, dan nilai serta sikap yang menjadi identitas sebuah etnik.

### 2. Komunikan

Komunikan merupakan penerima pesan yang disampaikan oleh komunikator. Dalam komunikasi antarbudaya, komunikan merupakan seseorang yang berbeda latar belakang dengan komunikator.

Ada tiga bentuk pemahaman pesan, yaitu kognitif, afektif, dan *overt action*. Kognitif adalah penerimaan pesan oleh komunikan sebagai sesuatu yang benar; afektif merupakan kepercayaan komunikan bahwa pesan tidak hanya benar, tetapi baik dan disukai; *overt action* merupakan tindakan yang nyata, yaitu kepercayaan terhadap pesan yang benar dan baik sehingga mendorong tindakan yang tepat.

---

<sup>6</sup>) *Loc.cit.*, Liliweri, *Gatra...*, 2001, hlm. 24-25.

### 3. Pesan atau Simbol

Pesan berisi pikiran, ide atau gagasan, dan perasaan yang berbentuk simbol. Simbol digunakan untuk mewakili maksud tertentu, seperti kata-kata verbal dan simbol nonverbal. Pesan memiliki dua aspek utama, yaitu *content* (isi) dan *treatment* (perlakuan). Pilihan terhadap isi dan perlakuan terhadap pesan bergantung pada keterampilan komunikasi, sikap, tingkat pengetahuan, posisi dalam sistem sosial dan kebudayaan.

### 4. Media

Dalam proses komunikasi antarbudaya, media merupakan saluran yang dilalui oleh pesan atau simbol. Ada dua tipe saluran yang disepakati para ilmuwan sosial, yaitu *sensory channel*, yakni saluran yang memindahkan pesan sehingga akan ditangkap oleh lima indra manusia, yaitu cahaya, bunyi, tangan, hidung, dan lidah. Saluran kedua, yaitu *institutionalized channel*, yaitu percakapan tatap muka, material percetakan, dan media elektronik. Para ilmuwan sosial menyimpulkan bahwa komunikasi akan lebih menyukai pesan yang disampaikan melalui kombinasi dua atau lebih saluran sensoris.

### 5. Efek atau Umpan Balik

Tujuan dan fungsi komunikasi antarbudaya, antara lain memberikan informasi, menerangkan tentang sesuatu, memberikan hiburan dan mengubah sikap atau perilaku komunikasi. Dalam proses tersebut, diharapkan adanya reaksi atau tanggapan dari komunikasi dan hal inilah yang disebut umpan balik. Tanpa umpan balik terhadap pesan-pesan dalam proses komunikasi antarbudaya, komunikator dan komunikasi sulit untuk memahami pikiran dan ide atau gagasan yang terkandung dalam pesan yang disampaikan.

### 6. Suasana

Suasana merupakan salah satu dari tiga faktor penting (waktu, tempat, dan suasana) dalam komunikasi antarbudaya.

### 7. Gangguan

Gangguan dalam komunikasi antarbudaya merupakan segala sesuatu yang menghambat laju pesan yang ditukar antara komunikator dan komunikasi atau dapat juga mengurangi makna pesan antarbudaya. Gangguan tersebut menghambat penerimaan pesan dan sumber pesan. Gangguan yang berasal dari komunikator bersumber dari perbedaan status sosial dan budaya, latar belakang pendidikan, dan keterampilan berkomunikasi. Gangguan yang berasal dari pesan disebabkan perbedaan pemberian makna pesan yang disampaikan secara verbal dan perbedaan tafsir atas pesan nonverbal.

Adapun gangguan yang berasal dari media, yaitu karena kesalahan pemilihan media yang tidak sesuai dengan konteks komunikasi sehingga kurang mendukung komunikasi antarbudaya. De Vito menggolongkan tiga macam gangguan, yaitu:<sup>7)</sup>

- a. gangguan fisik, berupa interferensi dengan transmisi fisik isyarat atau pesan lain;
- b. gangguan psikologis, berupa interferensi kognitif atau mental;
- c. gangguan semantik, berupa pembicara dan pendengar memiliki arti yang berlainan.

---

<sup>7)</sup> *Op.cit.*, Liliweri, *Gatra...*, 2004, hlm. 31

## D. Model Proses, Hambatan, dan Cara Penanggulangannya

### 1. Model Proses Komunikasi William B. Gudykunst dan Young

#### a. Konsep Model Proses Komunikasi William B. Gudykunst dan Young

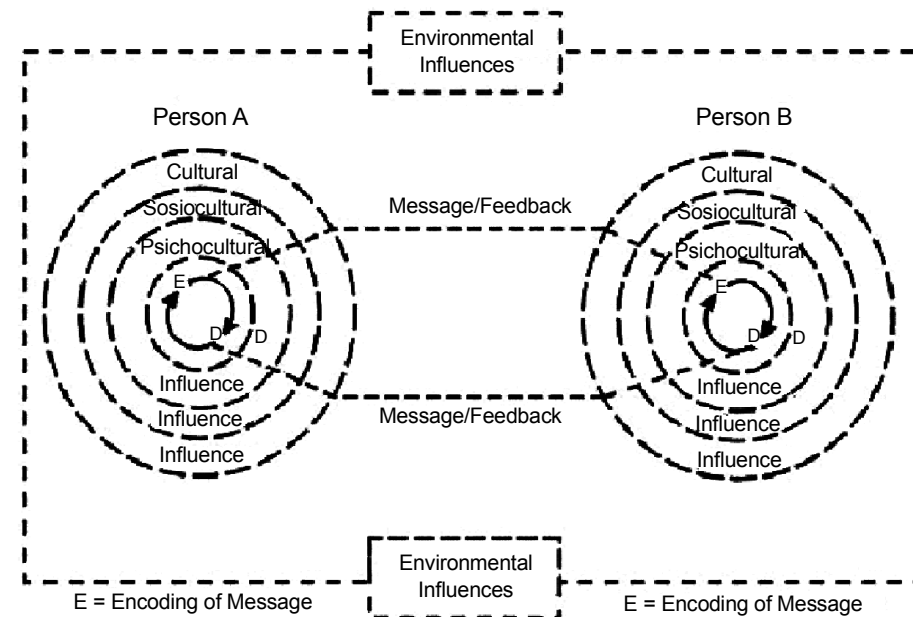
Menurut William B. Gudykunst dan Young Yun Kim, model komunikasi antarbudaya, yaitu komunikasi antara orang-orang yang berasal dari budaya berbeda, atau komunikasi dengan orang asing.

Model ini mengasumsikan dua orang yang sejajar dalam berkomunikasi, sebagai pengirim sekaligus penerima atau keduanya sebagai penyandi (*encoding*) dan penyandi balik (*decoding*).<sup>8</sup>

Komunikasi bukanlah hal yang statis sehingga tidak akan menyandi sebuah pesan dan melakukan apa pun sampai mendapat umpan balik.

#### b. Perspektif Model Proses Komunikasi Antarbudaya William B. Gudykunst dan Young

Model proses komunikasi menurut William B. Gudykunst dan Young Yun Kim adalah sebagai berikut.



Gambar 5.1 Model Proses Komunikasi Antarbudaya William B. Gudykunst dan Young Yun Kim

Sumber: Gudykunst, Yun Kim 1983 (Mulyana, 2003: 169)

Menurut model komunikasi Gudykunst dan Kim, kedudukan *sender* dengan *receiver* adalah sama. Dengan kata lain, pribadi A dan pribadi B dapat berperan sebagai pengirim sekaligus penerima. Masing-masing pribadi dapat melakukan penyandian pesan sekaligus penyandian balik pesan. Pesan dari pribadi A dapat juga menjadi umpan balik bagi pribadi B. Demikian pula, sebaliknya.<sup>9</sup>

Dalam penyampaian pesan, ada faktor yang memengaruhi *receiver* untuk menanggapi pesan itu. Faktor-faktor tersebut berupa filter konseptual yang terdiri atas faktor budaya, sosio-budaya, psikobudaya, dan lingkungan.

Menurut Godykunst dan Kim, penyandian pesan dan penyandian-balik pesan merupakan proses interaktif yang

<sup>8)</sup> *Loc.cit.*, Deddy Mulyana, *Ilmu...*, 2003, hlm. 169.

<sup>9)</sup> *Op.cit.*, Mulyana, 2003, hlm. 171.



dipengaruhi oleh filter-filter konseptual yang dikategorikan menjadi faktor-faktor budaya, sosiobudaya, psikobudaya dan faktor lingkungan.<sup>10</sup>

Lingkaran paling dalam mengandung interaksi antara penyandian pesan dan penyandian pesan balik pesan, dikelilingi tiga lingkaran lainnya yang merepresentasikan pengaruh budaya, sosiobudaya, dan psikobudaya. Ketiga lingkaran dengan garis putus-putus mencerminkan hubungan faktor yang tidak dapat dipisahkan dan saling memengaruhi.

Lingkungan merupakan salah satu unsur yang melengkapi model Gudykunst dan Kim. Garis putus-putus yang melambangkan lingkungan merupakan pembuktian bahwa lingkungan tersebut bukan daerah tertutup atau terisolasi.

Lingkungan memengaruhi kita dalam menyandi dan menyandi balik pesan. Lokasi geografis, iklim, situasi arsitektual (lingkungan fisik), dan persepsi atas lingkungan tersebut memengaruhi cara kita menafsirkan rangsangan yang datang dan prediksi yang dibuat mengenai perilaku orang lain.

Kelebihan dan kekurangan model komunikasi Gudykunst dan Kim dijelaskan pada tabel berikut.

Kelebihan	Kekurangan
Menambah pengetahuan antarbudaya	Sering muncul kesalahpahaman
Memperbesar toleransi antarbudaya	Dapat memicu terjadinya konflik
Memperluas pergaulan	Tidak ada media

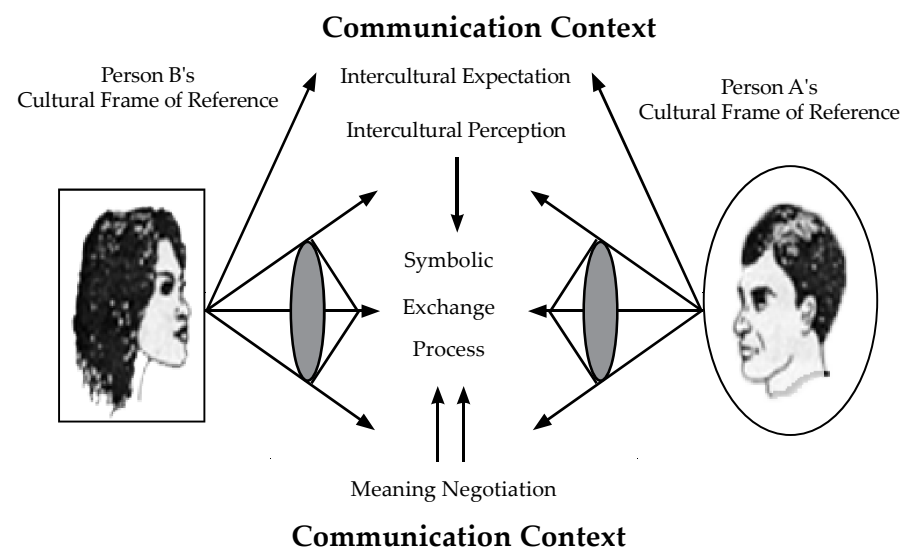
Sumber: Mulyana, 2003, hlm. 171.

Beberapa manfaat model komunikasi Gudykunst dan Kim adalah sebagai berikut:

- 1) mengenal budaya lain secara lebih dalam;
- 2) mempelajari dan mengetahui latar belakang suatu budaya, agama, suku, lingkungan, pendidikan, dan lain-lain;
- 3) menjawab pengaruh budaya sangat besar dalam komunikasi antarmanusia.

Akan tetapi, model komunikasi ini sering menimbulkan kesalahpahaman dan konflik akibat perbedaan latar belakang budaya, serta tidak dijelaskannya media yang digunakan dalam proses komunikasi antarbudaya.

## 2. Model dan Proses Komunikasi Antarbudaya (Ting-Toomey)



Gambar 5.2. Model Komunikasi Antarbudaya (Ting-Toomey, 1999: 39)

### a. Konsep Model Proses Komunikasi Antarbudaya Ting-Toomey

Gambar 5.2. menggambarkan dua orang yang memiliki latar belakang budaya yang berbeda. A dan B merupakan dua orang yang berbeda latar belakang kebudayaan.

<sup>10)</sup> *Op.cit.*, Mulyana, 2003, hlm. 172.

Dalam komponen negosiasi makna, makna dapat dibagi menjadi makna isi, makna relasional, serta makna identitas.

Makna isi merujuk pada informasi yang disampaikan pada penerima pesan melalui media oral ataupun melalui medium komunikasi. Makna isi berhubungan dengan substansi dari diskusi atau isu yang disampaikan dengan nada tambahan.

Makna relasional merupakan informasi yang berfokus pada ranah relasi di antara partisipan komunikasi. Makna relasional dapat dilihat dari intonasi nonverbal, gerakan tubuh, ataupun *gesture* yang menyertai isi verbal. Makna cara juga merujuk pada relasi di antara komunikator diartikan dan diinterpretasikan, yang juga melibatkan makna identitas.

Makna identitas melibatkan hal-hal yang berkaitan dengan penunjukan adanya rasa hormat ataupun tidak hormat, serta penerimaan atau penolakan identitas. Cara pesan itu disampaikan (dengan nada tertentu dan penyusunan kata-kata tertentu) mencerminkan sisi rasa hormat yang berbeda, dan konteks situasi dan budaya yang berbeda.

Komponen situasi interaktif merujuk pada pandangan bahwa setiap komunikasi terjadi dalam konteks relasional, konteks psikologis, dan konteks fisik yang berbeda-beda. Konteks psikologis adalah interpretasi psikologis oleh partisipan komunikasi, serta meliputi ekspektasi dari situasi yang interaktif tersebut. Adapun konteks fisik merujuk pada hal-hal fisik dan penataan yang ada di sekitar peristiwa komunikasi.

#### **b. Komponen Proses Komunikasi Antarbudaya Ting-Toomey**

Dalam proses komunikasi antarbudaya, terdapat beberapa komponen, yaitu pertukaran simbolik (*symbolic exchange*), proses, perbedaan komunitas kultural, pertukaran pemaknaan, serta situasi interaktif. Pertukaran simbolik dalam komunikasi antarbudaya adalah penggunaan simbol verbal ataupun non-verbal di antara individu (partisipan komunikasi) untuk berbagi

makna (*shared meanings*). Komponen proses merujuk pada dua pemikiran berikut.<sup>11</sup>

#### **1) Natur transaksional**

Sifat transaksional adalah adanya proses *encoding* (pengirim pesan memilih kosakata yang benar atau *gesture* nonverbal untuk mengekspresikan maksud) dan *decoding* (penerima pesan menerjemahkan kata-kata atau isyarat nonverbal menjadi makna yang dapat dipahami) yang bersifat terus-menerus (simultan) dari pertukaran pesan.

Pengirim dan penerima pesan dapat mencapai pertukaran pesan yang efektif apabila proses *decoding* dari penerima pesan sesuai dengan proses *decoding* dari pengirim pesan. Jika tidak demikian, komunikasi antarbudaya akan dipenuhi dengan kesalahpahaman serta banyaknya dugaan karena masalah bahasa, perbedaan *style* berkomunikasi, serta perbedaan orientasi nilai di antara partisipan komunikasi.

#### **2) Natur Irreversible**

Sifat *irreversible* dari proses komunikasi terjadi karena *decoder* memungkinkan untuk memaknai pesan dengan berbeda walaupun pesan diulang dengan sama.

#### **c. Proses Komunikasi Antarbudaya Ting-Toomey**

Sekali *encoder* mengirimkan atau mengucapkan pesan pada *decoder*, ia tidak dapat mengulangi pesan yang tepat sama. *Encoder* sulit membatalkan atau menarik kembali pesan yang telah disampaikan. Hal ini disebabkan pada saat *encoder* memberikan pesan kemudian menghentikannya mendadak, bagaimana pun pesan yang terpotong tersebut telah masuk dalam proses *decoding* oleh *decoder*.

---

<sup>11)</sup> *Loc.cit.*, Ting-Toomey, *Understanding...*, 1999, hlm. 39.

Komponen komunitas kultural yang berbeda merujuk pada kelompok yang terdiri atas individu-individu yang saling berinteraksi dalam sebuah unit dengan batasan tertentu, yang para anggotanya memegang tradisi dan cara hidup tertentu.

Unit yang dirujuk dapat dibatasi berdasarkan geografis, ataupun nilai dan kepercayaan yang dianut oleh kelompok. Istilah budaya yang dirujuk adalah *frame of reference* atau sistem pengetahuan yang dibagikan dalam kelompok.

Dari penjelasan tersebut, dapat dilihat bahwa komunikasi antarbudaya memiliki elemen yang kompleks. Dalam komunikasi antarbudaya, perbedaan latar belakang di antara kedua partisipan komunikasi dapat menyebabkan perbedaan dalam memersepsi pesan ataupun lingkungan komunikasi ketika melakukan komunikasi.

Hal inilah yang berpotensi menimbulkan hambatan komunikasi. Hambatan dalam komunikasi antarbudaya dapat muncul dari berbagai elemen yang ada dalam komunikasi antarbudaya.

### 3. Hambatan dan Proses Komunikasi Antarbudaya

Dalam komunikasi antarbudaya, reaksi negatif dan evaluatif individu terhadap sebuah budaya dapat menciptakan hambatan komunikasi (Novinger, 2001). Evaluasi yang bersifat negatif menyebabkan ketidaksukaan dan penghindaran. Hal ini karena budaya “asing” dipandang “menyimpang” atau “berbeda” dari norma yang kita anut.<sup>12</sup>

Hambatan komunikasi terjadi di antara dua budaya dan bersifat satu arah, yang mencerminkan ketidakmampuan untuk memahami norma dari budaya yang berbeda (budaya asing). Hambatan ini tidak selalu bersifat timbal balik. Sebuah perbedaan budaya (bersifat

---

<sup>12)</sup> Tracy Novinger, *Intercultural Communication: a Practical Guide*, United States of America: University of Texas Press, 2001, hlm. 13.

tunggal) dapat pula menjadi hambatan apabila melanggar salah satu nilai inti komunikator.

#### a. Alasan yang Menjadi Hambatan Komunikasi Antarbudaya<sup>13</sup>

- 1) Keragaman dari tujuan komunikasi. Masalah komunikasi sering terjadi karena alasan dan motivasi untuk berkomunikasi yang berbeda-beda, dalam situasi antarbudaya perbedaan ini dapat menimbulkan masalah.
- 2) *Etnosentrisme*, banyak orang yang menganggap cara melakukan persepsi terhadap hal-hal di sekelilingnya adalah satu-satunya yang paling tepat dan benar, padahal harus disadari bahwa setiap orang memiliki sejarah masa lalu sehingga hal-hal yang dianggapnya baik, belum tentu sesuai dengan persepsi orang lain. *Etnosentrisme* cenderung menganggap rendah orang-orang yang dianggap asing dan memandang budaya asing dengan budaya sendiri karena *etnosentrisme* dipelajari pada tingkat ketidaksadaran dan diwujudkan pada tingkat kesadaran sehingga sulit untuk melacak asal-usulnya.
- 3) Tidak ada kepercayaan karena sifatnya yang khusus. Komunikasi antarbudaya merupakan peristiwa pertukaran informasi yang peka terhadap kemungkinan terdapatnya ketidakpercayaan antara pihak-pihak yang terlibat.
- 4) Penarikan diri komunikasi tidak mungkin terjadi apabila salah satu pihak secara psikologis menarik diri dari pertemuan yang seharusnya terjadi. Ada dugaan bahwa terdapat macam-macam perkembangan saat ini, antara lain meningkatnya urbanisasi, perasaan orang untuk menarik diri dan apatis.
- 5) Tidak adanya empati, beberapa hal yang menghambat empati, yaitu sebagai berikut:

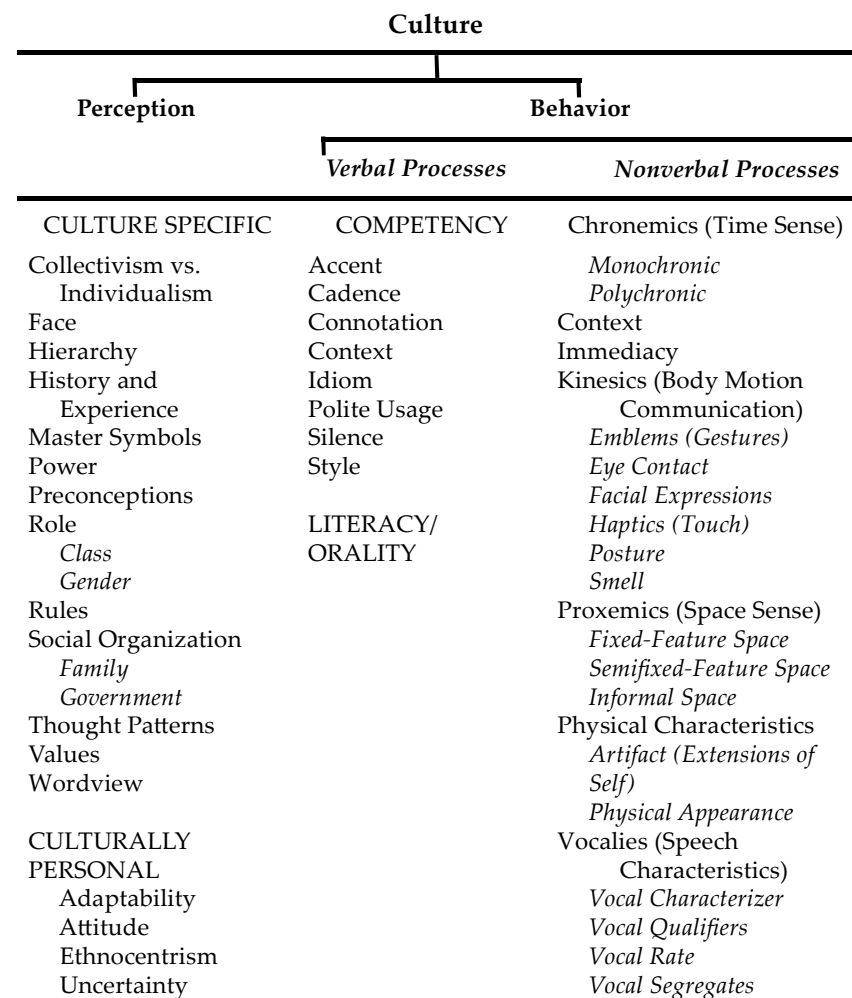
---

<sup>13)</sup> *Op.cit.*, hlm. 23.

- a) fokus terhadap diri sendiri secara terus-menerus, sulit memusatkan perhatian pada orang lain;
  - b) pandangan stereotip mengenai ras dan kebudayaan;
  - c) kurangnya pengetahuan terhadap kelompok, kelas, atau orang tertentu;
  - d) menjauhkan orang yang akan memberikan informasi;
  - e) tindakan atau ucapan yang seolah-olah menilai orang lain;
  - f) tidak tertarik sehingga mengakibatkan orang tidak mau mengungkapkan diri;
  - g) superior; menunjukkan kepastian jika seseorang bersikap paling tahu, bersikap seolah-olah serbatahu, kemungkinan orang akan bersikap defensif terhadapnya;
  - h. kekuasaan digunakan untuk mengontrol atau menentukan tindakan orang lain.
- 6) Hambatan derajat kesamaan atau ketidaksetaraan (homofili atau heterofili), hambatan komunikasi antarbudaya dapat ditimbulkan oleh masalah prinsip komunikasi yang ditetapkan pada konteks kebudayaan, yaitu tidak memahami, menyadari, atau memanfaatkan derajat kesamaan atau perbedaan kepercayaan, nilai-nilai, sikap, pendidikan, status sosial antara komunikator dan komunikan.
- 7) Hambatan pembentukan dan pemrograman budaya. Hambatan ini terjadi dalam proses akulturasi yang berlangsung antara imigran dan masyarakat pribumi. Masalah umum yang sering timbul adalah hambatan stereotip dan prasangka yang berkembang sejak semula pada saat komunikasi antarpribadi ataupun komunikasi massa.

**b. Hambatan Potensial dalam Komunikasi Antarbudaya**

Hambatan potensial dalam komunikasi antarbudaya ditunjukkan dengan bagan berikut.<sup>14</sup>



**Bagan 5.1 Hambatan Potensial Komunikasi Antarbudaya**

Sumber: Novinger, 2001: 24

**1) Hambatan Persepsi**

Persepsi merupakan proses internal dalam memilih, mengevaluasi, dan mengorganisasikan stimuli dari luar.

<sup>14)</sup> *Op.cit.*, Novinger, 2001, hlm. 24.

Sejak lahir, orang mempelajari persepsinya dari pengalaman budaya yang dialami sehingga menghasilkan perilaku.

Hambatan persepsi dibagi menjadi dua, yakni hambatan persepsi yang terbentuk secara budaya dan hambatan persepsi individu yang terletak dalam kerangka budaya.

Secara garis besar, hambatan persepsi yang terbentuk secara budaya adalah prasangka (*preconceptions*), kolektivisme dan individualisme, wajah (*face*), hierarki, sejarah dan pengalaman, simbol kekuasaan, kekuatan (*power*), peran gender, peran kelas sosial, peraturan (*rules*), organisasi sosial (keluarga dan pemerintah), pola pikir, nilai, dan pandangan dunia (*worldview*).

Adapun hambatan persepsi individu yang terletak dalam kerangka budaya, antara lain *uncertainty* (ketidakpastian), perilaku, etnosentrisme, serta kemampuan beradaptasi.

Hambatan persepsi dapat dilihat dari bagan berikut.

Culturally Shaped Perceptions	Personal Perceptions within a Cultural Framework
Preconceptions	Uncertainty
Collectivism vs. Individualism	Attitude
Face	Ethnocentrism
Hierarchy	Adaptability
History and Experience	
Master Symbols	
Power	
Role	
Gender	
Social Class	
Rules	
Social Organization	
Family	
Government	
Thought Patterns	
Values	
Wordview	

**Bagan 5.2.**  
**Hambatan Persepsi**  
Sumber: Novinger, 2001: 25

## 2) Hambatan Verbal

“Verbal” adalah bahasa. Bahasa merupakan cerminan dari budaya, yakni isi budaya dan natur budaya. Bahasa merupakan produk dari budaya dan budaya adalah produk dari bahasa. Tracy (2010: 45) mengemukakan bahwa bahasa merupakan kesepakatan linguistik yang bersifat sewenang-wenang dan bersifat kultural.

Hambatan verbal terbagi dua, yaitu kompetensi dan secara literal atau oral. Kompetensi meliputi aksen, irama, konotasi, konteks, idiom, penggunaan kesopanan, keheningan (*silence*), serta *style*.

## 3) Hambatan Nonverbal

Menurut Tracy Novinger (2010), hambatan nonverbal yang berpotensi menghambat komunikasi antarbudaya, yaitu konteks, kronemik (pengertian tentang waktu), kinesik (komunikasi gerakan tubuh), *proxemik* (pengertian tentang ruang), kesiapan (*immediacy*), karakteristik fisik serta vokal.<sup>15</sup>

- a) Kronemik (pemaknaan akan waktu) dibagi menjadi dua, yaitu:
  - (1) monokronik (pendekatan linear dan sekuensial terhadap waktu yang rasional, menekankan spontanitas, cenderung fokus pada satu kegiatan dalam satu waktu);
  - (2) polikronik (multi-aktivitas, mengukur waktu dengan simbol dari sistem formal secara longgar).
- b) Kinesik, dibagi menjadi gestur, kontak mata, ekspresi wajah, postur, dan bau.

<sup>15)</sup> *Loc.cit.*, Vovinger, 2001, hlm. 35.

- c) *Proxemic* dibagi atas:
  - (1) *fixed-feature space* (ruang tetap yang memberi tahu hal-hal yang dilakukan, tempat, dan cara melakukannya);
  - (2) *semifixed-feature space* (ruang semitetap, menambahkan fungsinya pada objek yang dapat dipindah);
  - (3) *informal space* (mencakup jarak yang dibuat dalam komunikasi interpersonal, bersifat variasi berdasarkan budaya).
- d) Karakter fisik terbagi atas dua, yaitu artefak dan penampilan fisik.
- e) Vokal atau karakteristik kemampuan berbicara (*speech characteristics*) terbagi atas karakteristik vokal, pemberi sifat vokal (*vocal qualifier*), *vocal rate*, serta vokal pemisah (*vocal segregates*).

Menurut Barna dan Ruben dalam Joseph A. DeVito (1997), hambatan komunikasi antarbudaya dibagi menjadi lima, yaitu:<sup>16</sup>

- 1) mengabaikan perbedaan antara Anda dan kelompok yang secara kultural berbeda;
- 2) mengabaikan perbedaan antara kelompok kultural yang berbeda;
- 3) mengabaikan perbedaan dalam makna;
- 4) melanggar adat kebiasaan kultural;
- 5) menilai perbedaan secara negatif.

### c. *Jenis-jenis Hambatan Komunikasi Antarbudaya*<sup>17</sup>

- 1) Fisik (*physical*), berasal dari hambatan waktu, lingkungan, kebutuhan diri dan media fisik.

- 2) Budaya (*cultural*), berasal dari etnik yang berbeda, agama dan perbedaan sosial antara budaya satu dan budaya lainnya.
- 3) Persepsi (*Perceptual*), muncul karena setiap orang memiliki persepsi yang berbeda-beda mengenai suatu hal.
- 4) Motivasi (*motivational*), berkaitan dengan tingkat motivasi dari pendengar. Artinya, pendengar yang menerima pesan ingin menerima pesan tersebut atau tidak mempunyai motivasi sehingga dapat menjadi hambatan komunikasi.
- 5) Pengalaman (*experiential*), hambatan yang terjadi karena setiap individu tidak memiliki pengalaman hidup yang sama sehingga mempunyai persepsi dan konsep yang berbeda dalam melihat sesuatu.
- 6) Emosi (*emotional*), berkaitan dengan emosi atau perasaan pribadi dari pendengar. Apabila emosi pendengar buruk, hambatan komunikasi yang terjadi akan semakin besar dan sulit untuk dilalui.
- 7) Bahasa (*linguistic*), pengirim pesan (*sender*) dan penerima pesan (*receiver*) menggunakan bahasa berbeda atau penggunaan kata-kata yang tidak dimengerti oleh penerima pesan.
- 8) Nonverbal, yaitu hambatan komunikasi yang tidak berbentuk kata-kata, tetapi menjadi hambatan komunikasi, contohnya wajah marah penerima pesan ketika pengirim pesan melakukan komunikasi. Ekspresi tersebut dapat menjadi penghambat komunikasi karena pengirim pesan akan merasa tidak maksimal atau takut untuk mengirimkan pesan kepada penerima pesan.
- 9) Kompetisi (*competition*), terjadi jika penerima pesan melakukan kegiatan lain sambil mendengarkan, contohnya menerima telepon seluler sambil menyeting. Karena melakukan dua kegiatan sekaligus, penerima pesan tidak mendengarkan pesan yang disampaikan melalui telepon secara maksimal.

<sup>16)</sup> *Loc.cit.*, DeVito, *Komunikasi...*, 1997, hlm. 488.

<sup>17)</sup> *Loc.cit.*, Lilioweri, *Gatra...*, 2004, hlm. 32.

## BAB 6

# PENGARUH KONTEKS TERHADAP PERILAKU KOMUNIKASI ANTARBUDAYA

### A. Konsep Dasar Konteks Komunikasi Antarbudaya

#### 1. Konteks Komunikasi

Komunikasi selalu terjadi dalam konteks tertentu, yang terdiri atas tiga dimensi, yaitu:

- a. dimensi fisik, yaitu lingkungan konkret dan nyata tempat terjadinya komunikasi, seperti ruangan, halaman, dan jalanan;
- b. dimensi sosial, misalnya adat istiadat dan situasi rumah;
- c. dimensi norma, misalnya mencakup semua kehidupan masyarakat.

Menurut West dan Turner dalam bukunya *Introducing Communication: Theory and Application*, konteks adalah lingkungan atau situasi ketika komunikasi sedang terjadi. Konteks dibutuhkan untuk mempermudah pemahaman atas proses komunikasi dan disiplin ilmu komunikasi, serta berguna untuk kejelasan.<sup>1</sup>

---

<sup>1)</sup> West dan Turner Turner, *Communication Theory: Analysis and Application*, Terj. Maria Natalia Damayanti Maer, Buku 2, Edisi 3, Jakarta: Salemba Humanika, 2003, hlm. 71.

## 2. Elemen Konteks Komunikasi

Elemen komunikasi mengenai konteks bersifat situasional.<sup>2</sup>



Gambar 6.1 Elemen komunikasi mengenai konteks

Sumber: West dan Turner (2003) dalam bukunya *Introducing Communication: Theory and Application*

Ada tujuh macam konteks komunikasi, yaitu sebagai berikut.<sup>3</sup>

### a. Konteks Komunikasi Intrapersonal

Konteks komunikasi intrapersonal, yaitu komunikasi dengan diri sendiri. Pembahasan komunikasi intrapersonal terkait dengan kognisi, pikiran, persepsi, motif, dan lainnya.

### b. Konteks Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang dilakukan secara tatap muka atau melalui media tertentu yang saling menanggapi, ada aksi dan ada *feedback* komunikasi.

### c. Konteks Komunikasi Kelompok

Konteks komunikasi kelompok, yaitu komunikasi yang beranggotakan minimal tiga orang yang memiliki tujuan yang sama. Dalam komunikasi kelompok, muncul pula komunikasi interpersonal. Tema-tema seperti *problem solving*, konflik,

hubungan dengan sesama anggota kelompok, kekuasaan, pengaruh, dan lainnya akan muncul ketika membahas konteks komunikasi kelompok.

### d. Konteks Komunikasi Organisasi

Konteks komunikasi organisasi, yaitu aktivitas komunikasi yang terdapat dalam organisasi yang terstruktur. Komunikasi interpersonal pun akan masuk pula dalam komunikasi organisasi dalam hubungan “atasan-bawahan”, “sesama rekan kerja atau anggota organisasi”.

### e. Konteks Komunikasi Publik atau Retorika

Artinya komunikasi yang dilakukan oleh seseorang kepada khalayak umum.

### f. Konteks Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi yang dilakukan melalui media massa yang pesannya disampaikan secara massal dan serentak. Media massa adalah media atau saluran komunikasi untuk menyampaikan pesan secara massal.

### g. Konteks Komunikasi Antarbudaya

Arti komunikasi yang terjadi di antara orang-orang yang berbeda latar belakang budaya.

## 3. Substansi Konteks Komunikasi

Tubbs dan Moss (2000) dalam bukunya *Human Communication* berpendapat bahwa dalam berkomunikasi terdapat tujuh macam konteks komunikasi yang masing-masing muncul dalam beberapa situasi yang berbeda.

Meskipun setiap konteks komunikasi memiliki ciri khusus, semuanya memiliki kesamaan, yaitu proses menciptakan makna

<sup>2)</sup> *Op.cit.*, hlm. 73.

<sup>3)</sup> *Op.cit.*, hlm. 74-76.



di antara dua orang atau lebih. Tujuh konteks komunikasi tersebut adalah sebagai berikut.<sup>4</sup>

**a. Komunikasi Dua-Orang**

Komunikasi dua-orang atau juga dikenal dengan komunikasi diadik (*dyadic communication*), yaitu komunikasi terbentuk dari hubungan antara dua orang. Komunikasi dua-orang ini mencakup semua jenis hubungan manusia mulai hubungan yang paling singkat dan biasa sampai dengan hubungan yang paling mendalam dan langgeng.

**b. Wawancara**

Wawancara merupakan bentuk komunikasi yang khas sehingga banyak teknik wawancara yang dikembangkan agar tujuan yang ingin dicapai dapat berhasil dengan sebaik-baiknya.

**c. Komunikasi Kelompok-Kecil**

Menurut Tubbs dan Moss, konteks komunikasi ini merupakan proses pertukaran verbal dan nonverbal antara tiga orang atau lebih anggota kelompok yang bertujuan untuk saling memengaruhi.

**d. Komunikasi Publik**

Dalam komunikasi publik, satu orang ditunjuk sebagai pembicara dan lainnya sebagai pendengar atau khalayak pendengar. Pada komunikasi publik ini, komunikasi tatap muka tetap berjalan meskipun pada umumnya pendengar hanya mengirimkan pesan nonverbal, seperti tepuk tangan, tertawa, dan sebagainya. Dalam komunikasi publik, pendengar diberikan kesempatan untuk memberikan pesan verbal pada saat tanya jawab.

---

<sup>4)</sup> *Loc.cit.*, Stewart Tubbs, 2000, *Human...*, hlm. 15.

**e. Komunikasi Organisasional**

Komunikasi organisasional adalah komunikasi yang terjadi dalam sebuah organisasi. Proses komunikasi dilakukan orang-orang yang bekerja dalam organisasi tersebut.

**f. Komunikasi Massa**

Konteks komunikasi menggunakan media. Sumber pesan dikomunikasikan melalui media cetak atau elektronik, pesan yang disampaikan ditujukan kepada sejumlah besar individu.

**g. Komunikasi Antarbudaya**

Komunikasi antarbudaya terjadi di antara orang-orang yang memiliki kebudayaan yang berbeda. Perbedaan yang terjadi disebabkan ras, etnik, sosioekonomi, atau gabungan dari semua ini.

## **B. Budaya Konteks Tinggi dan Konteks Rendah dalam Ranah Komunikasi**

Hall mengelompokkan budaya sebagai konteks tinggi dan konteks rendah, bergantung pada arti yang datang dari ruang lingkungannya dibandingkan dengan arti dari perkataan yang diucapkan.<sup>5</sup>

### **1. Komunikasi Konteks Tinggi**

Komunikasi konteks tinggi merupakan komunikasi yang sebagian besar informasi diketahui orang tersebut, dan hanya sedikit yang dibagikan sebagai bagian dari pesan.<sup>6</sup> Dengan kata lain, arti dari informasi yang dipertukarkan selama interaksi tidak harus dikomunikasikan dengan kata-kata. Dalam budaya konteks tinggi,

---

<sup>5)</sup> *Op.cit.*, Samovar dan McDaniel E.R., *Komunikasi...*, 2010, hlm. 256.

<sup>6)</sup> *Op.cit.*, hlm. 257.

komunikasi difokuskan lebih pada cara menyampaikan pesan tersebut daripada pesan yang dikatakan serta waspada terhadap isyarat nonverbal.

Dalam budaya konteks tinggi, komunikasi yang dilakukan cenderung kurang terbuka, mereka menganggap konflik berbahaya pada semua jenis komunikasi.

Bagi masyarakat yang menganut budaya ini, konflik dipandang harus dihadapi dengan hati-hati. Beberapa negara yang tergolong menganut budaya ini adalah Amerika Indian, Amerika Latin, Jepang, Cina, Afrika-Amerika, Korea, termasuk Indonesia.

## 2. Komunikasi Konteks Rendah

Komunikasi konteks rendah merupakan komunikasi dengan jumlah informasi lebih besar dari yang disampaikan. Dalam komunikasi konteks rendah, pesan verbal mengandung banyak informasi dan hanya sedikit yang tertanam dalam konteks atau peserta.

Contoh masyarakat konteks rendah adalah masyarakat Amerika yang bergantung pada perkataan yang diucapkan dibandingkan perilaku nonverbal untuk menyatakan pesan. Beberapa negara yang tergolong menganut budaya konteks rendah adalah Jerman, Swiss, Skandinavia, dan Amerika Utara.

## 3. Prinsip Komunikasi dalam Penerapan Konteks Antarbudaya

Bagaimana masalah perbedaan kebudayaan ini jika dikaji dari prinsip dasar teori komunikasi? Untuk memahami komunikasi antarbudaya, perlu pengetahuan tentang komunikasi manusia. Walaupun pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi antarbudaya memiliki latar belakang kebudayaan yang berbeda satu sama lain, tetapi menjalani dan mengalami hal-hal sama yang terjadi dalam peristiwa-peristiwa komunikasi secara umum. Artinya, prinsip-

prinsip komunikasi yang berlangsung tetap sama, hanya konteksnya berbeda, yaitu dalam hal ini khusus konteks antarbudaya.<sup>7</sup>

## C. Perilaku Komunikasi

Rogers menyatakan bahwa perilaku komunikasi merupakan kebiasaan dari individu atau kelompok dalam menerima atau menyampaikan pesan yang diindikasikan dengan adanya partisipasi, hubungan dengan sistem sosial, kekosmopolitan, hubungan dengan agen pembaharu, keaktifan mencari informasi, dan pengetahuan mengenai hal-hal baru.

Menurut Gould dan Kolb, perilaku komunikasi adalah segala aktivitas yang bertujuan mencari dan memperoleh informasi dari berbagai sumber dan menyebarkan informasi kepada pihak mana pun yang memerlukan. Perilaku komunikasi pada dasarnya berorientasi pada tujuan dalam arti bahwa perilaku seseorang pada umumnya dimotivasi dan keinginan untuk memperoleh tujuan tertentu.<sup>8</sup>

Berdasarkan beberapa definisi tersebut, perilaku komunikasi dapat diartikan sebagai tindakan atau respons di lingkungan dan situasi komunikasi yang ada. Dengan kata lain, perilaku komunikasi adalah cara berpikir, berpengetahuan dan berwawasan, berperasaan dan bertindak atau melakukan tindakan yang dianut seseorang, keluarga atau masyarakat dalam mencari dan menyampaikan informasi melalui berbagai saluran yang ada dalam jaringan komunikasi masyarakat setempat.<sup>9</sup>

---

7) Roger M. Everret, Kincaid, Lawrence D., *Communication Network Toward a New Paradigm for Research*, New York: The Free Press a Vission of Macmillan Publishing, 1981, hlm. 127.

8) Ichwanudin, *Perilaku Komunikasi Petani*, Bogor: Institut Pertanian Bogor, 1998, hlm. 171.

9) Nancy Hapsari, *Pengaruh Komunikasi terhadap Peningkatan Kepuasan Kerja Karyawan Perusahaan*, Surakarta: UMS, 2007, hlm. 71.

Perilaku komunikasi seseorang dapat dilihat dari kebiasaan berkomunikasi. Berdasarkan definisi perilaku komunikasi, hal-hal yang sebaiknya perlu dipertimbangkan adalah seseorang akan melakukan komunikasi sesuai dengan kebutuhannya.

Halim mengungkapkan bahwa komunikasi, kognisi, sikap, dan perilaku dapat dijelaskan secara lebih baik melalui pendekatan situasional, khususnya mengenai waktu dan cara orang berkomunikasi tentang masalah tertentu.

Dalam berkomunikasi, setiap orang memiliki karakteristik masing-masing dalam menanggapi persoalan atau mengutarakan pendapat. Cara komunikasi menurut Halim, yaitu<sup>10</sup> *assertive*, *proactive*, dan *reactive* dari sudut pandang profesional informasi.

### 1. *Assertive*

*Assertive* merupakan cara komunikasi yang mengekspresikan pendapat dan perasaan secara terbuka, langsung, dan lembut tanpa melanggar hak-hak orang lain. Pelaku komunikasi *assertive* cenderung untuk tidak mau mengalah tanpa menyerang lawan bicara. Pola komunikasi seperti ini cenderung menghasilkan suasana yang sama-sama memenangkan pendapat di antara dua belah pihak.

Cara komunikasi ini sangat ideal untuk seorang pekerja informasi karena dengan menyampaikan pendapat secara langsung dan penuh hormat, informasi akan tersampaikan dengan jelas tanpa harus memberikan isyarat ataupun keinginan untuk dimengerti dalam komunikasi.

Untuk mengimplementasikannya dibutuhkan kebiasaan untuk dapat menerima pendapat orang lain, menggunakan kata yang tepat untuk mengutarakan pendapat tanpa menjatuhkan lawan bicara,

---

<sup>10)</sup> Magdalena S. Halim dan Boon van Ostade, *Differences in Big Five Factors of Personality between American and Indonesian students. Scientific Program and Abstracts. XVI Congress of the International Association for Cross-Cultural Psychology*, Yogyakarta: UGM, 1992, hlm. 132.

lebih peka terhadap perasaan lawan bicara dan menggunakan intonasi suara yang menyenangkan. Jika lawan bicara memberikan penolakan, pengguna komunikasi *assertive* tidak menunjukkan rasa kecewa terhadap lawan bicara. Keuntungan menggunakan komunikasi *assertive*:

- a. memberikan rasa nyaman dalam komunikasi, baik kepada diri sendiri maupun orang lain;
- b. membangun rasa hormat kepada sesama/lawan bicara;
- c. meningkatkan kepercayaan diri;
- d. membantu menyampaikan pendapat dengan baik;
- e. mengurangi kemungkinan untuk mengecewakan/melukai perasaan seseorang;
- f. mengurangi kesombongan;
- g. membantu mendapatkan *win-win solution*;
- h. mengurangi stres akibat perbedaan pendapat;
- i. memberikan maksud dan tujuan yang jelas dalam komunikasi;
- j. mengurangi terjadinya *miscommunication*.

### 2. *Proactive*

Sikap *proactive* merupakan cara komunikasi yang cukup unik karena orang yang memiliki pola komunikasi ini akan membuat pilihan reaksi terhadap rangsangan, memiliki jeda untuk merespons dan berpikir sejenak tentang “apa” yang harus dilakukan ketika mendapatkan sebuah situasi untuk mencapai hasil terbaik. Hasil buah pemikiran ini berbeda-beda dalam situasi dan kondisi yang menurutnya akan menghasilkan reaksi yang sesuai.

Keberhasilan komunikasi *proactive* ditentukan dari seberapa cerdas seseorang mencerna sebuah reaksi. Hal ini dapat ditentukan oleh banyak faktor, karena tidak semua sikap *proactive* akan menjanjikan hasil yang positif, mungkin hasil pemikirannya justru membawa situasi yang lebih kacau. Oleh karena itu, untuk melakukan

komunikasi *proactive* seseorang harus mengenali karakteristik lawan bicara/audiens.

### 3. *Reactive*

Komunikasi *reactive* bukanlah sebuah teknik, melainkan sebuah karakteristik. Dilihat dari definisi dan ciri-cirinya, komunikasi *reactive* merupakan cara komunikasi yang kurang dewasa dan memiliki kemungkinan besar untuk menyinggung orang lain.

Pada komunikasi *reactive*, seseorang akan tanggap terhadap rangsangan yang ia terima. Ketika ada sesuatu yang menyinggung dirinya, ia akan segera melakukan tindakan balasan terhadap orang tersebut.

Menurut Rodsemith, ciri-ciri orang yang reaktif adalah:<sup>11</sup>

- a. terburu-buru dalam mengambil tindakan;
- b. mengejar orang lain untuk membereskan persoalannya;
- c. bersikap subjektif dan melindungi diri;
- d. mengalihkan pembicaraan ke arah yang lain;
- e. mudah tersinggung, jengkel, dan marah;
- f. kurang memiliki rasa humor atau menganggap humor itu membuang waktu;
- g. mencari dukungan pihak lain;
- h. bertindak berlebihan atau menghindar dari tanggung jawab;
- i. menggurui dan berharap orang lain menjadi pengikutnya;
- j. merebut tanggung jawab yang menjadi porsi orang lain;
- k. mudah terkejut dan merasa tidak bersalah meskipun telah menyebabkan kekacauan besar;
- l. pendendam;
- m. menyingkirkan orang yang menghalangi langkahnya;
- n. pemahamannya hanya sebatas cara membela diri;

<sup>11)</sup> *Loc.cit.*, Ichwanudin, *Perilaku...*, 1998, hlm. 172.

- o. selalu merasa terancam;
- p. merasa paling benar.

### 4. **Proses Sosial yang Timbul sebagai Akibat Adanya Interaksi Sosial**

Proses sosial yang timbul sebagai akibat adanya interaksi sosial, yaitu sebagai berikut.<sup>12</sup>

#### a. *Proses Asosiatif*

Proses asosiatif terbagi dalam tiga bentuk khusus, yaitu sebagai berikut.

- 1) Kerja sama, yaitu usaha bersama antara orang perseorangan atau kelompok manusia untuk mencapai satu atau beberapa tujuan bersama.
- 2) Akomodasi, yaitu proses penyesuaian sosial dalam interaksi antara pribadi dan kelompok manusia untuk meredakan pertentangan.
- 3) Asimilasi, yaitu proses sosial yang timbul apabila ada kelompok masyarakat dengan latar belakang kebudayaan yang berbeda saling bergaul secara intensif dalam jangka waktu lama, sehingga lambat laun kebudayaan aslinya berubah sifat dan membentuk kebudayaan baru sebagai kebudayaan campuran.

#### b. *Proses Disosiatif*

Proses disosiatif mencakup beberapa faktor berikut.

- 1) Persaingan, yaitu perjuangan yang dilakukan perorangan atau kelompok sosial tertentu agar memperoleh kemenangan atau hasil secara kompetitif, tanpa menimbulkan ancaman atau benturan fisik di pihak lawannya.

<sup>12)</sup> *Loc.cit.*, Granovetter M.S., *The Strenght...*, 1973, hlm. 378.

- 2) Kontravensi, yaitu proses sosial yang berada di antara persaingan dan pertentangan atau konflik. Wujud kontravensi, antara lain sikap tidak senang, baik secara tersembunyi maupun secara terang-terangan yang ditujukan terhadap perseorangan atau kelompok atau terhadap unsur-unsur kebudayaan golongan tertentu. Sikap tersebut dapat berubah menjadi kebencian, tetapi tidak sampai menjadi pertentangan atau konflik.
- 3) Pertentangan (pertikaian atau *conflict*), yaitu proses sosial antarindividu atau kelompok masyarakat tertentu, akibat adanya perbedaan paham dan kepentingan yang sangat mendasar sehingga menimbulkan *gap* atau jurang pemisah yang mengganjal interaksi sosial di antara mereka yang bertikai.

## 5. Perilaku Verbal dan Nonverbal dalam Komunikasi Antarbudaya

Dalam peristiwa komunikasi yang berlangsung hampir selalu melibatkan penggunaan lambang verbal dan nonverbal secara bersama-sama. Bahasa verbal dan nonverbal memiliki sifat yang holistik (masing-masing tidak dapat dipisahkan).

Dalam banyak tindakan komunikasi, bahasa nonverbal menjadi komplemen atau pelengkap bahasa verbal. Lambang-lambang nonverbal juga dapat berfungsi kontradiktif, pengulangan, bahkan pengganti ungkapan verbal, misalnya ketika seseorang mengatakan terima kasih (bahasa verbal), orang tersebut akan melengkapinya dengan tersenyum (bahasa nonverbal), seseorang setuju dengan pesan yang disampaikan orang lain dengan anggukan kepala (bahasa nonverbal). Dua komunikasi tersebut merupakan contoh bahwa bahasa verbal dan nonverbal bekerja bersama-sama dalam menciptakan makna perilaku komunikasi.

### a. Perilaku Verbal dalam Komunikasi Antarbudaya

Perilaku verbal adalah komunikasi yang umumnya dilakukan sehari-hari. Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan kata-kata atau lebih.

Bahasa verbal adalah sarana utama untuk menyatakan pikiran, perasaan, dan maksud. Bahasa verbal menggunakan kata-kata yang mempresentasikan berbagai aspek realitas individu. Dengan kata lain, kata-kata adalah abstraksi realitas kita yang tidak mampu menimbulkan reaksi yang merupakan totalitas objek atau konsep yang mewakili kata-kata itu.

Apabila kita menyertakan budaya sebagai variabel dalam proses komunikasi, masalahnya akan semakin rumit. Hal ini karena komunikasi yang melibatkan orang-orang berbeda budaya, banyak pengalaman yang berbeda sehingga proses komunikasi menjadi rumit. Menurut Ohoiwutun, dalam berkomunikasi antarbudaya, beberapa hal yang harus diperhatikan, yaitu sebagai berikut.<sup>13</sup>

#### 1) Kapan Orang Berbicara

Dalam berkomunikasi antarbudaya, kita harus memerhatikan kebiasaan budaya yang mengajarkan kepatutan ketika seseorang harus atau boleh berbicara. Orang Timor, Batak, Sulawesi, Ambon, Irian mewarisi sikap kapan saja dapat berbicara, tanpa membedakan tua dan muda. Artinya, berbicara semaunya, berbicara tidak mengenal batas usia. Akan tetapi, orang Jawa dan Sunda mengenal aturan atau kebiasaan kapan orang berbicara, misalnya yang lebih muda mendengarkan lebih banyak daripada yang tua, yang tua lebih banyak berbicara dari yang muda. Perbedaan norma berbahasa ini dapat mengakibatkan konflik antarbudaya.

<sup>13)</sup> *Loc.cit.*, Alo Liliweri, *Dasar...*, 2003, hlm. 101.

## 2) Apa yang Dikatakan

Laporan penelitian Tannen (1984-an) menunjukkan bahwa orang-orang New York keturunan Yahudi lebih cenderung bercerita dibandingkan dengan orang-orang di California. Cerita mereka (New York Yahudi) selalu terkait dengan pengalaman dan perasaan pribadi. Masing-masing anggota kelompok kurang tertarik pada isi cerita yang dikemukakan anggota kelompok lainnya.

## 3) Hal Memerhatikan

Konsep ini berkaitan erat dengan *gaze* atau pandangan mata yang diperkenankan waktu berbicara bersama-sama. Orang-orang kulit hitam umumnya berbicara sambil menatap mata dan wajah orang lain, hal yang sama terjadi bagi orang Batak dan Timor.

Dalam berkomunikasi, “memerhatikan” adalah melihat sambil mendengarkan. Sebaliknya, orang Jawa tidak mementingkan “melihat”, tetapi mendengarkan.

## 4) Intonasi

Masalah intonasi cukup berpengaruh dalam berbagai bahasa yang berbeda budaya. Orang di Lembata/Flores memakai kata *bua* yang berarti melahirkan. Kata yang sama jika ditekan pada huruf akhir “a” - bua (atau buaq), berarti berlayar.

## 5) Gaya Kaku atau Puitis

Ohoiwutun (1997) menulis bahwa jika Anda membandingkan bahasa Indonesia yang diguratkan pada awal berdirinya negara ini dengan gaya yang dipakai saat ini, dekade 90-an, Anda akan dapati bahwa bahasa Indonesia tahun 1950-an lebih kaku. Gaya bahasa sekarang lebih dinamis, lebih banyak kata dan frase dengan makna ganda, bergantung pada konteksnya.<sup>14</sup>

---

<sup>14)</sup> *Op.cit.*, Liliweri, 2003, hlm. 103.

Perbedaan ini terjadi sebagai akibat perkembangan bahasa. Pada tahun 1950-an, bahasa Indonesia hanya dipengaruhi secara dominan oleh bahasa Melayu. Saat ini puluhan bahasa daerah, terutama bahasa Jawa dengan puluhan juta penutur aslinya, telah ikut memengaruhi “formula” berbahasa Indonesia.

## 6) Bahasa Tidak Langsung

Setiap bahasa mengajarkan kepada para penuturnya mekanisme untuk menyatakan sesuatu secara langsung atau tidak langsung. Jika berhadapan dengan orang Jepang, kita akan menemukan bahwa mereka sering berbahasa secara tidak langsung, baik verbal maupun nonverbal.

Dalam berbisnis, umumnya surat bisnis Amerika menyatakan maksudnya hanya dalam empat paragraf.

### b. *Perilaku Nonverbal dalam Komunikasi Antarbudaya*

Secara sederhana, pesan nonverbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata. Menurut Larry A. Samovar dan Richard E. Porter, komunikasi nonverbal mencakup semua rangsangan, kecuali rangsangan verbal dalam suatu *setting* komunikasi yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima.

Dalam proses nonverbal yang relevan dengan komunikasi antarbudaya terdapat tiga aspek, yaitu perilaku nonverbal yang berfungsi sebagai bahasa diam, konsep waktu, dan penggunaan dan pengaturan ruang.<sup>15</sup>

Sebagai komponen budaya, ekspresi nonverbal mempunyai banyak persamaan dengan bahasa. Keduanya merupakan sistem penyandian yang dipelajari dan diwariskan sebagai

---

<sup>15)</sup> *Loc.,cit.*, Samarat dan Richard, *Communication...*, 1991, hlm. 322.

bagian pengalaman budaya. Lambang-lambang nonverbal dan respons yang ditimbulkan lambang tersebut merupakan bagian dari pengalaman budaya yang diwariskan dari suatu generasi ke generasi lainnya.

Setiap lambang memiliki makna karena orang mempunyai pengalaman lalu tentang lambang tersebut. Budaya memengaruhi dan mengarahkan pengalaman itu. Oleh karena itu, budaya juga memengaruhi dan mengarahkan: cara mengirim, menerima, dan merespons lambang-lambang nonverbal tersebut.

### 1) Konsep Waktu

Waktu merupakan komponen budaya yang penting. Banyak perbedaan mengenai konsep antara budaya yang satu dengan budaya yang lain dan perbedaan tersebut memengaruhi komunikasi.

Konsep waktu suatu budaya merupakan filsafatnya tentang masa lalu, masa sekarang, masa depan, dan penting atau kurang pentingnya waktu. Banyak budaya Barat memandang waktu sebagai langsung dan berhubungan dengan ruang dan tempat. Kita terikat oleh waktu dan sadar akan adanya masa lalu, masa sekarang, dan masa yang akan datang.

Sebaliknya, suku Indian Hopi tidak begitu memerhatikan waktu. Mereka percaya bahwa setiap hal, baik manusia, tumbuhan, maupun binatang memiliki sistem waktunya.

### 2) Penggunaan Ruang

Cara orang menggunakan ruang sebagai bagian dalam komunikasi antarpersonal disebut proksemika (*proxemics*). Proksemika tidak hanya meliputi jarak antara orang-orang yang terlibat dalam percakapan, tetapi juga orientasi fisik mereka.

Orang-orang dari budaya yang berbeda mempunyai cara-cara yang berbeda pula dalam menjaga jarak ketika bergaul dengan sesamanya.

Apabila berbicara dengan orang berbeda budaya, kita harus memperkirakan pelanggaran yang akan terjadi, menghindari pelanggaran tersebut, dan meneruskan interaksi tanpa memperlihatkan reaksi permusuhan. Kita mungkin mengalami perasaan yang sulit dikontrol; mungkin menyangka bahwa orang lain tidak tahu adat, agresif, ketika orang itu berada pada jarak yang dekat dengan kita, padahal tindakannya itu merupakan perwujudan hasil belajarnya tentang cara menggunakan ruang yang dipengaruhi oleh budayanya.

Kita juga cenderung menentukan hierarki sosial dengan mengatur ruang. Duduk di belakang meja sambil berbicara dengan seseorang yang sedang berdiri merupakan tanda hubungan atasan-bawahan, dan orang yang duduk itulah atasannya.

Perilaku serupa dapat digunakan untuk menunjukkan ketidaksetujuan, kekurangajaran, atau penghinaan, apabila orang melanggar norma-norma budaya. Kesalahpahaman mudah terjadi dalam peristiwa antarbudaya ketika dua orang berperilaku sesuai dengan budaya masing-masing, tidak memenuhi harapan pihak lainnya. Jika kita tetap duduk ketika diharapkan berdiri, kita akan dianggap orang melanggar norma budaya dan menghina pribumi atau tamu, padahal kita tidak menyadari hal tersebut.

Menurut Tubbs dan Moss, sistem komunikasi nonverbal berbeda dari satu budaya ke budaya lain seperti juga sistem verbal. Di beberapa negara, suatu anggukan kepala berarti "tidak", di sebagian negara lainnya, anggukan kepala sekadar menunjukkan bahwa orang mengerti pertanyaan yang diajukan. Petunjuk nonverbal ini akan lebih rumit lagi

apabila beberapa budaya memperlakukan faktor-faktor nonverbal, seperti penggunaan waktu dan ruang secara berbeda.<sup>16</sup>

Isyarat-isyarat vokal seperti volume suara digunakan secara berbeda dalam budaya-budaya yang berbeda, begitu juga dengan ekspresi emosi. Misalnya, orang Italia dan orang Inggris lebih terbiasa mengekspresikan kesusahan dan kemarahan daripada orang Jepang, karena bagi orang Jepang merupakan suatu kewajiban sosial untuk tampak bahagia dan tidak membebani teman-teman mereka dengan kesusahan.

Menurut Gudykunst dan Ting Tommey, dalam beberapa budaya, penampilan emosi terbatas pada emosi-emosi yang “positif” dan tidak mengganggu harmoni kelompok.<sup>17</sup>

### c. *Bentuk Perilaku Nonverbal dalam Komunikasi Antarbudaya*

Liliweri mengatakan bahwa ketika berhubungan antarpribadi, ada beberapa bentuk perilaku nonverbal yang memengaruhi komunikasi antarbudaya.<sup>18</sup>

- 1) Kinesik, adalah studi yang berkaitan dengan bahasa tubuh, yang terdiri atas posisi tubuh, orientasi tubuh, tampilan wajah, gambaran tubuh, dan lain-lain.
- 2) Okulesik, yaitu studi tentang gerakan mata dan posisi mata. Setiap variasi gerakan mata atau posisi mata menggambarkan satu makna tertentu, seperti kasih sayang, marah, dan lain-lain. Orang Amerika Utara tidak membenarkan seseorang melihat wajah mereka ketika sedang berbicara. Sebaliknya, orang Kamboja yakin bahwa setiap

pertemuan didahului oleh pandangan mata pertama.

- 3) Haptik, yaitu studi tentang perabaan atau memperkenankan sejauh mana seseorang memegang dan merangkul orang lain. Orang Amerika Utara merasa tidak nyaman ketika seseorang dari kebudayaan lain memegang tangan mereka dengan ramah, menepuk belakang, dan lain-lain. Padahal, di Indonesia hal tersebut menunjukkan derajat keintiman: fungsional/profesional, sosial dan sopan santun, ramah tamah dan baik budi, cinta dan keintiman, dan daya tarik seksual.
- 4) Proksemik, yaitu studi tentang hubungan antarruang, antarjarak, dan waktu berkomunikasi. Pada tahun 1973, Hall menyebutkan kecenderungan manusia menunjukkan bahwa waktu orang berkomunikasi itu harus ada jarak antarpribadi, terlalu dekat atau terlalu jauh. Semakin dekat artinya semakin akrab, semakin jauh artinya semakin kurang akrab.
- 5) Kronemik, yaitu studi tentang konsep waktu, sama seperti pesan nonverbal lain, konsep tentang waktu yang menganggap jika suatu kebudayaan taat pada waktu, kebudayaan itu tinggi atau peradaban maju.
- 6) Tampilan, *apperance* - cara seseorang menampilkan diri menunjukkan atau berkolerasi tinggi dengan evaluasi tentang pribadi, termasuk tampilan biologis, misalnya warna kulit, warna dan pandangan mata, tekstur dan warna rambut, serta struktur tubuh. Ada stereotip yang berlebihan terhadap perilaku seseorang dengan tampilan biologis. Model pakaian juga memengaruhi evaluasi kita pada orang lain. Dalam sebagian masyarakat barat, jas dan pakaian formal merefleksikan profesionalisme karena tidak dikenakan oleh semua masyarakat.

<sup>16)</sup> *Loc.,cit.*, Moss Tubbs, *Human...*, 1996, hlm. 17.

<sup>17)</sup> *Loc.,cit.*, Gudykunst dan Gueverro, *Cross...*, 1988, hlm. 103.

<sup>18)</sup> *Loc.,cit.*, Alo Liliweri, *Dasar...*, 2003, hlm. 107.



- 7) Postur, yaitu tampilan tubuh saat berdiri dan duduk. Cara orang duduk dan berdiri dapat diinterpretasikan dalam konteks antarbudaya. Orang Jawa dan orang Timor (Dawan) merasa tidak bebas jika berdiri tegak di depan yang orang yang lebih tua sehingga harus merunduk hormat. Duduk bersila berhadapan dengan orang yang lebih tua merupakan sikap yang sopan.
- 8) Pesan-pesan paralinguistik, yaitu pesan komunikasi yang merupakan gabungan antara perilaku verbal dan non-verbal. Paralinguistik terdiri atas satu unit suara, atau gerakan yang menampilkan maksud tertentu dengan makna tertentu. Orang Amerika yang berbicara terlalu keras dipandang oleh orang Eropa sebagai orang yang terlalu agresif atau tanda tidak bersahabat. Adapun orang Inggris yang berbicara pelan dan hati-hati dipahami sebagai sekretif bagi Amerika.
- 9) Simbolisme dan komunikasi nonverbal yang pasif - beberapa di antaranya adalah simbolisme warna dan nomor. Di Amerika Utara, AS, dan Kanada, warna merah menunjukkan peringatan, daya tarik seks, berduka, merangsang, sedangkan warna kuning menggambarkan kesenangan dan kegembiraan. Warna biru berarti adil, warna bisnis sehingga dipakai di perkantoran. Warna hitam menunjukkan kematian, kesengsaraan, dosa, kegagalan dalam bisnis, dan seks. Sebaliknya, warna merah di Brazil menunjukkan jarak penglihatan, hitam melambangkan kecanggihan, kewenangan, agama, dan formalitas.

## D. Budaya yang Memengaruhi Komunikasi Antarbudaya

### 1. Faktor-faktor yang Memengaruhi Komunikasi Antarbudaya

Beberapa faktor budaya yang memengaruhi komunikasi antarbudaya dan kaitannya dengan budaya.<sup>19</sup>

#### a. *Individualist - Collectivist*

Menurut Hofstede dan Bond, *individual culture* adalah sikap seseorang yang hanya melihat dirinya sendiri dan keluarga terdekatnya. Titik berat orang-orang individual ini hanya pada inisiatif dan penerimaan. *Collectivistic culture* adalah bahwa seseorang merupakan bagian dari anggota suatu kelompok, dan kelompok itu akan melihat dirinya untuk loyalitas. Orang yang berada dalam kelompok tidak akan bertindak atau berperilaku di luar kebiasaan kelompoknya.<sup>20</sup>

Orang-orang individual dan kolektif ini memiliki perbedaan antara keduanya. *Individualistic* memandang setiap orang sebagai orang yang memiliki potensi unik, sedangkan *collectivistic* memandang aktivitas kelompok tertentu yang dominan, harmoni, dan kerja sama di antara kelompok lebih diutamakan dari fungsi dan tanggung jawab individu.

Orang-orang individual lebih tertarik pada stimulus (sesuatu yang menantang), hedonisme, prestasi, kemajuan, *self-direction*, dan aktivitas diri yang maksimal. Selain itu, orang-orang individual dalam berkomunikasi lebih dominan menyatakan pendapatnya secara langsung (*to the point*), eksplisit,

<sup>19)</sup> Richard West, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi: Introducing Communication Theory: Analysis and Application*, Jakarta: Salemba Humanika, 2009, hlm. 321.

<sup>20)</sup> *Op.,cit.*, Richard, 2009, hlm. 323.

tepat, pasti, konsisten dengan perasaan seseorang, dan apa yang dirasa langsung diucapkan.

Adapun orang-orang kolektif lebih tertarik pada tradisi (nilai-nilai yang sudah terjadi), *conformity* (masa tenang, pengamanan), *benevolence* (menggunakan perilaku sesuai yang diharapkan lingkungan), serta cenderung menghindari hal-hal baru karena tidak mau meninggalkan zona aman.

Dalam hal berkomunikasi, pada umumnya orang-orang kolektif biasanya tidak langsung mengungkapkan pendapatnya, ambigu, tidak dinyatakan secara langsung (tersirat), menggunakan banyak simbol, dan dengan pembicaraan mereka lebih menangkap, tetapi dengan penolakan dia lebih sensitif. Kebanyakan orang kolektif akan menganggap orang atau grup lain berbeda dengan kelompoknya.

#### b. *Power Distance*

Ada dua kategori dalam *power distance* (perbedaan jarak/kekuasaan), yaitu:<sup>21</sup>

- 1) *high power distance*: dengan rela hati orang lain diinjak, dipaksa, dan kita sebagai individu membiarkan hal itu terjadi;
- 2) *low power distance*: orang yang mempunyai kekuasaan itu adalah mereka yang *legitimate* (sah) dan mempunyai standar.

Dalam masyarakat *high power distance*, orang yang dominan dipandang memiliki kekuasaan atas masyarakat yang lain adalah seseorang yang memiliki pengetahuan yang lebih tentang agama Islam dibandingkan dengan orang kebanyakan, seperti kiai atau ustaz. Masyarakat lebih cenderung menaati perintah ustaz atau kiai daripada perintah atau perkataan pemerintah setempat,

---

<sup>21)</sup> *Op.cit.*, Richard, 2009, hlm. 325.

kecuali jika orang-orang yang berada pada pemerintahan itu adalah para ustaz atau kiai.

#### c. *Uncertainty Avoidance*

Penghindaran ketidakpastian (*uncertainty avoidance*) merupakan tingkatan sejauh mana seseorang merasa terancam oleh ketidakpastian. Dalam budaya yang sangat menghindari ketidakpastian, ada kebutuhan besar akan aturan-aturan dan formalitas untuk menstruktur hidup. Hal ini tercermin dalam kebiasaan mereka untuk mencari kebenaran dan keyakinan terhadap pendapat orang lain.

Apabila sikap menghindari ketidakpastiannya tinggi, masyarakat budaya tersebut akan memiliki toleransi yang rendah untuk ketidakpastian dan ambigu sehingga perilaku agresif akan diterima dan cenderung menunjukkan emosi. Sebaliknya, jika ketidakpastiannya rendah, mereka memandang orang yang berubah atau apa pun sebagai sesuatu yang biasa saja, dan cenderung mengabaikan perubahan itu.

## 2. Pengaruh Sosiobudaya dalam Perilaku Komunikasi Antarbudaya

Beberapa pengaruh sosiobudaya dalam perilaku komunikasi antarbudaya adalah sebagai berikut.<sup>22</sup>

#### a. *Membership dan Reference Groups*

Pada dasarnya, setiap orang adalah keanggotaan dari grup sosial yang berbeda, seperti keluarga, kelas sosial (mahasiswa/pelajar), etnik, gender, kelompok pekerjaan, atau bangsa negara. Beberapa faktor yang mendorong seseorang untuk merawat atau menjaga keanggotaannya (*membership*) adalah sebagai berikut:

---

<sup>22)</sup> *Op.cit.*, Richard, 2009, hlm. 327.

- 1) mendapatkan keuntungan positif dari keanggotaannya, seperti merasa bangga, menyebabkannya menjadi loyal, kepuasan (puas menjadi anggota), kebanggaan yang lebih (eksklusif), mendapat status dan teman;
- 2) cenderung menghindari isolasi sosial yang menyebabkan tidak memiliki ikatan grup yang kuat;
- 3) ada keterbatasan atau aturan yang berlaku padanya sehingga tidak dapat keluar dari kelompok tersebut (misalnya, memilih etnik dan ras yang sama).

*Reference groups* merupakan kelompok sebagai tuntunan atau pedoman bertingkah laku. Selain itu, semakin dekat nilai-nilai yang ada dan sama dengan kelompok itu, kita akan merasa dekat dengan mereka.

#### b. *Minority dan Majority*

Lima karakter dalam kelompok minoritas ini, yaitu:

- 1) diperlakukan berbeda dari kelompok mayoritas;
- 2) memiliki fisik dan karakter kultur yang berbeda dengan kelompok mayoritas;
- 3) keanggotaan tidak secara sukarela;
- 4) cenderung bekerja sama atau menikah dengan keanggotaan kelompok yang sama;
- 5) sadar bahwa jika statusnya di bawah mayoritas, kekuatan solidaritasnya kuat.

#### c. *Identitas Sosial*

Menurut Grieve dan Hogg, ada beberapa dimensi identitas sosial, yaitu sebagai berikut.<sup>23</sup>

- 1) *Voluntary - desirable identities*; identitas yang kita pilih dan yang kita pikir bahwa hal itu bagus. Misalnya, seperti

bagian dari agama, anggota kelompok, keanggotaan partai politik, suami, istri, ibu, ayah, murid.

- 2) *Voluntary - undesirable identities*; identitas yang kita pilih, tetapi menurut kita, hal tersebut adalah sesuatu yang negatif. Misalnya, pemabuk, narkoba, gay/lesbian, perokok, transgender (waria).
- 3) *Involuntary - desirable*; identitas yang tidak dapat kita pilih dan menurut kita itu bagus, seperti etnis/ras, anak dari seorang perempuan/laki-laki, laki-laki, perempuan.
- 4) *Involuntary - undesirable*; identitas yang tidak dapat kita pilih dan kita pikir itu negatif, seperti orang buta, tuli, tidak mampu, tua.

Pada dasarnya, yang membuat perilaku kita berbeda dengan orang lain ketika berkomunikasi adalah sejauh mana kita mengetahui identitas budaya dan etnik.

Jika identitas budaya dan etnik lemah, keduanya tidak dapat memengaruhi perilaku. Akan tetapi, jika identitas budaya dan etnik kuat, perilaku kita sangat berbudaya dan etnik bergantung pada situasi.

### 3. Pengaruh Psikobudaya dalam Perilaku Komunikasi Antarbudaya (Kasus Pribadi)

Dalam proses komunikasi selalu ada harapan (*expectation*). Jika *expectation* menjadi lebih positif, ketidakpastian dan kecemasan akan berkurang atau rendah. Pengharapan mempunyai konsekuensi yang sangat besar dengan komunikasi yang kita lakukan dengan orang lain, yaitu sebagai berikut.<sup>24</sup>

#### a. *Personal Expectation*

Misalnya, (hasil pengamatan pribadi) ketika mengenal seseorang dengan baik, kita cenderung memiliki harapan

<sup>23)</sup> A. Hogg & Grieve M. Vaughan, *Social Psychology*, (3rd edition), London: Prentice Hall, 2002, hlm. 522.

<sup>24)</sup> *Loc.cit.*, Gudykunst dan Gueverro, 1988, *Cross...*, hlm. 107.

dalam proses komunikasi. Sebagai contoh adalah saat pertama kali bertemu dan berkenalan dengan seseorang yang berbeda budaya, kita masih ragu-ragu, apakah sesuai dengan harapan atau tidak. Kemudian, setelah komunikasi berjalan lama dan kita telah mengetahui karakternya, pengharapan kita terhadapnya cenderung tinggi. Akan tetapi, jika dalam pertengahan jalan, ternyata orang yang kita kenal itu melakukan kesalahan pada diri kita dan menyebabkan kita sakit hati, pengharapan kita pada orang itu akan berkurang atau mungkin hilang.

**b. *Stereotypes***

*Stereotypes* cenderung aktif secara otomatis ketika mengategorikan orang asing dan tidak terlalu peduli dengan proses komunikasi. Kecenderungan terhadap *stereotypes* muncul ketika kita berada dalam keadaan cemas.

Secara pribadi, *stereotypes* muncul ketika berada di lingkungan baru dan bertemu dengan orang-orang baru. Sebagai contoh adalah orang Madura yang terbiasa mendengar kata-kata bernada tinggi di lingkungannya, saat tiba di Jawa, ia akan berpikiran bahwa orang Jawa jika berbicara halus dan pelan. Padahal tidak semua orang Jawa seperti itu.

**c. *Ethnocentrism***

*Ethnocentrism* atau tendensi adalah kecenderungan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi orang dari luar kelompok. Kita menilai orang di luar kelompok dengan standar dan cenderung melihat budaya sendiri sebagai budaya yang lebih nyata dan besar.

## BAB 7

# EFEKTIVITAS MEDIA SALURAN PESAN KOMUNIKASI ANTARBUDAYA

Media dalam proses komunikasi antarbudaya merupakan saluran yang dilalui oleh pesan atau simbol. Dalam proses komunikasi antarbudaya, media merupakan tempat, saluran yang dilalui oleh pesan atau simbol yang dikirim melalui media tertulis, misalnya surat, telegram, faksimili. Selain itu juga, media massa (cetak), seperti majalah, surat kabar dan buku, media massa elektronik (internet, radio, televisi, video, film, dan lain-lain).

Komunikasi antarbudaya sering dilakukan tanpa media karena dilakukan dengan tatap muka secara langsung antara komunikator dan komunikan. Akan tetapi, pesan itu dikirim tidak melalui media, terutama dalam komunikasi antarbudaya tatap muka. Para ilmuwan sosial menyepakati dua tipe saluran pesan dalam komunikasi antarbudaya, yaitu: (1) *sensory channel* atau saluran sensoris, yaitu saluran yang memindahkan pesan sehingga akan ditangkap oleh lima indra, yaitu mata, telinga, tangan, hidung, dan lidah; (2) *institutionalized means*, atau saluran yang sudah sangat dikenal dan digunakan manusia, misalnya percakapan tatap muka dan media massa. Setiap saluran institusional memerlukan dukungan satu atau lebih saluran sensoris untuk memperlancar pertukaran pesan dari komunikator kepada komunikan.

## A. Konsep Dasar Saluran Pesan Komunikasi Antarbudaya

### 1. Pengertian Media Komunikasi

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Beberapa pakar psikologi berpendapat bahwa media yang paling dominan dalam berkomunikasi adalah pancaindra manusia, seperti mata dan telinga. Pesan yang diterima oleh pancaindra selanjutnya diproses oleh pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam tindakan.<sup>1</sup>

Menurut Vardiansyah, media komunikasi adalah alat perantara yang sengaja dipilih komunikator untuk menghantarkan pesannya agar sampai pada komunikan. Jadi, unsur utama media komunikasi adalah pemilihan dan penggunaan alat perantara yang dilakukan komunikator dengan sengaja. Artinya, hal ini mengacu pada pemilihan dan penggunaan teknologi media komunikasi.<sup>2</sup>

Media komunikasi adalah semua sarana yang dipergunakan untuk memproduksi, mereproduksi, mendistribusikan atau menyebarkan dan menyampaikan informasi.

### 2. Esensi Saluran Komunikasi

Rogers menyatakan bahwa saluran komunikasi adalah alat atau media yang dapat dimanfaatkan oleh individu atau kelompok serta organisasi yang berkomunikasi untuk menyampaikan pesan-pesan (*messages*) mereka.<sup>3</sup>

Berlo mengartikan saluran komunikasi dalam beragam pengertian, yaitu:<sup>4</sup>

- a. alat pembawa pesan;
- b. media/wahana yang memungkinkan alat pembawa pesan melalui jalan atau saluran yang harus dilaluinya;
- c. media/wahana yang dapat dijadikan sarana untuk berkomunikasi, seperti pertemuan serta pertunjukan.

### 3. Ragam Media/Saluran Komunikasi

Secara konseptual, dikenal tiga macam saluran atau media komunikasi, yaitu saluran antarpribadi (*interpersonal*), media massa (*mass media*), dan forum media yang dimaksudkan untuk menggabungkan keunggulan yang dimiliki oleh saluran antarpribadi dan media massa.

Semakin beragam media yang digunakan oleh pihak-pihak yang berkomunikasi (baik sumber maupun penerima manfaat), semakin memberikan pengaruh yang sangat baik. Hal ini karena selain jumlah informasi menjadi lebih lengkap, informasi juga lebih bermutu/semakin memberikan kejelasan terhadap inovasi yang diterimanya.

#### a. Saluran Antarpribadi

Media antarpribadi (*interpersonal*) adalah media yang memungkinkan para pihak yang berkomunikasi dapat berkomunikasi secara langsung, baik dengan tatap muka (misalnya percakapan antarindividu, diskusi dalam kelompok kecil, pertemuan di dalam ataupun di luar ruangan), atau menggunakan alat (misalnya melalui telepon, *chatting* melalui *internet*, dan menggunakan telekonferens).

---

1) Hafied H. Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Raja Grafindo, 2006, hlm. 119.

2) Vardiansyah, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004, hlm. 24-26.

3) *Loc.cit.*, Everett M. Rogers, *Communication...*, 2004, hlm. 311.

---

4) David K. Berlo, *The Process of Communications*, New York: Holt Rineart and Winston, 1960, hlm. 254.

Lionberger dan Gwin mengemukakan dua ciri yang harus diperhatikan dalam penerapan saluran antarpribadi, yaitu sebagai berikut.<sup>5</sup>

- 1) Saluran antarpribadi merupakan saluran ganda (*multi-channels*), berkomunikasi tatap muka memerhatikan bahasa yang digunakan, serta menyangkut ekspresi raut muka, pakaian yang dikenakan, tingkat kelantangan suara, waktu dan tempat yang tepat untuk berkomunikasi.
- 2) Saluran antarpribadi sering menghadapi hambatan (*barrier*) berupa kesenjangan budaya, generalisasi yang salah, serta perilaku yang mencurigakan.

#### b. Saluran Media Massa

Saluran media massa adalah segala bentuk media massa (media cetak, media elektronik, dan multimedia) yang dapat digunakan oleh pihak-pihak yang berkomunikasi untuk menyampaikan pesan.

Media cetak adalah surat kabar, tabloid, majalah, jurnal ilmiah, poster, leaflet, folder, serta brosur. Media elektronik berbentuk audio suara (misalnya radio, pita rekaman, atau *tipe recorder* dan *CD/compact disc*), atau audio visual (misalnya film, televisi, VCD). Adapun multimedia merupakan segala bentuk produk media (cetak dan audio visual) yang digabungkan dalam satu paket media komunikasi.

Media massa biasanya lebih efektif dan lebih murah untuk mengenalkan inovasi pada tahap-tahap penyadaran dan menumbuhkan minat, tetapi saluran/media ini memiliki kelemahan berikut:

---

<sup>5)</sup> Herbert F. Lionberger and Paul H. Gwin, *Communication Strategies-A Guide for Agricultural Change Agents/Strategi "Komunikasi-Pedoman bagi Penyuluh Pertanian"*, (Terjemahan: Totok Mardikanto), Surakarta: Sebelas Maret University Press, 1989, hlm. 177.

- 1) pesan yang disampaikan kurang jujur;
- 2) bahasa dan kalimat (istilah) yang digunakan kurang akrab dengan masyarakat penerima manfaatnya;
- 3) isi pesan kurang memerhatikan kebutuhan pembangunan masyarakat;
- 4) isi pesan terlalu berorientasi pada masalah-masalah teknis;
- 5) isi pesan kurang memerhatikan sistem nilai yang berlaku di dalam masyarakat.

#### c. Forum Media

Forum media adalah saluran komunikasi berupa sekelompok kecil orang yang dapat saling tatap muka untuk berkomunikasi (mendiskusikan pesan-pesan tertentu) yang diterima media massa. Bentuk-bentuk forum media, misalnya kelompok belajar, kelompok pendengar, dan kelompok pencapir (kelompok pendengar, pembaca, dan pemirsa televisi).

### 4. Pilihan Penggunaan Media

Dalam praktik komunikasi antarbudaya, fasilitator harus mampu mengidentifikasi sekaligus memilih saluran/media yang efektif. Dalam arti kata, pada satu pihak disukai penerima manfaatnya, dan pada pihak lain mampu dan terampil menggunakan/mengoperasikan.

Jika inovasi dapat dengan mudah dan jelas disampaikan melalui media massa, atau jika kelompok penerima manfaatnya dapat dengan mudah menerima inovasi yang disampaikan melalui media massa, proses adopsi akan berlangsung relatif lebih cepat dibandingkan dengan inovasi yang harus disampaikan melalui media antarpribadi.

Jika inovasi tersebut sulit disampaikan melalui media massa atau penerima manfaatnya belum mampu (dapat) memanfaatkan media massa, inovasi yang disampaikan melalui komunikasi antarpribadi akan lebih cepat diadopsi oleh masyarakat penerima manfaatnya.

Di samping pemanfaatan ragam saluran komunikasi, tahapan dan ragam pendekatan dalam komunikasi juga berpengaruh terhadap cepat atau lambatnya inovasi diterima masyarakat.

Pilihan terhadap penggunaan saluran komunikasi bergantung pada maksud dan tujuan komunikasi. Hasil penelitian membuktikan bahwa media massa akan berperan secara efektif dalam mengubah pendapat (misalnya, menambah pengetahuan), sedangkan komunikasi antarpribadi umumnya lebih efektif dalam mengubah sikap.

## 5. Gangguan/Hambatan Komunikasi

Dalam komunikasi yang menggunakan saluran media, gangguan terjadi dalam bentuk *noise*, baik karena mutu peralatan, ketepatan gelombang radio, dan gangguan cuaca. Dalam komunikasi yang menggunakan saluran antarpribadi, gangguan yang terjadi sering disebabkan oleh karakteristik pribadi dari pihak-pihak yang berkomunikasi berupa citra diri, nilai-nilai, kesenjangan sosial ekonomi, kesenjangan umur, jenis kelamin, agama, dan etnis.

## B. Efektivitas Media Saluran Pesan Komunikasi Antarbudaya

### 1. Peran dan Keterbatasan Bahasa

Bahasa adalah sejumlah simbol atau tanda yang disetujui untuk digunakan oleh sekelompok orang untuk menghasilkan suatu arti atau makna.<sup>6</sup>

Bahasa setiap hari digunakan oleh manusia di seluruh dunia. Tanpa bahasa, manusia tidak dapat berkomunikasi. Bahasa berperan penting secara langsung sebagai bentuk pernyataan dan pertukaran pemikiran ataupun pandangan mengenai orang lain.

---

<sup>6)</sup> *Loc.cit.*, Samovar *et.al.*, *Understanding...*, 1981, hlm. 210.

Selain itu, bahasa juga berperan untuk mengatur manusia sesuai dengan faktor-faktor usia, jenis kelamin, bahkan sosial-ekonomi.

### 2. Bahasa Merupakan Medium untuk Menyatakan Kesadaran dalam Konteks Sosial Budaya

Dalam komunikasi antarmanusia dan budaya, berkenaan dengan bahasa, ada bahasa lisan, bahasa tulisan, bahasa isyarat, bahasa jarak, dan sebagainya. Menurut Ohoiwutun (1997), bahasa dalam konteks masyarakat dan kebudayaan dipelajari dalam dua dimensi, yaitu dimensi penggunaan dan dimensi struktur.

Dalam dimensi penggunaan bahwa yang dimaksudkan dengan yang dituturkan oleh mereka adalah sebagai berikut.<sup>7</sup>

- a. Bahasa merupakan cara khusus kata-kata diseleksi dan digabung menjadi ciri khas seseorang, satu kelompok, atau masyarakat tertentu.
- b. Dimensi struktur, bahasa diberi definisi dan bergantung pada pendekatan yang dilakukan.

### 3. Bahasa sebagai Unsur Kebudayaan

Dalam studi kebudayaan, bahasa ditempatkan sebagai unsur penting, seperti sistem pengetahuan, mata pencaharian, adat istiadat, kesenian, sistem peralatan hidup, dan sebagainya.

Bahasa juga digunakan sebagai unsur kebudayaan yang berbentuk nonmateriil selain nilai, norma, dan kepercayaan.<sup>8</sup>

---

<sup>7)</sup> *Loc.cit.*, Alo Liliweri, *Gatra...*, 2001, hlm. 130.

<sup>8)</sup> *Op.cit.*, hlm. 132.



### C. Bahasa Verbal dan Nonverbal dalam Proses Komunikasi Antarbudaya

Bahasa verbal ataupun nonverbal merupakan bentuk pesan yang digunakan oleh manusia untuk mengadakan kontak dengan realitas lingkungannya. Persamaan antara keduanya adalah:

1. menggunakan sistem lambang atau simbol;
2. sesuatu yang dihasilkan oleh individu manusia;
3. orang lain juga memberikan arti pada simbol yang dihasilkan tadi.

Dengan demikian, terjadi proses saling memberikan arti pada simbol-simbol yang disampaikan antara individu yang berhubungan.

Sarbaugh mencoba mengaitkan proses tersebut dengan pengertian komunikasi dalam definisinya bahwa komunikasi merupakan proses penggunaan tanda dan simbol yang mendatangkan makna bagi orang lain. Dari pengertian tersebut, dapat ditarik kesimpulan:<sup>9</sup>

1. kelangsungan komunikasi bergantung pada macam-macam sistem tanda dan lambang yang digunakan;
2. komunikasi dapat terjadi jika makna simbol yang ada dalam diri seseorang juga mempunyai arti yang sama bagi orang lain dengan siapa ia berinteraksi;
3. salah satu masalah yang paling sering terjadi dalam komunikasi antarbudaya adalah adanya perbedaan pemberian makna terhadap simbol. Tanda dan simbol merupakan alat dan materi yang digunakan dalam interaksi. Kemampuan manusia untuk menggunakan simbol menjadikannya sebagai makhluk yang unik, yang membedakannya dari makhluk hidup lainnya. Akan tetapi, kemampuan unik dan proses melakukan simbolisasi

---

<sup>9)</sup> *Loc.cit.*, Rakhmat, *Psikologi...*, 2007, hlm. 107.

dianggap remeh oleh manusianya, kecuali ketika menghadapi saat-saat sulitnya memperoleh “kata yang tepat” untuk mengambarkan sesuatu.

Hubungan antara komunikasi nonverbal dan kebudayaan sangat jelas karena keduanya dipelajari, diwariskan, dan melibatkan pengertian yang harus dimiliki bersama.

Banyak perilaku nonverbal dipelajari secara kultural. Sebagaimana aspek verbal, komunikasi nonverbal juga bergantung atau ditentukan oleh kebudayaan, yaitu sebagai berikut.

1. Kebudayaan menentukan perilaku nonverbal yang mewakili atau melambangkan pemikiran, perasaan, keadaan tertentu dari komunikator.
2. Kebudayaan menentukan waktu yang tepat atau layak untuk mengomunikasikan pemikiran, perasaan, keadaan internal. Jadi, walaupun perilaku-perilaku yang memperlihatkan emosi ini banyak yang bersifat universal, perbedaan kebudayaan dalam menentukan waktu, pelaku, dan tempat emosi-emosi itu dapat diperlihatkan.

Pengenalan dan pemahaman tentang pengaruh kebudayaan pada interaksi nonverbal merupakan salah satu kunci keberhasilan dalam komunikasi antarbudaya, karena alasan berikut.<sup>10</sup>

1. Dengan mengerti pola-pola dasar pengetahuan nonverbal dalam suatu kebudayaan, kita dapat mengetahui sikap dasar dari kebudayaan tersebut. Misalnya, dengan memerhatikan tindak-tanduk para pegawai pria Jepang dalam membuat pertemuan di restoran pada malam hari, kita dapat mempelajari sedikit tentang sikap mereka terhadap pekerjaan dan wanita.
2. Pola-pola perilaku nonverbal dapat memberikan informasi tentang sistem nilai suatu kebudayaan. Misalnya, konsep waktu kebudayaan dengan orientasi pada “*doing*” (aktif melakukan

---

<sup>10)</sup> *Op.cit.*, Samovar, hlm. 263.

sesuatu), seperti AS akan cenderung untuk menganggap situasi tanpa kata-kata sebagai membuang-buang waktu. Bagi kebudayaan dengan orientasi pada "*doing*" (keberadaan), suasana hening dalam pembicaraan mempunyai nilai positif karena penting untuk pemahaman diri dan kesadaran akan keadaan.

3. Pengetahuan tentang perilaku nonverbal dapat membantu untuk menekan rasa etnosentrisme. Misalnya, kita mungkin akan lebih memahami penggunaan jarak ruang oleh orang lain, jika kita sadar akan karakteristik kebudayaan yang mendasarinya, yang mencerminkan sesuatu tentang pengguna dan kebudayaannya.

## BAB 8

### ETIKA KOMUNIKASI ANTARBUDAYA

Berkomunikasi dengan konteks keberagaman kebudayaan kerap menemui masalah atau hambatan yang tidak diharapkan. Komunikasi dan budaya mempunyai hubungan timbal balik. Budaya menjadi bagian dari perilaku komunikasi, dan komunikasi pun turut menentukan budaya. Komunikasi antarbudaya terjadi ketika bagian yang terlibat dalam kegiatan komunikasi membawa latar belakang budaya pengalaman yang berbeda dan mencerminkan nilai yang dianut oleh kelompoknya.

Komunikasi antarbudaya merupakan komunikasi antarpribadi dengan perhatian khusus pada faktor yang memengaruhinya, yaitu prinsip hubungan antarpribadi, keterikatan antarpribadi, dan hubungan kerja antarpribadi. Situasi komunikasi massa antarbudaya yang sangat berpengaruh adalah media massa yang turut mewarnai dalam perubahan sosial serta akulturasi budaya yang berkembang.

Perkembangan budaya dalam komunitas sangat ditentukan oleh komunikasi yang melingkupi kegiatannya karena fungsi komunikasi yang begitu melekat dari seluruh aktivitas kehidupan. Fungsi komunikasi tersebut adalah sebagai fungsi komunikasi

sosial, komunikasi ekspresif, komunikasi ritual, dan komunikasi instrumental.

Tiga dimensi penting yang mendasari komunikasi dalam konteksnya dengan budaya, yaitu dimensi tingkat observasi atau derajat keabstrakan, dimensi kesenjangan, dan dimensi penilaian normatif.

Prinsip dan etika komunikasi dalam penerapan pada konteks antarbudaya meliputi hakikat pokok komunikasi, penampilan atau homofili dan heterofili dalam komunikasi, dan komunikasi sebagai proses konvergensi.

Etika merujuk pada penilaian yang berfokus pada “tingkat kebenaran dan kesalahan, kebaikan dan kejahatan, dan kewajiban dalam perilaku manusia”.

## A. Konsep Dasar Etika dalam Komunikasi Antarbudaya

### 1. Definisi Etika dalam Komunikasi Antarbudaya

Etika adalah standar moral yang mengatur perilaku, bertindak dan mengharapkan orang lain bertindak.<sup>1</sup> Pada dasarnya, etika berkaitan dengan penilaian tentang perilaku benar atau tidak benar, baik atau tidak baik, pantas atau tidak pantas, berguna atau tidak berguna, dan yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan.

Menurut P. Simorangkir, etika atau etik adalah pandangan manusia dalam berperilaku menurut ukuran dan nilai yang baik.

Menurut Sidi Gajalba, etika adalah teori tentang tingkah laku perbuatan manusia yang dipandang dari segi baik dan buruk sejauh yang dapat ditentukan oleh akal.

---

<sup>1)</sup> Rudolph F. Verderber, *Communicate!*, California: Wadsworth, 1978, hlm. 313.

### 2. Fungsi Etika dalam Komunikasi Antarbudaya

Fungsi etika dalam komunikasi antarbudaya adalah sebagai berikut:

- hubungan yang terjalin antarmanusia akan menjadi lebih baik;
- komunikasi antarbudaya akan terhindar dari hambatan, salah satunya hambatan etnosentris;
- komunikasi yang terjalin tidak lagi mengalami kesalahpahaman;
- terjadinya pertukaran informasi antarbudaya;
- terciptanya rasa hormat dan saling memahami antarindividu yang memiliki budaya berbeda;
- tertanamnya nilai-nilai baik.

Etika dalam Alam Komunikasi Antarbudaya, yaitu:

- mencari kesamaan latar belakang;
- mengirim dan menilai pesan tanpa penilaian;
- mengirim pesan secara jujur;
- menunjukkan respek pada budaya lain.

Bangsa-bangsa memiliki perbedaan dalam mendefinisikan konsep dari kebenaran, rasionalitas, objektivitas, kesopanan, penghinaan, kebebasan, tanggung jawab atau kebohongan.

Budaya-budaya yang berbeda mendefinisikan status, mengatur organisasi dan memandang kepemimpinan sekaligus menyarankan cara-cara terbaik untuk membangun hubungan, melakukan perundingan, penjualan dan pemasaran, secara berbeda pula.

Budaya-budaya yang berbeda menyarankan etika berbicara dan etika perilaku nonverbal yang berbeda pula. Misalnya, berbohong untuk menjaga harmoni hubungan sosial lebih dapat diterima dalam budaya timur daripada keterusterangan dalam budaya barat yang sering “menyinggung perasaan”. Dengan kata lain, apa yang dianggap kebohongan dalam budaya barat dapat dianggap sopan santun dalam budaya timur.

Berbagai aspek etika komunikasi, seperti cara memanggil nama, berkenalan, menyapa, berjanji, melakukan presentasi, melakukan negosiasi, dan melakukan kontrak berkaitan dengan budaya. Jadi, tidak ada etika komunikasi yang universal.

### 3. Etika dan Norma Komunikasi Antarbudaya

Prinsip etika dan norma yang relevan dalam bidang lain juga berlaku bagi komunikasi antarbudaya. Prinsip-prinsip etika sosial seperti solidaritas, subsidiaritas, keadilan dan kesamaan, serta pertanggungjawaban dalam menggunakan sumber-sumber umum dan pelaksanaan peranan usaha-usaha umum selalu dapat diterapkan.

Etika dalam komunikasi antarbudaya tidak hanya menyangkut hal-hal yang adil, dengan yang tampak dalam media, tetapi juga di luar semua itu.

Dimensi etika tidak hanya menyangkut isi komunikasi (pesan) dan proses komunikasi (cara komunikasi dilakukan), tetapi juga struktur fundamental dan persoalan yang menyangkut sistem, yang kerap menyangkut persoalan besar mengenai kebijakan yang berkaitan dengan pembagian teknologi yang canggih serta produknya. Persoalan ini menunjuk pada persoalan lain yang mempunyai implikasi ekonomi dan politik untuk kepemilikan dan kontrol.

Dalam komunikasi antarbudaya, orang yang mempunyai kehendak baik sekalipun tidak selalu dianggap telah menerapkan prinsip-prinsip etika serta norma-norma. Misalnya, dalam kasus khusus seperti refleksi, diskusi, dan dialog yang memerlukan penerapan etika dan norma lebih mendalam. Hal tersebut karena dialog semacam itu merupakan dialog yang menyangkut komponen komunikasi atau para pembuat kebijakan mengenai komunikasi, para komunikator profesional, para ahli etika dan moral, para penerima komunikasi, dan orang-orang lain yang terkait.

## B. Komunikasi Antarbudaya dalam Berbagai Situasi Perbedaan Kebudayaan

### 1. Situasi Komunikasi Antarpribadi dan Antarbudaya

Berbicara tentang komunikasi antarpribadi, berarti berbicara tentang dua orang atau lebih yang terlibat dalam komunikasi verbal atau nonverbal secara langsung.

Apabila ditambahkan dimensi perbedaan kebudayaan ke dalamnya, kita berbicara tentang komunikasi antarbudaya sehingga dikatakan juga bahwa komunikasi antarbudaya merupakan komunikasi antarpribadi dengan perhatian khusus pada faktor-faktor kebudayaan yang memengaruhinya.

### 2. Prinsip-prinsip Hubungan Antarpribadi

Komunikasi antarbudaya sangat berkaitan dengan persepsi mengenai orang lain dan akibat dari persepsi tersebut. Misalnya, jika kita mempersiapkan orang lain memiliki nilai-nilai yang sama dengan kita, kita akan lebih tertarik padanya. Jika kita menemukan seseorang, yang selain bersifat ramah, juga luas pengetahuannya mengenai sesuatu topik yang kita senangi, komunikasi antarpribadi yang terjalin antara kita dan orang tersebut meningkat dan terus berkembang berdasarkan persepsi tadi.

Dalam hubungan antarpribadi dan budaya, ada beberapa konsep mendasar, yaitu sebagai berikut.

#### a. *Kredibilitas*

Percaya tidaknya seseorang kepada orang lain bergantung pada beberapa faktor yang memengaruhi kreativitas komunikasi, yaitu:

- 1) kompetensi: kemampuan untuk menyelesaikan sesuatu yang dipersepsikan dengan orang lain;

- 2) karakter: persepsi tentang moral, nilai, etika, dan integritas dari komunikasi;
- 3) ko-orientasi: derajat kesamaan yang dipersepsikan mengenai tujuan dan nilai;
- 4) karisma: derajat kepercayaan akan kualitas kepemimpinan khusus yang dipersepsikan, terutama dalam keadaan krisis dan menentukan;
- 5) dinamika: derajat tentang entusiasme dan perilaku non-verbal yang dipersepsikan;
- 6) jiwa sosial: derajat keramahan yang dipersepsikan.

Kredibilitas tidak sekadar mencakup arti dapat dipercaya atau tidaknya pihak-pihak yang melakukan komunikasi. Kredibilitas dari komunikan dan komunikator, khususnya pada tingkat antarpribadi memengaruhi sikap masing-masing terhadap lainnya dan menciptakan kondisi bagi komunikasi antarbudaya yang efektif. Rasa saling menghargai akan meningkatkan harapan yang tinggi terhadap masing-masing sehingga dapat dicapai hubungan yang menguntungkan.

**b. Kesiediaan Membuka Diri (Self-Disclosure)**

Penelitian menunjukkan hubungan erat antara kesiediaan membuka diri dan kepercayaan, kesukaan, dan sama-sama membuka diri. Jika saling percaya antarpribadi meningkat, kesiediaan membuka diri juga semakin meningkat. Sebaliknya, dengan adanya kesiediaan membuka diri, lebih besar kemungkinannya bahwa kesukaan terhadap orang lain akan terjadi.

Walaupun setiap keterbukaan diri belum tentu menghasilkan dampak positif, iklim kesiediaan membuka diri dapat menghasilkan kepercayaan sebagaimana kepercayaan membuka diri pada salah satu pihak cenderung untuk mendorong kesiediaan membuka diri pada pihak lainnya.

**c. Dominasi dan Submisi**

Beberapa faktor dominasi dan submisi yang berhubungan dengan kebudayaan yaitu sebagai berikut.

- 1) Peranan seseorang akan berkomunikasi dan berperilaku tertentu karena peranan sosialnya menuntut demikian. Misalnya, seseorang yang galak dan keras dalam melaksanakan pekerjaannya di kantor, ternyata dapat berperilaku simpatik dan menyenangkan dengan keluarga dan teman-temannya.
- 2) Status: persepsi mengenai status orang lain dapat memengaruhi sifat hubungan dominasi-submisi. Dalam kebudayaan Asia, Afrika, dan Timur Tengah, umur merupakan indikator status.

**d. Formalitas**

Derajat formalitas memegang peranan penting bagi sifat hubungan. Sekalipun demikian, informalitas juga penting artinya dalam komunikasi antarbudaya. Contohnya, komunikasi antara seseorang yang berasal dari kebudayaan yang memandang penting struktur hierarki dalam hubungan antarpribadi, dengan seseorang yang menganggap hubungan sebaiknya bersifat sejajar, tidak akan berjalan mulus. Orang pertama akan berbicara secara informal dengan menggunakan nama kecil, sedangkan orang kedua lebih memilih untuk dipanggil dengan titel lengkap. Hal ini menimbulkan suasana tidak nyaman.

**e. Ketertarikan Antarpribadi (Interpersonal Attraction)**

Pada umumnya orang mengembangkan sikap positif terhadap orang lain dari segi kehadirannya, penghargaan terhadap kemampuannya, dan kekaguman penampilan. Dari segi pandangan antarbudaya, faktor penarikan tersebut dapat dilihat secara tersendiri.

Keindahan fisik, misalnya, tidak hanya ditentukan secara pribadi, tetapi juga ditentukan oleh norma budaya. Penelitian tentang homofili menunjukkan bahwa ketertarikan antarpribadi dapat didasarkan pada similitas etnik atau rasial. Lebih jauh lagi, ketertarikan antarpribadi antarbudaya disebabkan oleh adanya tujuan ataupun situasi bersama.

**f. Hubungan Kerja secara Antarpribadi**

Hubungan kerja secara antarpribadi tidak dapat diterapkan dalam situasi-situasi antarbudaya sehingga diperlukan restrukturisasi organisasi dan perubahan gaya manajemen untuk memenuhi kebutuhan kebudayaan. Beberapa hal tentang hubungan kerja secara antarpribadi yang perlu untuk dipahami karena faktor perbedaan kebudayaan adalah sebagai berikut.

**1) Konsep tentang waktu**

Banyak kebudayaan seperti di Asia, Afrika, dan Amerika Latin yang tidak memandang waktu sebagai sesuatu yang sangat dipentingkan seperti uang.

**2) Kerja dan persahabatan/pergaulan**

Ada kebudayaan yang mencampurkan kerja dengan hiburan dan membina persahabatan dalam kehidupan sosial. Di pihak lain, ada kebudayaan yang secara tegas memisahkan pekerjaan dan kehidupan sosial.

**3) Cara membicarakan masalah**

Beberapa kebudayaan, seperti Amerika dan Eropa Utara mengharapkan orang untuk berbicara langsung menuju sasaran karena menghemat waktu yang sangat berharga. Sebaliknya, tidak sedikit juga kebudayaan yang menganggap tidak sopan untuk berbicara langsung membicarakan masalah tanpa berbasa-basi dan menunggu saat yang tepat.

**3. Prinsip Homofili dan Heterofili dalam Komunikasi Antarbudaya**

Agar pihak-pihak yang terlibat dalam proses komunikasi dapat saling memahami sehingga komunikasi menjadi efektif, mereka harus memiliki sesuatu yang kurang lebih sama dengan latar belakang dan pengalaman. Istilah yang digunakan untuk menggambarkan keadaan yang sama antara pihak pelaku komunikasi ini adalah homofili.

Homofili adalah derajat kesamaan antara individu yang terlibat dalam interaksi antarpribadi sering lebih percaya pada orang-orang yang sudah dikenal daripada orang yang masih asing.

Salah satu hal yang dapat menjelaskan keadaan ini adalah persepsi akan identifikasi, yakni adanya semacam hubungan karena adanya kesamaan, baik dalam segi penampilan, unsur, pendidikan, etnisitas, tempat tinggal atau wilayah geografi, pandangan politik, moral, dan lain-lain.

Perasaan ini memungkinkan tercapainya persepsi dan makna yang sama pula terhadap suatu objek atau peristiwa. Bagaimana halnya dengan komunikasi antarbudaya yang bertolak dengan asumsi adanya perbedaan kebudayaan? Dilihat dari segi prinsip dasar komunikasi, perbedaan ini cenderung mengurangi atau menghambat terjadinya komunikasi yang efektif. Jika pesan yang disampaikan melampaui batas-batas kebudayaan, yang terjadi adalah kesalahpahaman antara pengirim dalam suatu konteks tertentu dan penerima dalam konteks yang lain.

Dalam situasi antarbudaya demikian, dapat dikatakan hanya sedikit atau tidak sama sekali "ko-orientasi yang merupakan persyaratan bagi komunikasi umumnya".

Ko-orientasi adalah dua pihak yang berkomunikasi seharusnya terdapat persamaan dalam orientasi terhadap topik dari komunikasi mereka.<sup>2</sup>

---

<sup>2)</sup> *Loc.cit.*, Ichwanudin, *Perilaku...*, 1998, hlm. 172.

Dapat juga dikatakan bahwa berdasarkan prinsip homofili, orang cenderung berinteraksi dengan individu lain yang serupa dalam hal karakteristik sosial dengannya.

Dodd (1982) membuat klasifikasi tentang dimensi-dimensi homofili ke dalam:

- a. penampilan;
- b. latar belakang;
- c. sikap;
- d. nilai;
- e. kepribadian.

Akan tetapi, apabila dipandang dari sudut kepentingan komunikasi antarbudaya, adanya perbedaan tidak menutup kemungkinan terjadinya komunikasi antarindividu atau kelompok budaya. Perbedaan bahkan dilihat sebagai kerangka atau matriks tempat komunikasi terjadi.<sup>3</sup>

Dalam komunikasi manusia, diperlukan keseimbangan antara kesamaan dan tidak kesamaan, antara yang sudah dianggap biasa dengan sesuatu yang baru.

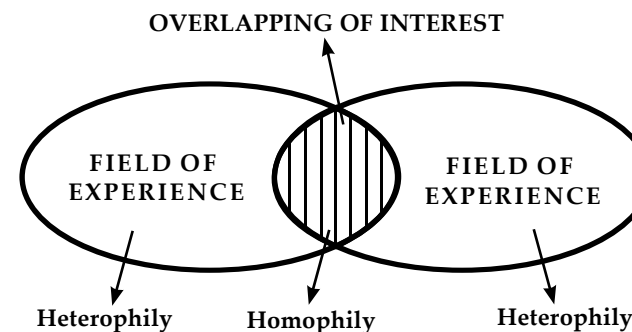
Ada proposisi dasar yang menyatakan bahwa kekuatan pertukaran informasi pada komunikasi (antara dua orang) berhubungan dengan derajat heterofili antara mereka. Dengan kata lain, orang akan menerima hal baru yang informasional melalui ikatan-ikatan yang lemah. Heterofili adalah derajat perbedaan dalam beberapa hal tertentu antara pasangan individu yang berinteraksi.<sup>4</sup>

Toleransi terhadap perbedaan ini dimungkinkan, karena dalam hubungan dua orang yang secara sempurna homofili, pengetahuan keduanya tentang inovasi akan sama. Dengan demikian, keadaan ideal dalam perolehan informasi adalah

heterofili dalam hal pengetahuan, tetapi cukup homofili dalam karakteristik atau variabel-variabel lain (misalnya status ekonomi sosial).

Apabila perbedaan disadari atau diakui potensi pengaruhnya terhadap komunikasi, masalahnya kemudian terletak pada cara, strategi atau teknik komunikasi yang dipakai.

Dalam komunikasi antarbudaya, perbedaan individual dapat diperbesar oleh perbedaan kebudayaan. Persepsi tentang kebudayaan adalah titik tolak dari asumsi yang paling dasar komunikasi antarbudaya, yaitu kebutuhan untuk menyadari dan mengakui perbedaan dan untuk menjembatannya dilakukan melalui komunikasi. Lebih jelasnya, dapat dilihat pada Gambar 8.1 berikut.<sup>5</sup>



Gambar 8.1

Sumber: Rogers and Kincaid (1981: 161)

### C. Dimensi Etika Komunikasi Antarbudaya

Untuk mencari kejelasan dan mengintegrasikan berbagai konseptualisasi tentang kebudayaan komunikasi antarbudaya, ada tiga dimensi yang perlu diperhatikan.<sup>6</sup>

<sup>3)</sup> Granovetter M.S., "The Strength of Weak Ties", *American Journal of Sociology*, Vol. 78, 1973, hlm. 60-80.

<sup>4)</sup> *Loc.cit.*, Rogers dan Kincaid, *Communication...*, 1981, hlm. 128.

<sup>5)</sup> *Loc.cit.*, Rogers dan Kincaid, *Communication...*, 1981, hlm. 161.

<sup>6)</sup> *Loc.cit.*, M. Bradley, E.H. Kim G.A. Jarrell, "On the Existence of An Optimal. Capital Structure", *Journal of Finance*, Vol. 39, No. 3, 1984, hlm. 17-20.



## 1. Tingkat Keorganisasian Kelompok Budaya

Perhatian dan minat dari ahli-ahli komunikasi antarbudaya banyak meliputi komunikasi antarindividu dan kebudayaan nasional yang berbeda (seperti wirausaha Jepang dengan wirausaha Amerika/Indonesia) atau antarindividu dan kebudayaan ras-etnik berbeda (seperti antarpelajar penduduk asli dengan guru pendatang). Bahkan, ada yang lebih mempersempit lagi pengertian pada “kebudayaan individual” karena seperti orang mewujudkan latar belakang yang unik.

## 2. Konteks Sosial

Komunikasi antarbudaya dapat diklasifikasi lagi berdasarkan konteks sosial dari terjadinya, yang meliputi:

- a. bisnis;
- b. organisasi;
- c. pendidikan;
- d. alkulturasi imigran;
- e. politik;
- f. penyesuaian perlancong/pendatang sementara;
- g. perkembangan alih teknologi/pembangunan/difusi inovasi;
- h. konsultasi terapis.

Komunikasi dalam semua konteks merupakan persamaan dalam hal unsur-unsur dasar dan proses komunikasi manusia (*transmitting, receiving, processing*). Akan tetapi, adanya pengaruh kebudayaan yang tercakup dalam latar belakang pengalaman individu membentuk pola-pola persepsi pemikiran penggunaan pesan verbal/nonverbal serta hubungan antaranya. Dengan demikian, variasi kontekstual merupakan dimensi tambahan yang memengaruhi proses-proses komunikasi antarbudaya.

Misalnya, komunikasi antarorang Indonesia dan Jepang dalam suatu transaksi dagang akan berbeda dengan komunikasi

antarkeduanya dalam berperan sebagai dua mahasiswa dari suatu universitas.

Dengan demikian, konteks sosial khusus tempat terjadinya komunikasi antarbudaya memberikan para partisipan hubungan antarperan, yaitu ekpektasi, norma, dan aturan tingkah laku yang khusus.

## D. Permasalahan dan Hambatan Etika Norma dalam Komunikasi Antarbudaya

Harus diakui bahwa budaya menentukan cara berkomunikasi dalam topik-topik pembicaraan, cara berbicara atau bertemu, bahasa tubuh, konsep ruang, makna waktu sangat bergantung pada budaya. Implisit dalam konsep komunikasi tersebut adalah etika komunikasi yang harus dipenuhi ketika seseorang berkomunikasi dengan yang lainnya dari budaya yang berbeda.

### 1. Kerumitan Etika Bahasa Verbal

Etika berbicara seperti dikemukakan Lewis (1996) bervariasi dalam bisnis. Misalnya, umumnya orang Jerman dan Swedia adalah pendengar yang baik, sedangkan orang Italia dan orang Spanyol sering memotong pembicaraan dengan bahasa tubuh dan isyarat tangan yang hidup dan terkesan berlebihan. Di Jepang dan Finlandia, diam adalah bagian integral dalam percakapan; jeda dianggap sebagai istirahat, ramah, dan pantas.

Kesulitan dapat muncul ketika pertama kali bertemu dengan calon mitra bisnis yang berbeda budaya dalam hal menyapa, apakah menggunakan gelarnya untuk menghormatinya atau memanggil nama agar cepat dan akrab.

## 2. Kerumitan Etika Bahasa Nonverbal

Sebagaimana juga bahasa verbal, bahasa nonverbal seperti sikap tubuh, gerak, sentuhan, ekspresi wajah, senyuman, kontak mata, nada suara, diam, pakaian, penggunaan ruang, konsep waktu, pengendalian emosi, dan lain-lain yang dianut suatu kelompok budaya juga sangat rumit dan berbeda dari suatu budaya ke budaya lainnya. Baik disadari maupun tidak, perilaku nonverbal tersebut merupakan bagian dari etika komunikasi yang harus dipenuhi dalam proses komunikasi bisnis. Pesan nonverbal paling bermakna adalah ekspresi wajah, khususnya pandangan mata.

## 3. Perbedaan Orientasi Nilai Budaya

Dalam negosiasi antarbudaya, proses komunikasi yang terjadi jelas lebih rumit daripada dalam negosiasi dengan orang-orang yang berbeda budaya. Idealnya, negosiasi harus memahami bahasa verbal, bahasa nonverbal, dan nilai-nilai lain yang dianut mitra bisnis mereka sehingga mereka menjadi peka terhadap perbedaan budaya, menyadari perbedaan tersebut memengaruhi proses negosiasi yang akan dilakukan dari awal hingga akhir (mulai dari perkenalan hingga penandatanganan persetujuan bisnis yang mungkin memakan waktu relatif lama).

Problemnya adalah bahwa apa yang dianggap perilaku baik atau buruk, pantas atau tidak pantas, sopan atau tidak sopan dalam suatu budaya sering dipersepsikan berbeda atau bahkan bertentangan dengan budaya lain. Misalnya, memanggil nama pertama kepada atasan di Indonesia dianggap tidak sopan, seperti juga di Jepang dan di Korea, sementara hal tersebut biasa di Amerika atau di Australia.

Tidak berlebihan apabila perbedaan dalam orientasi nilai budaya juga dapat menimbulkan kesalahpahaman dalam berbagai perilaku dan presentasi bisnis. Banyak kegagalan manajemen dan bisnis yang dialami para manajer atau pengusaha disebabkan ketidakmampuan untuk memahami bahasa verbal, nonverbal, dan nilai-nilai yang

dianut mitra bisnis mereka. Sikap mereka berorientasi pada nilai-nilai budaya sendiri dan kurang memerhatikan nilai-nilai budaya calon mitra bisnis.

Kerumitan komunikasi didasari oleh fakta bahwa komunikasi manusia bersifat *omnipresent* (ada di mana-mana). Karena komunikasi manusia itu pelik, etika komunikasi manusia juga pelik. Pada umumnya menilai etika komunikasi kita sendiri berdasarkan niat yang kita miliki. Akan tetapi, ketika menilai etika komunikasi orang lain, kita menilai etika komunikasi mereka berdasarkan tindakan mereka yang kasat mata. Biasanya niat yang sama mungkin diwujudkan melalui tindakan yang berbeda, atau tindakan yang sama mungkin berdasarkan niat yang berbeda. Dalam konteks inilah, kita perlu mempelajari etika komunikasi bisnis lintas budaya yang melibatkan komunikasi tatap muka.

Komunikasi langsung ini dapat memupuk keakraban dan kehangatan dengan sesama. Tanpa komunikasi tatap muka, kemanusiaan kita tereduksi. Kita menjadi terasing dengan lingkungan sendiri dan “linglung”.

## BAB 9

# KOMPETENSI KOMUNIKASI ANTARBUDAYA

Globalisasi melahirkan ribuan perusahaan internasional dan multinasional di seluruh dunia. Interaksi antara pekerja asing dan lokal tidak dapat dihindari, transaksi dan negosiasi bisnis tidak selalu sukses dan berjalan mulus. Kegagalan transaksi bisnis dan menurunnya kinerja perusahaan ternyata sering disebabkan perbedaan budaya. Untuk itu, para pebisnis dan anggota organisasi multinasional harus memahami budaya mitra asing mereka.

Menyadari, mengenal, dan memahami perbedaan budaya yang ada adalah hal terpenting. Hal ini karena setiap budaya memiliki keunikan dan karakteristik tersendiri. Sudah saatnya bagi perusahaan lokal, multinasional, ataupun internasional untuk melakukan pelatihan komunikasi antarbudaya, pelatihan kepekaan, dan pemahaman antarbudaya untuk semua karyawannya. Kompetensi komunikasi antarbudaya dapat tercapai melalui proses kepekaan antarbudaya, kesadaran antarbudaya, dan keterampilan berkomunikasi antarbudaya. Perusahaan yang memiliki kompetensi antarbudaya akan sukses dan mempertahankan kesuksesannya dalam bisnis global.

## A. Memahami Keragaman Budaya dan Kesadaran Antarbudaya: Akar Pentingnya Kompetensi Komunikasi Antarbudaya

### 1. Keragaman Budaya dan Kesadaran Antarbudaya, sebagai Akar Pentingnya Komunikasi Antarbudaya

Perbedaan dan keanekaragaman adalah sesuatu yang alamiah. Setiap orang, setiap bangsa memiliki keunikannya sendiri-sendiri. Walaupun dunia terasa seperti semakin menyempit dan semakin pudar batas-batas negara karena kemajuan teknologi, perbedaan dan keanekaragaman akan tetap ada. Banyak yang berpendapat bahwa globalisasi dapat menyeragamkan budaya-budaya yang ada dan tidak perlu lagi terlalu mengkhawatirkan perbedaan budaya yang ada. Hal ini karena perbedaan dan keragaman menambah semaraknya kehidupan serta merupakan kekayaan bangsa.

Menurut Mitchel, orang-orang dengan budaya yang berbeda memproses informasi dengan cara yang berbeda, menilai perlakuan secara berbeda, dan mengukur konsep waktu dan ruang dalam pola yang berbeda pula. Ketidapekaan atas perbedaan budaya dapat menjelma menjadi masalah bisnis yang serius.<sup>1</sup>

Menurut Beamer dan Varner, ketidapekaan dan pengabaian detail budaya juga banyak dilakukan oleh para pelaku bisnis dan manajer global. Mereka cenderung menyamaratakan cara dan gaya untuk diterapkan pada budaya yang berbeda. Komentar seperti "Cara ini berhasil di negara saya, maka cara ini akan berhasil di mana pun," "Saya tahu bagaimana menjual/membuat/mengelola bisnis ini di mana pun," "Produk saya adalah yang terbaik, saya tidak perlu khawatir dengan perbedaan budaya" sering terdengar.<sup>2</sup>

---

1) Terence R. Mitchell, *People in Organizations, Under Standing Their Behavior*, New York: McGraw-Hill, 1978, hlm. 351.

2) Linda Beamer dan Iris Varner, *Intercultural Communication in The Global Workplace*, New York: McGraw Hill, 2008, hlm. 324.

Menurut Samovar, Porter, dan McDaniel, sikap menganggap bahwa budaya kita adalah budaya yang terbaik sehingga budaya lain seharusnya mengikuti tata cara budaya kita harus dihindari ketika berinteraksi dengan orang dari budaya yang berbeda. Sikap ini merupakan bentuk dari *ethnocentrism* negatif yang akan menghambat keberhasilan dalam berkomunikasi antarbudaya.<sup>3</sup>

Menurut Lewis, setiap budaya memiliki keunikan dan karakteristik tersendiri. Lewis menyatakan, "berbeda bahasa, berbeda dunia". Lewis menunjukkan beberapa perbedaan unik dari beberapa bangsa, seperti berikut.<sup>4</sup>

- a. Bagi orang Jerman dan Finlandia, kebenaran adalah kebenaran. Bagi orang Jepang dan Inggris, kebenaran yang baik adalah kebenaran yang tidak mengganggu keselarasan. Di Cina, tidak ada kebenaran mutlak, sedangkan di Italia, kebenaran dapat dirundingkan.
- b. Orang Jepang tidak menyukai jabat tangan, tetapi lebih menyukai membungkuk ketika menghormati orang lain. Orang Brazil terbiasa untuk tidak antre ketika naik bus, lebih menyukai sepatu warna coklat daripada hitam, dan datang terlambat dua jam pada pesta koktail.
- c. Orang Yunani menatap bola mata lawan bicara, menganggukkan kepalanya berarti "tidak", dan ada kalanya membanting piring di restoran.

### 2. Mengenali Budaya Lain

Menurut Samovar, Porter, dan McDaniel, "budaya" didefinisikan sebagai kumpulan pengetahuan, pengalaman, keyakinan/kepercayaan, nilai, sikap, makna, hierarki, agama, konsepsi waktu, peran,

---

3) Larry A. Samovar, Richard E. Porter, Edwin R. McDaniel, *Komunikasi Lintas Budaya*, Jakarta: Salemba Humania, 2010, hlm. 177.

4) Lewis R. Aiken, *Questionnaires and Inventories: Surveying Opinions and Assessing Personality*, New York: McGraw-Hill Company, 2005, hlm. 312.

jarak, hubungan, konsep-konsep umum, objek materiil dan milik dari sekelompok orang yang diturunkan dari generasi ke generasi melalui individu dan kelompok.<sup>5</sup>

Selanjutnya, Samovar, Porter, dan McDaniel menyatakan, agar budaya dapat diturunkan dari satu generasi ke generasi berikutnya, individu dan kelompok budaya harus mengomunikasikan setiap aspek dari budaya.

Pakar budaya mengklasifikasikan budaya-budaya dari berbagai bangsa/negara. Pakar-pakar tersebut, antara lain Gudykunts-Kim, Edward T. Hall-Mildred R. Hall, dan Geert Hofstede. Klasifikasi yang dibuat oleh Edward T. Hall tertuang dalam tiga buku klasiknya yang masih relevan dan selalu dikutip oleh pakar-pakar komunikasi antarbudaya lainnya sampai saat ini. Buku-buku tersebut berjudul *Dance of Life: The Other Dimensions of Time* (1984), *Hidden Differences* (1990), dan *Understanding Cultural Differences* (1990). Ketiga buku tersebut menjelaskan dan mengklasifikasi budaya-budaya di dunia berdasarkan konsep waktu dan konteks budaya.

Menurut Hofstede dan Hofstede (2005), Gudykunts-Kim membuat klasifikasi *individualistic* dan *collectivistic culture*, sedangkan Geert Hofstede mengidentifikasi dimensi-dimensi nilai dan mengukur derajat dimensi nilai tersebut pada lebih dari 50 negara di seluruh dunia. Hasil penelitiannya ini dituangkan dalam buku *Cultures and Organizations*.<sup>6</sup>

Hall mengategorikan berbagai kebudayaan mulai dari *low-context cultures* (LCC) sampai pada *high-context culture* (HCC). Pada *high-context culture* sebagian besar informasi dituangkan dalam konteks fisik atau diinternalisasikan dalam orang-orang yang berinteraksi. Sangat sedikit informasi berupa pesan-pesan verbal dan lebih ahli dalam membaca lingkungan dan perilaku nonverbal.

<sup>5</sup>) *Loc.cit.*, Samovar dan McDaniel, *Komunikasi....*, 2010, hlm. 179.

<sup>6</sup>) G. Hofstede dan G.J. Hofstede, *Cultures and Organizations: Software of the Mind*, New York: McGraw-Hill, 2005, hlm. 231.

Orang-orang *high-context culture* mengharapkan orang lain dapat memahami komunikasi nonverbalnya. Jepang, Cina, Indonesia, dan negara-negara Asia lainnya merupakan *high-context culture*.<sup>7</sup>

Pada *low-context culture*, sebagian besar informasi berupa pesan-pesan verbal. Pesan verbal sangat penting karena masyarakat LCC cenderung tidak belajar memperoleh informasi dari lingkungan. Ketidaksetujuan dan perbedaan pendapat harus diungkapkan secara verbal karena masyarakat LCC sulit untuk memahami pesan nonverbal. Amerika Serikat, Australia, dan negara-negara Eropa Barat lainnya adalah *low-context culture*.

Selain mengategorikan berbagai budaya menjadi LCC dan HCC, Hall dan Hall mengategorikan waktu menjadi *monochronic time* (M-time) dan *polychronic time* (P-time). Ciri orang *M-time*, antara lain berasal dari LCC, melakukan satu hal pada satu waktu dan sangat berkonsentrasi pada satu pekerjaan, menggunakan waktu berdasarkan komitmen (jadwal, *dateline*), membutuhkan informasi yang lengkap dan mendetil, terikat pada pekerjaan, ketat mengikuti rencana, sangat menghargai *privacy*.<sup>8</sup>

Adapun orang-orang *P-time* berasal dari HCC, melakukan berbagai hal pada satu waktu sehingga hal dilakukan sering terinterupsi, terikat pada orang dan hubungan antarmanusia, mudah dan sering berubah rencana, memiliki hubungan erat dengan keluarga dan teman.

Gudykunts dan Kim menyatakan bahwa negara-negara di Asia, Amerika Selatan termasuk budaya kolektif, bahwa kebersamaan dan ikatan keluarga dan kelompok sangat penting. Adapun negara-negara di Eropa Barat dan Amerika Utara, masyarakatnya termasuk budaya individualistik.<sup>9</sup>

<sup>7</sup>) Calvin S. Hall dan Lindzey Gardner, *Teori-teori Psikodinamik (Klinis)*. Terjemahan, Yogyakarta: Kanisius, 1993, hlm. 117.

<sup>8</sup>) *Op.cit.*, Hall, *Teori...*, 1993, hlm. 119.

<sup>9</sup>) William B. Gudykunst dan Young Yun Kim, *Communicating with Strangers: an Approach to Intercultural Communication*, New York: McGraw-Hill, 2003, hlm. 257.

### 3. Tantangan Berkomunikasi Antarbudaya di Dunia Kerja Global

Berkomunikasi dengan orang yang berbeda latar belakang budaya bukan hal yang mudah. Oleh karena itu, organisasi dan individu yang ingin bersaing pada ranah global harus mempersiapkan diri menghadapi tantangan dan berbagai kesulitan yang akan dialami ketika menjalin bisnis, bernegosiasi atau bekerja di perusahaan global.

Menurut Chitakonrkijisil, setiap organisasi global atau yang sedang mempersiapkan diri untuk menjadi organisasi global, harus mempersiapkan setiap anggotanya untuk berkomunikasi antarbudaya dengan efektif karena keterampilan berkomunikasi antarbudaya adalah tulang punggung untuk mendukung transaksi bisnis di seluruh dunia.<sup>10</sup>

Persiapan diri ini tidak hanya untuk individu yang ingin tinggal dan bekerja di luar negeri atau perusahaan yang ingin mengembangkan bisnisnya ke negara lain, tetapi juga bagi para eksportir dan importir.

Perbedaan kebiasaan, perilaku, dan nilai dapat menjadi masalah dan hanya dapat diselesaikan melalui interaksi dan komunikasi antarbudaya yang efektif.<sup>11</sup>

Menurut Chitakonrkijisil, hal yang paling sulit adalah proses *encoding* dan *decoding* pesan agar makna dapat diinterpretasikan dengan tepat. Walaupun pesan verbal merupakan cara utama dalam menyandi pesan, pesan-pesan nonverbal seperti nada suara, ekspresi wajah, postur tubuh, bahasa tubuh, jarak, dan kontak mata mengandung makna yang lebih luas dan kompleks. Pesan nonverbal sering ambigu dan dapat menimbulkan kesalahpahaman.

---

<sup>10)</sup> Chitakonrkijisil, *Moral Meaning in Green Marketing and Socially Responsible Marketing*, International Journal of Sciences, Marketing Commerce and Tourism, Vol. 9 (15), 2010, hlm. 211.

<sup>11)</sup> *Loc.cit.*, Samovar dan McDaniel, *Komunikasi...*, 2010, hlm. 181.

Selain masalah dalam *encoding* dan *decoding* pesan, hambatan utama bagi para manajer global adalah beranekaragamnya bahasa. Menurut Chitakonrkijisil, kurang lebih 6000 bahasa digunakan di seluruh dunia dengan 10.000 dialek.<sup>12</sup>

Seorang manajer global harus menguasai lebih dari 1 bahasa dan minimal menguasai bahasa Inggris sebagai bahasa internasional. Walaupun kedua pihak yang berkomunikasi sama-sama menguasai bahasa Inggris, kerap terjadi kesalahpahaman. Chitakonrkijisil menyarankan, para manajer global sebaiknya menguasai bahasa konsumennya dan bahasa lokal tempatnya ia bekerja.

Menurut Chitakonrkijisil, tantangan lain yang kerap dialami para manajer global dan pengusaha adalah terbatasnya waktu untuk mengenal lebih dekat bahasa dan budaya dari klien, konsumen, dan rekan bisnis.

Waktu penempatan yang singkat di suatu negara dan ketatnya jadwal perjalanan bisnis sering membuat para manajer global dan pengusaha tidak dapat menindaklanjuti pesan-pesan mereka dan mendorong adanya umpan balik (*feedback*) dari rekan bisnis dan dari para pemangku kepentingan dari berbagai latar belakang budaya.<sup>13</sup>

### 4. Masalah dalam Organisasi Multikultural

Pet-kevicute dan Budaite Pliopaite mengidentifikasi masalah-masalah yang sering timbul dalam organisasi multikultural, yaitu:<sup>14</sup>

- a. perbedaan watak dari para komunikator;
- b. perbedaan gaya dan cara bernegosiasi;
- c. perbedaan persepsi tentang hubungan atasan-bawahan;
- d. perbedaan pola pengelolaan waktu;

---

<sup>12)</sup> *Op.cit.*, Chitakonrkijisil, 2010, hlm. 213.

<sup>13)</sup> *Op.cit.*, hlm. 215.

<sup>14)</sup> Kamil Alfi Arifin, *Homeschooling Pendidikan Multikultural untuk Remaja*, Yogyakarta: UII Impuls, 2010, hlm. 112.

- e. perbedaan budaya kerja dan aturan berperilaku;
- f. perbedaan gaya pengambilan keputusan.

Menurut Pliopaite, tantangan terbesar justru berasal dari dalam diri para komunikator antarbudaya. Persepsi dan sikap yang dapat menghambat, bahkan berpotensi menggagalkan komunikasi harus dihilangkan. Berbagai penelitian membuktikan bahwa sikap yang berpotensi menggagalkan komunikasi dapat menimbulkan konflik, yaitu etnosentrisme, ketidakpercayaan, kurangnya empati, penghindaran, apatis, *stereotyping*, dan prasangka.<sup>15</sup>

## B. Pentingnya Kompetensi Komunikasi Antarbudaya

### 1. Pengertian Kompetensi Komunikasi Antarbudaya

Kompetensi diterjemahkan sebagai kecakapan atau kemampuan. Berbagai literatur menempatkan kompetensi komunikasi antarbudaya hampir sama dengan kompetensi komunikasi secara umum. Dengan kata lain, orang yang kompeten dalam berkomunikasi artinya dapat berkomunikasi dengan efektif, yakni pesan dimaknai sama oleh pengirim dan penerima pesan.

Dengan demikian, menurut Deardorff, kompetensi komunikasi antarbudaya melihat keberhasilan dan kelayakan komunikasi dan interaksi antara orang-orang dari budaya yang berbeda yang mengidentifikasi lingkungan simbolis dan fisik tertentu.<sup>16</sup>

Young Yun Kim (2003) mengajukan definisi kompetensi komunikasi antarbudaya sebagai keseluruhan kemampuan individu untuk mengelola seluruh aspek komunikasi antarbudaya yang meliputi perbedaan budaya, sikap *in-group*, dan tekanan.

---

<sup>15)</sup> *Op.cit.*, hlm. 114.

<sup>16)</sup> *Loc.cit.*, Deddy Mulyana, *Ilmu...*, 2005, hlm. 23.

Dari definisi Kim, diperoleh pengertian bahwa peserta komunikasi antarbudaya disebut kompeten apabila mampu mengelola segala faktor penghambat komunikasi antarbudaya agar berdampak seminimal mungkin bagi komunikasi antarbudaya. Untuk mencapai tujuan tersebut, kecakapan dalam melakukan komunikasi antarbudaya menjadi unsur yang sangat penting.

Spitzberg menyatakan bahwa kompetensi komunikasi antarbudaya adalah “perilaku yang pantas dan efektif dalam suatu konteks tertentu”. Kompetensi komunikasi antarbudaya merupakan kemampuan internal suatu individu untuk mengatur fitur utama dari komunikasi antarbudaya, yakni perbedaan budaya dan ketidakbiasaan, postur *inter-group*, dan pengalaman stres.<sup>17</sup>

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa menjadi komunikator yang kompeten berarti memiliki kemampuan untuk berinteraksi secara efektif dan sesuai dengan anggota dari budaya yang memiliki latar belakang linguistik-kultural.

### 2. Komponen Dasar Kompetensi Komunikasi Antarbudaya

Menurut Wiseman, para ilmuwan komunikasi antarbudaya mengidentifikasi empat komponen dasar dari kompetensi komunikasi antarbudaya, yaitu motivasi, pengetahuan, sikap, dan perilaku.<sup>18</sup>

Setiap ilmuwan menjabarkan empat komponen tersebut dalam penjelasan yang lebih mendetail. Hofstede (2001) menyatakan, untuk mahir berkomunikasi antarbudaya harus melalui tahapan *awareness*, *knowledge*, dan *skills*.

Martin dan Nakayama menjabarkan kompetensi komunikasi antarbudaya menjadi dua komponen berikut.<sup>19</sup>

---

<sup>17)</sup> *Loc.cit.*, A. Joseph Devito, *Komunikasi...*, 2011, hlm. 171.

<sup>18)</sup> Judith Martin dan Thomas K. Nakayama, *Intercultural Communication in Contexts*, New York: Mc Graw Hill, 2007, hlm. 522.

<sup>19)</sup> *Op.cit.*, hlm. 524.

#### a. *Komponen Individual*

Komponen individual yaitu sebagai berikut.

- 1) Motivasi, yaitu keinginan untuk berkomitmen dalam hubungan, keinginan untuk belajar tentang diri pribadi dan orang lain, serta berusaha untuk fleksibel. Motivasi merupakan dimensi terpenting dalam komponen individual.
- 2) Pengetahuan dan pengetahuan tentang diri sendiri, yaitu mengenal kelebihan dan kekurangan diri sebagai komunikator.
- 3) Pengetahuan bahasa, yaitu pengetahuan tentang bahasa ibu, bahasa asing, dan memahami kesulitannya.
- 4) Sikap, termasuk toleran terhadap makna ambigu, empati, dan tidak berprasangka buruk.
- 5) Perilaku dan keterampilan.

#### b. *Komponen Kontekstual*

Komponen kontekstual yaitu sebagai berikut.

- 1) Pemahaman atas konteks dan *setting* tempat komunikasi berlangsung. Seorang komunikator yang baik harus sensitif pada kondisi dan latar budaya sekelilingnya.
- 2) Mengetahui posisi sebagai komunikator dalam percakapan/pertemuan/situasi.

### 3. Model Kompetensi Komunikasi Antarbudaya

Chen dan Starosta menawarkan model kompetensi komunikasi antarbudaya. Model ini bertujuan meningkatkan kemampuan interaktif dalam memahami, menghargai, menoleransi, dan mengintegrasikan perbedaan budaya sehingga siap menjadi anggota masyarakat dunia. Model ini menyajikan proses transformasional

dari saling ketergantungan simetris yang dijelaskan melalui tiga perspektif.<sup>20</sup>

- a. *affective* atau sensitivitas antarbudaya;
- b. *cognitive* atau kesadaran antarbudaya;
- c. *behavioral* atau kecakapan antarbudaya.

Ketiga perspektif tersebut tidak dapat dipisahkan dan membentuk gambaran yang holistik dari kompetensi komunikasi antarbudaya yang mencakup:<sup>21</sup>

- a. *the affective process: intercultural sensitivity*;
- b. *the cognitive process: intercultural awareness*;
- c. *the behavioral process: intercultural adroitness (communication skills)*;
- d. *self-concept* (konsep diri): cara seseorang memandang dirinya;
- e. *open-mindedness* (berpikiran terbuka);
- f. *non-judgmental attitudes*: tidak berprasangka buruk;
- g. *social relaxation*: kemampuan untuk mengungkapkan hanya sedikit kecemasan emosi ketika berkomunikasi antarbudaya;
- h. *self-awareness* atau *self-monitoring*: kesadaran diri;
- i. *cultural awareness*: kesadaran budaya;
- j. *message skills*: kemampuan untuk menggunakan bahasa orang lain;
- k. *appropriate self-disclosure*: pengungkapan diri yang layak;
- l. *behavioral flexibility*: kemampuan untuk memilih perilaku yang layak dalam konteks dan situasi yang berbeda;
- m. *interaction management*: kemampuan untuk berbicara dalam percakapan dan untuk memulai dan menghentikan pembicaraan secara layak;
- n. *social skills*: empati.

---

<sup>20)</sup> Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Jakarta: Kencana, 2008, hlm. 77.

<sup>21)</sup> *Op.cit.*, hlm. 79.



#### 4. Dimensi Kompetensi Komunikasi Antarbudaya

Kim mengemukakan tiga dimensi kompetensi komunikasi antarbudaya, terutama untuk *expatriate* yang ditempatkan di suatu negara.<sup>22</sup>

- a. Dimensi kognitif, yaitu memiliki pengetahuan tentang bahasa setempat, tanda-tanda nonverbal, nilai-nilai budaya, sistem komunikasi, dan aturan berinteraksi.
- b. Dimensi afektif, yaitu memiliki motivasi dan orientasi sikap yang sesuai dengan budaya setempat, memiliki sensitivitas budaya, rasa humor, dan lain-lain.
- c. Dimensi perilaku, yaitu kemampuan berbicara, mendengarkan, membaca dan menulis bahasa setempat, mampu mengekspresikan dan memahami ekspresi nonverbal, dapat mengikuti aturan berinteraksi dan mampu mengelola hubungan.

Berbagai komponen dan dimensi kompetensi komunikasi antarbudaya yang telah dikemukakan sebaiknya ditambah dengan aspek-aspek penting yang patut diketahui dan dipahami dalam konteks bisnis multikultural dan dunia kerja global.

### C. Pengembangan Kompetensi Komunikasi Antarbudaya

#### 1. Saran Pengembangan Kompetensi untuk Para Pengusaha, Pimpinan, Manajer, dan Karyawan Global

Pembahasan mengenai kompetensi komunikasi antarbudaya dengan memerhatikan komunikasi dalam budaya yang berbeda kadang diasosiasikan dengan respons emosional yang kurang baik yang mengarah pada perasaan kikuk dan gelisah.

---

<sup>22)</sup> *Loc.cit.*, Gudykunst dan Kim, *Communicating...*, 2003, hlm. 17-20.

Tujuannya adalah menunjukkan kemampuan yang harus dikembangkan untuk menjadi komunikator antarbudaya yang berkualitas.

Yoshida dan Lewis memberikan saran untuk para pengusaha, pimpinan, manajer, dan karyawan global, yaitu:<sup>23</sup>

- a. melakukan pelatihan komunikasi antarbudaya di dalam organisasi;
- b. melihat sesuatu dari sudut pandang (kultural) orang lain;
- c. memulai dari diri sendiri membangun kompetensi komunikasi antarbudaya melalui evaluasi diri, menghapus prasangka budaya, meningkatkan sensitivitas dan pemahaman antarbudaya, membangun empati yang didasarkan pada penerimaan, perbedaan, dan pembentukan sikap positif;
- d. melengkapi persenjataan agar mampu berempati, yaitu kebijaksanaan, humor, kepekaan, keluwesan, kompromi, kehangatan, ketenangan, kesiapan untuk berdiskusi, menyimak dengan hati-hati dan kesabaran;
- e. mempelajari nilai budaya, adat kebiasaan, aturan dan ritual setempat/klien/rekan bisnis agar mampu bersikap dan berperilaku dengan layak dan tepat;
- f. meningkatkan kualitas dan kuantitas komunikasi dengan klien, pimpinan, manajer, dan karyawan di kantor pusat dan di kantor cabang.

#### 2. Komponen Pengembangan Komunikasi Antarbudaya yang Kompeten

Seluruh proses komunikasi pada dasarnya mempunyai tujuan agar semua peserta komunikasi saling memersepsikan makna yang sama atas pesan yang dipertukarkan. Tujuan tersebut berlaku pula dalam peristiwa komunikasi antarbudaya. Pesan yang dipertukarkan

---

<sup>23)</sup> *Loc.cit.*, T. Yoshida, *Theories...*, 2002, hlm. 583.

diharapkan dapat dimaknai dan dipersepsikan sama oleh peserta komunikasi yang berbeda latar belakang budaya.

Spitzberg memaknai kompetensi komunikasi antarbudaya sebagai perilaku yang tepat (*appropriate*) dan efektif (*effective*) dalam berbagai konteks komunikasi antarbudaya. Kompetensi ini mengacu pada kemampuan atau seperangkat perilaku yang terlatih. Menurut Spitzberg, konteks meliputi tingkat-tingkat tertentu termasuk budaya, hubungan, tempat, dan tujuan. Nilai-nilai budaya digunakan untuk mengevaluasi sebuah perilaku dapat dikatakan kompeten atau tidak. Perilaku yang kompeten juga dipengaruhi oleh jenis hubungan di antara peserta komunikasi.

Spitzberg mengemukakan tiga komponen kompetensi komunikasi antarbudaya dalam tingkat antarpribadi, yaitu sebagai berikut.<sup>24</sup>

**a. Motivasi untuk Berkomunikasi**

Pittinsky, Rosenthal, dan Montoya menyatakan bahwa motivasi dalam hubungannya dengan kompetensi komunikasi antarbudaya berarti memiliki keinginan pribadi untuk meningkatkan kemampuan komunikasi.

Dengan demikian, sebagai komunikator yang penuh motivasi, kita menunjukkan ketertarikan, berusaha berbicara serta mengerti, dan menawarkan bantuan. Selanjutnya, kita menunjukkan bahwa ingin berhubungan dengan orang lain dalam level personal dan memiliki perspektif internasional ketika berinteraksi dengan orang-orang dari budaya yang berbeda.

**b. Pengetahuan yang Cukup Mengenai Budaya**

Komponen pengetahuan dalam kompetensi komunikasi antarbudaya berarti menyadari dan memahami peraturan,

norma, dan harapan yang diasosiasikan dengan budaya orang-orang yang berhubungan dengan kita.

**c. Kemampuan Komunikasi yang Sesuai**

Menurut Smith dan Bond, sebagai komunikator antarbudaya yang kompeten harus dapat mendengar, mengamati, menganalisis, dan menginterpretasikan serta mengaplikasikan perilaku khusus untuk mencapai tujuan.

**3. Kesadaran akan Kompetensi Komunikasi yang Sesuai**

**a. Sensitivitas**

Kompetensi komunikasi membutuhkan partisipan interaksi yang sensitif antara satu dan lainnya serta terhadap budaya yang ditampilkan dalam suatu interaksi.

Menurut Pittinsky, Rosenthal, dan Motoya, sensitivitas meliputi sifat fleksibel, sabar, empati, keingintahuan mengenai budaya yang lain, terbuka pada perbedaan, dan merasa nyaman dengan yang lain.

Spencer Roberts dan McGovern menambahkan bahwa komunikator yang sensitif memiliki rasa toleransi terhadap ambiguitas. Hal ini berarti bahwa ketika melihat kebiasaan dan perilaku yang aneh dan tidak biasa, kita tidak bingung karena kita tidak memahami hal-hal yang sedang terjadi atau menentang perilaku dan kebiasaan tersebut.

Hal ini mengarah pada pemikiran lain oleh Pittinsky, Rosenthal, dan Motoya yang percaya bahwa komunikator yang sensitif harus lebih toleran terhadap orang lain dan budaya lain serta mengembangkan perasaan *allophilia*, yaitu menyukai orang lain dan perilaku yang menginspirasi.

**b. Karakter**

Seorang filsuf dan guru dari Amerika, P.B. Fitzwater menuliskan, "Karakter merupakan keseluruhan dari pilihan

<sup>24)</sup> *Loc.cit.*, Samovar dan McDaniel, *Komunikasi...*, 2010, hlm. 376.

seseorang". Jika lawan bicara tidak menganggap kita sebagai seseorang yang memiliki karakter yang baik, kesempatan kita untuk berkomunikasi dengannya akan hilang.

## D. Pendekatan Kompetensi Berkomunikasi Antarbudaya

Menurut David Krech, ada empat macam pendekatan teoretis terhadap kemampuan berkomunikasi antarbudaya, yaitu sebagai berikut.<sup>25</sup>

### 1. Pendekatan Perangai

Ketika berkomunikasi dengan seseorang dari kebudayaan lain harus menampilkan perangai (*trait*) tertentu. Perangai tidak hanya dibentuk oleh faktor internal individu, tetapi juga pengaruh faktor-faktor sosial. Itulah yang disebut *Internal Response Trait* (IRT). *Internal Response Trait* adalah derajat (tinggi atau rendah) kestabilan disposisi dan konsistensi disposisi individu untuk merespons karakteristik orang lain. Dasar utama dari asumsi IRT adalah perilaku sosial dari individu untuk merespons suatu objek, yaitu orang dari kebudayaan lain yang disalurkan melalui perangai respons antarpribadi.

### 2. Pendekatan Perseptual

Jenis-jenis persepsi, seperti kognisi, pandangan, dan pemahaman berkaitan dengan kemampuan berkomunikasi antarbudaya yang memperhitungkan tekanan psikologi, berkomunikasi secara efektif, dan membangun relasi antarpribadi.

---

<sup>25)</sup> David Krech *et al.*, *Individual in Society: A Textbook of Social Psychology*, McGraw-Hill, Kogakusha, Ltd., 1981, hlm. 577.

### a. Model Shannon dan Weaver

Shannon dan Weaver memperkenalkan sebuah model komunikasi yang dianggap sebagai model tertua komunikasi yang bersifat satu arah. Model yang diperkenalkan oleh Shannon dan Weaver mengandung beberapa unsur berikut:<sup>26</sup>

- 1) 'sumber' (menampilkan gagasan atau pendapat yang selalu disebut pesan);
- 2) *encode* (proses untuk mengalihkan kode-kode informasi ke dalam tanda [*signal*] yang berbentuk fisik, seperti listrik, cahaya, dan gelombang suara);
- 3) pengalihan itu melalui 'saluran';
- 4) dalam pengalihan itu selalu ada gangguan atau interferensi;
- 5) sinyal kemudian di-*decode* oleh 'penerima';
- 6) sasaran atau 'penerima' dapat memahami pesan.

Kata-kata kunci Shannon dan Weaver, yaitu:

- 1) model ini berbentuk linier karena proses komunikasi dipandang sebagai transaksi pengirim dan penerima mengetahui pesan yang dikirim, tidak ada mekanisme umpan balik. Contoh, komunikasi yang memiliki kemungkinan umpan balik paling kecil adalah media massa;
- 2) model ini menggambarkan teknik pengalihan aspek komunikasi;
- 3) model ini menjadikan konteks dan isi komunikasi tidak relevan.

Gangguan Shannon dan Weaver merupakan salah satu konsep penting dalam model Shannon dan Weaver. Gangguan adalah bentuk hambatan fisik yang dialami oleh sinyal (*stuffs*, cuaca, cahaya silau, atau saluran yang kelebihan muatan

---

<sup>26)</sup> Claude E. Shannon and Warren Weaver, *The Mathematical Theory of Communication*, University of Illinois Press, 1967, hlm. 331.

[*overload*]). Gangguan itu digunakan sebagai metafora untuk menggambarkan segala sesuatu yang mungkin akan menghambat dan menginterupsi komunikasi, misalnya:

- 1) hambatan mental, mengakibatkan perhatian tidak terarah (melihat dan mendengar sesuatu tanpa perhatian yang terarah, melihat dan mendengar kemana-mana);
- 2) hubungan antara komunikator dengan komunikan;
- 3) hambatan bahasa, misalnya perbedaan bahasa, dialek, dan konotasi;
- 4) reaksi emosional, misalnya sedang gundah dan sedih;
- 5) perbedaan interpretasi, misalnya karena pengetahuan.<sup>27</sup>

#### b. *Model Gerbner*

Gerbner menambahkan bahwa ada unsur kontekstual yang menentukan persepsi, yaitu budaya, medium, dan kekuatan saluran. Akhirnya, Gerbner menarik kesimpulan sebagai berikut.<sup>28</sup>

- 1) Setiap orang yang terlibat dalam komunikasi mempunyai persepsi dan penyaring. Baik persepsi maupun penyaring merupakan struktur yang menentukan cara seseorang mengirim atau menerima sebuah pesan.
- 2) Pesan adalah sebuah 'isi' dan 'bentuk tambahan' yang menghasilkan makna tertentu. Model yang diajukan Gerbner memperhitungkan juga perbedaan kekuatan saluran (variasi penggunaan media) yang memperbesar akses pengiriman dan penerimaan atau mengubah nilai rasa penerima.

---

<sup>27)</sup> Gerbner, *Media Effects: Advances in Theory and Research*. Jennings Bryant & Dolf Zillman-Editors, 2nd ed, London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 2002, hlm. 177.

<sup>28)</sup> *Op.cit.*, hlm. 178.

#### c. *Model Singer*

Ketika seseorang berkomunikasi dengan orang lain, tampak bahwa persepsi seseorang tentang realitas menjadi kurang penting. Banyak orang mungkin sependapat bahwa persepsi bukan menunjukkan realitas, hanya karena variasi dari persepsi seseorang. Hal ini karena persepsi dipengaruhi oleh:<sup>29</sup>

- 1) faktor fisik (informasi yang dilihat dengan mata atau yang didengar dengan telinga dapat aktual bergantung pada cara otak Anda memprosesnya);
- 2) faktor lingkungan (apakah ada informasi lain di luar informasi yang Anda terima? Misalnya, dalam konteks apa?);
- 3) faktor kemampuan untuk mempelajari kebudayaan, kepribadian, kebiasaan, dan saringan yang digunakan untuk menyeleksi apa yang kita terima, dan bagaimana kita bereaksi atas informasi itu.

Untuk hal itu, kita melihat bahwa:

- 1) semua orang memperoleh informasi dari lingkungan, tetapi apa yang dilihat itu selalu melalui sebuah media tertentu;
- 2) semua orang memperoleh informasi, tetapi membuat interpretasi yang berbeda atas informasi itu.

### 3. Pendekatan Perilaku

Pendekatan terhadap kompetensi komunikasi antarbudaya dapat dilakukan melalui pendekatan perilaku, terutama perilaku sosial (perilaku individu dalam konteks sosial) karena individu berhubungan dengan seseorang dalam konteks budaya tertentu.

#### a. *Teori Stimulus-Respons*

Kay Deaux dan Lawrence S. Wrigtsman mengemukakan beberapa contoh pendekatan perilaku antarpribadi, misalnya

---

<sup>29)</sup> *Loc.cit.*, David Krech *et al.*, 1981, *Individual...*, hlm. 603.

*Reinforcement Theory* dan *Cognitive Theory*. Dua pendekatan ini mengemukakan bahwa perilaku sosial ditentukan oleh prinsip penguatan dan pembelajaran.<sup>30</sup>

Para ahli psikologi yang berpendapat demikian, antara lain John Watson, Clark Hull, Kenneth Spence, dan B.F. Skinner. Fokus *reinforcement theory* adalah analisis hubungan antara stimulus internal ataupun eksternal yang membangkitkan respons penerima (S-R). Hal ini berarti bahwa untuk mengubah respons seseorang terhadap stimulus (misalnya informasi) dari luar maka perlu meningkatkan derajat penguatan atau tekanan internal ataupun eksternal tertentu (S-R).

Adapun dalam *cognitive theory* dikatakan bahwa sebab-sebab perilaku manusia, baik catatan perilaku historis maupun perilaku terkini, ditentukan oleh memori dan struktur kognitif. Dengan demikian, setiap orang selalu bertindak berdasarkan struktur kognitif.

#### b. B. Skinner tentang Perilaku yang Dapat Diamati

Pendekatan perilaku yang diajukan oleh Skinner menekankan bahwa untuk memahami kepribadian seseorang tidak perlu memahami kognisi orang itu. Kognisi tidak penting dalam memahami kepribadian karena kepribadian merupakan perilaku yang dapat diamati, yang dapat dipengaruhi oleh ganjaran dan hukuman dari lingkungan.

Dengan demikian, kepribadian manusia berkaitan erat dengan situasi. Pandangan ini merupakan gagasan dasar dari sebagian besar teori *social learning* yang juga menekankan bahwa pengalaman individu dengan lingkungan membentuk sebuah kepribadian.

#### c. Albert Bandura tentang Social Learning

Teori *social learning* percaya bahwa lingkungan merupakan faktor penentu terpenting bagi pembentukan kepribadian. Bandura mengatakan bahwa setiap orang dapat mengontrol perilakunya sendiri melalui pikiran, kepercayaan, dan nilai. Albert Bandura mengatakan bahwa 'belajar sosial' merupakan hasil dari respons langsung, atau akibat dari frekuensi perilaku setelah seseorang mengamati orang lain. Perilaku orang lain dapat dijadikan sebagai model atau informasi yang kemudian akan ditiru.

#### d. George Homans tentang Social Exchange Theory

*Social exchange theory* (teori pertukaran sosial) mendasari diri pada prinsip-prinsip ekonomi, bahwa interaksi antara manusia bergantung pada ganjaran dan biaya yang melibatkan mereka berdua atau yang mereka cari dalam relasi mereka itu.

Semakin besar keuntungan yang diperoleh, relasi akan semakin kuat, semakin kecil keuntungan yang diperoleh maka semakin renggang atau putuslah relasi itu.

### 4. Pendekatan Kebudayaan Khusus

Dalam berkomunikasi, seseorang harus memahami beberapa komponen kemampuan komunikasi antarbudaya, seperti konteks, ketepatan akan efektivitas, pengetahuan, motivasi, dan aksi, yang semuanya itu berbeda-beda berdasarkan kebudayaan.

Jika ingin meningkatkan komunikasi dengan orang dari kebudayaan lain, kita dapat mempelajari kebudayaan, belajar tentang nilai, norma, kepercayaan, bahasa (verbal dan nonverbal), struktur pengetahuan, sistem sosial dan budaya, sistem ekonomi, mata pencaharian, dan adat istiadat.

---

<sup>30)</sup> Kay Deaux dan Lawrence S. Wrightsman, *Social Psychology in the 80s*, California: Cole Publishing Co., 1984, hlm. 15.

## BAB 10

### **GEGAR BUDAYA (*CULTURE SHOCK*): DALAM KOMUNIKASI ANTARBUDAYA**

Manusia adalah makhluk sosial yang selalu berinteraksi satu sama lain, baik dengan sesama, adat istiadat, norma, pengetahuan maupun budaya di sekitarnya. Akibat interaksi tersebut, manusia tidak dapat menerima atau merasa kesulitan menyesuaikan diri dengan berbagai perbedaan, seperti masalah perkembangan teknologi, kebiasaan yang berbeda, bahasa, tradisi, norma, dan sebagainya. Hubungan interaksi sosial itu menimbulkan budaya baru yang berawal dari sebuah proses akulturasi budaya.

#### **A. Konsep Dasar Gegar Budaya (*Culture Shock*)**

##### **1. Pengertian Gegar Budaya (*Culture Shock*)**

Pada akhir tahun 1960, Kalervo Oberg memperkenalkan istilah gegar budaya untuk pertama kalinya, yaitu penyakit yang diderita oleh individu ketika hidup di luar lingkungan budayanya yang berbeda dari budayanya sendiri dalam usaha menyesuaikan diri terhadap lingkungan baru. Gegar budaya mengandung pengertian timbulnya rasa frustrasi yang ditandai dengan adanya perasaan

cemas pada seseorang, serta timbulnya perasaan bingung tentang hal-hal yang harus dilakukan serta cara melakukan sesuatu karena ia kehilangan tanda dan lambang dalam pergaulan sosial.<sup>1</sup>

Tanda-tanda yang sudah terbentuk sejak kecil dalam perjalanan hidup seseorang dapat berbentuk pola berkomunikasi yang diungkap dalam bentuk kata-kata, isyarat, ekspresi wajah, pakaian, kebiasaan, tradisi atau norma, bahkan cara berpikir. Ketika ia memasuki budaya asing, semua atau hampir semua tanda ini lenyap. Akibatnya, ia akan kehilangan pegangan dan *shock*, frustrasi, bahkan depresi.

Adler (1975) menyatakan bahwa gegar budaya adalah rangkaian reaksi emosional sebagai akibat dari hilangnya penguatan (*reinforcement*) yang selama ini diperoleh dari kulturnya yang lama, yang tidak dipahami karena adanya kesalahpahaman pada pengalaman baru dan berbeda.

Gudykunst dan Kim mengemukakan bahwa gegar budaya adalah reaksi yang muncul terhadap situasi yang menunjukkan individu mengalami keterkejutan dan tekanan karena berada di lingkungan yang berbeda, yang menyebabkan tergoncangnya konsep diri, identitas kultural, dan menimbulkan kecemasan temporer yang tidak beralasan.<sup>2</sup>

Menurut Lundstedt, gegar budaya adalah bentuk ketidakmampuan menyesuaikan diri (*personality mal-adjustment*) yang merupakan reaksi terhadap upaya sementara yang gagal untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan dan orang-orang baru.<sup>3</sup> Menurut P. Harris dan R. Moran, gegar budaya adalah trauma, tetapi yang dialami seseorang dalam suatu budaya baru dan berbeda

karena harus belajar dan mengatasi begitu banyak nilai budaya dan pengharapan baru, sementara nilai budaya dan pengharapan budayanya yang lama tidak lagi sesuai.<sup>4</sup>

Gegar budaya (*culture shock*) adalah kondisi ketika terjadi goncangan jiwa atau mental seseorang atau sekelompok orang akibat belum adanya kesanggupan atau kesiapan untuk menerima unsur-unsur kebudayaan asing yang berbeda jauh dengan kebudayaannya dan datang secara tiba-tiba. Perubahan yang secara tiba-tiba menyebabkan seseorang tertekan, putus asa, bahkan merasa tidak berdaya untuk keluar atau mengikuti perubahan.<sup>5</sup>

Dari semua uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa gegar budaya adalah kondisi keterkejutan yang menimbulkan stres atau frustrasi, bahkan depresi yang dialami seseorang dalam upaya penyesuaiannya di lingkungan baru yang memiliki kultur berbeda, sehingga kebiasaannya yang lama terasa tidak memiliki arti di lingkungan barunya. Hal ini tentu disebabkan oleh perbandingan jumlah etnik yang lebih besar dibandingkan jumlah etnik di lingkungan yang baru.

Gegar budaya bukan hanya identik dengan fenomena seseorang memasuki budaya baru, yaitu budaya negara asing, tetapi juga ketika seseorang memasuki lingkungan budaya baru yang merujuk pada agama baru, lembaga pendidikan (sekolah atau universitas) baru, lingkungan kerja baru, keluarga besar baru (keluarga dari suami atau istri).

## 2. Gegar Budaya (*Culture Shock*) sebagai Proses Komunikasi Antarbudaya

Menurut Stewart, komunikasi antarbudaya adalah komunikasi yang terjadi di bawah kondisi kebudayaan yang berbeda bahasa,

---

1) Dedy Mulyana dan Jalaludin Rahmat, *Komunikasi Antarbudaya*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001, hlm. 171.

2) B. William Gudykunst dan Y.Y. Kim, *Communicating With Strangers Fourth Edition*, New York: Mac Graw Hill., 2003, hlm. 321.

3) J. Bolsson, T. Borjesson, T. Lundstedt, dan Schnur, "Volatiles for Mycological Quality Grading of Barley Grains: Determination Using Gas Chromatography-Mass Spectrometry and Electronic Nose", *International of Food Microbiology*, 59, 2000, hlm. 167-178.

---

4) Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2010, hlm. 247.

5) Idianto Muin, *Sosiologi SMA/MA Jilid 3 untuk Kelas XII*, Jakarta: Erlangga, 2006, hlm. 27.

norma, adat istiadat, dan kebiasaan. Dalam menjalani proses komunikasi antarbudaya, pihak-pihak yang berkomunikasi dapat mengalami keterkejutan budaya karena perbedaan budaya tersebut.<sup>6</sup>

Budaya berkenaan dengan cara manusia hidup. Manusia belajar berpikir, memercayai, dan mengusahakan hal-hal yang patut menurut budayanya. Bahasa, persahabatan, kebiasaan makan, praktik komunikasi, tindakan sosial, kegiatan ekonomi dan politik, dan teknologi, semua itu berlandaskan pola-pola budaya.<sup>7</sup>

Budaya menampakkan diri dalam pola-pola bahasa dan bentuk-bentuk kegiatan dan perilaku yang berfungsi sebagai model bagi tindakan penyesuaian diri dan gaya komunikasi yang memungkinkan orang-orang tinggal dalam suatu masyarakat di lingkungan geografis tertentu pada suatu tingkat perkembangan teknis tertentu dan pada suatu saat tertentu.

Budaya dan komunikasi tidak dapat dipisahkan karena budaya tidak hanya menentukan siapa berbicara dengan siapa, tentang apa, dan cara orang yang menyandi pesan, tetapi mencakup hal-hal yang dimiliki untuk mengirimkan pesan, dan kondisi untuk mengirim, memerhatikan, dan menafsirkan pesan.

### 3. Fenomena Seseorang Memasuki Kebudayaan Baru/ *Culture Shock*

Seseorang yang memasuki alam kebudayaan baru akan merasakan kegelisahan dalam dirinya. Hal itu memang alamiah, tetapi kegelisahan tersebut kadang-kadang berubah menjadi rasa takut, frustrasi, dan tidak percaya diri. Inilah yang disebut *culture shock* atau gegar budaya, yaitu masa khusus transisi serta perasaan unik

---

<sup>6)</sup> Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss, *Human Communication. Konteks-konteks Komunikasi*, (Ptj, Dedy Mulyana), Bandung: Remaja Rosda Karya, 1974, hlm. 77.

<sup>7)</sup> *Loc.cit.*, Mulyana dan Rahmat, *Komunikasi...*, 2001, hlm. 174.

yang timbul dalam diri seseorang setelah memasuki kebudayaan baru.

Orang yang mengalami fenomena *culture shock* menurut Dodd dalam Ilya<sup>8</sup> bahwa ini akan merasakan gejala fisik, seperti sakit kepala, sakit perut, tidak bisa tidur, ketakutan yang berlebihan terhadap hal-hal yang akan dihadapi kelak, tidak berdaya, dan menarik diri, kesepian, disorientasi, dan lain-lain. Dodd menjelaskan beberapa tahapan dalam *culture shock*, yaitu sebagai berikut.<sup>9</sup>

#### a. Harapan besar (*eager expectations*)

Pada tahap pertama, seseorang yang merencanakan untuk memasuki kebudayaan kedua atau kebudayaan baru tampak bersemangat walaupun ada perasaan gelisah dalam menghadapi kemungkinan yang bisa terjadi. Pada tahap ini, seseorang merasa optimis menghadapi masa depan dengan menyusun perencanaan selanjutnya.

#### b. Semua begitu indah (*everything is beautiful*)

Tahap kedua adalah tahap seseorang yang merasa semua begitu indah, yaitu segala sesuatu yang baru terasa menyenangkan. Beberapa gejala, seperti tidak bisa tidur atau perasaan gelisah dialami, tetapi rasa keingintahuan dan antusiasme dengan cepat mampu mengatasi perasaan tersebut.

Para ahli menyebut masa ini dengan masa bulan madu. Masa ini berlangsung beberapa minggu sampai enam bulan.

#### c. Semua tidak menyenangkan (*everything is awful*)

Pada tahap ketiga, keadaan menjadi berbalik. Segala sesuatu tidak menyenangkan. Ia mulai merasakan ketidakpuasan, ketidaksabaran, dan kegelisahan. Hal tersebut membuatnya merasa frustrasi, bahkan depresi.

---

<sup>8)</sup> *Op.cit.*, Mulyana dan Rahmat, hlm. 176.

<sup>9)</sup> *Op.cit.*, Mulyana dan Rahmat, hlm. 110.



#### d. Semua berjalan lancar (*everything is ok*)

Pada tahap ini, seseorang merasa bahwa semua berjalan lancar, yaitu setelah orang tersebut dapat menilai hal yang positif ataupun negatif secara seimbang. Selain itu, ia juga mulai terbiasa dengan makanan, pemandangan, suara, bau, dan perilaku nonverbal masyarakat setempat.

### 4. Penyebab Terjadinya Gegar Budaya

Unsur universal dan keragaman budaya (*universals and cultural diversity*) dapat menjadi penyebab timbulnya gegar budaya apabila aktivitas tertentu secara lintas budaya yang bersifat unik oleh masyarakat tertentu tidak dapat diterima oleh kelompok masyarakat lainnya.

Leislle White menyatakan bahwa hubungan erat antara budaya dan perilaku manusia sebagai penjelasan mengenai perbedaan budaya di antara bangsa yang bersifat kaku, tidak imajinatif, dan tidak lazim. Penyebab gegar budaya lainnya menurut Leislle White, adalah sebagai berikut.<sup>10</sup>

#### a. Perilaku Rasional

Perilaku rasional dalam suatu budaya didasarkan atas sesuatu yang dianggap masuk akal oleh suatu kelompok dalam mencapai tujuan atau kepentingannya.

#### b. Perilaku Irasional

Perilaku irasional menyimpang dari norma-norma yang diterima suatu kelompok masyarakat (etnis, agama, partai, OKP, dan lain-lain). Kelompok budaya yang berperilaku irasional biasanya bertindak tanpa logika dan sebagian besar oleh suatu respons emosional.

#### c. Perilaku Nonrasional

Perilaku nonrasional tidak berdasarkan logika dan pertimbangan masuk akal karena semata-mata dipengaruhi oleh budaya atau subkultur seseorang.

Faktor penting lainnya pemicu gegar budaya adalah tradisi. Tradisi melengkapi masyarakat dengan tatanan mental yang berpengaruh kuat atas sistem moral untuk menilai hal-hal yang dianggap benar atau salah, baik atau buruk, dan menyenangkan atau tidak menyenangkan.

Suatu budaya diekspresikan dalam tradisi, tradisi yang memberikan para anggotanya rasa memiliki dalam keunikan budaya. Tradisi juga dimiliki oleh suatu organisasi sipil, militer, agama, dan kelompok masyarakat (perhatikan upacara keprotokolan mereka!).

Tradisi walaupun merupakan norma dan prosedur yang harus ditaati bersama, juga harus sesuai dengan perkembangan zaman, pengetahuan, dan teknologi menuju terciptanya budaya global.

### 5. Reaksi pada Gegar Budaya

Perubahan dapat menyebabkan stres seperti ketika seseorang memasuki budaya baru hingga akhirnya mengalami gegar budaya. Perubahan dan ketidakfamiliaran yang dialami akan memengaruhi penyesuaian psikologis (*psychological adjustment*) dan keikutsertaan mereka terhadap lingkungan barunya.<sup>11</sup>

Apabila dampak negatif dari gegar budaya ini tidak segera ditangani, individu yang bersangkutan akan terus mengalami kesulitan dalam mempelajari kultur barunya sehingga dapat mengalami *psychological disorientation*.

Menurut Ferraro, *psychological disorientation* merupakan ketidakmampuan seseorang untuk menyesuaikan diri pada

<sup>10</sup> Leslie White, *The Evolution of Culture*, New York: McGraw-Hill, 1979, hlm. 451.

<sup>11</sup> R. Irwin, *Culture Shock: Negotiating Feeling in the Field*, *Anthropology, Matters, Journal*, Vol. 9, 2007, hlm. 1-14.

aspek spasial, temporal, dan *contextual* di lingkungannya. Banyak kasus *psychological disorientation* dapat memengaruhi kemampuan seseorang dalam membuat keputusan dan memecahkan masalah sehingga menurunkan minat orang tersebut untuk mempelajari kultur barunya.<sup>12</sup>

Individu yang mengalami hal seperti ini cenderung mencari perlindungan dengan berkumpul bersama teman-teman yang sebudaya dengannya, dan perkumpulan seperti ini sering menjadi sumber tuduhan emosional yang disebut *stereotype* pada budaya tuan rumah dengan cara negatif.<sup>13</sup>

Guanipa menambahkan bahwa perasaan tidak nyaman akibat gegar budaya tidak hanya berupa reaksi emosional, tetapi juga meliputi reaksi fisik yang diderita individu ketika berada di tempat yang berbeda dari tempat asalnya.<sup>14</sup>

Hal ini tidak hanya disebabkan budaya dan norma-norma masyarakat yang berbeda, tetapi juga karena iklim, makanan, bahkan teknologi yang berbeda dari tempat asal.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, secara umum reaksi-reaksi yang mungkin terjadi terhadap individu yang mengalami gegar budaya, antara lain sebagai berikut.

- a. Perasaan sedih, kesepian, melankolis, merasa frustrasi, kecemasan, dan disorientasi yang mengakibatkan munculnya *stereotype* negatif terhadap lingkungan barunya.
- b. Khawatir tentang kesehatan. Orang-orang yang datang dari negara yang lebih maju, biasanya menjadi lebih sensitif terhadap masalah kebersihan di tempat yang baru. Tidak mau makan atau minum dari makanan setempat, karena takut akan berbagai

penyakit dan meragukan ke higienisan makanan dan penduduk setempat.

- c. Menderita rasa sakit akibat psikosomatis di berbagai areal tubuh, seperti muncul alergi dan gangguan kesehatan lainnya, seperti diare, maag, sakit kepala, dan lain-lain.
- d. Perubahan temperamen, rasa depresi, merasa diri lemah, rapuh, dan merasa tidak berdaya.
- e. Perasaan marah, mudah tersinggung, penyesalan, tidak bersedia untuk berinteraksi dengan orang lain.
- f. Selalu membanding-bandingkan kultur asalnya, mengidolakan kultur asal secara berlebihan.
- g. Kehilangan kemampuan untuk belajar dan bekerja secara efektif.
- h. *Homesick*/rindu pada rumah/lingkungan lama.
- i. Kehilangan identitas, mempertanyakan kembali identitas diri yang selama ini diyakininya. Jika semula meyakini bahwa dirinya adalah orang yang cerdas, tiba-tiba merasa menjadi orang yang paling bodoh, aneh, tidak menarik, dan lain-lain.
- j. Mencoba terlalu keras untuk menyerap segala sesuatu yang ada di lingkungan barunya (karena rasa cemas ingin menguasai/memahami lingkungannya) sehingga menimbulkan perasaan kewalahan.
- k. Kehilangan kepercayaan diri.
- l. Keinginan untuk terus bergantung pada orang yang sekultur dengannya.

Pengalaman gegar budaya ini sebenarnya merupakan hal yang wajar dan banyak dialami oleh individu ketika sedang berada di lingkungan yang secara kultur berbeda dari lingkungan asalnya. Hanya, tingkat gangguan yang dialami oleh individu tersebut berbeda dari satu orang ke orang yang lain, bergantung pada faktor yang ada dalam diri individu tersebut.

<sup>12)</sup> Lidia Ferraro, *Measuring Safety Climate: The Implications For Safety Performance*, Melbourne: The University of Melbourne., 2002, hlm. 332.

<sup>13)</sup> *Loc.cit.*, Mulyana dan Rahmat, *Komunikasi...*, 2001, hlm. 172.

<sup>14)</sup> C. Guanipa, *Culture Shock and The Problem of Adjustment to New Cultural Environment*, Melbourne: The University of Melbourne, 1998, hlm. 522.

Gegar budaya yang dialami oleh para pendatang baru ini merupakan bagian dari proses adaptasi rutin terhadap stres kultural dan merupakan manifestasi dari kerinduan terhadap lingkungan yang lebih dapat diprediksi, lebih stabil, dan dapat dimengerti seperti yang dialami sebelumnya.

## 6. Karakteristik Negatif pada Seseorang yang Mengalami Gegar Budaya

Oberg dalam jurnal ilmiahnya menyimpulkan enam karakteristik negatif pada seseorang yang mengalami gegar budaya, yaitu sebagai berikut:<sup>15</sup>

- a. ketegangan karena adanya usaha untuk beradaptasi secara psikis;
- b. perasaan kehilangan dan kekurangan teman, status, profesi dan kepemilikan;
- c. perasaan tertolak atau menolak terhadap masyarakat dari budaya yang baru;
- d. perasaan bingung mengenai peran, harapan terhadap peran, nilai yang dianut, perasaan, dan identitas diri;
- e. keterkejutan, kecemasan, bahkan rasa jijik setelah menyadari adanya perbedaan antara kedua budaya;
- f. perasaan tidak berdaya termasuk perasaan bingung, frustrasi, dan depresi karena ketidakmampuan menyesuaikan diri terhadap lingkungan yang baru.

## B. Tahapan Terjadinya *Culture Shock*

Fenomena gegar budaya tidak terjadi seketika, tetapi melalui beberapa tahap. Peter S. Adler menyebutkan lima tahap dalam pengalaman transisional.<sup>16</sup>

<sup>15)</sup> *Loc.cit.*, Deddy dan Rahmat, hlm. 174.

<sup>16)</sup> *Loc.cit.*, Deddy Mulyana, *Ilmu...*, 2003, hlm. 249.

1. Tahap kontak, ditandai dengan kesenangan, keheranan, dan keterkejutan, karena melihat hal-hal eksotik, unik, dan luar biasa.
2. Tahap disintegrasi, ditandai dengan kebingungan dan disorientasi. Perbedaan menjadi lebih nyata ketika perilaku, nilai, dan sikap yang berbeda mengganggu realitas perseptual. Rasa frustrasi, cemas, jengkel menghadapi perbedaan budaya dan merasa terasing menghadapi situasi baru.

Kebingungan, keterasingan, dan depresi lalu menimbulkan disintegrasi kepribadian ketika kebingungan mengenai identitas kita dalam skema budaya yang baru terus meningkat.

3. Tahap reintegrasi, ditandai dengan penolakan atas budaya kedua melalui penstereotipan, generalisasi, evaluasi, perilaku, dan sikap yang serba menilai.

Muncul rasa suka terhadap hal-hal yang dialami tanpa alasan yang jelas. Pada tahap transisi ini, timbul keinginan untuk mencari hubungan dengan orang yang berasal dari budaya yang sama.

Munculnya perasaan negatif merupakan tanda tumbuhnya kesadaran pada budaya baru. Kembali ke budaya lama merupakan pilihan untuk mengatasi dilema. Pilihan yang diambil bergantung pada intensitas pengalaman, daya tahan, atau interpretasi dan bimbingan yang diberikan orang-orang sekitar.

4. Tahap otonomi, ditandai dengan kepekaan budaya dan keluwesan pribadi yang meningkat, pemahaman atas budaya baru, dan kemampuan menyesuaikan diri dengan budaya baru. Pada tahap ini, muncul sikap yang lebih santai dan mampu memahami orang lain secara verbal dan nonverbal, serta merasa nyaman dengan peran sebagai orang dalam-orang luar dalam budaya yang berbeda.

5. Tahap independensi dan intensitas, ditandai dengan adanya sikap menghargai kemiripan dan perbedaan budaya, bahkan menikmatinya. Kita menjadi ekspresif, humoris, kreatif, dan mampu mengaktualisasikan diri kita. Pada tahap inilah, seseorang merasa menjadi “manusia antarbudaya” yang memahami berbagai budaya dan mampu bergaul dengan orang-orang dari berbagai budaya lain, tanpa mengorbankan budaya sendiri.

Intensitas dalam gegar budaya dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu:

- a. Faktor internal: ciri-ciri kepribadian orang-orang yang bersangkutan;
- b. Faktor eksternal: kerumitan budaya atau lingkungan baru yang dimasuki.

Gegar budaya adalah fenomena yang alamiah. Kita tidak tahu kapan akan terjadi gegar budaya. Gegar budaya dapat diatasi jika kita selalu berpikir positif, selalu tegar, berusaha memahami, dan memiliki ciri-ciri kepribadian yang kondusif.

Siapa pun bisa mengatasi perbedaan budaya yang besar ataupun perbedaan budaya yang kecil.<sup>17</sup>

### 1. *High Context Culture* (Budaya Konteks Tinggi)

*High context culture* adalah masyarakat yang cenderung menganut budaya kolektif, yang menyampaikan pesan secara berbelit-belit dengan banyak menggunakan simbol, kiasan, dan kata-kata halus yang dirumuskan sebagai *high context*.

Menurut Edward T. Hall, budaya konteks tinggi ditandai dengan komunikasi konteks-tinggi, seperti (1) pesan bersifat implisit, tidak langsung dan tidak terus terang. Pesan yang sebenarnya mungkin tersembunyi dalam perilaku nonverbal pembicara; (2) intonasi suara, gerakan tangan, postur badan, ekspresi wajah, tatapan mata,

<sup>17)</sup> *Op.cit.*, Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, hlm. 328.

atau bahkan konteks fisik (dandanan, penataan ruangan, benda-benda, dan sebagainya). Pernyataan verbalnya dapat berbeda atau bertentangan dengan pesan nonverbalnya.<sup>18</sup>

Orang-orang yang termasuk dalam *high context culture* menggunakan cara komunikasi yang lebih ke arah basa-basi sebagai kata pembuka dalam rangka menjaga dan tidak menyinggung perasaan lawan bicara. Mereka terampil dalam membaca lingkungan dan perilaku nonverbal karena menganggap bahwa orang lain akan melakukan hal yang sama. Selain itu, mereka sangat menjunjung tinggi aturan yang ada yang berhubungan dengan budayanya.

Dalam masyarakat konteks budaya tinggi akan dijumpai makna ambiguitas dalam pembahasan. Sifat komunikasi konteks tinggi adalah tahan lama, lamban berubah, dan mengikat kelompok yang menggunakannya. Berdasarkan sifat ini, orang-orang berbudaya konteks tinggi lebih menyadari proses penyaringan budaya daripada orang-orang berbudaya konteks rendah.

### 2. *Low Context Culture* (Budaya Konteks Rendah)

*Low context culture* (budaya konteks rendah) menurut Edward T. Hall ditandai dengan komunikasi konteks-rendah: pesan verbal dan eksplisit, gaya bicara langsung, lugas, dan berterus terang. Para penganut budaya konteks rendah mengatakan apa yang mereka maksudkan (*they say what they mean*) dan memaksudkan apa yang mereka katakan (*they mean what they say*).<sup>19</sup>

Mereka lebih fokus dalam menyelesaikan masalah dan tidak bertele-tele mengambil keputusan, lebih bersikap profesional, yaitu tidak mencampuradukan urusan pribadi dengan urusan pekerjaan. *Low context culture* bersifat individualis, akan selalu memikirkan

<sup>18)</sup> *Op.cit.*, Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, hlm. 328.

<sup>19)</sup> *Op.cit.*, hlm. 329.

matang-matang keputusan yang harus dibuat. Sifat lainnya adalah cepat dan mudah berubah karena tidak menyatukan kelompok.

### C. Faktor-faktor yang Memengaruhi *Culture Shock*

Menurut pendapat Parrillo, beberapa faktor yang memengaruhi *culture shock*, yaitu sebagai berikut.<sup>20</sup>

#### 1. Faktor Pergaulan

Pada faktor ini, individu cenderung mengalami ketakutan akan perbedaan pergaulan di setiap tempat yang baru. Ketakutan ini menjadikannya merasa canggung dalam menghadapi situasi, tempat tinggal, dan suasana yang baru. Ia akan merasa terasing dengan orang-orang di sekelilingnya.

#### 2. Faktor Teknologi

Teknologi juga merupakan faktor penting dalam memengaruhi timbulnya masalah *culture shock*. Individu merasa takut tidak dapat mengikuti perkembangan teknologi di tempat tinggal barunya sehingga cenderung akan merasakan ketakutan. Untuk itu, ia dituntut berpikir keras mengikuti perkembangan teknologi serta mampu mengaplikasikannya dalam kehidupannya.

#### 3. Faktor Geografis

Faktor geografis identik dengan keadaan geografis di daerah tersebut, misalnya perbedaan cuaca, perbedaan letak wilayah, seperti daerah pantai dengan daerah pegunungan. Hal ini menyebabkan individu tersebut mengalami gangguan kesehatan.

---

<sup>20)</sup> V.N. Parrillo, *Strangers to This Shores: Race and Ethnic Relations in the United States*, (9th ed.), New Jersey: Prentice Hall., 2008, hlm. 512.

#### 4. Faktor Bahasa Keseharian

Bahasa merupakan cermin dari sebuah kebudayaan yang beradab. Individu yang mengalami *culture shock* sering menganggap faktor bahasa sebagai salah satu ketakutan yang cukup besar ketika akan menetap di tempat yang baru.

#### 5. Faktor Ekonomi

Ketakutan terhadap biaya hidup yang lebih tinggi merupakan salah satu faktor penyebab timbulnya *culture shock*. Apalagi jika ia berasal dari daerah atau tempat yang tingkat ekonominya lebih rendah daripada tempat barunya. Untuk itu, ia akan berusaha keras untuk memperoleh penghasilan yang lebih besar agar mampu bertahan hidup di tempat yang baru.

#### 6. Faktor Adat Istiadat

Beradaptasi dengan adat istiadat yang baru bukan hal yang mudah bagi seorang pendatang karena individu cenderung mengalami kekagetan budaya, terutama dalam hal adat istiadat.

#### 7. Faktor Agama

Agama dianggap sebagai salah satu penghambat individu dalam usahanya menyesuaikan di tempat tinggal yang baru. Individu mengalami ketakutan tersendiri terhadap agama yang menjadi perbedaan yang sangat rentan dan tidak dapat disatukan dengan mudah.

### D. Solusi Pemecahan Masalah *Culture Shock*

Parrillo merumuskan solusi untuk mengatasi faktor-faktor *culture shock*, yaitu sebagai berikut.<sup>21</sup>

---

<sup>21)</sup> *Op.cit.*, Parrillo, *Strangers...*, 2008, hlm. 515.

## 1. Faktor Pergaulan

Individu harus belajar membiasakan diri beradaptasi dan berinteraksi dengan lingkungan barunya sehingga akan menumbuhkan rasa percaya diri dalam bersosialisasi dengan orang-orang dan lingkungan baru.

Pergaulan yang baik akan membuat seseorang lebih mudah menjalani kehidupan sosialnya.

## 2. Faktor Teknologi

Saat ini teknologi semakin berkembang pesat di kalangan orang banyak. Perkembangan teknologi yang pesat menuntut individu untuk semakin keras mempelajari dan mengaplikasikan teknologi yang ada dalam kehidupannya.

## 3. Faktor Geografis

Karena faktor geografis ini berkaitan erat dengan kondisi fisik lingkungan, individu harus lebih menjaga kesehatan yang cenderung menurun ketika tinggal di suatu tempat tinggal yang baru.

## 4. Faktor Bahasa Keseharian

Kesulitan bahasa dapat diatasi dengan menumbuhkan kemauan belajar bahasa kepada setiap individu ketika tinggal di tempat yang baru. Salah satu caranya adalah meminta bantuan kepada teman yang berasal dari daerah tersebut untuk mengajarkan bahasa keseharian di daerah tersebut.

## 5. Faktor Ekonomi

Faktor ekonomi ini dapat diatasi dengan cara pengelolaan keuangan yang baik sesuai dengan kebutuhan individu, agar dapat menyesuaikan pemasukan keuangan dengan pengeluarannya. Lebih baik melakukan program *saving money* untuk mengatasi kebutuhan tidak terduga.

## 6. Faktor Adat Istiadat

Solusi untuk mengatasi perbedaan faktor adat istiadat adalah individu harus lebih membuka dirinya terhadap adat istiadat, kebiasaan, tingkah laku yang umumnya terjadi di masyarakat sekitar.

## 7. Faktor Agama

Individu harus lebih meningkatkan sikap toleransinya antar-umat beragama. Dalam rangka perwujudan dan pembinaan di tengah keberagaman agama budaya dan bangsa, Said Agil Husin Al-Munawar mengungkapkan bahwa kerukunan umat beragama memiliki hubungan yang sangat erat dengan faktor ekonomi dan politik. Di samping faktor-faktor lain, seperti penegakan hukum, pelaksanaan prinsip keadilan dalam masyarakat, dan peletakan sesuatu pada proporsinya. Dalam kaitan ini, strategi yang perlu dilakukan adalah sebagai berikut:<sup>22</sup>

- a. memberdayakan institusi keagamaan, artinya mendayagunakan lembaga keagamaan secara maksimal sehingga mempercepat proses penyelesaian konflik antarumat beragama. Pemberdayaan tersebut juga dimaksudkan untuk lebih memberikan bobot/warna tersendiri dalam menciptakan *ukhuwah* (persatuan dan kesatuan) yang hakiki tentang tugas dan fungsi masing-masing lembaga keagamaan dalam masyarakat sebagai perekat kerukunan antarumat beragama;
- b. membimbing umat beragama untuk meningkatkan keimanan dan ketakwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa dalam suasana rukun, baik intern maupun antarumat beragama;
- c. melayani dan menyediakan kemudahan bagi para penganut agama;

---

<sup>22)</sup> Said Agil Husein Al-Munawar, *Fiqh Hubungan Antar Agama*, Jakarta: Cuputat Press. 2004, hlm. 7.

- d. tidak mencampuri urusan akidah/dogma dan ibadah suatu agama;
- e. mendorong peningkatan pengamalan dan penerapan ajaran agama;
- f. melindungi agama dari penyalahgunaan dan penodaan;
- g. mendorong dan mengarahkan seluruh umat beragama untuk hidup rukun dalam bingkai Pancasila dan konstitusi dalam tertib hukum bersama;
- h. mendorong, memfasilitasi, dan mengembangkan terciptanya dialog dan kerja sama antara pimpinan majelis dan institusi keagamaan untuk membangun toleransi dan kerukunan antar-umat beragama;
- i. mengundang partisipasi semua kelompok dan lapisan masyarakat agama sesuai dengan potensi yang dimiliki masing-masing melalui kegiatan dialog, musyawarah, tatap muka, kerja sama sosial, dan sebagainya;
- j. bersama para pemimpin majelis agama, seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI), Persekutuan Gereja-gereja di Indonesia (PGI), Konferensi Wali Gereja Indonesia (KWI), Parishada Hindhu Dharma Indonesia (PHDI), dan Perwakilan Umat Buddha Indonesia (WALUBI), Majelis Tinggi Agama Khonghuchu Indonesia (MATAKIN), Departemen Agama melalui Badan Litbang Agama dan Diklat Keagamaan melakukan kunjungan bersama ke berbagai daerah dalam rangka berdialog dengan umat di lapisan bawah dan memberikan pengertian tentang pentingnya membina dan mengembangkan kerukunan umat beragama.

# BAB 11

## ISU MUTAKHIR KOMUNIKASI ANTARBUDAYA

Masyarakat Indonesia yang terdiri atas berbagai budaya secara logis akan mengalami berbagai permasalahan. Persentuhan antarbudaya akan selalu terjadi karena permasalahan silang budaya selalu terkait erat dengan kultural materialisme yang mencermati budaya dari pola pikir dan tindakan dari kelompok sosial tertentu. Pola temperamen ini banyak ditentukan oleh faktor keturunan (*genetic*), kebutuhan, dan hubungan sosial tertentu.

Dalam berkomunikasi dengan konteks keberagaman kebudayaan kerap terjadi masalah atau hambatan, seperti penggunaan bahasa, lambang, nilai atau norma masyarakat, dan sebagainya. Padahal, syarat terjalannya hubungan itu adalah saling pengertian dan pertukaran informasi atau makna antara satu dengan lainnya.

### A. Memahami Isu-isu Globalisasi

#### 1. Pengertian, Proses, dan Aspek Globalisasi

Menurut *Longman Dictionary of Contemporary English*, global atau *concerning the whole earth* adalah sesuatu yang berkaitan dengan dunia



internasional atau seluruh alam jagat raya. Globalisasi mengandung pengertian proses. Huckle menyatakan bahwa globalisasi adalah proses ketika peristiwa, keputusan, dan kegiatan pada salah satu bagian dunia menjadi konsekuensi yang signifikan bagi individu dan masyarakat di daerah yang jauh.<sup>1</sup> Albrow mengemukakan bahwa globalisasi adalah keseluruhan proses yang menempatkan manusia di bumi dalam masyarakat dunia tunggal, masyarakat global.<sup>2</sup>

Globalisasi menunjuk adanya proses. Globalisasi adalah proses terbentuknya sistem organisasi dan komunikasi antarmasyarakat dunia untuk mengikuti sistem yang sama.

Pada era global, hubungan antarmanusia tidak terbatas dalam satu wilayah, tetapi juga antarnegara (transnasional). Dengan demikian, orang berkomunikasi dengan orang lain di negara lain serta berpindah-pindah dengan cepat dari satu negara ke negara lain.

Hubungan yang semakin tinggi dan erat antarmanusia dan masyarakat dari berbagai negara akan berpengaruh terhadap berbagai aspek kegiatan manusia, yang meliputi kehidupan ekonomi, politik, sosial budaya, dan keamanan. Jadi, globalisasi mencakup berbagai aspek dalam kehidupan masyarakat, yaitu sebagai berikut.<sup>3</sup>

**a. Teknologi**

Kemunculan berbagai ragam teknologi memudahkan manusia dalam mencakup kebutuhan hidup.

**b. Ekonomi**

Adanya global dirincikan ekonomi pasar bebas. Barang dan jasa dari berbagai negara akan keluar masuk negara dan saling mengisi untuk pemenuhan kebutuhan.

---

<sup>1)</sup> Steiner Miriam dan Willard M. Kniep, *Defining A Global Education By Its Content*, Social Education, NCSS, 1986, hlm. 321.

<sup>2)</sup> Yaya M. Abdul Aziz, *Visi Global*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998, hlm. 17.

<sup>3)</sup> Merry M. Merryfield, Ellaine Jarchow, dan Sarah Pickert, *Preparing Teachers to Teach Global Perspectives: A Handbook for Teacher Educators*, California: Carwin Press Inc., 1997, hlm. 177.

**c. Ideologi dan politik**

Munculnya ide keterbukaan, demokrasi, pemerintah yang bersih, nilai hak asasi manusia.

**d. Sosial budaya**

Masuknya nilai dan budaya dari satu bangsa ke bangsa lain. Perilaku sosial dan budaya sebuah bangsa dipengaruhi oleh bangsa lain.

**e. Pertahanan keamanan**

Kebutuhan untuk memelihara kebutuhan bersama dari gangguan keamanan yang bersifat ancaman bersama pula. Contohnya, terorisme dan pembajakan.

**2. Isu-isu Global dalam Kehidupan**

Akibat arus budaya global, isu-isu internasional sekarang ini banyak berpengaruh pada aspek politik, melalui isu tentang demokrasi, isu hak asasi manusia, dan transparansi (keterbukaan). Pada aspek sosial budaya, muncul isu tentang perlunya sikap pluralisme dan pelestarian lingkungan hidup. Dalam bidang ekonomi muncul pasar global (*global market*) dan pesaing global, sedangkan di bidang keamanan muncul isu terorisme. Beberapa isu internasional yang sering terdengar adalah sebagai berikut.<sup>4</sup>

**a. Isu tentang Demokrasi**

Paham demokrasi berdasarkan bahwa kedaulatan berada di tangan rakyat sehingga memegang kekuasaan tertinggi di negara. Demokrasi sebagai sistem politik harus mengikutsertakan rakyat dalam pengambilan keputusan. Negara-negara yang masih melakukan praktik pemerintahan otoriter banyak dikecam oleh negara lain. Negara-negara otoriter umumnya terkucilkan dari pergaulan internasional. Contoh, negara Myanmar (Burma).

---

<sup>4)</sup> *Loc.cit.*, Pickert, *Preparing...*, 1997, hlm. 188.

**b. Isu tentang Hak Asasi Manusia**

Saat ini, dunia sangat memerhatikan penegakan hak asasi manusia. Adanya perang, pertentangan, dan konflik antarbangsa dikarenakan adanya penindasan terhadap hak asasi manusia dan perilaku sewenang-wenang. Masalah hak asasi manusia merupakan masalah internasional.

**c. Isu tentang Transparansi (Keterbukaan)**

Transparansi atau keterbukaan ditunjukkan pada penyelenggara pemerintahan negara. Pemerintahan yang tertutup tidak akan bertahan lama sebab kemajuan informasi mampu menerobos berbagai ketertutupan yang disembunyikan oleh pemerintah.

Pemerintahan yang tertutup juga dianggap tidak demokratis karena tidak ada pertanggungjawaban publik dan tidak mengikutsertakan rakyat dalam bernegara. Hal ini bertentangan dengan pesan demokrasi bahwa negara diharapkan berlaku terbuka dan transparan terhadap rakyatnya.

**d. Isu tentang Pelestarian Lingkungan Hidup**

Saat ini lingkungan hidup yang rusak dapat menjadi ancaman baru bagi umat manusia. Negara-negara yang memiliki kekayaan alam dan hutan diimbau untuk serius dalam melestarikan lingkungan hidup. Misalnya, kebakaran hutan di Kalimantan tidak hanya merugikan Indonesia, tetapi juga mengganggu negara-negara tetangga, bahkan mengancam ekosistem dunia. Tindakan perusakan lingkungan juga mendapat kecaman masyarakat internasional.

**e. Isu tentang Pluralisme**

Dalam masyarakat global, hubungan antarmanusia semakin intensif, yang tidak hanya manusia sebangsa, tetapi manusia berbeda ras, agama, nilai budaya, bahasa, dan adat. Sikap

menghargai keberagaman dan perbedaan (pluralisme) sangat dibutuhkan.

**f. Isu tentang Pasar Global**

Pada era global, barang, jasa, dan produk dari berbagai negara akan masuk dan saling berkompetisi dengan produk lokal. Tidak ada lagi batas antara arus keluar masuk barang dan jasa. Di wilayah-wilayah regional dibentuk pasar bersama, misalnya di Asia dengan pemberlakuan *ASEAN Free Trade Area* (AFTA) 2003, di Amerika dengan NAFTA.

### **3. Dampak Globalisasi**

Globalisasi menyebabkan dunia tampak sempit. Globalisasi membawa manfaat bagi umat manusia, tetapi juga membawa dampak buruknya, yaitu sebagai berikut.<sup>5</sup>

**a. Dampak Globalisasi di Bidang Sosial dan Budaya**

Manfaat globalisasi di antaranya adalah informasi yang dapat diperoleh secara mudah, cepat, dan lengkap dari seluruh dunia sehingga pengetahuan dan wawasan manusia menjadi lebih luas. Akan tetapi, adanya arus globalisasi kadang-kadang tidak disertai penyaringan. Semua informasi diterima apa adanya menyebabkan perubahan pola hidup, pola pikir, dan perilaku yang tidak sesuai dengan norma kebudayaan bangsa Indonesia. Segi budaya merupakan segi yang paling rentan terkena dampak negatifnya.

Bentuk informasi dan sarana yang dapat diterima dengan bebas mampu memengaruhi pola bertindak dan berpikir generasi muda. Sebagai contoh, menurunnya budaya membaca di kalangan pelajar karena mereka lebih suka melihat televisi yang memperlihatkan tontonan yang mengandung unsur kekerasan yang kemudian mereka tiru.

---

<sup>5)</sup> *Loc.cit.*, Yaya M., 1998, *Visi Global...*, 1998, hlm. 33.

#### b. *Dampak Globalisasi di Bidang Ekonomi*

Era global menuntut manusia yang kreatif dan produktif. Dampak positif globalisasi di bidang ekonomi adalah mampu memacu produktivitas dan inovasi para pelaku ekonomi agar produk yang dihasilkan mampu bersaing dengan produk lain. Adapun dampak negatifnya adalah menimbulkan sifat konsumerisme di kalangan generasi muda sehingga tidak mampu memenuhi tuntutan zaman karena sudah terbiasa menerima teknologi dan hanya mampu membeli tanpa membuatnya.

Globalisasi dan liberalisme pasar telah menawarkan alternatif bagi pencapaian standar hidup yang lebih tinggi. Hal tersebut menyebabkan semakin melebarnya ketimpangan distribusi pendapatan antara negara kaya dengan negara miskin.

Dampak lainnya adalah munculnya perusahaan multi-nasional dan transnasional yang membuka peluang terjadinya penumpukan kekayaan dan monopoli usaha dan kekuasaan politik pada sebagian orang.

#### c. *Dampak Globalisasi di Bidang Budaya dan Politik*

Negara tidak lagi dianggap sebagai pemegang kunci dalam proses pembangunan. Para pengambil kebijakan publik di negara sedang berkembang mengambil jalan pembangunan untuk mengatasi masalah sosial dan ekonomi. Hal ini menimbulkan gelombang demokratisasi (dambaan akan kebebasan).

### 4. Pengaruh Globalisasi terhadap Nilai Nasionalisme di Kalangan Generasi Muda

Arus globalisasi begitu cepat merasuk ke dalam masyarakat, terutama di kalangan muda. Pengaruh globalisasi terhadap remaja juga begitu kuat dan membuat mereka kehilangan kepribadian diri sebagai bangsa Indonesia. Hal ini ditunjukkan dengan gejala-gejala

yang muncul dalam kehidupan sehari-hari anak muda sekarang. Dari cara berpakaian yang berdandan seperti budaya Barat, menggunakan pakaian minim yang memperlihatkan bagian tubuh yang seharusnya ditutupi. Cara berpakaian tersebut tidak sesuai dengan kebudayaan kita. Tidak banyak remaja yang mau melestarikan budaya bangsa dengan mengenakan pakaian yang sopan sesuai dengan kepribadian bangsa.

Teknologi internet yang memberikan informasi tanpa batas dan dapat diakses oleh siapa saja sudah menjadi santapan remaja sehari-hari. Jika digunakan secara semestinya, kita akan memperoleh manfaat yang berguna. Akan tetapi, banyak pelajar dan mahasiswa yang memanfaatkan internet dengan cara yang tidak semestinya, misalnya membuka situs-situs porno. Selain internet, pegangan wajib mereka, yaitu telepon genggam yang menyebabkan rasa sosial terhadap masyarakat menjadi berkurang karena mereka lebih memilih sibuk dengan menggunakan *handphone*.

Dilihat dari sikap, banyak remaja yang tingkah lakunya tidak mengenal sopan santun dan cenderung tidak peduli terhadap lingkungan. Globalisasi menganut kebebasan dan keterbukaan sehingga mereka bertindak sesuka hati. Adanya geng motor yang melakukan tindakan kekerasan yang mengganggu ketenteraman dan kenyamanan masyarakat merupakan salah satu dampak globalisasi yang salah kaprah.

Berdasarkan analisis dan uraian tersebut, pengaruh negatif globalisasi lebih banyak daripada pengaruh positifnya. Oleh karena itu, diperlukan langkah untuk mengantisipasi pengaruh negatif globalisasi terhadap nilai nasionalisme, yang mencakup hal-hal berikut:<sup>6</sup>

- a. menumbuhkan semangat nasionalisme yang tangguh, misalnya semangat mencintai produk dalam negeri;

---

<sup>6</sup> *Op.cit.*, Yaya M., *Visi Global...*, 1998, hlm. 45.

- b. menanamkan dan mengamalkan nilai-nilai Pancasila dengan sebaik-baiknya;
- c. menanamkan dan melaksanakan ajaran agama dengan sebaik-baiknya.
- d. mewujudkan supremasi hukum, menerapkan dan menegakkan hukum dalam arti sebenarnya dan seadil-adilnya.
- e. selektif terhadap pengaruh globalisasi di bidang politik, ideologi, ekonomi, dan sosial budaya bangsa.

Dengan adanya langkah-langkah antisipasi tersebut diharapkan mampu menangkis pengaruh globalisasi yang dapat mengubah nilai nasionalisme terhadap bangsa.

## B. Isu-isu Kontemporer Komunikasi Antarbudaya

### 1. Determinisme Teknologi Komunikasi

Menurut teori McLuhan, determinisme teknologi adalah penemuan atau perkembangan teknologi komunikasi yang dapat mengubah kebudayaan manusia.<sup>7</sup>

Saat ini tidak ada satu segi kehidupan manusia pun yang tidak bersinggungan dengan media massa. Mulai ruang keluarga, dapur, sekolah, kantor, pertemanan, bahkan agama, semuanya berkaitan dengan media massa. Hampir tidak pernah kita dapat membebaskan diri dari media massa dalam kehidupan sehari-hari. Dalam bahasa Em Griffin disebutkan, *"Nothing remains untouched by communication technology. Medium is the message"*.<sup>8</sup>

Dalam perspektif McLuhan, media lebih penting daripada isi pesan yang disampaikan oleh media tersebut. Misalnya, mungkin isi tayangan di televisi memang penting atau menarik, tetapi kehadiran

<sup>7)</sup> Marshall McLuhan, *Understanding Media: The Extensions of Man*, New York: McGraw Hill, 1964, hlm. 531.

<sup>8)</sup> *Loc.cit.*, Em Griffin, *A First...*, 2003, hlm. 344.

televisi di ruang keluarga menjadi jauh lebih penting lagi. Televisi, dengan kehadirannya sudah menjadi penting, bukan lagi tentang isi pesannya. Kehadiran media massa telah lebih banyak mengubah kehidupan manusia, lebih dari isi pesan yang disampaikan.<sup>9</sup>

Dilema yang kemudian muncul seiring dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi komunikasi adalah bahwa manusia semakin didominasi oleh teknologi komunikasi yang diciptakannya sendiri.

Teknologi komunikasi bukan dikontrol oleh manusia, melainkan manusia yang dikontrol oleh teknologi. Sebagai contoh, betapa gelisahnyanya kita jika sampai terlewat satu episode sinetron kesayangan yang biasa ditonton tiap hari, atau mungkin jika sudah lebih dari seminggu tidak membuka halaman *facebook* di internet. Satu hari tidak menonton televisi mungkin akan merasa tertinggal banyak informasi.

### 2. Teknologi Komunikasi dan Informasi

Teknologi komunikasi dan informasi atau dalam bahasa Inggris dikenal dengan istilah *information technology* adalah istilah umum yang menjelaskan teknologi apa pun yang membantu manusia dalam membuat, mengubah, menyimpan, mengomunikasikan dan/atau menyebarkan informasi.

Teknologi informasi menyatukan komputasi dan komunikasi berkecepatan tinggi untuk data, suara, dan video. Contoh teknologi komunikasi dan informasi tidak hanya berupa komputer pribadi, tetapi juga telepon, televisi, peralatan rumah tangga elektronik, dan sebagainya.

Pada dasarnya, teknologi komunikasi dan informasi memiliki pengertian yang sama. Teknologi komunikasi memiliki pengertian, semua bentuk teknologi yang mendukung proses komunikasi.

<sup>9)</sup> *Loc.cit.*, McLuhan, *Understanding...*, 1964, hlm. 533.

Proses komunikasi di sini bisa komunikasi tatap muka dalam semua bentuknya, komunikasi kelompok, ataupun komunikasi media massa.<sup>10</sup>

### 3. Politik Media dalam RUU APP

#### a. Lahirnya Rancangan Undang-Undang Antipornografi

Isu tentang lahirnya Rancangan Undang-Undang Anti-pornografi dan Pornoaksi (RUU APP) telah menarik perhatian semua komponen bangsa, baik kaum agamawan, politisi, aktivis organisasi, kaum selebritas, pemilik modal, kapitalis, maupun komponen bangsa lainnya. Pro dan kontra tentang RUU APP ini telah menarik perhatian media untuk mengonstruksi realitas yang ramai terjadi di kalangan masyarakat saat itu.

#### b. Melindungi Bangsa dari Dekadensi Moral

Niat awal munculnya gagasan perlunya RUU APP adalah melindungi segenap bangsa dari dekadensi moral yang selama ini sudah berada pada titik nadir yang menggelisahkan. Banyak kasus pemerkosaan yang terjadi di negeri ini setelah pelakunya menyaksikan film porno. Peristiwa tersebut menunjukkan bahwa dampak negatif dari tayangan pornografi dan pornoaksi bukan hanya isapan jempol, melainkan realitas dari waktu ke waktu semakin meningkat.

## C. Komunikasi Antarbudaya dalam Perspektif Teori Interaksi Simbolik

Menurut Mulyana dan Rakhmat, sebelum perilaku dikatakan sebagai sebuah pesan, terlebih dahulu perilaku itu harus memenuhi dua syarat, yaitu diobservasi oleh seseorang dan mengandung makna.

---

<sup>10)</sup> J.B. Wahyudi, *Komunikasi Jurnalistik*, Bandung: Alumni, 1991, hlm. 243.

Pesan verbal terdiri atas kata yang terucap atau tertulis (berbicara dan menulis adalah perilaku yang menghasilkan kata), sedangkan pesan nonverbal adalah seluruh gerakan anggota badan.<sup>11</sup>

Proses interaksi pikiran manusia adalah bentuk interaksi dengan diri sendiri, orang lain, dan lingkungan. Pikiran berfungsi mewujudkan diri yang disebut aktivitas pikiran. Komunikasi antarbudaya dengan interaksi simbolik memiliki kesamaan yang mendasar, yaitu terletak pada simbol verbal (kata) ataupun simbol nonverbal (gerak-gerik anggota badan), sedangkan perbedaannya terletak pada implementasi komunikasinya.

Menurut Sudjarwo, teori interaksi simbolik menekan pada kemampuan individu untuk berinteraksi menggunakan simbol dan memaksakan definisi realitas subjektif terhadap situasi sosial yang mereka hadapi. Judistira mengatakan bahwa teori interaksi simbolik memfokuskan pada asal interaksi, yaitu aktivitas sosial yang bersifat dinamis dalam kehidupan individu.<sup>12</sup>

Dengan demikian, perspektif interaksi simbolik terhadap komunikasi antarbudaya adalah bahwa komunikasi antarbudaya lebih luas cakupannya, bahkan lebih rumit dalam implementasinya karena memerhatikan budaya, keyakinan, dan filosofi berbeda.

Begitu pula proses pemaknaan simbolnya memerlukan kecerdasan pemikiran dan ketelitian menarik stimulus sehingga komunikasi akan berlangsung komunikatif serta efektif.

---

<sup>11)</sup> *Loc.cit.*, Deddy dan Rakhmat, *Komunikasi...*, 1993, hlm. 13.

<sup>12)</sup> Sudjarwo, *Beberapa Aspek Pengembangan Sumber Belajar*, Jakarta: Sarana Pustaka, 1989, hlm. 211.

## *Daftar Pustaka*

- A. Bandura dan R.E. Wood. 1982. *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- A. Hogg dan Grieve M. Vaughan. 2002. *Social Psychology*. 3rd Edition. London: Prentice Hall.
- Alex H. Rumondor dkk. 2003. *Komunikasi Antar Budaya*. Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka.
- Alo Liliweri. 2001. *Gatra-gatra Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Alo Liliweri. 2007. *Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya*. Edisi 4. Yogyakarta: LKIS.
- Anak Agung Ngurah Adhiputra. 2013. *Konseling Lintas Budaya*. Edisi 1. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Andrea L. Rich. 1974. *Interracial Communication*. New York: Harper dan Row.
- Andrik Purwasito. 2003. *Komunikasi Multikultural*. Cetakan Ke-1. Surakarta: Muhammadiyah University.

- Anonimus. 1985. *Tujuan Instruksional*. Edisi 1. Jakarta: Dirjen Dikdasmen.
- Ansie Sandra Harding, Kaczynski, dan Leigh Wood. 2005. *Evaluation of Blended Learning: Analysis of Qualitative Data*. UniServe Science: Blended Learning Symposium Proceedings.
- Anthony Giddens. 2007. *Kapitalisme dan Teori Sosial Modern*. Jakarta: UI Press.
- Armawati Arbi. 2003. *Dakwah dan Komunikasi*. Edisi 1. Jakarta: UIN Press.
- B. Hodge dan G. Kress. 1993. *Language As Ideology*. London/New York: Routledge.
- Bahrudin. 2010. *Institusionalisasi Corporate Social Responsibility*. Corporate Social Responsibility Komitmen untuk Pemberdayaan Masyarakat. Yogyakarta: Azzagrafika.
- Bakrie Abbas. 2007. *Komunikasi Internasional: Peran dan Permasalahannya*. Edisi 1. Jakarta: Yayasan Kampus Tercinta-ISIIP.
- Beamer dan Varner. 2008. *Communication Studies*. *Jurnal Antropologi Sosial Budaya ETNOVISI*. Vol. II. No. 1.
- Berger dan Chaffee (Ed.). 1987. *Handbook of Communication Science*. Beverly Hills, California: Sage.
- Burhan Bungin. 2008. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Calvin S. Hall dan Lindzey Gardner. 1993. *Teori-teori Psikodinamik (Klinis)*. Terjemahan. Yogyakarta: Kanisius.
- Carl I. Hovland. 1988. *Komunikasi Politik (Konsep, Teori, dan Strategi)*. Jakarta: Gramedia.
- Carl Rogers. 1961. *On Becoming a Person: A Therapist's View of Psychotherapy*. London: Consta.
- Carley H. Dodd. 1982. *Dynamics of Intercultural Communication*. Dubuque: Wm C. Brown Company Publishers.
- Chitakornkijasil. 2010. "Moral Meaning in Green Marketing and Socially Responsible Marketing", *International Journal of Sciences, Marketing Commerce and Tourism*. Vol. 9 (15).
- Christina Slade Glen. 1994. *Critical Communication*. Australia: Prentice Hall.
- Claude E. Shannon dan Warren Weaver. 1967. *The Mathematical Theory of Communication*. University of Illinois Press.
- D. Lawrence Kincaid dan Wilbur Schramm. 1983. *Azas-azas Komunikasi Antarmanusia*. Penerjemah Agus Setiadi. Jakarta: LP3ES.
- Dan Nimmo. 2010. *Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek*. Edisi 4. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- David K. Berlo. 1960. *The Process of Communications*. New York: Holt Rineart and Winston.
- David Krech et al. 1981. *Individual in Society: A Textbook of Social Psychology*. McGraw-Hill, Kogakusha, Ltd.
- Deborah Tannen. 1993. *Gender and Conversational Interaction*. New York: Oxford University Press.
- Deddy Mulyana dan Rakhmat. 1993. *Komunikasi Antarbudaya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Deddy Mulyana. 1994. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Edisi 1. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Deddy Mulyana. 2003. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Denis Mc-Quail. 2005. *Teori Komunikasi Massa*. Edisi 6. Jakarta. Penerbit Salemba.
- Dennis C. Faules dan Alexander. 1978. *Communication and Social Behavior: A Perspective*. Reading: Addison-Wesley Publishing Company.
- Dorothy Ginnis dan E. Smith Dorothy. 1982. *Analyzing and Treating Reading Problems*. New York: Macmillan.

- Edward T. Hall. 1973. *The Silent Language*. Anchor Books, New York: AnchorPress.
- Em Griffin. 2003. *A First Look at Communication Theory*. McGraw-Hill Companies.
- Everett M. Rogers. 1986. *Communication Technology*. New York: Free Press.
- F. Nugroho (Ed.). 2004. *Konflik dan Kekerasan pada Aras Lokal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Franz Josef Eilers. 1995. *Berkomunikasi Antara Budaya*. Surabaya: Nusa Indah.
- Furuta. 1994. *Komunikasi Antarbudaya: Sebuah Perbandingan Antara Jepang, Amerika*. Terjemahan Hassan Shadily. Edisi 1. Jakarta: Antarkarya.
- G. Hofstede dan G.J. Hofstede. 2005. *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. New York: McGraw-Hill.
- Gerbner. 2002. *Media Effects: Advances in Theory and Research*. Jennings Bryant dan Dolf Zillman (Ed.) 2nd ed. London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Gerungan. 1991. *Psikologi Sosial*. Bandung: Eresco.
- Graham Murdock. 1989. *Sociology First Class Honours*. London: School of Economics.
- Granovetter M.S. 1973. "The Strength of Weak Ties", *American Journal of Sociology*. Vol. 78.
- Guo-Ming Chen dan William J. Sartosa. 2003. *Dasar-dasar Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- H.A.R. Tilaar. 1998. *Beberapa Agenda Reformasi Pendidikan Nasional dalam Perspektif Abad 21*. Magelang: Tera Indonesia.
- Hafied H. Cangara. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Raja Grafindo.
- Harsono Suwardi. 1999. *Komunikasi dalam Organisasi*. Jakarta: LPPM UI.
- Herbert F. Lionberger and Paul H. Gwin. 1989. *Communication Strategies-A Guide for Agricultural Change Agents/Strategi "Komunikasi-Pedoman bagi Penyuluh Pertanian"*. Terjemahan: Totok Mardikanto. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Ichwanudin. 1998. *Perilaku Komunikasi Petani*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- J. Arnold, C.L. Cooper, dan I.T. Robertson. 1998. *Work Psychology: Understanding Human Behaviour in The Workplace*. London: Financial Lan Robertson.
- J. Ermer dan J.H.M. Miller. 2005. *Method Validation in Pharmaceutical, Analysis A Guide to Best Practice*. Weinheim: Wiley-VCH.
- J.B. Wahyudi. 1991. *Komunikasi Jurnalistik*. Bandung: Alumni.
- Jalaluddin Rakhmat. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Jesse G. Delia. 1987. *Communication Research: A History*. Sage Publication, California: Newburry.
- John P. Simanjuntak et al. 2003. *Public Relation*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Joseph A. Devito. 1997. *Komunikasi Antarmanusia*. Kuliah Dasar. Jakarta: Professional Books.
- Judith Martin dan Thomas K. Nakayama. 2007. *Intercultural Communication in Contexts*. New York: Mc Graw Hill.
- Kamil Alfi Arifin. 2010. *Homeschooling Pendidikan Multikultural untuk Remaja*. Yogyakarta: UII Impuls.
- Katherine Miller. 2002. *Communication Theories: Perspective, Processes, and Contexts*. USA: McGraw-Hill Companies.
- Kay Deaux dan Lawrence S. Wrightsman. 1984. *Social Psychology in the 80s*. California: Cole Publishing Co.
- Kennedy Kennedy dan Cohen John E.R. 2006. *Marketing Communication/ Taktik dan Strategi*. Trj. Dermawan Soemanagara. Jakarta: Buana Ilmu Populer.



- Kluckhohn and Strodtbeck. 1961. *Variant in Value Orientation*. New York: Patterson & Co.
- Koentjaraningrat. 2003. *Pengantar Antropologi Jilid 1*. Cetakan Kedua. Jakarta: Rineka Cipta.
- Larry A. Samovar, Richard E. Porter, dan Edwin R. McDaniel. 2007. *Komunikasi Lintas Budaya*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Larry Samovar dan Richard E. Porter. 1976. *Communication Between Cultures*. Belmont, California: Wadsworth.
- Lewis R. Aiken. 1996. *Psychological Testing and Assessment*. Eight Edition. Boston: Allyn and Bacon.
- Lewis R. Aiken. 2005. *Questionnaires and Inventories: Surveying Opinions and Assessing Personality*. First Edition. New York: McGraw-Hill Company.
- Linda Beamer dan Iris Varner. 2008. *Intercultural Communication in The Global Workplace*. New York: McGraw Hill.
- Luize. 2006. *Buku Acuan Nasional Pelayanan Kesehatan Maternal dan Neonatal*. Edisi 1. Jakarta: Yayasan Bina Pustaka.
- M. Bradley, G.A. Jarrell, dan E.H. Kim. 1984. "On The Existence of An Optimal Capital Structure", *Journal of Finance*. Vol.39. No.3. hlm. 17-20.
- Magdalena S. Halim dan Boon van Ostade. 1992. *Differences in Big Five Factors of Personality between American and Indonesian Students*. Scientific Program and Abstracts. XVI Congress of the International Association for Cross-Cultural Psychology. Yogyakarta: UGM.
- Malandro dan Barker. 1983. *The Social Work Dictionary*. New York: Harper dan Row Publishers.
- Marshall McLuhan. 1964. *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw Hill.
- Merry M. Merryfield, Ellaine Jarchow, dan Sarah Pickert. 1997. *Preparing Teachers to Teach Global Perspectives: A Handbook for Teacher Educators*. California: Carwin Press, Inc.
- Miriam Steiner dan Willard M. Kniep. 1986. *Defining A Global Education by Its Content*. Social Education. NCSS.
- Nasrun Harahap. 1979. *Teknik Penilaian Hasil Belajar*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Nency Hapsari. 2007. *Pengaruh Komunikasi terhadap Peningkatan Kepuasan Kerja Karyawan Perusahaan*. Surakarta: UMS.
- Nurudin. 2004. *Komunikasi Massa*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Onong Uhcjana Effendy. 1994. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- P. Hersey dan K.H. Blanchard. 1988. *Management of Organizational Behaviour*. New Jersey: Englewood Cliffts.
- Patricia A. Adler dan Peter Adler. 1999. *Observational Techniques*, In Denzin, Norman K. dan Yvonna S. Lincoln. *Handbook of Qualitative Research*. First Editon.
- Peter F. Drucker. 1985. *Innovation and Entrepreneurship Practice and Principles*. New York: Harper & Row.
- Pradekso Rahardjo. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- R.J. Bennet dan G. Krebs. 1994. *Local Economic Development Partnerships: An Analysis of Policy*. Networks in EC-LEDA Local Employment Development Strategies, Regional Studies, No. 28.
- R.R. Fagen. 1966. *Politics and Communication*. Boston: Little Brown and Company.
- Richard West dan Lynn H. Turner. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi. Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Riswandi. 2009. *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Robert Hopper dan Jack L. Whitehead Jr. 1979. *Communication Concepts and Skills*. New York: Harper & Row.
- Roger M. Everret dan Lawrence D. Kincaid. 1981. *Communication Network Toward a New Paradigm for Research*. New York: The Free Press a Vission of Macmillan Publishing.

Rom Harre dalam Pearce. 1976. *Fisiologi*. Diterjemahkan oleh H. Susilo. Jakarta: Universitas Indonesia Press.

Rudolph F. Verderber. 1978. *Communicate*. California: Wadsworth.

Ruhy W. Brislin. 1976. *Translation: Application and Research*. New York: Gardner.

S. Neuman dan T. Yoshida. 2002. *Theories of Human Communication*. Belmont California: Wadsworth.

Said Agil Husein Al-Munawwar. 2004. *Fiqh Hubungan antar Agama*. Edisi 1. Jakarta: Ciputat Press.

Sasa Djuarsa Senjaya dkk. 2007. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Lembaga Penerbitan Univ. Terbuka.

Soedjatmoko. 1973. *Dimensi Manusia dalam Pembangunan*. Edisi 1. Jakarta: PK3ES.

Soerdjono Soekamto. 2013. *Sosiologi: Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Stella Ting-Toomey. 1999. *Communicating Across Cultures*. New York: The Guilford.

Stephen W. Little John dan Hawes. 1983. *Theories of Human Communication*. Second Edition. USA: Wadsworth.

Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss. 1996. *Human Communication Konteks-konteks Komunikasi*. Penyunting Deddy Mulyana. Edisi 1. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Sudjarwo. 1989. *Beberapa Aspek Pengembangan Sumber Belajar*. Jakarta: Sarana Pustaka.

Talcott Parsons. 1978. *Social Systems and The Evolution of Action Theory*. Bloomington and London: Indiana University Press.

Terence R. Mitchell. 1978. *People in Organizations, Under Standing Their Behavior*. New York: McGraw-Hill.

Teri Kwal Gamble dan Michael Gamble. 2005. *Communication Works*. Eighth Edition. USA: McGraw-Hill.

Utami Roesli. 2001. *Pedoman Pijat Bayi*. Edisi Revisi. Yogyakarta:

Brilliant Offset.

V. N. Parrillo. 2008. *Strangers to This Shores: Race and Ethnic Relations in the United States*. Edition 9th. New Jersey: Prentice Hall.

Vardiansyah. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Vincent dan Jandt Wasko. 1988. *The Political Economy of Information*. Medison: University of Wisconsin Press.

W. John Santrock. 1991. *Life-Span Development (Perkembangan Masa Hidup)*. Jakarta: Erlangga.

Walter Lippmann. 1992. *Public Opinion*. New York: Mc Graw-Hill Book Company Inc.

West dan Turner Turner. 2003. *Communication Theory: Analysis and Application*. Terj. Maria Natalia Damayanti Maer. Buku 2. Edisi 3.

William B. Gudykunst dan Kim (Ed.). 1983. *Intercultural Communication Theory*. Beverly Hills. California: Sage Publications.

Yant Mujiyanto. 2000. *Puspa Ragam Bahasa Indonesia (BPK)*. Surakarta: UNS Press.

## *Profil Penulis*

Aang Ridwan dilahirkan di Garut, 05 September 1974. Pendidikan yang ditempuh penulis adalah SDN Loasari Cisarupan Garut, lulus tahun 1987; SMPN 1 Cisarupan Garut, lulus tahun 1990; MAN 1 Garut, lulus tahun 1993; S1 Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Sunan Gunung Djati Bandung, lulus tahun 1998; S2 Studi Aqidah dan Pemikiran Islam IAIN Sunan Gunung Djati Bandung, lulus tahun 2004; S3 Perbandingan Agama Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, lulus tahun 2015. Selain itu, penulis pernah mondok di Pondok Pesantren Al-Hidayah Suci Karapang Pawitan Garut tahun 1990-1993 dan Pondok Pesantren Bustanul Wildan Sindang Sari Cileunyi Bandung tahun 1993-1995.

Penulis meniti karier dalam pekerjaannya pertama kali sebagai Dosen Luar Biasa tahun 1998-2007 dan menjadi Dosen tetap Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung tahun 2007 sampai sekarang. Jabatan penulis adalah Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung dari tahun 2012 sampai sekarang. Dalam pengabdian masyarakat, penulis adalah Pembimbing Umroh dan Haji Plus Khalifah Tour dari tahun 2011 sampai sekarang.

Karya yang telah dipublikasikan adalah *Humor Dalam Tablig, Sisipan yang Sarat Estetika*, diterbitkan oleh Ilmu Dakwah Academic Journal for Homiletic Studies, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SGD Bandung tahun 2010. *Adaptasi Kultural Dakwah Islam di Indonesia*, diterbitkan oleh Jurnal Ilmu Dakwah APDI (Asosiasi Profesi dakwah Islam) dan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Edisi Khusus tahun 2014. *Nabawi Masjid yang Ramah Anak*, dimuat pada rubrik Haji dan Umrah Harian Umum Pikiran Rakyat Edisi Selasa (Pahing) tanggal 11 Agustus 2015. *Tadabur Gunung Uhud*, dimuat pada rubrik Haji dan Umrah Harian Umum Pikiran Rakyat Edisi Selasa (Kliwon) tanggal 8 September 2015. *Hikmah Hidup di Qiblatain*, dimuat pada rubrik Haji dan Umrah Harian Umum Pikiran Rakyat Edisi Selasa (Manis) 3 November 2015. *Cara Praktis Menjadi Mubaligh*, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Bandung dan Penerbit Sajjad, 2010. *Kumpulan Materi Dakwah Pilihan*, Arsad Press, 2011. *Daiklopedia; Kamus Singkat Menuju Dai Unggul*, Arsad Press 2012. *Filsafat Komunikasi*, Pustaka Setia, 2012. *Panduan Praktis Kitabah; Seni Dakwah Bi al-Qalam*, Arsad Press, 2012. *Dakwah di Media Elektronika*, Arsad Press, 2012. *Sambutan-Sambutan Perayaan Syukuran Islami*, Pustaka Setia, 2012. *Stand Up Comedy Ala Santri*, Arsad Press, 2013.