

**LAPORAN KUNJUNGAN INDUSTRI**  
**PENGARUH BUDAYA TERHADAP PRAKTIK KOMUNIKASI**  
**DI UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**



**Dosen Pembimbing : Prof.Dr. Isnawijayani, M.Si.,Ph.D**

**Oleh :**

**Noalina Mursese**

**NIM : 181910010**

**UNIVERSITAS BINA DARMA PALEMBANG**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**TAHUN 2020/2021**

## **HALAMAN PENGESAHAN**

**Judul : Pengaruh Budaya Terhadap Praktik Komunikasi Di Universitas 17  
Agustus 1945 Surabaya**

**Nama : Novalina Mursese**

**NIM : 181910010**

Laporan Kunjungan Industri (KI) telah diperiksa dan mendapat persetujuan oleh Pembimbing dan Kepala Bidang Studi.

Disahkan di Palembang

Pada Tanggal

Dosen Pembimbing

Pembimbing Lapangan

Prof.Dr. Isnawijayani, M.Si.,Ph.D

Dr. Desy Misnawati,M.Si

Mengetahui  
Kepala Bidang Studi

Dr. Desy Misnawati,M.Si

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur terhadap kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kita nikmat serta hidayah-Nya, sehingga penyusunan Laporan Kunjungan Industri (KI) di Universitas 17 Agustus 1945, Surabaya dapat terselesaikan dengan baik tanpa masalah yang berarti.

Maksud serta tujuan dari adanya penyusunan Laporan Kunjungan Industri ini adalah sebagai tugas serta untuk melengkapi persyaratan yang akan digunakan untuk nilai.

Adapun penyusunan dari Laporan Kunjungan Industri berdasarkan dari data-data yang kita peroleh selama rangkaian Kunjungan Industri, serta data-data dan keterangan dari pembimbing. Kami sangat menyadari jika dalam penyusunan Laporan Kunjungan Industri (KI) tidak lepas dari dukungan oleh berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini kami menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dosen pembimbing laporan ,Prof.Dr. Isnawijayani, M.Si.,Ph.D
2. Dosen pembimbing lapangan, Dr. Desy Misnawati,M.Si
3. Teman – teman Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma
4. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Akhirnya, penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan laporan kunjungan industri masih terdapat banyak kekurangan. Karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan kami, untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca sangat diharapkan demi kesempurnaan penyusunan Laporan kunjungan Industri ini Demikian kata pengantar ini kami buat, semoga dapat bermanfaat, khususnya bagi diri pribadi kami sendiri dan pembaca pada umumnya.

## Contents

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
BAB I PENDAHULUAN.....	5
<b>Latar Belakang .....</b>	<b>5</b>
<b>1.2. Tujuan dan Manfaat .....</b>	<b>2</b>
<b>1.3. Metode Pengumpulan Data .....</b>	<b>2</b>
<b>1.4. Waktu Dan Tempat Pelaksanaan.....</b>	<b>3</b>
BAB II GAMBARAN UMUM DAN PEMBAHASAN .....	4
<b>2.1. Gambaran Umum .....</b>	<b>4</b>
2.1.1 Sejarah Universitas 17 Agustus 1945.....	6
2.1.2. Program Kegiatan.....	8
2.1.3. Hasil Temuan Dilapangan.....	8
<b>2.2 Pembahasan.....</b>	<b>9</b>
2.2.1 Teori .....	23
BAB III PENUTUP .....	26
<b>3.1. Kesimpulan .....</b>	<b>26</b>
<b>3.2 Saran.....</b>	<b>26</b>
DAFTAR PUSTAKA .....	27
LAMPIRAN.....	28

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Setiap hari dimanapun kita berada tidak bisa terlepas dari komunikasi. Namun dalam melakukan komunikasi tidak setiap orang terampil melakukannya dengan efektif. Hal ini terlebih lagi bila orang yang terlibat dalam komunikasi itu berbeda budaya, kesalahan dalam memahami pesan, perilaku atau peristiwa komunikasi tidak bisa dihindari. Kesalahan ini dapat menyebabkan terjadinya suasana yang tidak diharapkan bahkan dapat menimbulkan pertikaian yang menjurus munculnya konflik sosial.

Budaya yang dimiliki seseorang sangat menentukan bagaimana cara kita berkomunikasi, artinya cara seseorang dalam berkomunikasi dengan orang lain apakah dengan orang yang sama budaya maupun dengan orang yang berbeda budaya, karakter budaya yang sudah tertanam sejak kecil sulit untuk dihilangkan, karena budaya adalah suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sebuah kelompok orang dan diwariskan dari generasi ke generasi. Dengan demikian konstruksi budaya yang dimiliki oleh seseorang itu, diperoleh sejak masih bayi sampai ke liang lahat, dan ini sangat mempengaruhi cara berpikir, berperilaku orang yang bersangkutan dalam berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang yang berbeda budaya. Bahkan benturan persepsi antar budaya sering kita alami sehari-hari, dan bilamana akibatnya fatal kita cenderung menganggap orang yang berbeda budaya tersebut salah, aneh tidak

mengerti maksud kita. Hal ini terjadi karena, kita cenderung memandang perilaku orang lain dalam konteks latar belakang kita sendiri dan karena bersifat subyektif.

Untuk menghindari kesalahpahaman sehingga tidak menimbulkan benturan persepsi antarbudaya diantara orang yang berbeda budaya, maka kita dituntut secara obyektif untuk mengenali perbedaan dan keunikan budaya sendiri dan orang lain dengan mempelajari berbagai karakteristik budaya, diantaranya yaitu: komunikasi dan budaya, penampilan dan pakaian, makanan dan kebiasaan makan, waktu dan kesadaran waktu, penghargaan dan pengakuan nilai, dan norma, rasa diri dan ruang, proses mental dan belajar, dan kepercayaan dan sikap.

Khususnya dilingkungan kampus. Yang mana didalam lingkungan kampus terdapat berbagai macam suku dan budaya.

## **1.2. Tujuan dan Manfaat**

- a) Memahami bagaimana perbedaan latar belakang sosial budaya mempengaruhi praktik komunikasi.
- b) Mengidentifikasi kesulitan-kesulitan yang muncul dalam komunikasi antar budaya
- c) Meningkatkan keterampilan verbal dan nonverbal dalam berkomunikasi
- d) Menjadikan kita mampu berkomunikasi efektif
- e) Menyadarkan kita agar selalu melestarikan budaya

## **1.3. Metode Pengumpulan Data**

Dalam pembuatan laporan ini penulis menggunakan 2 macam metode, yaitu:

1. Metode observasi/pengamatan

Dalam metode ini penulis mengambil atau mengumpulkan data dan bahan untuk pembuatan laporan dengan cara mengamati langsung Universitas tersebut.

2. Browsing di internet

#### **1.4. Waktu Dan Tempat Pelaksanaan**

Kegiatan kunjungan Industri di Universitas 17 Agustus 1945 ini di laksanakan pada:

Hari : Senin

Tanggal : 27 Januari 2020

Jam : 08.00 -10.30 WIB

Tempat : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM DAN PEMBAHASAN**

#### **2.1. Gambaran Umum**

Manusia selalu melakukan interaksi karena pada dasarnya manusia merupakan makhluk sosial, di mana dalam interaksi sosial terjalin hubungan timbal-balik antara dua orang atau lebih dan masing-masing orang yang terlibat di dalamnya memainkan perannya secara aktif. Salah satu syarat terjadinya interaksi adalah melalui komunikasi, yang merupakan hal penting dalam kehidupan karena menunjang interaksi sosial. Komunikasi merupakan rangkaian proses pertukaran informasi dari komunikator kepada komunikan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam proses komunikasi tersebut bertujuan untuk mencapai saling pengertian antara kedua pihak yang terlibat dalam proses komunikasi. Namun manusia dalam melakukan interaksi melalui komunikasi kadang kala merasakan komunikasi itu tidak berjalan efektif di karenakan kesalahan dalam penafsiran pesan oleh komunikan (penerima pesan) di sebabkan oleh setiap persepsi individu yang berbeda. Hal ini dapat dipengaruhi oleh adanya keberanekaragaman manusia yang masing-masing masih memegang erat budayanya. Budaya merupakan segala sesuatu yang dihasilkan oleh akal budi (pikiran) manusia, Setiap manusia hidup dalam suatu lingkungan sosial budaya tertentu dan budaya itu senantiasa memberlakukan adanya nilai-nilai sosial budaya yang dianut oleh warga masyarakat. Kekuatan nilai-nilai maupun segala

sumberdaya sosial budaya membentuk dan mempengaruhi tingkah laku individu dalam melakukan interaksi. Sebagai makhluk sosial yang hidup berkelompok dan berkomunikasi dengan sesamanya, manusia/masyarakat itu juga terdiri dari latar belakang budaya yang berbeda. Mereka saling berinteraksi baik secara langsung maupun melalui media massa karena dewasa ini perkembangan dunia saat ini menuju ke arah “desa dunia” (global village) yang hampir tidak memiliki batas-batas lagi sebagai akibat dari perkembangan teknologi modern, khususnya teknologi komunikasi. Bersamaan dengan pertukaran informasi tersebut terjadi pula proses pertukaran nilai-nilai sosial budaya sehingga hal ini menimbulkan anggapan bahwa komunikasi antarbudaya saat ini sangat penting di bandingkan masa-masa sebelumnya. Komunikasi antarbudaya yaitu proses komunikasi yang melibatkan orang-orang yang berasal dari latar belakang sosial budaya yang berbeda. Dalam keadaan ini komunikator dan komunikan sering dihadapkan pada kesalahan penafsiran pesan, karena masing-masing individu memiliki budaya berbeda, karenanya ikut menentukan tujuan hidup yang berbeda, juga menentukan cara berkomunikasi kita yang sangat dipengaruhi oleh bahasa, aturan dan norma yang ada pada masing-masing budaya. Dalam komunikasi antarbudaya menggunakan komunikasi verbal (bahasa) yaitu lambang terpenting yang dapat disampaikan secara langsung dengan berbicara ataupun tertulis, bahasa merupakan sarana dalam melakukan interaksi untuk mengkomunikasikan pikiran dan perasaan kita. Perbedaan persepsi tentang suatu hal dapat disepakati bersama dengan menggunakan sarana bahasa dan bahasa hanya dapat digunakan bila ada kesepakatan di antara pengguna bahasa.

### **2.1.1 Sejarah Universitas 17 Agustus 1945**

Badan penyelenggara pendidikan adalah Yayasan Perguruan 17 Agustus 1945 Surabaya yang disingkat YPTA. YPTA didirikan pada tanggal 17 Agustus 1954 yang pada awalnya membina SMA dan SGA. Yayasan didirikan oleh beberapa orang yang berpandangan nasionalis yang menyadari kondisi masyarakat dan bangsa Indonesia yang baru terlepas dari penjajahan. Para pendiri yayasan menyadari bahwa pada masa penjajahan Belanda maupun Jepang, masyarakat yang dapat menikmati pendidikan sangat terbatas. Oleh karena itu didirikan yayasan yang bergerak di bidang pendidikan dalam rangka : "Ikut seta mencerdaskan kehidupan bangsa dalam rangka mengentas masyarakat dari kebodohan dan kemiskinan untuk mewujudkan masyarakat adil dan makmur". Pada tanggal 10 november 1958, YPTA membuka akademi administrasi Negara dan Niaga (AANN) dengan jumlah mahasiswa pada tahun pertama sebanyak 80 orang. Pemilihan jurusan disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat pada saat itu dan penetapan kurikulum sesuai dengan arahan dari Lembaga Administrasi Negara (LAN) di Jakarta. Pada tahun 1962 AANN Surabaya digabung dengan Universitas 17 Agustus 1945 (UNITA) Jakarta dengan kedudukan sebagai cabang dengan nama "Akademi Administrasi Negara dan Niaga Universitas 1945 Cabang Surabaya disingkat AKADIANN.

Pada tahun 1964 AKADIANN berkembang menjadi Fakultas Ketatanegaraan dan Ketataniagaan (FKK). Selama periode 1963/1966 berdiri Fakultas Ekonomi, Fakultas Teknik Sipil, Fakultas Sosial Politik Jurusan

Publisistik dan Fakultas Kedokteran Hewan. Semua fakultas tersebut bersatus terdaftar dan merupakan cabang dari Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta. Dengan dibentuknya Yayasan Perguruan 17 Agustus 1945 Surabaya dengan Akta Notaris R. Yuliman Reksohadi No. 14 tanggal 30 Mei 1966 dan mendasarkan pada UU No. 22 Tahun 1961 tentang Perguruan Tinggi (Lembaran Negara Tahun 1961 No. 302) Untag Surabaya memisahkan diri dan tidak lagi merupakan cabang dari Untag Jakarta. Pada tanggal 5 Oktober 1977 diterbitkan Surat Keputusan Rektor No. 789/UNTAG/K/1977 yang menetapkan Statuta Untag Surabaya dan menyatakan tidak berlaku lagi Statuta Umum Universitas 17 Agustus 1945 Induk Jakarta yang ditetapkan di Semarang pada tanggal 6 Juli 1969. Dalam perjalanannya, Fakultas-Fakultas tersebut ada yang mengalami perubahan, penutupan, perkembangan dan penambahan sampai keberadaannya yang sekarang. Dengan berlakunya UU No. 2 Tahun 1989 (Lembar Negara tahun 1989 No. 6) tentang Sistem Pendidikan Nasional, maka UU No. 2 Tahun 1961 dinyatakan tidak berlaku lagi. Statuta Untag Surabaya yang telah disahkan oleh Menteri Pendidikan dan kebudayaan RI dengan SK. No.0722/u/1977, Tanggal 31 Desember 1977 pun harus disesuaikan kembali. Statuta Untag Surabaya sekarang adalah statuta yang mengalami perubahan sesuai dengan perkembangan yang ada terutama UU No. 20 Tahun 2003 dan PP No. 60. Tahun 1999.

### 2.1.2. Program Kegiatan

Jam / waktu	Kegiatan
08.00 – 08.30	Berangkat menuju Universitas 17 Agustus 1945
08.45 – 10.00	Diskusi bersama tentang Public Relations
10.00 – 11.30	Pengenalan dan diskusi bersama HIMAKOTA serta room tour fasilitas di Universitas 17 Agustus 1945
11.30 – 11.45	Foto Bersama
11.45 – 12.15	Menuju ke JVN Jawa Timur
15.00 – 15.30	Menuju ke MetroTV Jawa Timur
17.00 – 18.15	Menuju ke Malang

### 2.1.3. Hasil Temuan Dilapangan



Komunikasi antarbudaya tidak hanya terjadi di lingkungan masyarakat secara umum tetapi terjadi juga dalam lingkungan pendidikan, salah satunya di

kampus Universitas 17 Agustus 1945, warga kampus yang ada di dalamnya terdiri dari latar belakang sosial budaya yang berbeda baik yang berasal dari Surabaya itu sendiri dan juga dari beberapa daerah diseluruh Indonesia. Dalam perkuliahan terjadi proses interaksi antar mahasiswa maupun dosen dan karyawan. Tujuan dari interaksi yang dilakukan adalah untuk memenuhi kebutuhan informasi. Namun dalam melakukan interaksi baik secara langsung maupun menggunakan media dari dua individu yang berbeda latar belakang sosial budaya ini sering terjadi kesalahpahaman dalam penafsiran makna yang disebabkan karena masing-masing memiliki budaya yang berbeda sehingga mempengaruhi keefektifan dalam melakukan komunikasi.

Maka dari itu Universitas 17 Agustus 1945 melalui Instruksi Rektor Nomor 1128/K/Um/VIII/2019 , yang menyatakan bahwa dalam rangka meningkatkan rasa nasionalisme di lingkungan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, maka diinstruksikan kepada seluruh pejabat struktural akademik, struktural administrasi, dan tenaga kependidikan di lingkungan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya untuk mengenakan pakaian adat. Instruksi untuk mengenakan pakaian adat ini berlaku setiap hari Selasa pada Minggu keempat setiap bulan.

Seperti halnya Indonesia yang terdiri dari berbagai suku dan budaya, begitu pula di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang keluarga besarnya terdiri dari berbagai suku dan budaya.

## **2.2 Pembahasan**

### **Pengertian Komunikasi**

Kata komunikasi berasal dari bahasa Latin *communication* yang berarti ‘pemberitahuan’ atau ‘pertukaran pikiran’. Jadi secara garis besar dalam suatu proses e-journal “Acta Diurna” Volume V. No.3. Tahun 2016 komunikasi haruslah terdapat unsur-unsur kesamaan agar terjadi suatu pertukaran pikiran dan pengertian antara komunikator (penyebarnya) dan penerima pesan (Suprpto, 2011:5). Rogers bersama D. Lawrence Kincaid dalam (Cangara, 2011:59) melahirkan definisi baru yang menyatakan bahwa: “Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba saling pengertian yang mendalam”.

### **Pengertian Komunikasi Antarbudaya**

Tubbs dan Moss dalam (Sihabudin 2013:13) komunikasi antarbudaya merupakan komunikasi antar orang-orang yang berbeda budaya (baik dalam arti ras, etnik ataupun perbedaan sosioekonomi). Menurut Young Yung Kim dalam (Suranto 2010:32) komunikasi antarbudaya menunjukkan pada suatu fenomena komunikasi dimana para pesertanya memiliki latar belakang budaya yang berbeda terlibat dalam suatu kontak antara satu dengan yang lainnya, baik secara langsung atau tidak langsung.

Berbicara masalah komunikasi antar budaya tidak dapat dipisahkan dari pengertian kebudayaan (budaya). Komunikasi dan kebudayaan tidak hanya sekedar dua kata tetapi dua konsep yang tidak bisa dipisahkan. Bahkan untuk

merumuskan budaya saja, Godykunts dan Yun Kim (1992:3) menyebut bahwa “*more than one hundred defenition of the term have been sugeested*”. Sementara komunikasi itu sendiri begitu beragam dan kontroversi dalam pendefensiannya, atau dengan kata lain di antara para ahli komunikasi belum ada keseragaman. Tapi yang jelas menurut William B. Hart II (dalam Liliweri, 2003:8) menyatakan bahwa studi komunikasi antar budaya dapat diartikan sebagai studi yang menekankan pada efek kebudayaan terhadap komunikasi. Bahkan Edward T Hall (dalam Khotimah, 2000:48) dengan tegas menyatakan bahwa “*culture is communication and is cultur*”.

Komunikasi antar budaya adalah komunikasi antara orang-orang yang berbeda budaya (baik dalam arti ras, etnik, atau perbedaan-perbedaan sosioekonomi)(Mulyana, 2001:v). Sedangkan menurut Liliweri (2003:9) komunikasi antarbudaya adalah proses pengalihan pesan yang dilakukan seseorang melalui saluran tertentu kepada orang lain yang keduanya berasal dari latar belakang budaya yang berbeda dan menghasilkan efek tertentu. Sementara itu menurut Dodd (1991:5) bahwa komunikasi antarbudaya meliputi komunikasi yang melibatkan peserta komunikasi yang mewakili pribadi, antarpribadi, dan kelompok, dengan tekanan pada perbedaan latar belakang kebudayaan yang mempengaruhi perilaku komunikasi para peserta.

Berdasar pendapat yang dikemukakan oleh Mulyana dan Liliweri tersebut memberi pemahaman bahwa komunikasi antar budaya terjadi antara orang-orang yang berbeda budaya, ras, bahasa, agama, tingkat pendidikan, status sosial, atau bahkan jenis kelamin, serta berkaitan erat dengan komunikasi insani (*human communication*), sebagaimana yang diungkapkan oleh Somavar dan Porter (1991:10), yang menyatakan bahwa “*to understands intercultural interaction one must first understand human communication*”

Dalam hal komunikasi antar budaya Fisher (dalam Mulyana dan Rakhmad, 2001:45) juga mengemukakan bahwa selain memandang kedudukan komunikator dan komunikan maka terhadap faktor lain yaitu pesan. Pesan ditujukan dalam perilaku komunikasi antar budaya bukan sekedar pesan karena pengaruh folkways pribadi tetapi pengaruh folkways m asyarakatnya. Pesan itu

sama dengan simbol budaya masyarakat yang melingkupi suatu pribadi tertentu ketika ia berkomunikasi antarbudaya. Dengan demikian sikap, perilaku, tindakan seseorang dalam komunikasi antar budaya bukan merupakan sikap, perilaku, tindakan pribadi melainkan simbol dari masyarakatnya. Pesan dalam komunikasi antar budaya merupakan simbol-simbol yang di dalamnya terkandung karakteristik komunikator yang terdengar atau terlihat dalam pengalaman proses komunikasi antar pribadi di antara mereka yang berbeda etniknya.

Dalam komunikasi antarbudaya menurut Liliweri (2003:12) semakin besar derajat perbedaan antarbudaya maka semakin besar pula kehilangan peluang untuk merumuskan suatu tingkat kepastian sebuah komunikasi yang efektif, jadi harus ada jaminan terhadap akurasi interpretasi pesan-pesan verbal maupun nonverbal. Hal ini disebabkan ketika kita berkomunikasi dengan seseorang dari kebudayaan yang berbeda, maka kita memiliki pula perbedaan dalam sejumlah hal, misalnya derajat pengetahuan, derajat kesulitan dalam peramalan, derajat ambiguitas, kebingungan, suasana misterius yang tak dapat dijelaskan, tidak bermanfaat bahkan tidak bersahabat.

Karena itulah menurut Schraman (dalam Mulyana dan Rakhmat, 2001:6-7), untuk mencapai komunikasi antarbudaya yang benar-benar efektif ada beberapa hal yang harus kita perhatikan, yaitu: (1) menghormati anggota budaya lain sebagai manusia; (2) menghormati budaya lain sebagaimana apa adanya dan bukan sebagaimana yang dikehendaki; (3) menghormati hak anggota budaya lain untuk bertindak berbeda dari cara bertindak; dan (4) komunikator lintas budaya yang kompeten harus belajar menyenangi hidup bersama orang dari budaya lain.

Selanjutnya DeVito (1997:480-481), menggunakan istilah komunikasi antarbudaya secara luas untuk mencakup semua bentuk komunikasi di antara orang-orang yang berasal dari kelompok yang berbeda selain juga secara sempit yang mencakup bidang komunikasi antar kultur yang berbeda, sebagai berikut: (1) Komunikasi antarbudaya – misalnya, antar orang Cina dan Portugis, atau antara orang Perancis dan Norwegia; (2) Komunikasi antarras yang berbeda (kadang-kadang dinamaka komunikasi antarras), - misalnya, antara orang kulit putih dengan orang kulit hitam; (3) Komunikasi antar kelompok etnis yang berbeda

)kadang-kadang dinamakan komunikasi antar etnis) – misalnya, antara orang Amerika keturunan Italia dengan orang Amerika keturunan Jerman; (4) Komunikasi antar kelompok agama yang berbeda – misalnya, antara orang katolik Roma dengan Epsikop, atau antara orang Islam dan orang Yahudi; (5) Komunikasi antara bangsa yang berbeda (kadang-kadang dinamakan komunikasi internasional)- misalnya, antara Amerika Serikat dan Meksiko, atau antara Perancis dan Italia; (6) Komunikasi antara subkultur yang berbeda dan kultur yang dominan-misalnya, antara kaum homoseks dan kaum heteroseks, atau antara kaum manula dan kaum muda; (7) Komunikasi antara jenis kelamin yang berbeda – antara pria dan wanita.

Dari berbagai uraian itu, dapat memberi pemahaman bahwa orang-orang yang dipengaruhi kultur dan subkultur yang berbeda akan berkomunikasi secara berbeda. Perbedaan kultur dan subkultur menjadi sumber untuk memperkaya pengalaman komunikasi dan bukan sebagai penghambat dalam interaksi. Untuk itu perlu memahami dan menghargai perbedaan-perbedaan tersebut.

Ada tiga hal penting yang perlu diperhatikan dalam memahami komunikasi antarbudaya, yaitu persepsi, komunikasi verbal, dan komunikasi nonverbal. Ketiga elemen ini merupakan bangunan dasar yang menyebabkan kegagalan, sekaligus keberhasilan komunikasi antar budaya.

## **1. Persepsi**

Persepsi adalah proses mengungkap arti objek-objek sosial dan kejadian-kejadian yang kita alami dalam lingkungan kita. Setiap orang akan memiliki gambaran yang berbeda mengenai realitas di sekelilingnya. Persepsi sosial tidaklah sesederhana persepsi terhadap lingkungan fisik. Persepsi sosial, yang muncul dalam komunikasi mengandung beberapa prinsip penting (Mulyana, 2003:176), yaitu: (a) persepsi berdasar pengalaman; (b) persepsi bersifat selektif; (c) persepsi bersifat dugaan; (d) persepsi bersifat evaluatif; dan (e) persepsi bersifat kontekstual.

### **a. Persepsi berdasarkan pengalaman**

Persepsi manusia terhadap seseorang, objek, atau kejadian dan reaksi mereka terhadap hal-hal itu berdasarkan pengalaman/pembelajaran masa lalu mereka berkaitan dengan orang, objek atau kejadian serupa. Cara seseorang menilai wanita ideal, suami ideal, pekerjaan, sekolah, perilaku yang pantas, cara berpakaian yang lazim dan lain sebagainya sangat tergantung pada apa yang telah di ajarkan oleh budaya dimana orang tersebut berada.

Ilustrasi berikut ini memperjelas prinsip ini. Orang Barat yang terbiasa makan dengan sendok, garpu dan pisau akan menganggap orang Timur yang makan dengan tangan sebagai hal jorok, meskipun alat-alat makan yang mereka gunakan sudah sering digunakan orang lain, sementara orang Timur yang makan yang selalu menggunakan tangannya sendiri yang belum pernah digunakan orang lain. Di Barat umumnya, juga sebagian besar wilayah Indonesia, bersendawa ketika atau setelah makan adalah perilaku yang tidak sopan, bahkan di Swedia seorang tamu yang bersendawa se usai makan dapat membuat nyonya rumah pingsan, sementara di Arab, Cina, Jepang, dan Fiji, juga di Aceh dan Sumatera Barat, bersendawa malah di anjurkan karena hal itu menanamkan penerimaan makanan dan kepuasan makan.

Demikian juga dalam berbicara dengan intonasi yang tinggi, bagi orang Jawa dinilai kurang begitu sopan, namun beberapa kultur seperti orang Sulawesi, Sumatera, Kalimantan adalah sebuah kewajaran.

### **b. Persepsi Bersifat Selektif**

Setiap saat seseorang akan diberondongi oleh jutaan rangsangan inderawi. Untunglah ada atensi pada manusia, sehingga orang hanya akan menangkap rangsangan-rangsangan yang menarik perhatiannya saja. Ada dua faktor yang mempengaruhi atensi ini, yaitu (1) faktor internal; dan (2) faktor eksternal. Faktor internal antara lain dipengaruhi oleh faktor biologis (lapar, haus

dan sebagainya); faktor fisiologis (tinggi, pendek, gemuk, kurus, sehat, sakit, lelah, penglihatan atau pendengaran kurang sempurna, cacat tubuh dan sebagainya); dan faktor-faktor sosial budaya seperti gender, agama, tingkat pendidikan, pekerjaan, penghasilan, peranan, status sosial, pengalaman masa lalu, kebiasaan dan bahkan faktor-faktor psikologis seperti kemauan, keinginan, motivasi, pengharapan dan sebagainya. Semakin besar perbedaan aspek-aspek tersebut secara antar individu, semakin besar perbedaan persepsi mereka mengenai realitas.

Faktor eksternal yang mempengaruhi orang dalam melakukan persepsi terhadap suatu obyek, yakni atribut-atribut objek yang dipersepsi seperti gerakan, intensitas, kontras, kebaruan, dan perulangan objek yang dipersepsi. Suatu obyek yang bergerak lebih menarik perhatian dari pada objek yang diam. Misalnya kita lebih menyenangi televisi sebagai gambar bergerak dari pada komik sebagai gambar diam. Demikian juga dengan suatu rangsangan yang intensitasnya menonjol juga akan menarik perhatian, seseorang yang bersuara paling keras, yang tubuhnya paling gemuk, yang kulitnya hitam, atau yang wajahnya paling cantik akan menarik perhatian kita.

Dalam pada itu, terhadap orang atau objek yang penampilannya lain dari pada yang lain (kontras), juga akan menarik perhatian, seperti seorang bule, orang berkulit hitam di antara orang-orang yang berkulit putih, seorang wanita yang berjilbab, wanita berbikini di antara wanita-wanita lain yang berpakaian lebih sopan di pantai, pemuda yang sebelah telinganya beranting di antara teman-temannya yang tidak berpenampilan demikian. Demikian juga dengan hal kebaruan merupakan suatu unsur objek yang menimbulkan perhatian, tampak jelas ketika kita melihat seorang mahasiswa baru yang lebih menarik perhatian dari pada mahasiswa lama yang sudah dikenal. Pun kita cenderung memperhatikan sesuatu yang baru misalnya baju baru yang dipakainya, mobil baru yang dibawanya.

Suatu peristiwa yang selalu berulang-ulang jelas lebih potensial untuk diperhatikan, sehingga memungkinkan untuk mudah mengingat terhadap objek yang menjadi perhatian. Seperti iklan-iklan sebuah produk yang

ditayangkan secara berulang-ulang di televisi, akan lebih mendorong untuk membeli barang yang di iklankan.

### **c. Persepsi Bersifat Dugaan**

Data yang diperoleh mengenai objek lewat penginderaan tidak pernah lengkap, seringkali menyebabkan persepsi merupakan loncatan langsung pada kesimpulan. Proses ini menyebabkan orang menafsirkan suatu objek lebih lengkap. Misalnya kita melihat sebuah pesawat terbang di angkasa, kita tidak melihat awak pesawat dan penumpangnya. Namun kita telah berulang kali melihat pesawat terbang di angkasa yang menunjukkan bahwa setidaknya terdapat awak pesawat yang menerbangkan pesawat itu. Demikian juga ketika kita melihat bila ada sebuah kapal laut dari kejauhan, kita langsung membayangkan ada sejumlah orang di dalamnya, ada sejumlah mobil dan peralatan kapal seperti skoci dan sebagainya.

### **d. Persepsi Bersifat Evaluatif**

Kebanyakan orang menjalani hari-hari mereka dengan perasaan bahwa apa yang mereka persepsi adalah nyata. Mereka beranggapan bahwa menerima pesan dan menafsirkannya sebagai suatu proses yang alamiah. Sehingga derajat tertentu anggapan itu benar, akan tetapi kadang-kadang alat-alat indra dan persepsi kita menipu kita sehingga kita juga ragu seberapa dekat persepsi dengan realitas yang sebenarnya. Atau dengan kata lain bahwa dalam mempersepsi suatu objek tidak akan pernah terjadi secara objektif, hal ini karena dalam mempersepsi sangat dipengaruhi pengalaman masa lalu dan kepentingan pribadi.

Persepsi bersifat pribadi dan subyektif. Menurut Andrea I. Rich (dalam Mulyana, 2003:189) persepsi pada dasarnya mewakili keadaan fisik dan psikologis individu alih-alih menunjukkan karakteristik dan kualitas mutlak objek

yang dipersepsi. Misalnya bila kita pendiam, kita cenderung menilai orang yang periang sebagai orang yang supel dan mudah bergaul, dan sebaliknya.

#### **e. Persepsi Bersifat Kontekstual**

Suatu rangsangan dari luar harus di organisasikan. Dari semua pengaruh yang ada dalam persepsi kita, konteks merupakan salah satu pengaruh paling kuat. Konteks yang melingkupi kita ketika dalam melihat suatu kejadian atau objek sangat mempengaruhi struktur kognitif, pengharapan dan oleh karenanya juga persepsi kita. Persepsi bersifat kontekstual ini menggunakan prinsip-prinsip: (1) kontekstual dalam pengertian struktur objek, atau kejadian berdasarkan prinsip kemiripan atau kedekatan dan kelengkapan; (2) kontekstual dalam arti, kita cenderung mempersepsi suatu rangsangan, atau kejadian misalnya ketika kita mengisi teka-teki silang (TTS), prinsip ini jelas berlaku.

Menurut Somavar dan Porter (1991:106); Mulyana (2003:197) bahwa ada enam unsur budaya yang secara langsung mempengaruhi persepsi kita ketika berkomunikasi dengan orang dari budaya lain, yaitu: (1) kepercayaan (*beliefs*), nilai (*values*), dan sikap (*attitudes*); (2) pandangan dunia (*worldview*); (3) organisasi sosial (*social organization*); (4) tabiat manusia (*human nature*); (5) orientasi kegiatan (*activity orientation*); (6) persepsi tentang diri dan orang lain (*perception of self and others*).

Kepercayaan adalah anggapan subjektif bahwa suatu objek atau peristiwa punya ciri atau nilai tertentu, dengan atau tanpa bukti. Kepercayaan sifatnya tidak terbatas, misalnya Tuhan itu Esa, Adam adalah manusia pertama di muka bumi, AIDS adalah penyakit berbahaya atau kemampuan berbahasa Inggris itu penting untuk meniti karier. Nilai adalah komponen evaluatif dari kepercayaan yang mencakup kegunaan, kebaikan, estetika, dan kepuasan. Jadi nilai bersifat normatif, memberitahu suatu anggota budaya mengenai apa yang baik dan buruk, benar dan salah, siapa yang harus dibela, apa yang harus diperjuangkan, apa yang mesti kita takuti, dan sebagainya.

Nilai biasanya bersumber dari isu filosofis yang lebih besar yang merupakan bagian dari lingkungan budaya, karena itu nilai bersifat stabil dan sulit berubah. Misalnya, berdasarkan pandangan mereka yang individualis, orang Barat lebih mengagung-agungkan privasi dari pada orang-orang Timur.

Pandangan dunia adalah orientasi budaya terhadap Tuhan, kehidupan, kematian, alam semesta, kebenaran, materi (kekayaan), dan isu-isu filosofis lainnya yang berkaitan dengan kehidupan (Somavar dan Porter, 1991:84). Pandangan dunia mencakup agama dan ideologi. Berbagai agama dunia punya konsep ketuhanan dan kenabian yang berbeda. Ideologi-ideologi berbeda juga punya konsep berbeda mengenai bagaimana hubungan antara manusia yang satu dengan manusia lainnya. Maka pandangan dunia merupakan unsur penting yang mempengaruhi persepsi seseorang ketika berkomunikasi dengan orang lain, khususnya yang berbeda budaya (Mulyana, 2003:202).

Organisasi sosial apakah yang sifatnya formal ataupun informal, juga mempengaruhi kita dalam mempersepsi dunia dan kehidupan ini yang pada gilirannya mempengaruhi perilaku kita. Menurut Mulyana (2003:204) lembaga informal yang mempengaruhi persepsi dan perilaku kita adalah keluarga, sedangkan lembaga formal adalah pemerintah. Perangkat aturan meskipun tidak tertulis yang di tetapkan keluarga sangat mempengaruhi kita dalam berkomunikasi. Demikian juga perangkat aturan yang di keluarkan oleh pemerintah baik tertulis maupun tidak juga memiliki pengaruh yang sama dalam persepsi dan perilaku kita. Pemerintah melalui aturan-aturannya, himgga derajat tertentu menetapkan norma komunikasi warganya baik komunikasi langsung maupun komunikasi bermedia, termasuk komunikasi massa.

Setiap negara biasanya memiliki suatu sistem komunikasi tertentu, di negara Barat umumnya menganut sistem komunikasi lebertarian yaitu orang-orang berkomunikasi lebih bebas. Negara-negara otoriter media massa masih dikendalikan pemerintah, orang tidak bebas menyiarkan informasi kepada masyarakat luas, bahkan penulisan sejarahpun harus disetujui oleh pemerintah yang sah.

Di samping kedua lembaga tersebut menurut Mulyana (2003:205) yang juga dapat mempengaruhi persepsi kita adalah lembaga pendidikan (sekolah, universitas), komunitas agama (dalam islam terdapat Sunni, Syiah, Nahdatul Ulama, Muhammadiyah, Persis dan dalam Kristen terdapat Katolik, Protestan, Advent, Pantekosta, Saksi Yohava), komunitas atnik (Jawa, batak Minangkabau, Sunda, Melayu), kelas sosial dan partai politik.

Pandangan kita tentang siapa kita, bagaimana sifat atau watak juga mempengaruhi cara kita mempersepsi lingkungan fisik dan sosial kita. Kaum muslim misalnya, berpandangan bahwa manusia adalah makhluk yang paling mulia dibandingkan dengan makhluk-makhluk lainnya seperti malaikat, jin, hewan dan tumbuh-tumbuhan, karena manusia diberkahi oleh akal. Namun kemuliaan itu menurut Mulyana (2003:206) hanya dapat diperoleh bilamana manusia beriman dan beramal saleh (mempergunakan akalnya dengan cara benar), sebaliknya bilamana dalam kegiatannya selalu menurut hawa nafsu, maka mereka adalah makhluk yang paling rendah derajatnya.

Demikian juga dalam memandang manusia, bahwa kaum muslim berpendapat bahwa manusia lahir dalam keadaan suci bersih, sementara golongan Kristen berpendapat bahwa manusia itu mewarisi dosa Adam dan Hawa. Sebagian kelompok lagi punya pendapat yang berebeda-beda tentang manusia, misalnya ada golongan yang berpendapat bahwa manusia pada dasarnya baik, atau pada dasarnya jahat. Dan ada juga yang punyai teori yang berbeda-beda mengenai apa yang membuat manusia memiliki watak tertentu. Pandangan manusia mengenai hal ini akan mempengaruhi persepsi, dari pandangan yang primitif-irasional, ilmiah hingga yang religius.

Orientasi manusia mengenai bagaimana hubungan manusia dengan alam juga mempengaruhi persepsi dalam memperlakukan alam. Mereka yang memandang manusia sebagai penguasa alam dan penakluk alam akan memanfaatkan alam demi kesejahteraan, sedangkan mereka yang percaya bahwa manusia adalah bagian dari alam atau bersatu dengan alam, akan berusaha bertindak selaras dengan alam, memanfaatkan alam, namun berupaya memeliharanya agar tidak rusak atau punah.

Aspek lain yang juga mempengaruhi persepsi kita adalah pandangan kita tentang aktivitas, misalnya dalam budaya-budaya tertentu pandangan terhadap siapa seseorang itu (raja, anak presiden, pejabat, bergelar) lebih penting dari pada apa yang dilakukannya. Sebaliknya ada budaya yang memandang prestasinya lebih penting ketimbang siapa dia, misalnya di Barat.

Masyarakat Timur, pada umumnya adalah masyarakat kolektivitas. Dalam budaya kolektivitas, diri (*self*) tidak bersifat unik atau otonom, melainkan lebur dalam kelompok (keluarga, klan, kelompok kerja, suku bangsa dan sebagainya). Sedangkan dalam budaya individualis (Barat) bersifat otonom. Akan tetapi suatu budaya sebenarnya dapat saja memiliki kecenderungan individualis dan kolektifis, seperti orientasi kegiatan salah satu biasanya lebih menonjol (Mulyana, 2003:208).

Lebih lanjut dikatakan oleh Mulyana (2003) bahwa dalam masyarakat kolektifis, individu terikat oleh lebih sedikit kelompok, namun keterikatan pada kelompok lebih kuat dan lebih lama. Selain itu hubungan antarindividu dalam kelompok bersifat total, sekaligus di lingkungan domestik dan di ruang publik. Konsekwensinya perilaku individu sangat dipengaruhi kelompoknya. Individu tidak dianjurkan untuk menonjol sendiri. Keberhasilan individu adalah keberhasilan kelompok.

Berbeda dengan manusia individualis, orang individualis kurang terikat pada kelompoknya, termasuk keluarga luasnya. Manusia individualis lebih terlibat dalam hubungan horisontal dari pada hubungan vertikal. Mereka lebih membanggakan prestasi dari pada asumsi, seperti jenis kelamin, usia, nama keluarga dan sebagainya (Landis & Brislin, 1988 : 269). Hubungan diantara sesama mereka sendiri tampak lebih dangkal dibandingkan dengan hubungan antara orang-orang kolektivitas, juga kalkulatif. Hubungan akan bertahan lama sejauh menguntungkan mereka secara material (Mulyana, 2003:210).

## **2. Komunikasi Verbal**

Mulyana (2003:237-238) mengatakan bahwa bahasa sebagai sistem kode verbal, terbentuk atas seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami suatu komunitas. Andrea L. Rich (dalam Mulyana, 2003:251) mengatakan bahwa bahasa sendiri terikat oleh budaya. Karenanya, menurut hipotesis Sapir-Whorf, sering juga disebut Teori Relativitas Linguistik, sebenarnya setiap bahasa menunjukkan suatu dunia simbolik yang khas, yang melukiskan realitas pikiran, pengalaman bathin, dan kebutuhan pemakainya. Jadi bahasa yang berbeda sebenarnya mempengaruhi pemakainya untuk berpikir, melihat lingkungan, dan alam semesta di sekitarnya dengan cara yang berbeda, dan karenanya berperilaku secara berbeda.

Sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Andrea L Rich tersebut, menurut Ohoiwutun (1997:99-107) dalam komunikasi antarbudaya yang harus diperhatikan yaitu: (1) kapan orang berbicara; (2) apa yang dikatakan; (3) hal memperhatikan; (4) intonasi; (5) gaya kaku dan puitis; dan (6) bahasa tidak langsung.

Banyak kejadian sehari-hari karena kurang memperhatikan perbedaan tersebut misalnya akibat mengucapkan kata-kata tertentu, yang dimaknai berbeda oleh orang yang berbeda budaya, menyebabkan kesalahpahaman, kebencian, dan keretakan hubungan antarmanusia.

## **3. Komunikasi Nonverbal**

Secara sederhana, pesan nonverbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata (Mulyana,2003:308). Sebagai kata-kata kebanyakan isyarat nonverbal juga tidak universal, melainkan terikat oleh budaya, jadi dipelajari, bukan bawaan. Sedikit saja isyarat nonverbal yang merupakan bawaan. Kita semua lahir dan mengetahui bagaimana tersenyum, namun dimana, kapan, dan kepada siapa kita

menunjukkan emosi ini dipelajari, dan karenanya dipengaruhi konteks dan budaya.

Simbol-simbol nonverbal sangat sulit untuk ditafsirkan bila dibandingkan dengan simbol-simbol verbal. Walaupun demikian kita sering melihat bahwa bahasa nonverbal cenderung selaras dengan bahasa verbal, misalnya setiap gerakan sinkron dengan ucapan, seperti kita menyatakan setuju selalu disertai dengan anggukan kepala.

Menurut Liliweri (2003:98-101) ketika berhubungan dengan menggunakan pesan nonverbal ada beberapa faktor yang mempengaruhi komunikasi antarbudaya yaitu:

1. *Kinestik*, adalah yang berkaitan dengan bahasa tubuh, yang terdiri dari posisi tubuh, orientasi tubuh, tampilan wajah, gambaran tubuh. Tampaknya ada perbedaan antara arti dan makna dari gerakan-gerakan tubuh atau anggota tubuh yang ditampilkan
2. *Okulesik*, adalah gerakan mata dan posisi mata. Ada perbedaan makna yang ditampilkan alis mata diantara manusia. Setiap variasi gerakan mata atau posisi mata menggambarkan suatu makna tertentu, seperti kasih sayang, marah dan sebagainya.
3. *Haptik*, adalah tentang perabaan atau memperkenankan sejauhmana seseorang memegang dan merangkul orang lain.
4. *Proksemik*, adalah tentang hubungan antar ruang, antar jarak, dan waktu berkomunikasi, misalnya makin dekat artinya makin akrab, makin jauh artinya makin kurang akrab.
5. *Kronemik*, adalah tentang konsep waktu, sama seperti pesan non verbal yang lain maka konsep tentang waktu yang menganggap kalau suatu kebudayaan taat pada waktu maka kebudayaan itu tinggi atau peradabannya maju. Ukuran tentang waktu atau ketaatan pada waktu kemudian yang menghasilkan pengertian tentang orang malas, malas bertanggungjawab, orang yang tidak pernah patuh pada waktu.
6. Tampilan, *Appearance* yaitu bagaimana cara seorang menampilkan diri telah cukup menunjukkan itu berkorelasi sangat tinggi dengan evaluasi tentang pribadi.

Termasuk di dalamnya tampilan biologis dan tampilan yang dicari atau dibentuk. Tampilan biologis misalnya warna kulit, warna dan pandangan mata, tekstur dan warna rambut, serta struktur tubuh. Ada stereotip yang berlebihan terhadap perilaku seorang dengan tampilan biologis. Model pakaian juga mempengaruhi evaluasi kita terhadap orang lain.

7. *Posture*, adalah tampilan tubuh waktu sedang berdiri dan duduk. Cara bagaimana orang itu duduk dan berdiri dapat diinterpretasi bersama dalam konteks antarbudaya. Misalnya kalau orang Jawa merasa tidak bebas jika berdiri tegak di depan orang yang lebih tua sehingga harus merunduk hormat, sebaliknya duduk bersila di depan orang yang lebih tua merupakan sikap yang sopan.

8. Pesan-pesan *paralinguistik* antarpribadi adalah pesan komunikasi yang merupakan gabungan antara perilaku verbal dan non verbal. Paralinguistik terdiri dari satu unit suara, atau gerakan yang menampilkan maksud tertentu dengan makna tertentu. Paralinguistik juga berperan besar dalam komunikasi antarbudaya.

9. *Symbolisme* dan komunikasi non verbal yang pasif, beberapa diantaranya adalah simbolisme warna dan nomor.

### 2.2.1 Teori

#### **Teori Sistem Semiotika**

Menurut Roland Barthes, mitos adalah “culture’s way of thinking” tentang sesuatu dan cara mengkonseptualisasi atau memahami budaya tersebut. “Mitos merupakan sebuah cerita (narasi) dimana ia menjelaskan budaya atau memahami beberapa aspek dari realitas atau nature” (Fiske, 1990:88). Mitos bekerja untuk menaturalkan history dan merupakan tahap kedua dari proses signifikasi. Dalam *Element of Semiology*, Barthes dengan meminjam skema Saussure, menambahkan satu tahapan lagi dalam signification process. Ia membagi proses menandai menjadi de-notation

(primary signification) dan connotation (secondary signification). Pada level kedua inilah mitos diproduksi dan dikonsumsi (Storey, 1993:78).

Dalam sistem semiotik, menurut Barthes (1967), tidak hanya kata-kata dan image tetapi objek itu sendiri bisa berfungsi sebagai signifier dalam produksi makna. Busana misalnya bukan sekedar cover of the body tetapi juga mempunyai tanda-tanda karena mereka membentuk makna dan membawa sebuah pesan. Misalnya pakaian malam menandakan elegan, dasi panjang menandakan formalitas, jeans sebagai casual dress. Tanda-tanda ini memungkinkan busana membawa makna dan fungsi selayaknya bahasa, "the language of fashion". Namun demikian, tidak semua orang membaca fashion dengan cara yang sama, ada perbedaan gender, usia, kelas, dan ras. Akan tetapi semua yang berbagi code-code fashion yang sama akan menginterpretasikan tanda-tanda itu relatif sama pula (Hall, 1997:38).

"Sistem semiologi ini erat kaitannya dengan implikasi dari sistem representasi. Representasi adalah produksi makna melalui bahasa" (Hall, 1997:24). Bahasa merupakan syarat mutlak bagi terjadinya proses representasi ini. Dalam proses representasi ada dua tahap yang sangat menentukan yaitu mental representation. Disini terdapat sistem yang mana obyek, manusia dan peristiwa dikorelasikan dengan sebuah konsep yang ada dalam pikiran kita. Sedangkan tahap kedua adalah bahasa, yang mencakup semua proses dari pembentukan makna (Hall, 1997:18). Maka disinilah arti penting bahasa dalam proses representasi. Produk-produk fashion merupakan obyek yang senantiasa memiliki nilai-nilai dan citra-citra tertentu yang selalu dilekatkan dan tidak bisa terpisah dengan fashion itu sendiri. Oleh sebab itu orang beranggapan bisa memperoleh nilai-nilai tanda tertentu dengan mengkonsumsi produk-produk tersebut. Hal ini merupakan implikasi dari kerja mitos yang menjadikan sesuatu itu sebagai sebuah naturalisasi dan telah demikian adanya.

Fashion merupakan obyek yang sarat dengan citra dan gaya hidup. Orang memakai selembar baju bukan semata-mata karena nilai guna (use value). Akan tetapi lebih karena adanya nilai atau citra tertentu yang ingin dicapai dengan memakai busana tersebut. Misalnya: cantik, modis, trendi,

anggun, elegan dan feminin. Dengan demikian use value bukan menjadi tujuan utama orang memilih sebuah baju untuk dipakainya, melainkan lebih disebabkan sign valuenya. Dalam masyarakat consumer seperti saat ini, fashion menjadi ciri, identitas dan kepribadian dari pemakainya. Konsumerisme dan gaya hidup menjadikan prestise citra, perbedaan sebagai suatu kebutuhan (need), kesemuan dan artifisial yang ada dibaliknya dianggap sebagai kebenaran (Piliang, 1998:35).

## **BAB III PENUTUP**

### **3.1. Kesimpulan**

1. Setiap orang dari kita adalah unik, artinya sekalipun dibesarkan dalam lingkungan budaya yang sama, belum tentu setiap orang dalam kelompok tersebut itu akan persis sama dalam berpikir dan berperilaku, karena akan ada sub-sub kultur yang lebih spesifik yang sangat berpengaruh terhadap perilakunya dalam berkomunikasi.
2. Budaya dan komunikasi itu mempunyai hubungan timbal balik, seperti dua sisi dari satu mata uang. Budaya menjadi bagian dari perilaku komunikasi, dan pada gilirannya komunikasi pun turut menentukan, memelihara, mengembangkan atau mewariskan budaya (Mulyana, 2003:4).
3. Apa yang kita bicarakan, bagaimana kita membicarakannya, apa yang kita lihat, perhatikan, atau abaikan, bagai mana kita berpikir, dan apa yang kita pikirkan dipengaruhi oleh budaya.
4. Apa yang kita bicarakan, bagaimana kita membicarakannya, apa yang kita lihat turut membentuk, menentukan, dan menghidupkan budaya kita.

### **3.2 Saran**

Bagi mahasiswa/i yang akan melakukan penelitian mengenai komunikasi antarbudaya diharapkan dapat menggali informasi lebih dalam dengan menggunakan dasar model komunikasi antarbudaya, untuk melengkapi penelitian yang telah dilakukan oleh penulis.

## DAFTAR PUSTAKA

Barthes,Roland.1964.*Elements Of Semiology*.New York: Hill And Wang

Arkanudin.2012.*Memahami Perbedaan Budaya*. Melalui: <http://prof-arkan.blogspot.com/2012/04/memahami-perbedaan-budaya-melalui.html>. Diakses Tanggal 01/03/2020

Lagu,Marselina.2016. *Komunikasi Antarbudaya Di Kalangan Mahasiswa Etnik Papua Dan Etnik Manado Di Universitas Sam Ratulangi Manado*.  
Melalui: <https://media.neliti.com/media/publications/93124-ID-komunikasi-antarbudaya-di-kalangan-mahas.pdf>. Diakses Tanggal 01/03/2020

Trisnawati,Tri Yulia.2016. *Fashion sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi*.  
Melalui:<https://www.researchgate.net/publication/321215400> Fashion sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi. Diakses Tanggal 01/03/2020

## LAMPIRAN







