

## **KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA YANG EFEKTIF**

**Oleh: Wahidah Suryani**  
IAIN Sultan Amai Gorontalo  
wahidah\_suryani@yahoo.com

### **Abstract;**

Pertukaran kebudayaan adalah hal yang sangat mungkin terjadi, karena siapapun yang datang dari suatu negara atau daerah sudah pasti tidak akan terlepas dari budaya di mana ia lahir dan dibesarkan. Dengan budaya yang mengakar di dalam dirinya, ia harus berbagi ruang dengan orang lain dari budaya lain. Pertukaran budaya ini, mungkin saja menimbulkan konflik. Konflik bisa diredam dengan lahirnya sebuah kesadaran bahwa setiap orang harus bisa memahami budaya orang lain yang berbeda budaya dengan dirinya. Proses komunikasi yang berlangsung antara orang-orang berbeda budaya tersebut biasanya dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu: The Act (Perbuatan), The Scene (Adegan), The Agent (Pelaku), The Agency (Perantara), dan The Purpose (Tujuan). Faktor-faktor tersebut di atas juga menjadi salah satu penentu sebuah proses komunikasi itu berjalan efektif. Berdasarkan hal itu pula, kita bisa menentukan strategi atau metode komunikasi yang digunakan dalam sebuah proses komunikasi. Komunikasi yang efektif dapat terwujud bila strategi dan metode komunikasi yang digunakan tepat. Strategi komunikasi yang efektif sangat penting diperhatikan dalam sebuah proses komunikasi. Komunikasi antar budaya sebagai bentuk komunikasi antarpribadi dari komunikator dan komunikan yang berbeda budaya. Efektivitas komunikasi antar pribadi itu sangat ditentukan oleh faktor-faktor: keterbukaan, empati, perasaan positif, memberikan dukungan, dan memelihara keseimbangan. Sedangkan prasangka sosial yang menentukan tiga faktor utama yaitu stereotip, jarak sosial, dan sikap diskriminasi. Hubungan antara prasangka dengan komunikasi sangat erat karena prasangka-prasangka diasumsikan sebagai dasar pembentukan perilaku komunikasi.

### **Kata Kunci :** **Komunikasi, Budaya, Efektif**

Cultural exchange is very likely to happen, because anyone who comes from a country or region will certainly not be separated from the culture in which he was born and raised. With a culture rooted in him, he had to share a room with other people from other cultures. This cultural exchange, may be causing a conflict. Conflict can be muted with the birth of an awareness that every person should be able to understand the culture of other people of different cultures with him. The process of communication that takes place between people of different cultures is often influenced by several factors: The Act, The Scene, The Agent (Performer), The Agency (Intermediaries), and The Purpose. The factors mentioned above also becomes one of determining an effective communication process. Based on that,

we can determine the strategies or methods of communication used in a communication process. Effective communication can be realized if the strategies and methods of communication are used appropriately. Efektive communication strategy is very important to be considered in a process of communication. Intercultural communication as a form of interpersonal communication of communicators and communicant of different cultures. Effectiveness of interpersonal communication was largely determined by factors: openness, empathy, positive feelings, provide support, and maintain balance. While the social prejudices that determine the three main factors, namely stereotypes, social distance, and discrimination. The relationship between prejudice to the communication very closely because of the prejudices assumed as the basis for the establishment of communication behavior.

**Keywords :**  
**Communication, Culture, Effective**

## **PENDAHULUAN**

Globalisasi terjadi karena perkembangan teknologi yang begitu pesat. Teknologi informasi yang semakin canggih memungkinkan setiap orang mengenggam informasi. Hanya dalam hitungan menit bahkan detik, informasi dari Arab Saudi bisa diterima orang Indonesia. Kecanggihan teknologi transportasi memungkinkan setiap orang berkunjung ke setiap negara berbeda hanya dalam waktu beberapa jam..

Pertukaran kebudayaan adalah hal yang sangat mungkin terjadi, karena siapapun yang datang dari suatu negara atau daerah sudah pasti tidak akan terlepas dari budaya di mana ia lahir dan dibesarkan. Dengan budaya yang mengakar di dalam dirinya, ia harus berbagi ruang dengan orang lain dari budaya lain. Pertukaran budaya ini, mungkin saja menimbulkan konflik. Konflik bisa diredam dengan lahirnya sebuah kesadaran bahwa setiap orang harus bisa memahami budaya orang lain yang berbeda budaya dengan dirinya.

Menurut Deddy Mulyana bahwa budaya-budaya yang sangat berbeda memiliki sistem-sistem nilai yang berbeda dan karenanya ikut menentukan tujuan hidup yang berbeda. Cara kita berkomunikasi sangat bergantung pada budaya kita: bahasa, aturan, dan norma kita masing-masing.<sup>1</sup>

Dalam proses komunikasi antara orang-orang yang berbeda budaya dibutuhkan pengertian atau pemahaman yang lebih komprehensif. Mempelajari budaya orang lain merupakan salah satu cara untuk mewujudkan pemahaman tersebut. Dengan adanya pemahaman antara orang-orang yang berbeda budaya maka komunikasi akan lebih efektif dan tujuan sebuah proses komunikasi bisa tercapai. Oleh karena itu sangat penting untuk mempelajari apa itu komunikasi antar budaya melihat tujuannya sejalan dengan tujuan untuk mencapai komunikasi efektif.

Dengan mempelajari banyak hal dan mengetahui banyak hal mengenai budaya orang lain, maka akan tercipta kesamaan makna dalam berkomunikasi. Jelas akan berbeda, dua orang

yang berkomunikasi dengan tidak ada pengetahuan budaya satu sama lain dibandingkan memiliki pengetahuan bahkan pengalaman tersendiri mengenai budaya orang yang diajak berkomunikasi. Semakin sama pengetahuan atau pengalaman, besar kemungkinan kesamaan makna juga semakin besar sehingga terciptalah komunikasi antar budaya yang efektif.

## **PEMBAHASAN**

### *Efektifitas Komunikasi Antar Budaya*

Berbeda budaya berarti berbeda dalam menyampaikan ide, gagasan, dan berbeda dalam perilaku keseharian. Berbeda budaya berarti berbeda dalam strategi komunikasi. Seorang yang hanya mengerti bahasa daerah tidak akan bisa mengerti bila menerima pesan dalam bahasa Indonesia. Seorang yang budayanya begitu santun kepada orang tua tidak akan menerima orang yang tidak hormat terhadap orang yang dituakan. Seorang yang dalam kebudayaannya terbiasa bersikap apa adanya tidak akan menerima budaya yang penuh kepura-puraan. Candio Elliot mencontohkan, gaya promosi diri mungkin sangat sedikit ditampilkan oleh penduduk asli Amerika (*native*) termasuk orang Asia umumnya, disusul orang Hispanik, dan gaya seperti itu kebanyakan digunakan oleh orang Afrika. Gaya berpakaian formal mungkin sedikit ditunjukkan oleh orang Hispanik dan penduduk asli orang Afrika, namun sangat banyak dipamerkan oleh orang-orang Anglo (Amerika Campuran).<sup>2</sup>

Proses komunikasi yang berlangsung antara orang-orang berbeda budaya tersebut biasanya dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti yang dikemukakan oleh Willian G. Scoot<sup>3</sup> yang mengutip pendapat Babcot bahwa ada 5 (lima) faktor yang mempengaruhi proses komunikasi:

The Act (Perbuatan), Perbuatan komunikasi menginginkan pemakaian lambang-lambang yang dapat dimengerti secara baik dan hubungan-hubungan yang dilakukan oleh manusia. Pada umumnya lambang-lambang tersebut dinyatakan dengan bahasa atau dalam keadaan tertentu tanda-tanda lain dapat pula dipergunakan.

The Scene (Adegan), Adegan sebagai salah satu faktor dalam komunikasi ini menekankan hubungannya dengan lingkungan komunikasi. Adegan ini menjelaskan apa yang dilakukan, simbol apa yang digunakan, dan arti dari apa yang dikatakan. Dengan pengertian adegan ini merupakan apa yang dimaksudkan yakni sesuatu yang akan dikomunikasikan dengan melalui simbol apa, sesuatu itu dapat dikomunikasikan.

The Agent (Pelaku), Individu-individu yang mengambil bagian dalam hubungan komunikasi dinamakan pelaku-pelaku komunikasi. Pengirim dan penerima yang terlibat dalam hubungan komunikasi ini adalah contoh dari pelaku-pelaku komunikasi tersebut. Dan peranannya seringkali saling menggantikan dalam situasi komunikasi yang berkembang.

The Agency (Perantara), Alat-alat yang dibangun dalam komunikasi dapat membangun terwujudnya perantara itu (the agency). Alat-alat itu selain dapat berwujud komunikasi lisan, tatap muka, dapat juga alat komunikasi tertulis seperti surat perintah, memo, buletin, nota, surat tugas dan lainnya yang sejenis.

The Purpose (Tujuan), Menurut Grace dalam buku Komunikasi Administrasi dan Beberapa Faktor Penyebab Kegagalannya karangan Miftah Thoha, ada 4 (empat) macam tujuan tersebut yaitu: *Satu*, Tujuan Fungsional (The Fungsional Goals) ialah tujuan yang secara pokok bermanfaat untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi atau lembaga. *Dua*, Tujuan Manipulasi (The Manipulative Goals); Tujuan ini dimaksudkan untuk menggerakkan orang-orang yang mau menerima ide-ide yang disampaikan baik sesuai ataupun tidak dengan nilai dan sikapnya sendiri. *Ketiga*, Tujuan ini bermaksud untuk menciptakan tujuan-tujuan yang bersifat kreatif. Komunikasi ini dipergunakan untuk memungkinkan seseorang mampu mengungkapkan perasaan tadi dalam kenyataan. *Keempat*, Tujuan Keyakinan (The Confidence Goals); Tujuan ini bermaksud untuk meyakinkan atau mengembangkan keyakinan orang-orang pada lingkungan.

Faktor-faktor tersebut di atas juga menjadi salah satu penentu sebuah proses komunikasi itu berjalan efektif. Berdasarkan hal itu pula, kita bisa menentukan strategi atau metode komunikasi yang digunakan dalam sebuah proses komunikasi.

Komunikasi yang efektif dapat terwujud bila strategi dan metode komunikasi yang digunakan tepat. Strategi komunikasi yang efektif sangat penting diperhatikan dalam sebuah proses komunikasi. Seperti yang disampaikan oleh Onong yang mengatakan bahwa:

Di kalangan militer terdapat ungkapan yang amat terkenal yang berbunyi: "To win the war, not to win the battle" yang jika diterjemahkan dalam bahasa Indonesia berarti: "memenangkan perang, bukan memenangkan pertempuran". Pentingnya strategi adalah untuk memenangkan perang, sedangkan pentingnya taktik adalah untuk memenangkan pertempuran. Fokus perhatian ahli komunikasi ini memang penting ditujukan kepada strategi komunikasi, karena berhasil tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh strategi komunikasi.<sup>4</sup>

Strategi komunikasi perlu diperhatikan dengan maksimal karena fungsinya yang begitu urgen. Onong<sup>5</sup> menggambarkan bahwa fungsi strategi komunikasi itu ganda yakni:

*Pertama*, menyebarkan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil optimal. *Kedua*, menjembatani "cultural gap" akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkannya media massa yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya.

Sekarang, informasi yang masuk dari luar bukan saja hal yang positif tapi juga terikut hal yang negatif di dalamnya seperti pergaulan bebas yang sudah menjadi kebiasaan di negara-negara barat. Nilai-nilai budaya barat yang tidak sesuai dengan masyarakat Indonesia dapat

dicegah dengan strategi penyebaran pesan yang tepat. Untuk itu, negara mempunyai kewajiban melindungi warganya dari hal-hal yang akan berdampak negatif tersebut. Sekarang ini, langkah pemerintah dengan melarang situs porno di internet merupakan salah satu langkah positif yang harus terus diawasi agar pelaksanaannya menjadi maksimal.

Jalan keluar yang juga perlu diperhatikan adalah membuat strategi komunikasi yang tepat. Strategi komunikasi yang mantap itu membutuhkan beberapa komponen yang digambarkan oleh Onong<sup>6</sup> bahwa segala sesuatu akan dipertautkan dengan komponen-komponen yang merupakan jawaban dari rumus Laswell yakni Who (siapa komunikatornya?), says what (Pesan apa yang dikatakannya?), in which channel (media apa yang digunakannya?), to whom (siapa komunikannya?), with what effect (efek apa yang diharapkan?). dan ditambahkan lagi dengan pertanyaan when (kapan dilaksanakannya?), How (bagaimana melaksanakannya?) dan Why (mengapa dilaksanakan demikian?).

Dalam berkomunikasi dengan orang-orang yang berbeda budaya, mencari strategi yang tepat juga sangat penting. Terutama kalau pihak-pihak yang melakukan proses komunikasi ingin membuat sebuah hasil yang maksimal yakni perubahan, baik dari segi kognitif, afektif sampai kepada psikomotorik.

Salah satu bagian dari berhasilnya sebuah strategi adalah dengan menggunakan metode komunikasi yang tepat. Menurut Alo Liliweri, ada tiga metode utama komunikasi yakni:

Komunikasi yang informatif, Metode komunikasi yang membahas informasi tentang orang, objek, tempat, peristiwa, proses, situasi dan kondisi tertentu, masalah. Seseorang yang berkomunikasi menyampaikan pesan yang bersifat informatif kepada seseorang yang lain, metode ini dimaksudkan mendekatkan seseorang melalui informasi yang sudah umum dipahami dan dikenal oleh orang lain.

Komunikasi persuasif, Metode komunikasi persuasif ini lebih cepat dan tepat mempengaruhi atau mengubah sikap dan persepsi publik.

Komunikasi koersif, Metode ini menerangkan bahwa untuk mempersuasi seseorang atau sekelompok orang agar mereka berubah sikap, maka komunikator akan mengirimkan pesan dengan cara menekan, memaksa, atau memberikan instruksi bahkan dengan taktik “cuci otak” sekalipun.<sup>7</sup>

Salah satu cara untuk membuat seseorang berubah atau lebih cepat berubah lebih tepat dengan memakai metode komunikasi persuasif. Menurut De Vito ada dua tujuan pembicaraan persuasi:

Pembicaraan untuk memperkuat atau mengubah sikap atau kepercayaan

Banyak pembicaraan yang ditujukan untuk memperkuat pembicaraan sikap atau kepercayaan yang sudah ada. Sebagai contoh, orang yang mendengarkan ceramah agama biasanya memang sudah menganut agama tersebut. Sementara itu, pembicaraan yang dirancang untuk

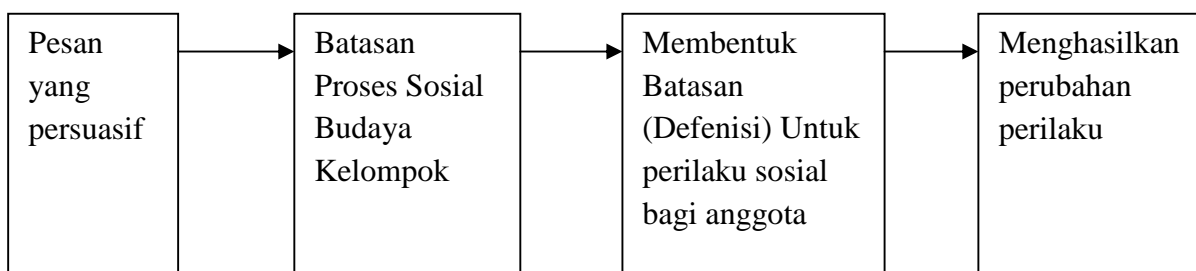
mengubah sikap dan kepercayaan lebih sulit. Kebanyakan orang menolak perubahan. Oleh karena itu perlu mempertimbangkan prinsip-prinsip berikut: *Satu*, Perkirakanlah dengan cermat tingkat sikap dan kepercayaan komunikan. *Dua*, Upayakan perubahan sedikit demi sedikit. *Tiga*, Berikan alasan yang meyakinkan untuk membuat komunikan mempercayai apa yang Anda inginkan.

#### Pembicaraan untuk merangsang tindakan

Ada beberapa prinsip yang perlu diperhatikan: *Satu*, Bersikaplah realistis tentang apa yang Anda inginkan untuk dilakukan komunikan. *Dua*, Tunjukkan kesediaan Anda sendiri untuk melakukan hal yang sama. *Tiga*, Tekankan manfaat spesifik dari perilaku ini bagi komunikan.<sup>8</sup>

Dalam proses persuasi itu dikenal beberapa model komunikasi yang digambarkan oleh Tommy bahwa pada umumnya dikenal dua model persuasi yakni: 1) *Model Psikodinamik*; menurut model ini pesan-pesan komunikasi akan lebih efektif dalam persuasi apabila memiliki kemampuan mengubah secara psikologis minat atau perhatian individu dengan cara sedemikian rupa, sehingga individu akan menanggapi pesan-pesan komunikasi sesuai dengan kehendak komunikator. Model psikodinamik berkembang atas dasar teoritis maupun empiris. Teori-teori yang penting mengenai motivasi, persepsi, belajar, dan bahkan psikoanalisis telah memberikan jalan dengan mana sikap, opini, rasa takut, konsep diri dari kredibilitas sumber serta beberapa variabel yang lain mempunyai hubungan erat dengan persuasi.

*Model Sosial Budaya*; Model sosial budaya dalam proses persuasi didasarkan pada anggapan bahwa pesan-pesan komunikasi dapat digunakan untuk mengarahkan individu agar menerima gejala yang telah didukung kelompok sebagai dasar individu untuk bertindak.<sup>9</sup> Model sosial budaya dalam proses persuasi dapat digambarkan sebagai berikut.



Dengan berbagai metode tersebut, maka komunikasi yang efektif bisa tercapai. Komunikasi yang efektif bisa dilihat dari beberapa kategori, seperti yang diungkapkan oleh Alo Liliweri<sup>10</sup> bahwa kategori kebiasaan berkomunikasi yang efektif adalah; Peka ruang dan peka jarak; pemahaman komunikator dan komunikan tentang bagaimana seharusnya memahami ruang dan jarak pada saat berkomunikasi, antara lain jarak fisik tatkala

berlangsungnya komunikasi. Dengan tidak memperhatikan atau bahkan melanggar ruang atau jarak fisik akan dapat menghasilkan kegagalan berkomunikasi atau bahkan konflik pribadi.

Peka terhadap budaya berkomunikasi dan berbahasa; Perbedaan antarbudaya mempengaruhi interpretasi atau makna pesan yang terkandung dalam bahasa, tanda dan simbol (baik verbal dan nonverbal). Kata kunci untuk menciptakan efektivitas komunikasi antarbudaya adalah memahami makna yang sama atas pesan verbal dan nonverbal.

Bisa tampil dengan pakaian khas; dalam komunikasi antarbudaya, salah satu cara untuk menciptakan komunikasi yang efektif adalah memilih untuk tampil dalam kebudayaan material, misalnya menggunakan pakaian dari budaya setempat.

Dapat mencicipi makanan dan minuman; efektivitas komunikasi antarbudaya menuntut orang agar dapat mencicipi makanan khas budaya orang lain, bahkan memasak dan cara menyajikannya.

Peka terhadap hubungan; efektivitas komunikasi antarbudaya menuntut setiap orang yang berkomunikasi untuk peka terhadap hubungan. Setiap kebudayaan menetapkan dengan pasti dan tetap bagaimana seharusnya manusia berhubungan dalam pelbagai konteks.

Peka terhadap nilai dan norma: Sukses komunikasi antarbudaya dapat dicapai hanya jika seorang yang datang ke suatu tempat yang berbeda budaya dengannya dengan memahami dan menjalankan norma-norma budaya setempat. Perbedaan antar etnik, antar ras, menggambarkan pula perbedaan nilai dan norma melalui orientasi hidup mereka, yakni orientasi terhadap individu, keluarga, kelompok, tugas, kantor, pandangan terhadap kejujuran, kesetiaan, dan kesopanan santunan.

Peka terhadap kepercayaan dan sikap; komunikasi antarbudaya yang efektif ditentukan oleh bagaimana orang memahami kepercayaan dan sikap kebudayaan orang lain. Pergaulan dengan orang-orang dari suku bangsa maupun agama yang lain akan ditentukan oleh sejauhmana seseorang menunjukkan sikap tertentu yang peduli terhadap kepercayaan orang lain.

Ada 17 tips berkomunikasi antarbudaya yang diberikan oleh center for intercultural learning Canadian Foreign Service Institute, agar bisa menciptakan komunikasi antarbudaya yang efektif, yakni:

Mengakui bahwa kemampuan berbahasa tidak berarti kompetensi antarbudaya.

Carilah umpan balik untuk mengetahui apakah orang lain mengerti apakah yang sebenarnya Anda maksudkan.

Paraphrase kembali ke pengirim pesan apa Anda pahami tentang mereka untuk lebih komprehensif.

Hindari ekspresi, jargon, akronim, dan metafor yang terikat pada referensi budaya Anda.

Konfirmasi pemahamanmu terhadap suatu metafora atau analogi manakala mendengarkan dari seseorang dari perspektif budaya lain terutama ketika memahaminya.

Pastikan pola interaksi dan pembuatan keputusan memasukkan semua orang.

Beri waktu untuk berbicara dalam bahasa ibu sehingga orang-orang dapat mengeksplorasi dan mendefinisikan apa yang mereka ingin katakan tanpa parafrase (mengungkapkan kembali dengan bahasa sendiri) ke dalam bahasa yang diungkapkan.

Gunakan sistem bendera merah, kenalilah, pahamiilah, kapan saja Anda bereaksi baik positif maupun negatif atas apa yang sedang dikomunikasikan. Hati-hati reaksi Anda mungkin tidak sesuai dengan komunikasi orang lain.

Pertimbangkan secara serius apa yang kelihatannya disarankan, hati-hatilah orang lain bisa saja marah juga.

Dengarkan secara aktif sampai seseorang selesai bicara, perhatikan pola pembicaraan dan naik turunnya suara baik ketika mengganti topik atau sedang salah ucap.

Bagaimana Anda mengatakannya sama pentingnya atas apa yang Anda ucapkan.

Coba dengarkan keheningan, artinya hal yang berbeda dari budaya yang berbeda pula.

Lihat sebelum bereaksi.

Carilah interpretasi atau informan budaya.

Gunakan gambar, diagram atau cerita-cerita untuk menyampaikan pesan.

Usahakan mempelajari logika inheren dalam budaya lain-maksudnya koreksi antara penampilan, perilaku dan nilai-nilai.

Santailah, hitung resikonya dan belajar dari pengalaman Anda.<sup>11</sup>

Kepekaan yang diperlihatkan oleh seseorang dari suatu budaya terhadap budaya lain akan menciptakan interaksi yang harmonis antara keduanya. Interaksi yang harmonis menciptakan sebuah pemahaman yang sama terhadap makna pesan yang diterimanya. Dengan kesamaan makna, maka komunikasi antarbudaya yang menjadi efektif.

Konsep komunikasi antaretnik dari David K. Berto dan Josep Devito dalam Sihabuddin bahwa mereka mengartikan komunikasi antar budaya sebagai bentuk komunikasi antarpribadi dari komunikator dan komunikan yang berbeda budaya. Efektivitas komunikasi antar pribadi itu sangat ditentukan oleh faktor-faktor: keterbukaan, empati, perasaan positif, memberikan dukungan, dan memelihara keseimbangan. Sedangkan prasangka sosial yang menentukan tiga faktor utama yaitu stereotip, jarak sosial, dan sikap diskriminasi. Hubungan antara prasangka dengan komunikasi sangat erat karena prasangka-prasangka diasumsikan sebagai dasar pembentukan perilaku komunikasi.

## **SIMPULAN**

Komunikasi yang efektif dapat terwujud bila strategi dan metode komunikasi yang digunakan tepat. Strategi komunikasi yang efektif sangat penting diperhatikan dalam sebuah proses komunikasi. Seperti yang disampaikan oleh Onong yang mengatakan bahwa:

Di kalangan militer terdapat ungkapan yang amat terkenal yang berbunyi: "To win the war, not to win the battle" yang jika diterjemahkan dalam bahasa Indonesia berarti: "memenangkan perang, bukan memenangkan pertempuran". Pentingnya strategi adalah untuk



memenangkan perang, sedangkan pentingnya taktik adalah untuk memenangkan pertempuran. Fokus perhatian ahli komunikasi ini memang penting ditujukan kepada strategi komunikasi.

Dalam proses persuasi itu dikenal beberapa model komunikasi yang digambarkan oleh Tommy bahwa pada umumnya dikenal dua model persuasi yakni: 1) *Model Psikodinamik*; menurut model ini pesan-pesan komunikasi akan lebih efektif dalam persuasi apabila memiliki kemampuan mengubah secara psikologis minat atau perhatian individu dengan cara sedemikian rupa, sehingga individu akan menanggapi pesan-pesan komunikasi sesuai dengan kehendak komunikator. Model psikodinamik berkembang atas dasar teoritis maupun empiris. Teori-teori yang penting mengenai motivasi, persepsi, belajar, dan bahkan psikoanalisis telah memberikan jalan dengan mana sikap, opini, rasa takut, konsep diri dari kredibilitas sumber serta beberapa variabel yang lain mempunyai hubungan erta dengan persuasi

Komunikasi antar budaya sebagai bentuk komunikasi antarpribadi dari komunikator dan komunikan yang berbeda budaya. Efektivitas komunikasi antar pribadi itu sangat ditentukan oleh faktor-faktor: keterbukaan, empati, perasaan positif, memberikan dukungan, dan memelihara keseimbangan. Sedangkan prasangka sosial yang menentukan tiga faktor utama yaitu stereotip, jarak sosial, dan sikap diskriminasi. Hubungan antara prasangka dengan komunikasi sangat erat karena prasangka-prasangka diasumsikan sebagai dasar pembentukan perilaku komunikasi.

---

### **Endnotes**

<sup>1</sup> Deddy Mulyana & Jalaluddin Rahmat, *Komunikasi antar budaya: Panduan Berkomunikasi dengan Orang-Orang Berbeda*, (Bandung: Remaja Rosdakarya,2000), h.vi

<sup>2</sup> Deddy Mulyana, *Komunikasi Efektif*, (Bandung: PT Rosda Karya, 2004), hal 197.

<sup>3</sup> Tommy Suprpto, *Pengantar Teori Komunikasi*, (Yogyakarta: Media Pressindo, 2006),h. 7-9.

<sup>4</sup> Onong Uchjana Effendy

<sup>5</sup> *Ibid*, h. 300.

<sup>6</sup> *Ibid*, h. 302

<sup>7</sup> Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, *op. cit.*, h.273.

<sup>8</sup> Sutaryo, *op. cit.*, h. 238

<sup>9</sup> Tommy Suprpto, *op.cit.*, h. 24

<sup>10</sup> Alo Liliweri, *Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya*, *op. cit.*, h. 244

<sup>11</sup> No author, *Intercultural Communication Tips*, center for intercultural learning Canadian Foreign Service Institute, diakses tanggal 28 oktober 2012.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Deddy Mulyana & Jalaluddin Rahmat, *Komunikasi antar budaya: Panduan Berkomunikasi dengan Orang-Orang Berbeda*, Bandung: Remaja Rosdakarya,2000

Mulyana, Deddy, *Komunikasi Efektif*, Bandung: PT Rosda Karya, 2004

Liliweri Allo, *Makna Budaya dalam Komunikasi Antar Budaya*, Yogyakarta: Lkis, 2003

Liliweri Allo, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, Jakarta : Predana Media Group, 2003

Suprpto, Tommy, *Pengantar Teori Komunikasi*, Yogyakarta: Media Pressindo, 2006

Effendy, Onong Uchyana, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: Citra Aditya Bakti

Sutaryo, *Sosiologi Komunikasi: Perspektif Teoritis*, Yogyakarta: Arti Bumi Intaran, 2005