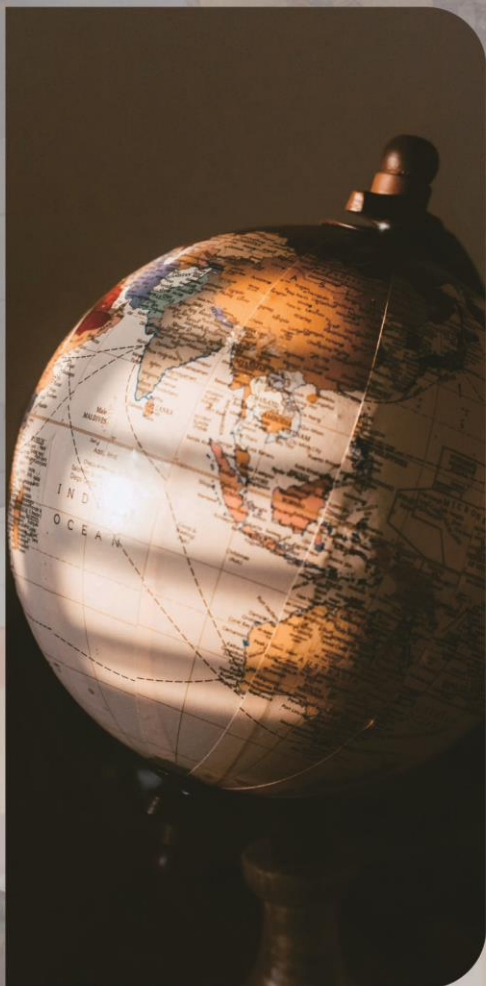


BUKU AJAR KOMUNIKASI DAN BUDAYA



Penulis:

**Galuh Aulia Ramadhanti; Iis Mardiansyah; Yulinda Nur Fitriana;
Rofian Dedi Susanto; Lathifa Prima Ghanistyana; Novita Intan; Liza Diniarizky Putri;
Noprita Herari; Euis Komalawati; Ema; Sello Satrio; Ledy Ervita.**

BUKU AJAR KOMUNIKASI DAN BUDAYA

Penulis:

**Galuh Aulia Ramadhanti; Iis Mardiansyah;
Yulinda Nur Fitriana; Rofian Dedi Susanto;
Lathifa Prima Ghanistyana; Novita Intan;
Liza Diniarizky Putri; Noprita Herari; Euis
Komalawati; Ema; Sello Satrio; Ledy Ervita**

Editor:

Mega Ayu Permatasari



PT. Mustika Sri Rosadi

BUKU AJAR KOMUNIKASI DAN BUDAYA

Penulis:

Galuh Aulia Ramadhanti; Iis Mardiansyah; Yulinda Nur Fitriana; Rofian Dedi Susanto; Lathifa Prima Ghanistyana; Novita Intan; Liza Diniarizky Putri; Noprita Herari; Euis Komalawati; Ema; Sello Satrio; Ledy Ervita

Editor: Mega Ayu Permatasari

Layout: Tim PT. Mustika Sri Rosadi

Desain Sampul: Febriansyah

ISBN: 978-634-7535-18-4 (PDF)

Cetakan Pertama: 2 Desember 2025

Hak Cipta 2025

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit.

Diterbitkan oleh Penerbit PT Mustika Sri Rosadi

Alamat Penerbit: Citra Indah City, Bukit Heliconia AG 23/32, Kecamatan Jonggol, Kab. Bogor.

Email: mars.mustikasrirosadi@gmail.com

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas karunia-Nya sehingga buku ajar *Komunikasi dan Budaya* ini dapat diselesaikan. Buku ini disusun untuk memberikan pemahaman menyeluruh tentang bagaimana budaya memengaruhi proses komunikasi dalam kehidupan sosial.

Materi disajikan secara sistematis, mencakup konsep dasar, teori-teori utama, serta dinamika komunikasi antarbudaya dalam konteks globalisasi dan media digital. Melalui pendekatan tersebut, buku ini bertujuan mendukung mahasiswa agar mampu menganalisis fenomena komunikasi lintas budaya secara reflektif dan etis.

Penulis menyadari masih terdapat keterbatasan, sehingga masukan dan saran dari pembaca sangat diharapkan untuk penyempurnaan pada edisi berikutnya. Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penyusunan buku ini. Semoga bermanfaat bagi perkembangan ilmu komunikasi.

Bogor, 2 Desember 2025
Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iii
BAB 1. PENGANTAR KOMUNIKASI DAN BUDAYA... 1	
A. Komunikasi Antarbudaya	1
B. Fungsi Budaya dan Wujud Budaya.....	4
C. Tujuan Dimensi Budaya Hofstede.....	5
D. Hubungan Komunikasi dan Budaya.....	7
E. Peran Simbol, Bahasa, dan Konteks Budaya dalam Komunikasi	10
F. Latihan Soal.....	12
BAB 2. TEORI-TEORI KOMUNIKASI DAN BUDAYA. 14	
A. Pendahuluan.....	14
B. Teori Komunikasi Lintas Budaya.....	17
Stuart Hall dan Model Encoding/Decoding.....	17
C. Teori Budaya Tinggi dan Rendah (<i>High-Context vs Low-Context</i>)	21
D. Teori Interaksi Simbolik.....	24
E. Teori Negosiasi Muka (<i>Face-Negotiation Theory</i>).....	27
F. Soal Latihan	32
BAB 3. KOMUNIKASI INTERKULTURAL..... 36	
A. Pendahuluan.....	36
B. Proses Komunikasi dari Budaya yang Berbeda	37
C. Hambatan Komunikasi Interkultural	39
D. Pemahaman Terhadap Nilai-nilai Budaya.....	43
E. Dinamika Komunikasi Antar Budaya.....	44
F. Latihan Soal.....	46

BAB 4. KOMUNIKASI DALAM GLOBALISASI	49
A. Pendahuluan.....	49
C. Homogenisasi Budaya dan Tantangan Identitas.....	53
D. Komunikasi Antar Budaya dalam Dunia Global	55
E. Kesimpulan.....	57
BAB 5. BUDAYA MEDIA DAN KOMUNIKASI	62
A. Pendahuluan.....	62
B. Media sebagai Agen Sosial.....	67
Teori Dasar Budaya Media dan Komunikasi	67
C. Pengaruh Media dalam Pembentukan Identitas Sosial.....	71
D. Latihan Soal.....	76
BAB 6. BAHASA DAN BUDAYA DALAM KOMUNIKASI	80
A. Pendahuluan.....	80
B. Membangun Komunikasi antara Bahasa, Komunikasi, dan Budaya.....	82
C. Fungsi Bahasa dalam Budaya	86
D. Latihan Soal.....	90
BAB 7. KOMUNIKASI DALAM TRADISI DAN RITUAL	95
A. Pendahuluan.....	95
B. Komunikasi Ritual	97
C. Komunikasi dalam Agama	103
D. Tradisi dan Budaya dalam Komunikasi	107
D. Kesimpulan.....	117
E. Latihan Soal.....	118
BAB 8. IDENTITAS BUDAYA DAN MEDIA SOSIAL	122
A. Pendahuluan.....	122

B.	Konstruksi Identitas Budaya di Era Media Sosial.....	124
C.	Tantangan dan Peluang Identitas Budaya di Media Sosial.....	127
D.	Latihan Soal	131
BAB 9. PERBEDAAN BUDAYA DALAM KOMUNIKASI ORGANISASI.....		136
A.	Pendahuluan.....	136
B.	Teori-teori Perbedaan Budaya dalam Komunikasi	140
C.	Variasi Budaya dalam Komunikasi Organisasi.....	145
D.	Teknologi dan Perbedaan Budaya dalam Komunikasi Organisasi	148
E.	Implikasi Perbedaan Budaya dalam Pengelolaan Organisasi.....	150
F.	Latihan Soal.....	153
BAB 10. KOMUNIKASI DAN PENGARUH KEKUASAAN DALAM BUDAYA		156
A.	Pendahuluan.....	156
B.	Hegemoni Budaya di Era Platform	168
D.	Kelas Sosial dan Diferensiasi Gaya Komunikasi	189
E.	Kekuasaan, Budaya Organisasi, dan Tata Kelola Komunikasi	191
F.	<i>Platform, Algoritme</i> , dan Dominasi Budaya	196
G.	Implikasi Kebijakan dan Praktik.....	200
H.	Arah Riset Lanjutan	204
I.	Kesimpulan	206
J.	Latihan Soal.....	208
BAB 11. PERUBAHAN BUDAYA MELALUI KOMUNIKASI		212

A.	Pendahuluan.....	212
B.	Bagaimana Komunikasi Membentuk Tatanan Sosial dan Budaya	221
C.	Budaya Kolaboratif dari Partisipasi dan Konvergensi	224
D.	Imajinasi Global dan Arus Budaya Lintas Batas	226
E.	Revolusi Budaya dalam Genggaman Komunikasi	227
F.	Latihan Soal:.....	234
BAB 12. KOMUNIKASI LINTAS BUDAYA DI ERA DIGITAL.....		239
A.	Pendahuluan.....	239
B.	Pengaruh Teknologi terhadap Komunikasi Lintas Budaya	240
C.	Komunikasi Global melalui Platform Digital	243
D.	Tantangan Komunikasi Antarbudaya di Dunia Maya	245
E.	Peluang dan Masa Depan Komunikasi Lintas Budaya Digital	247
F.	Latihan Soal	248
BIOGRAFI PENULIS		286
LAMPIRAN		302
SINOPSIS.....		307

BAB 1. PENGANTAR KOMUNIKASI DAN BUDAYA

A. Komunikasi Antarbudaya

Komunikasi antarbudaya adalah bidang kajian penting yang menjelaskan bagaimana orang dari latar belakang budaya berbeda berinteraksi, menyampaikan pesan, dan saling memahami. Dalam era globalisasi, interaksi lintas budaya tidak bisa dihindari, baik di dunia bisnis, pendidikan, politik, maupun kehidupan sehari-hari. Karena itu, memahami komunikasi antarbudaya menjadi keterampilan esensial untuk mencegah kesalahpahaman dan membangun hubungan yang produktif.

Komunikasi antarbudaya dapat didefinisikan sebagai proses pertukaran pesan antara individu atau kelompok dari latar budaya yang berbeda, di mana perbedaan nilai, norma, simbol, dan gaya hidup memengaruhi cara pesan dikirimkan dan diterima. Samovar, Porter, dan McDaniel (2010) menekankan bahwa komunikasi antarbudaya terjadi ketika perbedaan budaya memengaruhi proses komunikasi (Samovar, L.A., Porter, R.E. and McDaniel, 2010). Dengan demikian, komunikasi antarbudaya tidak semata-mata tentang bahasa, melainkan juga

tentang perbedaan cara berpikir, merasakan, dan berperilaku.

Sebagai contoh, seseorang dari budaya yang menekankan kejujuran bisa menganggap komunikasi yang bertele-tele sebagai tanda ketidakjujuran. Sebaliknya, orang dari budaya yang mengutamakan keharmonisan kelompok dapat menilai komunikasi langsung sebagai sikap kasar. Perbedaan interpretasi ini menunjukkan bahwa komunikasi antarbudaya tidak bisa dilepaskan dari kerangka budaya yang membentuk persepsi masing-masing pihak (Namba et al., 1986).

Edward T. Hall memperkenalkan konsep *High-Context Culture* dan *Low-Context Culture* untuk menjelaskan perbedaan gaya komunikasi lintas budaya. Konsep ini menjadi salah satu teori paling berpengaruh dalam studi komunikasi (Mele et al., 2021).

- *High-Context Culture*: Dalam budaya konteks tinggi, pesan lebih banyak tersirat dalam hubungan, situasi, dan simbol nonverbal. Kata-kata hanya sebagian kecil dari komunikasi, sementara sisanya dipahami melalui kebersamaan, tradisi, dan keakraban sosial. Jepang, Tiongkok, Korea, dan Indonesia termasuk ke dalam budaya konteks tinggi. Misalnya, di Jepang, sering kali kata "hai" tidak berarti "ya"

dalam arti menyetujui, tetapi sekadar tanda bahwa pesan didengar. Keheningan pun bisa bermakna positif, sebagai tanda hormat atau pertimbangan.

- *Low-Context Culture:* Dalam budaya konteks rendah, pesan disampaikan secara eksplisit, jelas, dan langsung. Kata-kata menjadi media utama komunikasi, sementara konteks nonverbal lebih sedikit berperan. Amerika Serikat, Jerman, dan Swiss merupakan contoh budaya konteks rendah. Misalnya, dalam diskusi bisnis di Amerika, seseorang akan langsung menyatakan "Saya tidak setuju" ketika berbeda pendapat. Dalam budaya konteks tinggi, ketidaksetujuan mungkin disampaikan secara tidak langsung untuk menjaga keharmonisan.

Perbedaan ini memiliki dampak besar pada praktik sehari-hari. Dalam negosiasi, pihak dari budaya konteks rendah mungkin menganggap jawaban singkat "baik" sebagai persetujuan penuh, padahal bagi pihak dari budaya konteks tinggi, itu hanya tanda penerimaan informasi. Kesalahpahaman semacam ini bisa menimbulkan kekecewaan jika tidak ada kesadaran lintas budaya.

Edward T. Hall juga menghubungkan konsep ini dengan cara masyarakat mengatur waktu (monokronik vs polikronik) dan ruang (proksemik)

(Mele et al., 2021). Budaya monokronik, yang sering kali *low-context*, menekankan ketepatan waktu dan jadwal ketat. Sebaliknya, budaya polikronik, yang biasanya *high-context*, lebih fleksibel terhadap waktu, menekankan hubungan antar manusia di atas jadwal.

B. Fungsi Budaya dan Wujud Budaya

Budaya memiliki beragam fungsi dalam kehidupan manusia. Pertama, memberi identitas. Budaya menandai perbedaan suatu bangsa atau kelompok dengan yang lain. Kedua, mengarahkan perilaku, karena nilai dan norma budaya menjadi pedoman dalam bertindak. Ketiga, menjadi sarana komunikasi, sebab melalui bahasa dan simbol budaya, manusia bisa saling memahami. Keempat, mewariskan pengetahuan, budaya memastikan generasi baru memahami pengalaman generasi sebelumnya. Kelima, menyatukan masyarakat, karena budaya berfungsi sebagai perekat sosial yang memperkuat rasa kebersamaan.

Menurut Koentjaraningrat, budaya memiliki tiga wujud. Wujud ide (sistem budaya) berupa gagasan, keyakinan, dan nilai yang hidup dalam pikiran masyarakat. Wujud aktivitas (sistem sosial) adalah pola perilaku nyata, seperti upacara adat, kebiasaan, atau tradisi sehari-hari. Wujud artefak (kebudayaan fisik) adalah hasil karya manusia berupa benda,

misalnya rumah adat, pakaian tradisional, dan peralatan. Ketiga wujud ini saling terkait dan tidak bisa dipisahkan karena bersama-sama membentuk keseluruhan budaya (Abdul Wahad Syakhrani & Muhammad Luthfi Kamil, 2022).

C. Tujuan Dimensi Budaya Hofstede

Geert Hofstede mengemukakan tujuh dimensi budaya yang membantu menjelaskan perbedaan antar masyarakat (Su, 2022).

Pertama, Individualisme vs Kolektivisme. Dalam budaya individualis seperti Amerika, kepentingan individu lebih diutamakan, sementara dalam budaya kolektifis seperti Indonesia, kepentingan kelompok dan harmoni lebih penting.

Kedua, Jarak Kekuasaan (*Power Distance*). Budaya dengan jarak kekuasaan tinggi, seperti Tiongkok, cenderung menerima hierarki yang kuat. Sebaliknya, budaya dengan jarak kekuasaan rendah, seperti Denmark, lebih menekankan kesetaraan.

Ketiga, Maskulinitas vs Feminitas. Budaya maskulin menekankan persaingan, ambisi, dan materi. Contohnya Jepang. Budaya feminin, seperti Swedia, menekankan kepedulian, kerja sama, dan kualitas hidup.

Keempat, Penghindaran Ketidakpastian (*Uncertainty Avoidance*). Budaya dengan tingkat

tinggi, seperti Yunani, membuat banyak aturan untuk menghindari ketidakpastian. Sebaliknya, Singapura lebih fleksibel dan menerima situasi tidak pasti.

Kelima, Orientasi Jangka Panjang vs Jangka Pendek. Budaya dengan orientasi jangka panjang, seperti Tiongkok dan Jepang, menekankan ketekunan dan perencanaan. Budaya jangka pendek, seperti Amerika, lebih fokus pada hasil cepat dan tradisi.

Keenam, *Indulgence vs Restraint*. Budaya indulgence, seperti Meksiko, cenderung permisif terhadap pemuasan kebutuhan dan kesenangan. Sebaliknya, budaya restraint, seperti Rusia, lebih menekankan kontrol sosial.

Ketujuh, Normatif vs Pragmatis. Budaya normatif lebih menghargai tradisi dan aturan lama. Sebaliknya, budaya pragmatis menekankan adaptasi dengan realitas baru untuk menghadapi tantangan zaman.

Dimensi-dimensi ini menjelaskan bagaimana perbedaan budaya memengaruhi cara komunikasi, pengambilan keputusan, dan interaksi sosial. Misalnya, dalam negosiasi bisnis, budaya kolektivistis akan mengutamakan konsensus, sementara budaya individualis lebih langsung dalam pengambilan keputusan

D. Hubungan Komunikasi dan Budaya

Komunikasi dan budaya merupakan dua sisi yang saling membentuk dan memperkuat. Budaya menyediakan seperangkat nilai, norma, dan skema makna yang menjadi acuan ketika orang berbicara, mendengarkan, menulis, atau memberi isyarat. Sebaliknya, komunikasi adalah mekanisme utama agar budaya tetap hidup, melalui cerita, aturan, ritual, dan kebiasaan yang terus dipraktikkan dan diinterpretasikan kembali. Memahami keterkaitan ini membuat kita lebih peka terhadap alasan di balik gaya komunikasi yang berbeda-beda di berbagai komunitas dan bangsa (Aririguzoh, 2022).

Budaya memengaruhi komunikasi lewat beberapa mekanisme kunci. Pertama, budaya membentuk persepsi: apa yang dianggap relevan, sopan, atau meyakinkan. Individu menafsirkan pesan melalui "lensa" nilai-nilai bersama. Di budaya yang menekankan harmoni kelompok, orang cenderung menghindari konfrontasi langsung; kritik disampaikan secara halus atau melalui pihak ketiga agar muka (*face*) kedua belah pihak tetap terjaga. Sebaliknya, budaya yang menghargai asertivitas memandang kejelasan dan keterusterangan sebagai wujud profesionalisme.

Kedua, budaya mengatur aturan mengekspresikan emosi (*display rules*). Ada

masyarakat yang menganggap ekspresi emosi di ruang publik sebagai ketidakterkendalian, sehingga preferensinya adalah menahan diri dan menjaga nada bicara. Di tempat lain, antusiasme verbal, tawa lepas, atau tepukan punggung merupakan tanda keakraban. Ketika dua pola ini bertemu, pihak yang ekspresif bisa dianggap "berlebihan", sedangkan pihak yang menahan diri bisa dinilai "dingin" atau tidak antusias.

Ketiga, budaya memengaruhi strategi kesantunan. Dalam banyak komunitas Asia, menjaga kehormatan dan muka menjadi pertimbangan utama. Permintaan sering diajukan secara tidak langsung, menggunakan mitigasi seperti "barangkali", "kalau berkenan", atau "mungkin bisa dipertimbangkan". Di sisi lain, dalam konteks bisnis Amerika Utara, permintaan yang lugas dianggap efisien dan tidak menyinggung karena berorientasi tugas. Ketidaksinkronan ekspektasi ini kerap melahirkan salah tafsir: pihak yang tidak langsung dicurigai menyembunyikan maksud, sementara pihak yang langsung dinilai kasar.

Keempat, budaya memengaruhi cara menggunakan waktu dan ruang. Edward T. Hall membedakan orientasi monokronik, waktu linear, ketepatan adalah hormat, dengan polikronik, waktu lentur, hubungan lebih utama dari jadwal. Begitu

pula dengan proksemik (jarak fisik) (Mele et al., 2021). Ada konteks yang menganggap jarak dekat sebagai kehangatan; di tempat lain, itu terasa menginvasi privasi. Ketika seseorang melangkah selangkah lebih dekat untuk menunjukkan minat, lawan bicaranya mungkin justru mundur untuk menjaga kenyamanan.

Kelima, budaya menentukan struktur hierarki dalam interaksi. Di masyarakat dengan jarak kekuasaan tinggi, komunikasi banyak mengikuti garis formal, pilihan kata lebih hormat, interupsi dihindari, dan keputusan diambil melalui rujukan pada senioritas. Di organisasi yang lebih egaliter, bawahan diharapkan mengkritik atau menawarkan alternatif secara terbuka. Di pertemuan lintas budaya, keheningan bisa berarti refleksi dan penghormatan, bukan ketidaksetujuan; sebaliknya, tanggapan cepat bisa dibaca sebagai kesiapan, bukan agresivitas.

Contoh konkret membantu menangkap nuansa ini. Dalam rapat lintas negara, manajer dari budaya *low-context* mempresentasikan analisis dengan struktur eksplisit, poin-poin langsung, dan rekomendasi tegas. Kolega dari budaya *high-context* memberi respons berupa anggukan dan frasa persetujuan sopan seperti "baik" atau "menarik". Bagi yang pertama, ini terbaca sebagai dukungan

penuh; padahal bagi yang kedua, itu sekadar sinyal penerimaan informasi, komitmen baru terbentuk setelah konsultasi internal demi harmoni kelompok. Tanpa memahami aturan budaya, kedua pihak mudah kecewa: satu merasa "diingkari", lainnya merasa "didikte".

E. Peran Simbol, Bahasa, dan Konteks Budaya dalam Komunikasi

Simbol adalah jantung kebudayaan dan komunikasi. Secara semiotik, tanda dapat berupa ikon (menyerupai objeknya), indeks (terkait secara kausal atau kontekstual), dan simbol (bermakna karena konvensi) (Walther & Whitty, 2020). Bendera tidak bernilai karena kainnya, melainkan karena makna kolektif yang disematkan: sejarah, pengorbanan, atau cita-cita. Makna simbol selalu berlapis, ada denotasi yang tampak, ada konotasi yang dipelajari (Vera, 2015). Itulah sebabnya gambar, warna, atau gestur yang netral di satu tempat bisa meresahkan di tempat lain.

Bahasa menyandi realitas sekaligus mengarahkan perhatian. Struktur kosakata, misalnya keberadaan tingkat tutur, bentuk hormat, atau perbedaan *pronoun*, mengarahkan penutur pada kategori sosial tertentu. Bahasa dengan sistem honorifik yang kaya menuntun penutur menilai relasi status sebelum

berbicara; sebaliknya, bahasa yang egaliter mendorong spontanitas dan kedekatan (Ningrum, 2024). Gaya kalimat pasif yang sering muncul dalam teks resmi bukan kebetulan, melainkan cermin budaya yang menghindari atribusi langsung demi menjaga keharmonisan.

Di luar verbal, komunikasi nonverbal membawa porsi besar muatan budaya: kinesik (gerak tubuh), okulesik (tatapan), haptik (sentuhan), proksemik (jarak), kronemik (pengelolaan waktu), dan paralinguistik (nada, jeda, kecepatan bicara). Senyum bisa berarti keramahan, rasa sungkan, atau strategi menyelamatkan muka, bergantung konteks (Hall et al., 2019). Keheningan kadang menjadi tanda setuju atau hormat; di lain tempat, ia dibaca sebagai penolakan. Kesalahan membaca isyarat ini acap kali lebih fatal daripada salah memilih kata.

Konteks budaya mengikat semua unsur tadi. Dalam budaya konteks tinggi, banyak informasi tersirat dan ditopang relasi jangka panjang; keandalan sumber lebih penting daripada kelantangan data. Dalam budaya konteks rendah, pesan diharapkan lengkap dan eksplisit agar tidak menyisakan ruang tafsir. Perbedaan ini mengubah cara menulis email, memimpin rapat, atau menyampaikan kritik. Di lingkungan *high-context*, kritik disisipkan di antara pujian dan saran perbaikan;

di lingkungan *low-context*, kritik utama ditempatkan di awal agar efisien.

F. Latihan Soal

1. Menurut Edward B. Tylor, budaya adalah...
 - A. Sistem kepercayaan dan kesenian saja
 - B. Keseluruhan kompleks yang mencakup pengetahuan, kepercayaan, seni, hukum, adat, dan kemampuan lain
 - C. Simbol-simbol dalam masyarakat modern
 - D. Hasil karya manusia yang hanya berupa benda fisik
2. Dalam komunikasi antarbudaya, budaya berfungsi sebagai...
 - A. Penghalang utama komunikasi
 - B. Lensa yang memengaruhi cara menyampaikan dan menafsirkan pesan
 - C. Faktor eksternal yang tidak berpengaruh
 - D. Alat untuk menyamakan semua orang
3. Konsep High-Context dan Low-Context Culture dikemukakan oleh...
 - A. Geert Hofstede
 - B. Clifford Geertz
 - C. Edward T. Hall
 - D. Harold D. Lasswell
4. Budaya high-context ditandai dengan...
 - A. Pesan disampaikan secara langsung, jelas, dan eksplisit
 - B. Komunikasi bergantung pada konteks, simbol, dan hubungan

- C. Minimnya penggunaan simbol nonverbal
- 5. Keputusan diambil cepat dan tanpa consensus
Dimensi budaya Hofstede yang menjelaskan sejauh mana distribusi kekuasaan diterima dalam masyarakat adalah...
 - A. Maskulinitas vs Feminitas
 - B. Individualisme vs Kolektivisme
 - C. Power Distance (Jarak Kekuasaan)
- 6. Indulgence vs Restraint
Salah satu hambatan komunikasi antarbudaya adalah...
 - A. Keterbukaan terhadap budaya lain
 - B. Stereotip dan prasangka terhadap kelompok tertentu
 - C. Membangun empati dan toleransi
 - D. Penggunaan bahasa universal
- 7. Komunikasi lintas budaya yang efektif dapat tercapai jika...
 - A. Setiap budaya dianggap sama dengan standar budaya sendiri
 - B. Mengabaikan perbedaan norma dan nilai antarbudaya
 - C. Ada kesadaran, empati, dan keterampilan menyesuaikan gaya komunikasi
 - D. Hanya menggunakan bahasa internasional tanpa memperhatikan konteks budaya

BAB 2. TEORI-TEORI KOMUNIKASI DAN BUDAYA

A. Pendahuluan

Komunikasi dan budaya merupakan dua entitas yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan sosial manusia. Setiap tindakan komunikasi selalu berakar pada konteks budaya tertentu yang membentuk cara individu memahami, menafsirkan, dan merespons pesan. Sebaliknya, budaya juga terus diproduksi, direproduksi, dan dinegosiasikan melalui praktik komunikasi sehari-hari. Oleh karena itu, memahami komunikasi tanpa memperhitungkan budaya akan menghasilkan analisis yang parsial, sementara memahami budaya tanpa memperhatikan proses komunikasi akan kehilangan dimensi dinamis dari pembentukan makna sosial. Urgensi memahami komunikasi dalam konteks budaya terletak pada kemampuan untuk melihat bahwa makna bukanlah sesuatu yang statis, melainkan hasil dari proses interaksi simbolik yang selalu beroperasi dalam kerangka nilai, norma, dan sistem simbol budaya.

Dalam era globalisasi yang ditandai oleh keterhubungan lintas batas melalui media digital, migrasi, dan mobilitas manusia yang tinggi, interaksi

antarbudaya menjadi semakin intens dan kompleks. Globalisasi telah menciptakan ruang komunikasi baru yang melampaui batas geografis dan etnis, menghadirkan fenomena *cultural hybridity* percampuran identitas, gaya hidup, dan nilai-nilai dari berbagai budaya. Fenomena ini menuntut kepekaan interkultural yang tinggi agar komunikasi tidak berujung pada kesalahpahaman, stereotip, atau bahkan konflik identitas. Dalam konteks ini, komunikasi antarbudaya menjadi instrumen penting untuk membangun kesalingpahaman (*mutual understanding*) dan toleransi di tengah perbedaan.

Namun, globalisasi juga membawa paradoks. Di satu sisi, ia membuka peluang dialog dan pertukaran budaya; di sisi lain, ia dapat menciptakan dominasi budaya global atas budaya lokal melalui proses homogenisasi simbolik. Hal ini menimbulkan ketegangan antara universalitas dan partikularitas, antara identitas global dan lokal sebuah dialektika yang menjadi lahan subur bagi kajian teori-teori komunikasi dan budaya. Para teoritis kontemporer seperti Hall (1997) dan Bhabha (2012) menegaskan bahwa budaya kini tidak lagi dipahami sebagai entitas tunggal dan tertutup, melainkan sebagai arena negosiasi makna dan kekuasaan yang terus berubah. Di sinilah muncul kebutuhan untuk memahami komunikasi sebagai praktik sosial yang

mengonstruksi realitas budaya, bukan sekadar sebagai proses pertukaran pesan.

Secara epistemologis, teori komunikasi budaya berfungsi sebagai jembatan antara disiplin ilmu komunikasi dan antropologi. Ilmu komunikasi memberikan kerangka untuk menganalisis proses penyampaian dan penerimaan makna melalui simbol, sedangkan antropologi memberikan pemahaman mendalam mengenai konteks budaya, struktur sosial, dan sistem makna yang melandasi perilaku manusia. Pendekatan interdisipliner ini memungkinkan analisis yang lebih komprehensif terhadap bagaimana budaya memengaruhi cara individu berkomunikasi, sekaligus bagaimana komunikasi menciptakan dan memodifikasi budaya. Dalam konteks Indonesia yang multikultural, pendekatan semacam ini sangat relevan untuk memahami dinamika komunikasi antar-etnis, antaragama, maupun antar-generasi yang kian kompleks.

Dengan demikian, pembahasan teori-teori komunikasi dan budaya bukan sekadar wacana akademik, melainkan sebuah kebutuhan praktis di tengah masyarakat global yang beragam. Pemahaman terhadap teori-teori ini membantu individu dan organisasi mengembangkan kompetensi komunikasi antarbudaya yang inklusif,

adaptif, dan reflektif. Bab ini akan menguraikan berbagai teori komunikasi dan budaya yang berkembang secara historis dan konseptual, sekaligus menunjukkan relevansinya dalam membaca fenomena komunikasi kontemporer di era globalisasi dan digitalisasi budaya.

B. Teori Komunikasi Lintas Budaya

Perkembangan teori komunikasi lintas budaya mengalami pergeseran paradigma dari perspektif fungsional dan psikologis menuju pendekatan kritis dan postmodern. Jika teori klasik cenderung menekankan adaptasi, kesesuaian, dan kompetensi antarbudaya, maka pendekatan kritis dan postmodern menyoroti relasi kekuasaan, ideologi, dan praktik representasi dalam membentuk interaksi antarbudaya. Perspektif ini lahir dari tradisi *Cultural Studies* yang menolak pandangan bahwa budaya bersifat netral, melainkan melihatnya sebagai medan pertarungan makna dan hegemoni. Empat pemikir penting yang menjadi landasan perspektif ini adalah Stuart Hall, Homi K. Bhabha, Edward W. Said, serta Judith Martin dan Thomas Nakayama.

Stuart Hall dan Model Encoding/Decoding

Hall (1980) merupakan tokoh kunci dalam tradisi *British Cultural Studies* yang memperkenalkan

konsep *encoding/decoding* sebagai model kritis untuk memahami komunikasi massa. Dalam pandangannya, pesan media tidak sekadar diterima secara pasif oleh khalayak, melainkan dihasilkan melalui proses kodifikasi (*encoding*) oleh produsen dan diinterpretasikan (*decoding*) oleh audiens berdasarkan kerangka budaya masing-masing. Hall menolak asumsi bahwa makna bersifat tunggal dan universal; sebaliknya, makna selalu dinegosiasikan melalui interaksi antara struktur kekuasaan, ideologi, dan pengalaman kultural individu.

Model Hall mengidentifikasi tiga posisi pembacaan pesan:

1. *Dominant-hegemonic position*, ketika audiens menerima makna sebagaimana dimaksud oleh produsen pesan;
2. *Negotiated position*, ketika audiens menerima sebagian namun menolak sebagian makna;
3. *Oppositional position*, ketika audiens menolak makna dominan dan menafsirkan pesan secara kontradiktif terhadap ideologi yang berlaku.

Dalam konteks komunikasi lintas budaya, teori ini menegaskan bahwa penerimaan pesan antarbudaya tidak pernah netral. Perbedaan latar budaya, kelas sosial, dan identitas kolektif membentuk cara individu menafsirkan pesan global. Fenomena ini tampak jelas dalam konsumsi media digital, di mana

audiens di berbagai belahan dunia menafsirkan konten global (film, musik, iklan, atau meme) sesuai dengan konteks budaya lokal mereka menciptakan *polysemy* atau makna jamak yang bersifat kontekstual (Hall, 1997; Fuchs, 2019).

Homi K. Bhabha dan Konsep *Cultural Hybridity*

Homi K. Bhabha (1994) memperkenalkan konsep *cultural hybridity* dalam karyanya *The Location of Culture*, yang menjadi fondasi penting dalam studi postkolonial. Bhabha berpendapat bahwa identitas budaya tidak bersifat tetap, melainkan terbentuk dalam *third space* ruang antara di mana pertemuan budaya kolonial dan kolonialis menciptakan bentuk-bentuk identitas baru yang hibrid. Dalam ruang ini, subjek kolonial bukan sekadar meniru budaya dominan, tetapi melakukan *mimicry* yang subversif meniru dengan perbedaan yang justru mengganggu stabilitas kekuasaan kolonial.

Dalam konteks komunikasi lintas budaya, *hybridity* menjelaskan bagaimana interaksi antarbudaya dalam dunia global menghasilkan bentuk ekspresi yang tidak murni misalnya dalam gaya hidup, bahasa, dan media populer. Budaya digital mempercepat proses hibridisasi ini melalui pertukaran simbolik di media sosial, di mana pengguna dapat menggabungkan simbol global

(seperti gaya berpakaian Korea atau meme Barat) dengan nilai lokal. Dengan demikian, identitas budaya kontemporer menjadi cair, kompleks, dan terus dinegosiasikan (Bhabha, 2012; Kraidy, 2006).

Martin & Nakayama dan Pendekatan Dialektikal dalam Komunikasi Antarbudaya

Martin & Nakayama (2006) menawarkan pendekatan *dialectical approach to intercultural communication* sebagai sintesis antara perspektif tradisional dan kritis. Mereka menolak dikotomi kaku seperti “budaya individualis vs. kolektivis” dan mengusulkan analisis yang menekankan dinamika kontradiktif dalam komunikasi antarbudaya. Menurut mereka, interaksi antarbudaya selalu berada dalam ketegangan dialektis misalnya antara homogenitas dan heterogenitas, tradisi dan modernitas, atau kekuasaan dan resistensi.

Pendekatan ini membantu menjelaskan kompleksitas identitas di dunia global yang tidak dapat dipahami melalui kategori biner. Dalam ruang digital, individu sering kali menegosiasikan identitas secara simultan: lokal sekaligus global, tradisional sekaligus modern. Dengan demikian, pendekatan dialektikal memberikan kerangka analisis yang lentur dan kontekstual terhadap komunikasi lintas budaya di era hibridisasi.

C. Teori Budaya Tinggi dan Rendah (*High-Context vs Low-Context*)

Edward Twitchell Hall memperkenalkan konsep *high-context* dan *low-context culture* sebagai bagian dari upayanya memahami bagaimana komunikasi dipengaruhi oleh latar budaya (Hall, 1976). Menurut Hall, dalam budaya tinggi-konteks (*high-context*), sebagian besar makna komunikasi tersimpan dalam konteks melalui hubungan antarindividu, norma sosial, latar belakang bersama, isyarat nonverbal, dan "apa yang tidak dikatakan." Sebaliknya, dalam budaya rendah-konteks (*low-context*), komunikasi berorientasi pada pesan eksplisit: makna terutama terkandung dalam kata-kata yang diucapkan, dan komunikasi harus jelas agar dapat dipahami oleh orang yang tidak berbagi latar konteks yang sama.

Dalam formulasi Hall:

- *High-context message* adalah komunikasi di mana sedikit informasi eksplisit dikodekan dalam pesan; sebagian besar makna sudah "diinternalisasi" oleh peserta melalui latar budaya bersama.
- *Low-context message* adalah sebaliknya: sebagian besar informasi harus tersedia secara eksplisit dalam pesan karena peserta tidak dapat

mengandalkan latar bersama atau konteks implicit.

Hall menempatkan budaya dalam spektrum, bukan kategori mutlak; budaya tertentu dapat berada di titik tengah antara ekstrem *high* dan *low* (Broeder, 2021; ScienceDirect, 2025).

Karakteristik dan Implikasi Komunikasi

1. Karakteristik *High-Context*

Beberapa ciri khas budaya *high-context* antara lain:

- Penekanan pada relasi interpersonal, harmoni kelompok, dan pemeliharaan “wajah” atau kehormatan sosial.
- Ketidakjelasan eksplisit dalam pesan: banyak hal disampaikan secara tersirat, melalui nada, ekspresi wajah, jeda, atau isyarat lainnya.
- Tingginya “*shared background*”: peserta komunikasi diasumsikan memiliki pengetahuan bersama dan pengalaman budaya yang sama.
- Interaksi yang bersifat panjang dan personal; membangun kepercayaan dan hubungan sebelum menyampaikan pesan inti.
- Kerangka makna lebih dipengaruhi oleh konteks sosial, sejarah hubungan, dan norma budaya daripada oleh pesan verbal murni.

Budaya Asia Timur, beberapa bagian Asia Tenggara, budaya Arab, dan komunitas tradisional sering dikategorikan mendekati *high-context*.

2. Karakteristik *Low-Context*

Ciri khas budaya low-context meliputi:

- Komunikasi langsung, eksplisit, dan terbuka pesan disampaikan secara jelas dan tidak ambigu.
- Sedikit asumsi akan latar bersama atau "pengetahuan bersama," sehingga pesan harus mencakup cukup informasi agar bisa dipahami oleh pihak yang "asing."
- Fokus pada efektivitas pesan verbal: struktur, logika, urutan, kejelasan.
- Hubungan interpersonal mungkin kurang dibangun sebelum menyampaikan informasi orientasi lebih ke tugas/efisiensi.
- Budaya Barat (misalnya AS, Eropa Utara) sering dikategorikan mendekati *low-context* (Lamino & Diaz, 2024).

Implikasi dalam Interaksi Lintas Budaya

Ketika individu dari budaya *high-context* berinteraksi dengan budaya *low-context*, beberapa tantangan komunikasi bisa muncul:

1. *Under-communication vs Over-communication*
pihak *high-context* mungkin menganggap pesan *low-context* terlalu "berlebihan" karena menjelaskan hal-hal yang seharusnya implicit; sementara pihak *low-context* bisa merasa pesan *high-context* tidak cukup jelas (Afrouzi, 2021).
2. Kesalahpahaman dalam interpretasi konteks orang dari budaya *low-context* mungkin tidak menangkap isyarat nonverbal atau pesan tersirat yang penting bagi pihak *high-context*.
3. Perbedaan dalam kecepatan komunikasi dalam budaya *high-context*, proses membangun hubungan bisa memakan waktu lebih lama sebelum menuju inti pesan, sedangkan budaya *low-context* cenderung langsung pada pokok persoalan.
4. Adaptasi pesan dalam media digital platform digital sering mengedepankan pesan eksplisit (text, posting langsung) sehingga pelaku komunikasi *high-context* harus menyesuaikan gaya mereka agar tetap efektif di platform tersebut.

D. Teori Interaksi Simbolik

Teori interaksi simbolik (Symbolic Interactionism) merupakan salah satu teori fundamental dalam kajian sosiologi dan komunikasi yang menekankan

bahwa makna sosial terbentuk melalui interaksi manusia dengan simbol-simbol yang mereka gunakan dalam kehidupan sehari-hari. Teori ini pertama kali dikembangkan oleh George Herbert Mead (1934) dan kemudian dipopulerkan oleh Herbert Blumer (1969) yang memperkenalkan tiga premis dasar teori ini, yaitu: (1) manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna yang dimiliki sesuatu itu bagi mereka; (2) makna tersebut muncul dari interaksi sosial; dan (3) makna dimodifikasi melalui proses interpretasi yang dilakukan individu ketika berhadapan dengan fenomena sosial tertentu.

Makna sebagai Produk Sosial dan Budaya

Dalam konteks komunikasi budaya, teori interaksi simbolik menjelaskan bahwa makna tidak bersifat universal, melainkan dikonstruksi secara sosial dalam suatu komunitas budaya tertentu. Setiap budaya memiliki sistem simbolik yang khas seperti bahasa, gestur, ritual, pakaian, dan norma komunikasi yang menjadi alat bagi anggotanya untuk berinteraksi dan menegosiasikan identitas. Misalnya, kontak mata yang dianggap sebagai tanda perhatian dalam budaya Barat bisa dimaknai sebagai bentuk ketidaksopanan dalam budaya Timur tertentu. Dengan demikian, makna simbolik selalu bergantung pada *shared meaning* yang dibentuk

oleh nilai-nilai dan pengalaman kolektif suatu budaya (Littlejohn et al., 2021).

Proses Interpretasi dan Identitas Budaya

Teori ini juga menyoroti pentingnya proses interpretasi dalam memahami simbol-simbol budaya. Individu tidak hanya menerima simbol secara pasif, tetapi menafsirkan makna berdasarkan kerangka referensi budaya yang mereka miliki. Proses ini memungkinkan individu untuk mengonstruksi identitas sosial dan budaya mereka melalui interaksi. Dalam konteks komunikasi antarbudaya, proses interpretasi ini sering menimbulkan *cultural misunderstanding* ketika dua pihak memiliki kerangka simbolik yang berbeda. Oleh karena itu, pemahaman terhadap simbol dan konteks budaya lain menjadi kunci untuk membangun komunikasi yang efektif dan etis (Griffin et al., 2019).

Simbol, Bahasa, dan Konstruksi Realitas Budaya

Bahasa, sebagai sistem simbolik utama, berperan sentral dalam membentuk realitas sosial dan budaya. Menurut Mead, bahasa memungkinkan individu untuk "mengambil peran orang lain" (*role-taking*), yaitu memahami perspektif orang lain melalui simbol-simbol linguistik. Dalam konteks budaya,

bahasa tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai representasi nilai dan identitas budaya. Misalnya, penggunaan kata ganti sosial seperti "*anda*", "*kamu*", atau "*Bapak/Ibu*" dalam bahasa Indonesia mencerminkan struktur sosial yang hierarkis dan sopan santun khas budaya kolektif Indonesia (Gudykunst & Kim, 2003).

E. Teori Negosiasi Muka (*Face-Negotiation Theory*)

Face-Negotiation Theory (FNT) dikembangkan oleh Stella Ting-Toomey sejak pertengahan 1980-an sebagai kerangka konseptual untuk memahami bagaimana individu dari latar budaya yang berbeda menegosiasikan "*face*" (wajah sosial atau citra diri) ketika menghadapi konflik atau ketegangan interpersonal (Ting-Toomey, 1988). Teori ini muncul sebagai kritik dan pelengkapan terhadap literatur konflik interpersonal yang berpandangan Barat (konfrontasi, keterbukaan) dengan menekankan pentingnya konteks budaya, identitas, dan "*face*" sebagai variabel penting dalam komunikasi lintas budaya (Ting-Toomey, 2004; Ting-toomey & Kurogi, 1998).

"*Face*" dalam teori ini dipahami sebagai citra sosial atau identitas yang ingin dipertahankan atau dilindungi seseorang dalam interaksi sosial. Konsep *face* sering dipinjam dari tradisi Cina (lien dan mien-

tzu) dan juga dialog dengan kerja Erving Goffman tentang "*face*" dalam interaksi sosial.

Asumsi Inti dan Proposisi Dasar

Ting-Toomey merumuskan beberapa asumsi dasar FNT (serta dikembangkan dalam versi-versi berikutnya) antara lain:

1. Semua budaya melibatkan usaha menjaga dan menegosiasikan face dalam komunikasi.
2. Situasi konflik atau ancaman terhadap identitas membuat face menjadi sangat penting, karena identitas seseorang "dipertaruhkan".
3. Nilai budaya seperti individualisme vs kolektivisme dan jarak kekuasaan (power distance) memengaruhi orientasi face dan strategi facework seseorang.
4. Orientasi face dapat bersifat self-face (mementingkan citra diri sendiri), other-face (memperhatikan citra orang lain), maupun mutual-face (memperhatikan hubungan atau citra bersama).
5. Gaya komunikasi konflik (seperti menghindari, bersaing, mengakomodasi, integratif) dipengaruhi oleh konfigurasi orientasi face dan nilai budaya.
6. Kompetensi facework (kemampuan mengelola face melalui pesan verbal dan nonverbal) menjadi

aspek penting dalam efektivitas negosiasi antarbudaya (Hou, 2023).

Dalam versi perbaharuan ("*The Matrix of Face*", 2005), Ting-Toomey memperkenalkan 24 proposisi yang lebih sistematis mengenai hubungan antar variabel-variabel face, strategi konflik, dan konteks situasional.

Komponen Utama dalam *Face-Negotiation Theory*

Beberapa komponen penting dalam FNT adalah:

1. Orientasi Face (*Face Orientation / Face Concern*)

Mengacu pada fokus pembicara dalam konflik: apakah mereka lebih memperhatikan citra diri sendiri (self-face), citra orang lain (other-face), atau keduanya/mutual-face (hubungan bersama).

2. Pergerakan Face (*Face Movement*)

Konfigurasi kekhawatiran terhadap face diri dan orang lain dapat menghasilkan strategi tertentu, misalnya:

- Self-face defense (lebih memprioritaskan face sendiri)
- Other-face defense (mengutamakan face lawan)

- Mutual-face maintenance (memelihara face bersama)
 - Obliteration (mengabaikan face semua pihak)
3. Strategi Facework / Gaya Komunikasi Konflik
(Facework Interaction & Conflict Styles)
- Ting-Toomey menghubungkan gaya komunikasi konflik (menghindar, bersaing, mengakomodasi, kompromi, integratif) dengan orientasi face dan nilai budaya. Selain gaya tradisional, versi kemudian menambahkan gaya seperti ekspresi emosi, meminta bantuan pihak ketiga, maupun agresi pasif sebagai cara menangani konflik.
4. *Domain Face (Content Domains of Face)*
- Face mencakup beberapa domain spesifik: otonomi, inklusi, status, kompetensi, moral, dan keandalan (*reliability*).
5. Konteks Situasional dan Identitas Sosial
- FNT juga menekankan bahwa situasi (misalnya: jenis relasi, topik konflik, status kekuasaan) dan identitas sosial (budaya, kelompok, posisi kekuasaan) memediasi bagaimana face dan strategi facework digunakan.

Temuan Empiris dan Pengembangan Mutakhir

Salah satu studi lintas budaya penting adalah *"Face Concerns in Interpersonal Conflict: A Cross-Cultural Empirical Test of the Face Negotiation Theory"* oleh Oetzel & Ting-Toomey (2003), yang melibatkan 768 partisipan di Tiongkok, Jerman, Jepang, dan Amerika Serikat. Studi ini menemukan bahwa variabel budaya (individualisme-kolektivisme) dan self-construal (konsep diri) mempengaruhi face concern dan gaya konflik yang dipilih (Oetzel & Ting-Toomey, 2003).

Penelitian lebih mutakhir seperti *Linking Emotion to the Conflict Face-Negotiation Theory* (Zhang, Ting-Toomey, & Oetzel, 2019) memperkaya model dengan menambahkan konsep emosi (marah, belas kasih, rasa bersalah) sebagai mediator antara self-construal, face concern, dan gaya konflik. Temuan menunjukkan bahwa emosi memainkan peran signifikan dalam cara konflik dikomunikasikan antar budaya (Zhang et al., 2014).

Dalam konteks pendidikan, misalnya pada penelitian *"Face negotiation in graduate school: the decision to conceal or reveal conflict"* (2023), dikaji bagaimana mahasiswa menghadapi konflik akademik dan bagaimana mereka menegosiasikan face dalam konteks kelompok akademik (Wiesenthal et al., 2023).

F. Soal Latihan

1. Pernyataan bahwa makna tidak bersifat statis, melainkan hasil interaksi simbolik dalam kerangka nilai dan norma budaya tertentu, merupakan gagasan dasar dari hubungan antara...
 - A. Komunikasi dan struktur organisasi
 - B. Komunikasi dan budaya
 - C. Teknologi dan identitas
 - D. Bahasa dan perilaku politik
 - E. Individu dan lembaga sosial
2. Dalam perspektif Stuart Hall, *dominant-hegemonic position* terjadi ketika...
 - A. Audiens menolak semua pesan yang disampaikan media
 - B. Audiens menafsirkan pesan secara sepenuhnya berbeda dari maksud produsen
 - C. Audiens menerima sepenuhnya makna sebagaimana dimaksud oleh produsen
 - D. Audiens bernegosiasi dan memodifikasi pesan berdasarkan latar budaya
 - E. Audiens menolak teks namun menerima konteks
3. Konsep *third space* yang menjelaskan munculnya identitas hibrid dalam interaksi budaya global berasal dari pemikiran...
 - A. Edward Said