

Fokus Intercultural Communication

Manusia adalah makhluk sosial yang lebih akrab dengan sebutan zoon politicon. Istilah ini pertama kali dipopulerkan oleh filsuf ternama asal Yunani, Aristoteles. Zoon adalah hewan dan politicon adalah masyarakat. Jadi zoon politicon berarti makhluk sosial yang secara harfiah sebagai “hewan yang bermasyarakat”.

Sebagai makhluk yang hidup bersosialisasi, manusia tidak bisa hidup seorang diri. Sehebat apapun dia, manusia tidak bisa tumbuh dan berkembang layaknya manusia normal. Manusia adalah makhluk yang memerlukan kehadiran orang lain. Oleh karena itu, manusia berinteraksi dengan orang lain. Manusia akan berhubungan dengan orang dalam membangun kehidupannya.

Interaksi inilah yang kemudian dikenal sebagai komunikasi. Manusia akan saling bertukar pesan, baik itu dilakukan secara lisan maupun lewat simbol-simbol. Melalui gesture (gerak tubuh), manusia bisa saling memahami satu sama lain. Mereka menjalankan aktivitas masing-masing karena ada kesamaan pandang dan sikap saling mengerti sehingga kehidupannya berlangsung dengan baik.

Dari interaksi itulah kemudian diperoleh definisi komunikasi yaitu proses dinamis di mana orang berusaha untuk berinteraksi secara internal dengan orang lain melalui penggunaan simbol.



Keterangan gambar: manusia memerlukan bantuan orang lain untuk memenuhi tujuan kegiatannya. Tanpa diminta, seseorang akan menolong ibu tua. Atau sebaliknya

Secara sederhana dapat disebutkan bahwa komunikasi memiliki banyak manfaat antara lain yaitu:

1. Komunikasi dapat mengumpulkan informasi tentang orang lain.
2. Komunikasi menolong seseorang memenuhi kebutuhan interpersonal.
3. Komunikasi membentuk identitas pribadi.
4. Komunikasi memengaruhi orang lain.

Begitu pentingnya komunikasi dalam kehidupan sehari-hari untuk melakukan interaksi. komunikasi dapat mengumpulkan informasi tentang orang lain maksudnya kita dapat mengetahui atau belajar dari tentang orang lain. Di sini dapat memilih topik pembicaraan juga dalam memutuskan atau pembicaraan. Informasi dapat diperoleh secara non verbal maupun verbal adalah penting dalam komunikasi antar banyak berhubungan dengan orang lain.

Komunikasi menolong seseorang memenuhi kebutuhan interpersonal maksudnya apabila anda merasa sedih atau gelisah, anda membutuhkan sebuah percakapan dengan orang lain untuk memberikan anda sebuah kenyamanan, persahabatan dan bahkan kehangatan. Sehingga kebutuhan komunikasi dan interaksi dengan orang lain.

Komunikasi membentuk identitas pribadi yang dimaksud disini adalah bagaimana kita dapat menentukan dan menjelaskan identitas kita. Mengetahui baik secara pribadi ataupun dengan budaya. Disini mengingatkan fungsi penting dari suatu komunikasi adalah memfasilitasi untuk mengetahui jati diri.

Komunikasi memengaruhi orang lain yang dimaksud adalah komunikasi ini mengizinkan untuk mengirim pesan verbal maupun non-verbal. Fungsi tersebut untuk memenuhi kebutuhan sosial dan membentuk identitas

Faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi yaitu persepsi merupakan suatu cara untuk membuat dunia fisik dan sosial menjadi masuk akal. Persepsi ini mengartikan pengaruh eksternal dengan mengizinkan untuk menginterpretasikan.

Dalam ilmu sosiologi, komunikasi menjelaskan bahwa komunikasi sebagai sebuah proses memaknai yang dilakukan oleh seseorang terhadap informasi, sikap, dan perilaku orang lain yang berbentuk pengetahuan, pembicaraan, gerak-gerik, atau sikap, perilaku, dan perasaan-perasaan, sehingga seseorang membuat reaksi-reaksi terhadap informasi, sikap, dan perilaku tersebut berdasarkan pada pengalaman yang pernah dia alami.

Fenomena komunikasi sangat dipengaruhi oleh media yang digunakan, sehingga media kadang kala juga ikut mempengaruhi isi informasi dan penafsiran, bahkan media juga merupakan pesan itu sendiri. Contoh seorang pria yang memberikan bunga kepada seorang gadis, maka pemberian tersebut dapat diartikan sebagai ungkapan perasaan cinta, persahabatan, perdamaian, simpati dan sebagainya. Dengan demikian hal penting dalam komunikasi adalah bagaimana seseorang memberikan tafsiran pada perilaku orang lain, seperti misalnya pembicaraan, gerakan, sikap dan simbol-simbol yang digunakan (Bungin, 2006: 57).

Dalam komunikasi ada tiga unsur penting yang selalu hadir dalam setiap komunikasi, yaitu sumber informasi (receiver), saluran (media), dan penerima informasi (audience). Sumber informasi adalah seseorang atau institusi yang memiliki bahan informasi (pemberitaan) untuk disebarkan kepada masyarakat luas. Saluran adalah media yang digunakan untuk kegiatan pemberitaan oleh sumber berita, berupa media interpersonal yang digunakan secara tatap muka maupun media massa yang digunakan untuk khalayak umum. Sedangkan audience adalah perorang atau kelompok orang dan masyarakat yang menjadi sasaran informasi atau yang menerima informasi.

Selain tiga unsur ini, yang terpenting dalam komunikasi adalah aktifitas memaknai informasi yang disampaikan oleh sumber informasi dan pemaknaan yang dibuat oleh audience terhadap informasi dan pemaknaan yang dibuat oleh audience terhadap informasi yang diterimanya. Pemaknaan terhadap informasi bersifat subyektif dan kontekstual. Subyektif artinya masing-masing pihak (sumber informasi dan audience) memiliki kapasitas untuk memaknakan informasi yang disebarkan atau yang diterimanya berdasarkan kepada apa yang dirasakan, diyakini, dan ia mengerti serta berdasarkan pada tingkat pengetahuan kedua belah pihak. Sedangkan sifat kontekstual adalah bahwa pemaknaan itu berkaitan erat dengan kondisi waktu dan tempat dimana informasi itu berada.

Dengan demikian, konteks sosial budaya ikut kedua pihak dalam memaknakan informasi yang disebarkan dan yang diterima. Oleh karena itu sebuah proses komunikasi memiliki dimensi yang sangat luas dalam pemaknaannya, karena dilakukan oleh subyek-subyek yang beragam dan konteks sosial budaya yang majemuk (Bungin, 2006: 57-58).



Keterangan gambar. Indonesia, salah satu negara yang memiliki keanekaragaman budaya namun bersatu lewat *bhinneka tunggal ika*.

Stewart L. Tubis mengatakan bahwa komunikasi antar budaya adalah komunikasi antara orang-orang yang berbeda budaya. Pernyataan ini beranggapan bahwa perbedaan cara hidup yang berkembang dan dianut oleh sekelompok orang serta berlangsung dari generasi ke generasi.

Intercultural Communication sebagai Suatu Fenomena Sosial

Kemajuan yang luar biasa dibidang teknologi komunikasi telah menyebabkan dunia ini terasa sempit. Betapa tidak, untuk mengunjungi negeri-negeri yang jauh atau tempat-tempat wisata mancanegara tidak lagi harus datang secara fisik, cukup menyaksikannya melalui layar televisi atau internet.

Ruang lingkup Intercultural Communication dapat dirinci ke dalam empat wilayah utama, yaitu:

Mempelajari komunikasi antarbudaya dengan pokok bahasan proses komunikasi antarpribadi dan komunikasi antarbudaya termasuk di dalamnya, komunikasi di antara komunikator dan komunikan yang berbeda kebudayaan, suku bangsa, ras dan etnik.

Komunikasi lintas budaya dengan pokok bahasan perbandingan pola-pola komunikasi antarpribadi lintas budaya.

Komunikasi melalui media di antara komunikator dan komunikan yang berbeda kebudayaan namun menggunakan media. Mempelajari perbandingan komunikasi massa, misalnya membandingkan sistem media massa antarbudaya, perbandingan komunikasi massa, dampak media massa, tatanan informasi dunia baru.

Hubungan antara Komunikasi dengan Budaya

Sebelum kita mengetahui apa definisi dari Komunikasi Antar Budaya, kita harus mengetahui terlebih dahulu tentang hubungan antara komunikasi dengan budaya itu sendiri. Seperti yang kita ketahui bersama, Pembicaraan tentang komunikasi akan diawali dengan asumsi bahwa komunikasi berhubungan dengan kebutuhan manusia dan terpenuhinya kebutuhan berinteraksi dengan manusia-manusia lainnya. Kebutuhan berhubungan sosial ini terpenuhi melalui pertukaran pesan yang berfungsi sebagai jembatan untuk mempersatukan manusia-manusia yang tanpa berkomunikasi akan terisolasi.



Keterangan gambar: perbedaan latar belakang negara akan berimpak pada komunikasi antarpribadi.

Adapun budaya itu sendiri berkenaan dengan cara hidup manusia. Bahasa, persahabatan, kebiasaan makan, praktek komunikasi, tindakan-tindakan sosial, kegiatan-kegiatan ekonomi dan politik dan teknologi semuanya didasarkan pada pola-pola budaya yang ada di masyarakat.

Budaya adalah suatu konsep yang membangkitkan minat. Secara formal budaya didefinisikan sebagai tatanan pengetahuan, pengalaman, kepercayaan, nilai, sikap, makna, hirarki, agama, waktu, peranan, hubungan ruang, konsep alam semesta, objek-objek materi dan milik yang diperoleh sekelompok besar orang dari generasi ke generasi melalui usaha individu dan kelompok. (Mulyana, 1996:18)

Budaya dan komunikasi tak dapat dipisahkan satu sama lain, karena budaya tidak hanya menentukan siapa bicara dengan siap, tentang apa dan bagaimana orang menyandi pesan, makna yang ia miliki untuk pesan, dan kondisi-kondisinya untuk mengirim, memperhatikan dan menafsirkan pesan. Budaya merupakan landasan komunikasi sehingga bila budaya beraneka ragam maka beraneka ragam pula praktek-praktek komunikasi yang berkembang.

Komunikasi adalah proses di mana seseorang (komunikator) menyampaikan perangsang-perangsang (biasanya lambang-lambang dalam bentuk kata-kata) untuk mengubah tingkah laku orang lain. Komunikasi itu menyangkut semua prosedur melalui pikiran seseorang dapat mempengaruhi orang lainnya. Komunikasi merupakan mekanisme untuk melaksanakan kekuasaan dan merupakan aktifitas yang datang dari pihak lain untuk mempengaruhi (Arifin, 2010: 26).

Sedangkan Rosmawaty dalam bukunya Mengenal Ilmu Komunikasi (2010: 17), sebagaimana dikutip oleh Apriadi Tamburaka menyatakan bahwa komunikasi atau communication berasal dari bahasa latin “communis”. Communis atau dalam bahasa Inggris disebut dengan kata “common” berarti sama. Oleh karena itu jika kita berkomunikasi (to communicate), ini berarti bahwa kita berada dalam keadaan berusaha untuk menimbulkan suatu persamaan (commonness) dalam hal

sikap dengan seseorang. Dengan demikian komunikasi adalah sebagai proses menghubungkan atau mengadakan perhubungan. Atau dapat dijelaskan bahwa komunikasi adalah merupakan proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang dapat menimbulkan efek tertentu. Komunikasi selalu mengandung adanya tiga unsur, yaitu sumber (source), pesan (message), dan sasaran (destination) (Apriadi Tamburaka, 2013: 7).

Sedangkan kebudayaan menurut Koentjaraningrat adalah keseluruhan sistem gagasan, tindakan, dan hasil karya manusia dalam kehidupan manusia dalam kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia dengan belajar (Koentjaraningrat, 2011: 72). Dengan penjelasan kebudayaan (Culture) dan peradaban sebagai berikut: a) Kata kebudayaan berasal dari kata Sansakerta buddhaya, bentuk jamak dari buddhi yang berarti budi atau akal. b) Kebudayaan adalah hasil dari cipta, rasa, karsa, dan daya. c) Kata culture berasal dari kata Latin colere yang berarti segala daya upaya serta tindakan manusia untuk mengolah tanah dan mengubah alam. d) Peradaban dalam istilah Inggris civilization berarti bagian dan unsur kebudayaan yang halus, maju, dan indah. Contoh: kesenian, ilmu pengetahuan, sopan-santun pergaulan (Koentjaraningrat, 2011: 73-74).

Antara komunikasi dan budaya sangat memiliki keterkaitan yang erat, di mana salah satu fungsi yang penting dalam komunikasi adalah transmisi budaya, ia tidak dapat terelakkan dan akan selalu hadir dalam berbagai bentuk komunikasi yang mempunyai dampak pada penerimaan individu. Demikian juga beberapa bentuk komunikasi menjadi bagian dari pengalaman dan pengetahuan individu. Melalui individu ini kemudian komunikasi menjadi bagian dari pengalaman kolektif kelompok, publik, audience berbagai jenis dan individu bagian dari suatu massa. Hal ini merupakan pengalaman kolektif yang direfleksikan kembali melalui bentuk komunikasi, tidak hanya melalui media massa, tetapi juga dalam seni, ilmu pengetahuan, dan masyarakat. Warisan kemudian adalah dampak akumulasi budaya dan masyarakat sebelumnya yang telah menjadi bagian dari hak asasi manusia.

Hal itu ditransmisikan oleh individu, orang tua, kawan sebaya, kelompok primer atau sekunder, dan proses pendidikan. Budaya komunikasi tersebut secara rutin dimodifikasi oleh pengalaman baru yang didapat (Nurudin, 2013: 74-75).

Mengapa orang harus melakukan komunikasi? Dalam konteks hubungan (relasional), kita sepakat setiap orang membutuhkan komunikasi. Orang harus berkomunikasi karena seseorang membutuhkan orang lain untuk diajak bicara. Alasannya adalah sebagai berikut ini (Liliweri, 2013:6):

1. Orang berbicara tentang relasi mereka dalam pekerjaan, bagaimana mereka terlibat, bagaimana kebutuhan untuk menyatakan tenaganya;
2. Orang bicara tentang komitmen yang berkaitan dengan relasi. Komitmen merupakan kondisi awal dari sebuah relasi;
3. Orang berbicara relasi sebagai keterlibatan, terlibat bersama secara kuantitatif maupun kualitatif dalam percakapan, dialog, membagi pengalaman;
4. Orang bicara tentang relasi dalam istilah manipulasi, misalnya bagaimana saling mengawasi;
5. Orang bicara tentang relasi dalam istilah untuk mempertimbangkan dan memperhatikan.

Secara garis besar ada beberapa ragam dalam komunikasi yang sangat penting –yang merupakan pijakan dalam komunikasi antar budaya-, yaitu sebagai berikut (Wiryanto, 2004: 52):

1. Komunikasi intrapribadi (intrapersonal communication) yaitu komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang yang berupa proses pengolahan informasi melalui panca indera dan sistem syaraf manusia.

2. Komunikasi antarpribadi (interpersonal communication) yaitu kegiatan komunikasi yang dilakukan seseorang dengan orang lain dengan corak komunikasinya lebih bersifat pribadi dan sampai pada tataran prediksi hasil komunikasinya pada tingkatan psikologis yang memandang pribadi sebagai unik. Dalam komunikasi ini jumlah perilaku yang terlibat pada dasarnya bisa lebih dari dua orang selama pesan atau informasi yang disampaikan bersifat pribadi.

3. Komunikasi kelompok (group communication) yaitu komunikasi yang berlangsung di antara anggota suatu kelompok. Menurut Michael Burgoon dan Michael Ruffner dalam Sendjaja,(1994) sebagaimana dikutip oleh Wiryanto (2004: 52) memberi batasan komunikasi kelompok sebagai interaksi tatap muka dari tiga atau lebih individu guna memperoleh maksud atau tujuan yang dikehendaki seperti berbagi informasi, pemeliharaan diri atau pemecahan masalah sehingga semua anggota dapat menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lainnya dengan akurat.

4. Komunikasi organisasi (organization communication) yaitu pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi.

5. Komunikasi massa (mass communication). Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai suatu jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah audien yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media massa cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.

6. Komunikasi publik, bentuk komunikasi publik ini merupakan bentuk tambahan yang diambil dari buku Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar karya Deddy Mulyana yang mendefinisikan komunikasi publik sebagai komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak). Yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi demikian sering juga disebut pidato, ceramah atau kuliah (umum). Beberapa pakar komunikasi menggunakan istilah komunikasi kelompok besar (large group communication) untuk komunikasi ini (Mulyana, 2005:74).

Sedangkan ketika komunikasi dikaitkan dengan kebudayaan, maka beberapa pakar mendefinisikan komunikasi antarbudaya dalam berbagai sudut pandang yaitu sebagaimana berikut ini:

1. Joseph DeVito (1997: 479) mengatakan bahwa komunikasi antarbudaya mengacu pada komunikasi antara orang-orang dari kultur yang berbeda antara orang-orang yang memiliki kepercayaan, nilai, atau cara berperilaku kultural yang berbeda.

2. Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss mendefinisikan komunikasi antarbudaya sebagai komunikasi antara dua anggota dari latar budaya yang berbeda, yakni berbeda rasial, etnik atau sosial-ekonomis (Tubbs dan Sylvia Moss, 1996: 236).

3. Chaley H. Dood dalam Liliweri (2013) menegaskan 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.

4. Samover dan Porter dalam Liliweri (2003), mengungkapkan bahwa komunikasi antarbudaya terjadi di antara produser pesan dan penerima pesan yang latar belakang

kebudayaannya berbeda.

5. Andrea L. Rich dan Dennis M. Ogawa dalam Liliweri (2003) menjelaskan bahwa komunikasi antarbudaya adalah komunikasi antara orang-orang yang berbeda kebudayaan, misalnya antara suku bangsa, antaretnik dan ras, antarkelas sosial (Liliweri, 2013:10-11).

Liliweri dalam bukunya “Dasar-Dasar Komunikasi Antarbudaya” merangkum pemahaman mengenai pengertian komunikasi antarbudaya ini, di bawah ini ada beberapa definisi yang dapat dijadikan rujukan, yaitu (Liliweri, 2013: 9):

a. Komunikasi antarbudaya adalah pernyataan diri antarpribadi yang paling efektif antara dua orang yang saling berbeda latar belakang budaya.

b. Komunikasi antarbudaya merupakan pertukaran pesan-pesan yang disampaikan secara lisan, tertulis bahkan secara imajiner antara dua orang yang berbeda latar

belakang budaya.

c. Komunikasi antarbudaya merupakan pembagian pesan yang berbentuk informasi atau hiburan yang disampaikan secara lisan atau tertulis atau model lainnya yang dilakukan oleh dua orang yang berbeda latar belakang budayanya.

d. Komunikasi antarbudaya adalah pengalihan informasi dari seorang yang berkebudayaan tertentu kepada orang yang berkebudayaan lain.

e. Komunikasi antarbudaya adalah pertukaran makna yang berbentuk symbol yang dilakukan dua orang yang berbeda latar belakang budayanya.

f. Komunikasi antarbudaya adalah proses pengalihan pesan yang dilakukan seorang melalui saluran tertentu kepada orang lain yang keduanya berasal dari latar belakang budaya yang berbeda dan menghasilkan efek tertentu.

g. Komunikasi antar budaya adalah setiap proses pembagian informasi, gagasan atau perasaan di antara mereka yang berbeda latar belakang budayanya. Proses pembagian informasi itu dilakukan secara lisan dan tertulis, juga melalui bahasa tubuh, gaya atau tampilan pribadi, atau bantuan hal lain disekitarnya yang memperjelas pesan.

Orang luar memandang semua anggota dalam sebuah etnis adalah sama walaupun terdapat perbedaan yang signifikan antar jenis dalam etnis tersebut. Namun perbedaan dan persamaan tidak dipisahkan, persamaan-persamaan tertentu dapat melahirkan citra atau pandangan tersendiri dari etnis tersebut kepada orang luar. Hal ini memberikan persepsi bahwa dalam perbedaan kelompok akan ada perbedaan perilaku berkomunikasi atau singkatnya disebut identitas sosial. Sebagai contoh, kita melihat semua orang barat adalah sama akibat ciri fisik mereka semua terlihat sama dengan kulit putih dan bertubuh lebih tinggi dan besar dari kita sebagai orang Indonesia. Namun ras barat ternyata memiliki perbedaan jenis yang dilihat dari letak geografis, bentuk wajah, bahasa, aksen, sampai budaya. Ketika orang berkebangsaan Amerika dan orang berkebangsaan Rusia saling berbincang maka akan terlihat perbedaan signifikan mulai dari aksen dan gaya bicara.

Perbedaan global secara geografis ditandai oleh faktor-faktor geopolitik yang memperkuat komunikasi antar regional bahkan internasional. Oleh karena itu, pada pembahasan komunikasi antarbudaya selalu membicarakan tampilan perilaku yang dipraktikkan kebanyakan penduduk suatu area geografis sebagai kebudayaan. Dari pernyataan tersebut menandakan bahwa makro budaya dapat dijadikan sebagai peluang prosedur studi komunikasi antarbudaya maupun komunikasi lintas budaya dengan modalitas budaya. Modalitas budaya adalah pola perilaku secara terus menerus sehingga dipandang sebagai perilaku khas suatu kebudayaan yang mewakili orang-orang dari daerah tersebut. Seperti yang dijelaskan pada paragraf sebelumnya bahwa perbedaan letak geografis dari tempat tinggal suatu etnis akan membedakannya dengan etnis lain.



Keterangan gambar. Keramahan menjadi pembuka komunikasi yang baik, meskipun berbeda budaya.

Dalam kehidupan ini terdapat orang-orang yang tergolong dalam kelompok-kelompok tertentu dan ada pula orang-orang yang tidak tergolong dalam kelompok manapun. Salah satu jenis kelompok adalah salient grup. Salient grup adalah sekelompok orang yang menampilkan nilai budaya dari kelompok makro budaya. Kelompok ini sering dikenal dengan sub kultur, mikro kultur, atau kelompok referens yang bermuara pada makro budaya.

Sub kultur adalah istilah untuk mengidentifikasi kelompok dengan perilaku yang lebih spesifik dari kebanyakan kelompok. Sub kultur ini di anut oleh orang-orang yang mempunyai persepsi timbal balik sama. Penganutnya sering dikategorikan sebagai mikro kultur yang budayanya sangat berpengaruh pada perilaku komunikasi antarbudaya. Jadi kategori dari orang-orang yang menganut sub kultur adalah mikro kultur. Berarti antara sub kultur dan mikro kultur adalah tidak dapat terpisahkan.

Komunikasi antra-**etnik** merupakan nilai-nilai budaya yang sama yang dimiliki individu-individu (anggota) dalam suatu kelompok sehingga tertutup bagi individu luar untuk memasuki bahkan mengenali kelompok etnik tersebut. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa komunikasi antarpribadi atau komunikasi kelompok yang terjadi diantara kelompok-kelompok agama dapat dikategorikan sebagai komunikasi antar-etnik.

Ras merupakan aspek genetik yang dapat dilihat sebagai ciri khas dari sekelompok orang, pada umumnya aspek itu dikaitkan dengan ciri fisik tubuh, warna kulit, warna rambut, dll. Orang Cina merupakan ras kuning, orang Afrika termasuk ras hitam, orang Melanesia, Polinesia, Malaysia, serta Mikronesia termasuk golongan ras coklat. Komunikasi antar-ras diwujudkan dalam komunikasi antara individu atau kelompok yang berbeda ras. Dalam kehidupan sehari-hari komunikasi antar-ras dapat dilakukan dalam konteks antar pribadi, kelompok, organisasi, maupun komunikasi massa.

Adalah komunikasi yang terjadi dalam lingkungan keluarga, baik itu adalah lingkungan keluarga inti atau keluarga luas. Perilaku komunikasi antara atau melibatkan orang tua dengan anak-anak bersaudara maupun sepupu dalam satu ruang lingkup dalam sebuah kebudayaan yang sama dapat dikategorikan sebagai komunikasi intra-keluarga. Melalui hubungan kekerabatan dalam intrakeluarga terjadilah pembentukan kebiasaan berkomunikasi, hal ini disebabkan oleh keluarga yang mengambil peran sebagai agen sosialisasi nilai dan norma umum. Komunikasi ini dapat menampilkan identitas sosial suatu sub kultur.

Komunikasi kelas sosial terjadi di antara pribadi-pribadi dari anggota –anggota dengan suatu kebudayaan yang sama namun dipisahkan berdasarkan kelas sosial, ini tergolong sama dengan stratifikasi sosial yang dimana terdapat perbedaan strata (kasta) dalam sebuah kelompok.

Sebagai manusia kita berhak memilih tempat tinggal yang sesuai dengan tujuan kehidupan kita masing-masing, walaupun itu berarti tujuan hidup kita tidak ada di tanah kelahiran kita sendiri. Mobilitas manusia antar-wilayah geografis tidak saja membawa mobilitas sosial namun juga mobilitas budaya. Oleh karena itu dalam suatu lingkungan permukiman atau desa dan kota ditemukan ada beragam suku bangsa dan ras : di Jakarta di mana ada orang Batak, Ambon, Sunda, dsbg. Atau di satu lingkungan permukiman di satu desa atau kota hanya didiami oleh sekelompok orang dari suku bangsa dan ras yang sama : orang Cina di Pecinan/kota Cina.

Seringkali keadaan geografis membedakan cara-cara orang berbahasa yang paling tidak terdapat pada aksen dan dialek. Aksen dan dialek diketahui dapat membedakan asal kabupaten atau wilayah berbahasa tertentu.



Keterangan gambar. Keakraban warga kulit hitam yang sedang mengobrol dengan warga kulit putih menunjukkan terjalannya komunikasi antarbudaya.

Kehidupan perkotaan dan pedesaan sangat berpengaruh terhadap gaya hidup penduduknya. Orang kota sering di persepsikan sebagai komunitas yang rasional, berorientasi pada kerja daripada relasi, terbuka dalam banyak hal (self disclosure) terutama atas pesan-pesan tentang seperti sex, politik, kekuasaan, hubungan hirarkis impersonal, bahkan individualistik. Sebaliknya, orang desa dianggap cenderung tertutup, emosional, kolektif, magis, tidak realistis, dan lebih berorientasi pada relasi daripada kerja. Dalam hubungan komunikasi rural-urban ini orang desa maupun kota tak dapat mengelak dari komunikasi antarpribadi, antarkelompok di antara mereka. Karena meluasnya sarana transportasi.

Kadang-kadang kita menemukan Ada perbedaan perilaku budaya antara perempuan dan laki-laki yang termasuk juga gaya berkomunikasi. Studi tentang komunikasi gender bertujuan untuk membedakan pola-pola komunikasi antar pribadi dengan mempertimbangkan faktor perbedaan jenis kelamin. Komunikasi verbal & non verbal antar jenis kelamin (laki-laki dan perempuan, laki-laki dan laki-laki, perempuan dan perempuan) maupun komunikasi antar jenis kelamin dan antarbudaya.

Kadang-kadang kita menemukan Ada perbedaan perilaku **budaya** antara perempuan dan laki-laki yang termasuk juga gaya berkomunikasi. Studi tentang **komunikasi** gender bertujuan untuk membedakan pola-pola komunikasi antar pribadi dengan mempertimbangkan faktor perbedaan

jenis kelamin. Komunikasi verbal & non verbal antar jenis kelamin (laki-laki dan perempuan, laki-laki dan laki-laki, perempuan dan perempuan) maupun komunikasi antar jenis kelamin dan antarbudaya.