**Faktor Personal yang Mempengaruhi Komunikasi Antarbudaya**

Ada dua faktor yang berpengaruh dalam komunikasi antarbudaya yaitu:

1. Faktor Psikologis

2. Konsep Diri dan Persepsi Diri

Konsep diri adalah kesimpulan yang anda ambil tentang diri anda sendiri. Konsep diri itu muncul karena anda bertanya tentang diri kita yang sebenarnya, seperti anda melihat tubuh anda di cermin dan anda berkata” kenapa tubuh saya kurus? Apa yang saya harus lakukan?” Disitulah anda menilai diri anda sendiri sebagai orang yang berharga (self esteem) lalu bagaimana anda melihat orang lain dan dunia sekeliling. Bagaimana anda melihat dunia sekitar? Itu tergantung pada apa yang anda pikirkan tentang diri anda sendiri, sementara apa yang dipikirkan tentang diri anda itu dapat mempengaruhi bagaimana anda melihat dunia. Jadi konsep diri itu sebenarnya bagaimana kita mengartikan diri sendiri.

B. Dimensi-dimensi Psikologis dari Persepsi

1. Attention

Attention atau perhatian merupakan kemampuan untuk berkonsentrasi, kemampuan ini merupakan salah satu variabel psikologis yang penting yang mempengaruhi komunikasi. Bila seorang berkata-kata kepada kita dengan volume nada suara yang tajam dan menjadi besar maka kualitas suara itu mempengaruhi atensi atau perhatian kita. Jadi attention dapat menentukan manakah pesan yang menarik perhatian dan relavan, artinya pesan itu sebenarnya ”familiar” dengan kita.

2. Selective Processes

Setiap individu melewati sebuah proses untuk menentukan perhatian pada pesan yang familiar dengan dia, namun harus kita sadari kemampuan setiap individu tidaklah sama,hanya orang-orang dengan tingkat perhatian yang tinggi saja yang mungkin akan tertarik terhadap begitu banyak masukan dari luar. Yang pasti adalah setiap individu mempunyai mekanisme untuk memproses secara selektif berbagai pesan yang datang dari luar, proses itu kita sebut selective process yaitu proses untuk memilih pesan dari luar. Adapun bentuk selektif itu antara lain :

Selective Perception adalah Istilah yang digunakan untuk menggambarkan sebuah fakta bahwa segala sesuatu tidak selalu diterima dengan cara yang sama oleh individu-individu yang berbeda-beda pada kesempatan yang berbeda-beda pula.

Selective Attention adalah Perbedaan kemampuan dari setiap individu untuk berkonsentrasi terhadap pesan yang diterima, hal ini dipengaruhi oleh variabel-variabel tertentu.

Selective Exposure adalah Kecenderungan setiap individu untuk menyatakan dirinya menerima atau menolak pesan yang mendorongnya untuk mendekat atau menjauh.

SelectiveRetention adalah Merefleksikan dampak dari pengalaman individu di masa lalu yang mendorongnya membuat preferensi terhadap informasi yang menerpanya.

3. Motivasi Berkomunikasi

Motivasi merupakan dorongan dari dalam diri yang diarahkan menuju ke suatu sasaran yang mempunyai daya tarik karena sesuatu itu harus dicari untuk memenuhi kebutuhannya. Fakta menunjukkan komunikasi merupakan sebuah tujuan yang bersifat purposive atau tertentu bagi pemenuhnan sebuah kebutuhan.

Kita membedakan motivasi atau dorongan dari dalam diri individu untuk berkomunikasi itu sekurang-kurangnya untuk memenuhi dua jenis kebutuhan yaitu kebutuhan fisik dan kebutuhan psikologis. Motivasi bagi dayaguna dan kepuasan individu seperti pemenuhan kebutuhan kognitif, afektif, personal integrative,social integrative dan kebutuhan untuk meredakan ketegangan atau tension release.

a. Kebutuhan Fisiologis dan fisik

Kebutuhan fisiologis seperti kebutuhan dasar lahiriah seperti udara, air, makanan, minuman, rumah, maupun kebutuhan biologis seperti seksual.

b. Kebutuhan Sosiologis

Kebutuhan sosiologis seperti kebutuhan mendapatkan keselamatan,keamanan terbebas dari bahaya,atau ancaman rasa takut,kebutuhan rasa memiliki dan dibutuhkan oleh masyarakat.

c. Kebutuhan Psikologis

Kebutuhan psikologis seperti kebutuhan untuk memperoleh penghargaan dan status,kebutuhan untuk mengaktualisasikan diri dan terlibat penuh dengan orang lain.

d. Kebutuhan Kognitif

Kebutuhan kognitif seperti rasa ingin tahu atau curiousity.

e. Kebutuhan Afektif

Kebutuhan afektif seperti kebutuhan dicintai atau di kasihi oleh orang lain.

f. Kebutuhan akan integrasi personal

Pribadi yang integral adalah pribadi yang sekurang-kurangnya dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan dalam batas minimal lalu dia mampu merekatkan satu kebutuhan psikologis dengan kebutuhan psikologis lain agar secara batin bebas dari perasaan takut,bebas,dari bahaya maupun ancaman orang lain.

g. Kebutuhan meredakan ketegangan

Ada kalanya individu didorong untuk berkomunikasi dengan orang lain karena dia ingin meredakan ketegangan. Tujuan komunikasi itu adalah mengurangi suasana ketidakpastian.Komunikasi yang dilakukan dengan siapa saja dalam suasana sebagaimana yang digambarkan itu menjadi sangat rumit,apalagi anda berhadapan dengan orang yang anda tidak dikenal. Akibatnya informasi menjadi sangat mahal karena anda tidak dapat meramalkan apa isi informasi atau keputusan yang akan menerpa anda.

2. Faktor Personal sebagai Identitas diri

Dalam praktek komunikasi, identitas sering memberikan tidak saja makna tentang pribadi seorang tetapi juga ciri khas sebuah kebudayaan yang melatarbelakanginya,dari ciri khas itulah kita dapat mengungkapkan keberadaan orang itu. Identitas pada tataran hubungan antarmanusia akan mengantar kita untuk memahami sesuatu yang lebih konseptual tentang bagaimana meletakkan seorang kedalam tempat orang lain (komunikasi yang empati), membagi pikiran, perasaan, masalah, rasa simpatik ,dll dalam proses komuniksi antarbudaya. Peran diartikan sebagai satu set harapan budaya terhadap sebuah posisi tertentu, peran itu lebih mengacu pada harapan (roles refer to expected) dan tidak sekadar pada perilaku actual dan peran itu lebih bersifat normative daripada sekedar deskriptif. Struktur budaya adalah pola-pola persepsi, berpikir dan perasaan,sedangkan struktur sosial adalah pola-pola perilaku sosial. Jika tidak ada struktur budaya dalam faktor personal sebagai identitas diri kita sendiri maka dalam berkomunikasi kita tidak mengenal pola pola persepsi, dan tidak memiliki perasaan terhadap orang yang kita temani berkomunikasi.

2. Faktor personal sebagai identitas diri.

a. Identitas merujuk pada asal usul

Pengertian identitas pada tataran hubungan antara manusia akan mengantar kita untuk memahami sesuatu yang lebih konseptual yakni tentang bagaimana meletakkan seseorang kedalam tempat orang lain (komunikasi yang empati), atau sekurang-kurangnya meletakkan atau membagi (to share) pikiran, perasaan, masalah, rasa simpatik (empati) dan lain-lain dalam sebuah proses komunikasi (antar budaya).

b. Memahami identitas budaya keseharian.

Identitas budaya adalah rincian karakteristik atau ciri-ciri sebuah kebudayaan yang dimiliki oleh sekelompok orang yang kita ketahui batas-batasnya (bonded) tatkala dibandingkan dengan kebudayaan orang lain.

Dengan demikian kita akan menemukan tiga bentuk identitas , antara lain:

(1) Identitas budaya merupakan ciri yang ditujukan seseorang karena orang itu merupakan anggota dari sebuah kelompok etnik tertentu.

(2) Identitas sosial merupakan bentuk dari akibat keanggotaan daari suatu kelompok kebudayaan.

(3) Identitas pribadi merupakan keunikan karakteristik pribadi seseorang.

Bentuk Pendekatan dalam Komunikasi Antar Budaya

Konteks dan Pendekatan Komunikasi Antarbudaya sangatlah penting diimplementasikan dalam kehidupan berkomunikasi. Keurgennya tersebut untuk membuat lawan bicara kita nyaman dan mermasa dihormati. Dampaknya, keakraban dan komunikasi yang continue pun terjalin dari budaya yang berbeda-beda.

Pada hakekatnya manusia terdapat dua kepentingan, yaitu kepentingan individu dan kepentingan bersama. Kepentingan individu didasarkan manusia sebagai makhluk individu, karena pribadi manusia yang ingin memenuhi kebutuhan pribadi. Kepentingan bersama didasarkan manusia sebagai makhluk sosial (kelompok) yang ingin memenuhi kebutuhan bersama.

Dalam perjalanannya kepentingan-kepentingan tersebut kadang saling berhadapan dan kadang pula saling berkait. Terkadang muncul suatu penolakan dan penerimaan yang akhirnya bermuara pada etika, yaitu suatu ajaran tentang norma dan tingkah laku yang berlaku dalam kehidupan manusia.[1]

Untuk mengatasi kemungkinan penolakan, dalam komunikasi antarbudaya ada yang dinamakan pendekatan dalam berkomunikasi. Pendekatan dalam kamus Bahasa Indonesia diartikan dengan proses, cara, perbuatan mendekati (hendak berdamai, bersahabat, dan sebagainya). Secara istilah pendekatan itu adalah cara atau usaha dalam rangka aktivitas penelitian untuk mengadakan hubungan dengan orang yang diteliti.

Seperti di dalam maskapai penerbangan yang sering kita lihat adalah saat pramugari menyampaikan kepada para penumpang yang berbeda etnis dan kebudayaan. Pramugari itu menjelaskan kepada penumpang untuk menggunakan alat pengaman dan sebagaianya dengan menggunakan berbagai bahasa, itu karena penumpang yang ada di pesawat itu bukan hanya orang yang satu bangsa tetapi universal.[2]

Dalam bahasa teoritis dikenal beberapa pendekatan terhadap komunikasi antarbudaya, yaitu:

1. Pendekatan ­­Sosiologi Sosial

Dalam pendekatan sosiologi sosial ini dipandang bahwa hanya peneliti yang benar-benar bebas dan berada di luar lingkungan secara penelitian, akan melakukan penelitian dan menghasilkan kesimpulan yang objektif. Bahwa realitas eksternal seseorang penelitilah yang akan mampu mendorong dia untuk meneliti dan meramalkan perilaku tertntu dari sasaran penelitian. Pendekatan sosiologi sosial ini sebetulnya lebih didominasi oleh para penganut paham fungsionalis yang menekankan pendekatan yang bersifat etik (Bermando Atties, 2000).

Dengan menggunakan etik budayanya orang yang kita ajak komunikasi, peneliti dapat saling memahami budaya orang lain tersebut. Sehingga kebebasan dapat tercipta dari etik yang berhubungan meskipun dari luar.[3]

Ambil contoh bila hendak meneliti prilaku komunikasi orang batak dengan pendekatan etik, dan seorang peneliti, anda harus bebas dan berdiri “di luar” dan meneliti orang Batak “dari luar” sehingga anda benar-benar akan bersikap objektif. Gudykunst (1997) menawarkan beberapa pilihan metode atau strategi pendekatan etik melalui: wawancara langsung melalui pertanyaan kepada sasaran penelitian, dan menyelidiki cara atau langkah individu mengubah pola-pola prilaku mereka untuk melakukan akomodasi dengan orang lain. Keuntungna dari studi ini adalah dapat mengidentifikasi varian dasar dalam komunikasi mereka agar dengan mudah dibedakan dengan kelompok budaya yang lain. Keterbatasan dari metode ini adalah terlalu memandang realistis eksternal yang ditampilkan sasaran penelitian tidak ada manfaatnya sehingga peneliti harus menyusun konstruk sendiri berdasarkan pola-pola komunikasi dari sasaran yang diteliti yang kadang-kadang mengandung bias budaya.[4]

2. Pendekatan Interpretatif

Pendekatan ini lawan dari pendekatan sosiologi sosial, atau disebut juga dengan pendekatan Emik. Sasaran pendekatan emik “mewajibkan” peneliti berada “di dalam” dan berada dan hidup “dengan” sasaran penelitian. Asumsi yang mendasari pendekatan ini bahwa keberadaan dan kehidupan manusia merupakan konstruk dari sebuah realitas, dan perilaku manusia itu kreatif, oleh karena itu tidak selalu dapat diramalkan.

Contoh jika anda hendak meneliti prilaku komunikasi antarbudaya orang Dayak maka anda harus berada “di dalam” dab berada, serta hidup “dengan” atau berpikir dan bertindak sebagaimana orang Dayak. Keuntungan dari metode emik adalah anda akan menghasilkan sebuah laporan yang kontekstual berdasarkan situasi asli yang benar-benar terjadi, namun keterbatasannya adalah tidak mampu meneliti pola-pola komunikasi antar pelbagai budaya karena sangat rumit, juga peneliti kerap kali kurang memahami konsep-konsep asli menurut cara pandang sasaran penelitian.

3. Pendekatan Kritis

Pada pendekatan kritis ini lebih menekankan pada kreativitas manusia dan berusaha mencatat secara cermat realitas kehidupan manusia yang dikonstruk melalui komunikasi. Perbedaan dari pendekatan ini dengan yang lain adalah terletak pada konteks makro seperti realitas sosial, politik, dan isu-isu ekonomi yang mempengaruhi komunikasi antarbudaya, lebih khusus lagi meneliti hubungan kekuasaan di antara bebrapa budaya.

Metode yang digunakan adalah textual abalysis yang keuntungannya terletak pada pemilihan focus konteks makro melalui studi sejarah. Keterbatasan pendekatan ini adalah tidak cukup mempu mempelajari konteks makro melalui situasi komunikasi antarpribadi tatap muka, juga tidak cukup mampu meneliti perubahan internasional yang konstruksional yang kontekstual dewasa ini.

4. Pendekatan Dialektikal

Pendekatan dealektika merupakan kombinasi tiga pendekatan tersebut di atas. Bahwa suatu yang disebut realitas adalah dialektikal. Kita dapat mengatakan “ya” untuk mengakui bahwa memandang sesuatu kenyataan dari luar atau dari dalam itu lebih baik, namun harus dikonstruk melalui komunikasi. Dianjurkan bahwa pendekatan alternative ini dapat dilakukan dengan metode ini, seorang peneliti dapat mengungkapkan komunikasi antarbudaya, karena komunikasi antarbudaya dapat merefleksikan semua perilaku manusia.

5. Pendekatan Dialog Kultural

Pendekatan ini berakar dari konsep yang mengatakan bahwa sains merupakan alat praktis yang perlu digunakan manusia, dan sumbangan para teoritisi adalah memberikan kontribusi keilmuannya untuk meningkatkan pemahaman tentang dunia.[5] Jadi dalam penelitiannya, peneliti mengamati melalui kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh lembaga organisasi atau LSM internasional melalui seminar maupun pertukaran mahasiswa yang mempersepsikan lintas budaya masing-masing dan gerakan religious dari poemeluk agama-agama masing-masing.[6]

6. Pendekatan Kritik Budaya

Setiap antar budaya maupun stiap budaya pasti mempunyai konflik ataupun maslah yang terjadi. Melalui Pendekatan ini berusaha mencari dan menemukan isu-isu utama yang mendorong terjadinya konflik dalam setiap budaya sehingga mengakibatkan salah satu atau lebih kebudayaan terpaksa diisolasikan oleh masyarakat. Bagi pendekatan ini hanya ada sedikit kebutuhan untuk mencari titik-titik temu dan universal antarbudaya, bahkan mereka hanya berusaha untuk menggambarkan dalam suasana konflik. Dalam banyak hal pendekatan ini mirip dengan pendekatan dialektikal sebagaimana sudah dijelaskan di atas, yang berusaha menggabungkan pendekatan etik dan emik secara tumpang tindih.[7]

B. Faktor yang Mempengaruhi Komunikasi Antar Budaya

Manusia tidak dapat terlepas dari budaya. Setiap pergantian generasi baik pasti akan mengalami dan menyentuh sendi-sendi kebudayaan. Karena budaya bersifat turun temurun. Sehingga pada suatu tempat budaya adalah membawa kebaikan tersendiri pada masa tersebut.

Seperti yang kita ketahui kebuayaan ditak sedikit terdapat dimasyarakat, bayak sekali. Dengan banyaknya kebudayaan itulah, ketika satu manusia dihadapkan dengan manusia yang lainnya terkadang muncul suatu penolakan dan penerimaan yang akhirnya bermuara pada etika, yaitu suatu ajaran tentang norma dan tingkah laku yang berlaku dalam kehidupan manusia.

Allah Swt mengajarkan kita tentang indahnya perbedaan melalui kalam-Nya surah Al Hujarat ayat 13, yang artinya:

“Hai manusia, Sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa - bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal.” [8]

Munculnya perbedaan tersebut tentunya tidak terlepas dari faktor-fakto personal yang mempengaruhi jalannya proses berkomunikasi. Adapun faktor-faktor tersebut adalah faktor-faktor psikologis dan konsep diri dan persepsi diri

Pembicaraan tentang faktor-faktor personal selalu dikaitkan dengan faktor-faktor psikologis, seperti persepsi, memori dan motivasi. Faktor-faktor psikologis itu bisa muncul dari dalam diri (disposisi) atau ditampilkan sebagai respons terhadap stimulus yang dating dari luar diri. Disaat anda berbicara dengan orang lain maka bisa muncul pertanyaan, mengapa ada orang yang berhasil berkomunikasi namun orang lain gagal berkomunikasi. Perbedaan keberhasilan itu dipengaruhi oleh faktor-faktor yang bersifat personal. [9]

Pertanyaan yang muncul dalam berhasil tidaknya dalam menjalankan komunikasi, seperti yang diungkapkan oleh Para ahli komunikasi, yaitu diantaranya: bagaimana saya melihat diri saya? Bagaimana saya melihat diri anda? Bagaimana anda melihat diri anda?. Pertanyaan itu menggambarkan hakekat persepsi komunikator terhadap komunikan dan sebaliknya persepsi komunikan terhadap komunikator. Di sini, persepsi terlihat mempunyai dua konsep penting, yakni: (1) Konsep diri (self concept); dan (2) Persepsi. (Hybels dan Weafer 11, 1992).

Apa yang disebut “konsep diri” merupakan kesimpulan yang anda tarik tentang diri anda sendiri. Dengan kata lain bagaimana anda menilai diri anda sendiri sebagai orang berharga (self esteem) lalu bagaimana anda melihat orang lain dan dunia sekeliling. Pernyataan terakhir itulah yang disebut persepsi.

Seperti diungkapkan persepsi diartikan sebagai proses yang memungkinkan suatu organisasi menerima dan menganalisis informasi. [11] Sedangkan dalam buku Teori Komunikasi (Sejarah Metode dan Terapan di Dalam Media Massa) karya Wemer J. Severin-James W. Tankard, Jr, persepsi didefinisikan sebagai proses yang kita gunakan untuk menginterpretasikan data-data sensoris (Lahlry, 1991) data sensoris sampai kepada kita melalui lima indera kita.[12]

Persepsi selektif adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan sebuah fakta bahwa segala sesuatu tidak selalu diterima dengan cara yang sama oleh individu-individu yang berbeda-beda pada kesempata yang berbeda-beda pula. Persepsi anda mungkin sekali dipengaruhi oleh sejumlah faktor seperti kebutuhan, kepercayaan, sikap, namun bagi orang lain faktor-faktor itu tidak berpengaruh. Disini yang terjadi adalah persepsi selektif, dimana individu hanya akan memilih sesuatu yang menarik untuk dipersepsi.

Persepsi selektif merupakan istilah yang diaplikasikan pada kecenderungan persepsi manusia yang dipengaruhi oleh keinginan-keinginan, kebutuhan-kebutuhan sikap-sikap dan faktor-faktor psikologi lainnya. Persepsi selektif mempunyai peranan penting dalam komunikasi seseorang. Persepsi selektif berarti bahwa orang yang berbeda dapat menanggapi pesan yang sama dengan cara yang berbeda.[13]

b. Selective Attention

Perhatian atau atensi selektif terjadi ketika berlangsungnya proses persepsi. Setiap individu disaat menerima pesan, akan membuat saringan (filter) dengan apa yang disebut mental filter kemudian dia hanya akan memilih memperhatikan pesan-pesan tertentu. Misal seorang dosen ekonomi lebih tertarik akan informasi pasar modal daripada informasi sosiologi tentang perkawinan incest dalam sebuah rumah tangga.[14]

c. Selective Exposure

Selective exposure merupakan kecenderuangan setiap individu untuk menyatakn dirinya (menerima atau menolak) pesan yang kongruens dengan variable psikologis yang mendorongnya untuk mendekati atau menjauhi pesan itu. Misal, seorang perokok akan senang mendengarkan orang yang sudah tua tetap sehat meskipun ia adalah prokok berat.

d. Selective Retention

Seperti pada persepsi selektif, perhatian selektif dan pernyataan reaksi selektif maka selective retention merefleksikan dampak dari pengalaman individu di masa yang lalu yang mendorongnya membuat preferensi terhadap informasi yang menerpanya. Kalau anda menyebut koperasi maka ada beberapa orang yang kurang tertarik pada informasi tentang koperasi karena pengalamannya di masa lalu sangat buruk terhadap koperasi.[15]

- Memori Jangka Panjang dan Pendek

Dalam komunikasi peran memori sangat penting. Memori member integritas atas pelbagai informasi yang baru diterima seorang ke dalam pola-pola skema yang mungkin atau yang sudah eksis dalam otak anda lalu membiarkan anda menghubungkannya dengan makna-makna dari symbol tertentu.

Namun setiap individu mempunyai perbedaan memori untuk menyimpan sesuatu (ada yang mampu menyimpan banyak informasi dan sebaliknya ada yang hanya mampu menyimpan sedikit informasi). Kemampuan individu untuk menyimpan hanya sedikit informasi dalam waktu yang relative pendek dan secepat itu pula dia lupa atas informasi tersebut (STM: Short Term Memory). Individu dengan memori seperti ini membuang sebagian besar material atau informasi yang sebenarnya sangat penting karena dia tidak mempunyai kemampuan untuk memindahkan materi yang dibutuhkan itu memasuki LTM (long term memory).[16]

Motivasi berkomunikasi

Motivasi merupakan dorongan dari dalam diri yang diarahkan menuju ke suatu sasaran yang mempunyai daya tarik karena sesuatu itu harus dicari atau dituju untuk memenuhi kebutuhannya. Kehendak itu berupa materi konsep ilmu komunikasi, yang harus diperoleh melalui motivasi belajar keras, motivasi untuk membaca buku komunikasi atau mencari tutor yang berilmu dalam komunikasi.

Kita membedakan motivasi atau dorongan dari dalam individu untuk berkomunikasi itu sekurang-kurangnya untuk memenuhi dua kebutuhan, yakni kebutuhan fisik dan kebutuhan psikologis. Di samping itu juga motivasi bagi daya guna dan kepuasan individu seperti pemenuhan kebutuhan kognitif, afektif, personal integrative, social integrative dan kebutuhan untuk meredakan ketegangan atau tension release.

a. Kebutuhan Fisiologis dan Fisik

Abraham Maslow, seorang psikolog, membagi kebutuhan manusia itu kedalam tiga hal, yaitu (1) kebutuhan fisiologis; (2) kebutuhan sosiologis; dan (3) kebutuhan psikologis. Yang tergolong kebutuhan fisiologis misalanya kebutuhan dasar lahiriah seperti udara, air, makanan, pakaian, seksual, dan lain-lain.[17] Ambil contoh, orang miskin yang kehidupannya mengalami kesusahan dalam masalah pakaian, makanan dan sebagaianya, ia akan termotivasi untuk memiliki pakaian bagus, merasakan makanan yang lezat untuk hidupnya.

b. Kebutuhan Sosiologis

Jenis kebutuhan sosiologis ini terdiri atas; (1) kebutuhan mendapatkan keselamatan, keamanan, terbebas dari bahaya, atau ancaman rasa takut; dan (2) kebutuhan rasa dimiliki dan dibutuhkan masyarakat. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut dia berusaha berkomunikasi dan memelihara komunikasi yang bersifat langgeng dengan para tetangga dalam satu RT atau mungkin dengan pak RT. Karena seperti diungkapkan Kenneth Boulding, bahwa komunikasi manusia terjadi di antara individu dalam konteks kelompok, dan sebuah pemahaman dan pengertian atas human Communication harus memperhitungkan tidak saja faktor human psychology tetapi juga human social interaction, atau interaksi sosial manusia danlam masyarakat.

c. Kebutuhan Psikologis

Kebutuhan psikologis ini meliputi; (1) kebutuhan untuk memperoleh penghargaan dan status; dan (2) kebutuhan untuk mengaktualisasikan diri dan terlibat penuh dengan orang lain. Dengan alas an itu maka setiap individu akan berusaha menampilkan diri, mengaktualisasikan dirinya melalui kedudukan dan peranan dia dalam masyarakat.

d. Kebutuhan Kognitif

Kebutuhan kognitif merupakan salah satu bentuk kebutuhan psikologis di mana kata Veblen, salah satu kebutuhan psikologis manusia adalah rasa ingin tahu atau curiousity. Hasrat ingin tahu itu mendorongnya untuk selalu berusaha menambah pengetahuan dengan informasi, gagasan dan ide-ide baru yang diperolehnya melalui proses belajar dan pengalaman dalam dunianya. Dengan peningkatan pengetahuan itulah dia akan tampil dengan pendapat, pandangan, dan gagasan yang berbeda dan bahkan lebih berkualitas.

e. Kebutuhan Afektif

Kebutuhan efektif juga merupakan salah satu bentuk kebutuhan psikologis, misialnya kebutuhan untuk dicintai atau dikasihi oleh orang lain. Dengan itu dia merasa senang, suka, bahagia sehingga dia berusaha berkomunikasi dengan orang lain yang mampu memberikan bagi kepuasan batin kepadanya.

f. Kebutuhan akan Integrasi Personal

Setiap individu mungkin sekali jarang dapat memenuhi seluruh kebutuhan fisiologis, sosiologis dan psikologis, namun dia berusaha agar dapat berkomunikasi dengan orang lain atau masyarakt di sekelilingnya untuk mengintegrasikan personalnya. Dia akan berusaha mempertahankan dirinya dalam suatu situasi yang memungkinkan pribadinya terintegrasi (kepribadian yang integral). Pribadi integral adalah pribadi yang sekurang-kurangnya dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhannya dalam batasan minimal lalu dia mamu merekatkan satu kebuthan psikologis dengan kebutuhan psikologis lain agar secara batiniah bebas dari perasaan takut, babas dari bahaya maupun ancaman orang lain.

g. Kebutuhan akan Integrasi Sosial

Integrasi personal saja tampaknya kurang cukup, karena pemuasan atas kebutuhan fisiologis dan psikologis saja tanpa didukung oleh maysarakat akan membuat dirinya merasa ditinggalkan. Setiap individu akan merasa senang kalau seluruh kehidupannya memberikan sumbangan bagi terbentuknya integrasi sosial, dan integrasi sosial itu hanya dapat diperoleh melalui komunikasi antarpribadi atau komnikasi kelompok dengan masyrakat sekelilingnya.

h. Kebutuhan Meredakan Ketegangan

Ada kalanya individu didorong untuk berkomunikasi dengan orang lain karena dia ingin meredakan ketegangan. Degan alas an itu maka setiap individu selalu mencari jenis informasi yang bermanfaat untuk mengurangi ketidakpastian dan kecemasan. Bahwa secara umum tujuan komunikasi itu adalah mengurangi suasana ketidakpastian.

Contoh seorang suami menunggu istrinya yang sedang menjalani oprasi angkat tumor, berjalan kesana dan kemari, matanya akan terus mengawasi setiap petugas, perawat, asisten dokter atau dokter yang masuk dan kelura ruang bedah. Keteganan itu mereda tatkala dia mendapat kepastian bahwa nyawa sang istri yang dikasihinya dapat diselamatkan.[18]

2. Faktor Personal Sebagai Identitas Diri

Identitas Merujuk pada Asal Usul

Dalam praktek komunikasi, identitas sering memberikan tidak saja makna tentang pribadi seorang tetapi juga ciri khas sebuah kebudayaan yang melatarbelakanginya, dari ciri khas itulah kita mungkin dapat mengungkapkan keberadaan orang itu. Pengertian identitas pada tataran hubungan antarmanusia akan mengantar kita untuk memahami sesuatu yang lebih konseptual yakni tentang bagaimana meletakkan seorang ke dalam tempat orang lain (komunikasi yang empati), atau sekurang-kurangnya meletakkan atau membagi (to share) pikiran, perasaan, masalah, rasa simpatik (empati) dan lain-lain dalam sebuah proses komunikasi (antarbudaya).[19]

Dalam ranah sosiologis, peran diartikan sebagai satu set harapan budaya terhadap sebuah posisi tertentu. Seperti dikatakan Andreas Schneider (2000) bahwa; (1) peran itu lebih mengacu pada harapan (roles refer to expected) dan tidak sekedar pada prilaku actual; dan (2) peran itu lebih bersifat normative daripada sekedar deskriptif.

Struktur budaya pola persepsi, berpikir, perasaan IDENTITAS BUDAYA

Struktur sosial pola-pola perilaku sosial IDENTITAS SOSIAL

Uraian di atas sekaligus menjawab keraguan atas pembedaan yang tegas antara hubungan peran sebagai sebuah identitas dengan sturktur kebudayaan dan struktur sosial (identitas peran: struktur kebudayaan dan struktur sosial). Yang dimaksud dengan sturuktur budaya adalah pola-pola persepsi, berpikir dan perasaan, sedangkan struktur sosial adalah pola-pola prilaku sosial. Dalam kehidupan manusia dapat digambarkan sebagai berikut:

Dengan demikian secara sosiologis, kalai psosisi sosial seseorang berkaitan erat dengan perannya dalam struktut budaya maupun struktur sosial, maka yang muncul adalah identitas peran (McCall & Simmons). Dalam pandangan psikologi sosial, ketiaka posisi sosial telah terinternalisasi, maka kita akan berbicara tentang identitas itu sendiri (Stryker, 1996). Penting untuk diketahui bahwa identitas itu ditetukan oleh struktur budaya dan struktur sosial.[20]

Memahami Identitas Budaya Keseharian

Secara sederhana yang dimaksud dengan identitas budaya adalah rincian karakteristik atau cirri-ciri sebuah kebudayaan yang dimiliki oleh sekelompok orang yang kita ketahui batas-batasnya (bonded) tatkala dibandingkan dengan karakteristik atau cirri-ciri kebudayaan orang lain. Keneth Burke mengatakan bahwa untuk menentukan identitas budaya sangat tergantung pada ‘bahasa’ (catatan: bahasa sebagai unsure kebudayaan non material), yaitu bagaimana representasi bahasa menjelaskan sebuah kenyataan atas semua identitas yang dirinci dan dibandingkan.[21]

Identitas dibangun melalui interaksi sosial dan komunikasi. Identitas dihasilkan oleh negosiasi melalui media, yakni media bahasa. Jadi identitas seseorang dapat ditentukan oleh tampilan diri-pribadi anda sendiri (avowel), dengan demikian anda membuat pengakuan kepada orang lain bahwa anda sedang berkomunikasi.

Ada tiga bentuk identitas, yakni:

a. Identitas Budaya

Identitas budaya merupakan cirri yang ditunjukkan seseorang karena orang itu merupakan anggota dari sebuah kelompok etnik tertentu. Itu meliputi pembelajaran tentang dan penerimaan tradisi, sifat bawaan, bahasa, agama, keturunan dari suatu kebudayaan.

b. Identitas Sosial

Identitas sosial terbentuk sebagai akibat dari keanggotaan dalam suatu kelompok kebudayaan. Tipe kelompok itu antara lain umur, gender, kerja, agama, kelas sosial, tempat dan seterusnya. Identitas sosial merupakan identitas yang diperoleh melalui proses pencarian dan pendidikan dalam jangka waktu yang lama. Kita dapat membedakan sekelompok orang dengan kelompok yag lain melalui kelompok umur lalu kita menetapkan cirri-ciri perilaku mereka berdasarkan usia tua atau muda.

c. Identitas Pribadi

Identitas personal berdasarkan pada keunikan karakteristik pribadi seseorang. Anda mempunyai sesuatu yang berbeda dengan orang lain seperti kemampuan, talenta, dan pilihan; bandingkan itu dengan porang lain. Prilaku budaya, suara, gerak-gerik anggota tubuh, nada suara, cara berpidato, warna pakaian, guntingan rambut, menunjukkan cirri khas seseorang pribadi tertentu yang rata-rata tidak dimiliki oleh orang lain.

Paling penting dalam faktor-faktor personal adalah bagaimana persepsi kita diletakkan dalam struktur kebudayaan kita, hal ini karena setiap kebudayaan mengajarkan nilai-nilai dan harga diri bagi para anggotanya. Kebudayaan ini bertindak sebagai identitas sosial yang mempengaruhi konsep diri, dan untuk mempertahankan konsep diri sebagai identitas sosial maka kita akan sering bersikap tertentu terhadap kelompok lain; dan bentuk-bentuknya adalah prasangka, rasisme dan etnisitas.[