**BAB II**

**KAJIAN PUSTAKA**

**2.1 Kajian Literatur**

**2.1.1 Review Penelitian Sejenis**

 Sebagai bahan perbandingan untuk mendukung penelitian ini, maka penulis memaparkan hasil penelitian terdahulu yang di anggap relevan dengan judul penelitian yang penulis angkat.

Sumber skripsi yaitu:

**Tabel 2.1**

**Review Penelitian**

|  |  |
| --- | --- |
| Nama  | Suherli  |
| Universitas  | Uin Alauddin Makassar |
| Judul Penelitian | Dinamika Interaksi Sosial Pada Komunitas Marginal di Pedesaan (Studi Etnografi Komunikasi Masyarakat Tallas di Desa Samasundu Sulawesi Barat) |
| Teori Penelitian | Etnografi  |
| Metode Penelitian | Kualitatif  |
| Persamaan  | Menggunakan teori etnografi dan metode penelitian Kualitatif. |
| Perbedaan  | Penelitian ini memfokuskan pada pola komunikasi interaksi sosial yang dilakukan masyarakat *To Tallas*  dengan sesamanya maupun dengan masyarakat luar. |

**Tabel 2.2**

 **Review Penelitian 2**

|  |  |
| --- | --- |
| Nama  | Victoria Purnama Sadur |
| Universitas  | Universitas Pasundan |
| Judul Penelitian | Budaya Komunikasi Masyarakat Labuan Bajo (Studi Etnografi Upacara Adat Tiba Meka, di Kabupaten Manggarai Barat NTT |
| Teori Penelitian | Interaksi Simbolik |
| Metode Penelitian | Kualitatif  |
| Persamaan  | Metologi penelitian dan pendekatan penelitian |
| Perbedaan  | Perbedaan dalam penelitian ini menggunakan teori interaksi simbolik yang memfokuskan pada interaksi manusia pada upacara Adat Tiba Meka, dan menonjolkan mengenai perilaku komunikasi antar manusia dalam konteks yang sangat luas dan bervariasi. |

Sumber jurnal yaitu:

**Tabel 2.3**

**Review Penelitian 3**

|  |  |
| --- | --- |
| Nama | Masduki Asbari, Rudy Pramono, Fredson Kotamenda, Juliana, Otto Berman Sihite, Virza Utama Alamsyah, Donna Imelda, Samuel Tanasjah Setiawan, Agus Purwanto |
| Sumber  | Jurnal Pendidikan Edumaspul Universitas Bina Bangsa |
| Judul  | Bekerja Sambal Kuliah Dalam Perspektif *Self Management.* (Studi Etnografi Pada Karyawan Etnis Jawa Di Kota Seribu Industri Tangerang). |
| Teori Penelitian | Etnografi  |
| Metode Penelitian | Kualitatif  |
| Persamaan | Menggunakan teori etnografi dan metode penelitian Kualitatif. |
| Perbedaan  | Penelitian ini memfokuskan pada *self management* Mahasiswa EtnisJawayang bekerja sambal kuliah di Kota Tangerang. |

**2.2 Kerangka Konseptual**

**2.2.1 Komunikasi Budaya**

 Budaya pada dasarnya tercipta melalui komunikasi, karena komunikasi merupakan sarana interaksi antar manusia melalui berbagai karakteristik dalam budaya baik melalui adat, peran, aturan, ritual, atau pola yang lainnya. Bukan individu yang menciptakan suatu budaya tetapi melalui komunikasi ketika mereka berinteraksi baik dalam hubungan kelompok, organisasi, atau masyarakat tetapi budaya merupakan salah satu produk dari sebuah interaksi sosial. Tanpa adanya komunikasi dan media komunikasi budaya tidak mungkin bisa di lestarikan sampai saat ini dari satu tempat ke tempat yang lainnya. Karena pada dasarnya budaya itu diciptakan, dibentuk, ditransmisikan, dan di pelajari melalui komunikasi. Budaya dan komunikasi memiliki hubungan yang timbal balik, karena budayalah orang-orang dapat belajar berkomunikasi.

 Memahami hubungan komunikasi dan budaya bukan hal yang mudah, perlu adanya proses yang berlangsung melalui pemikiran dan peristiwa interaksi dalam komunikasi tunggal. Misalnya, ketika beberapa orang dalam suatu kelompok pertama kali bertemu, setiap anggota individu akan membawa pemikiran dan pola perilaku yang berbeda berdasarkan dari pengalaman komunikasi sebelumnya dan di dasarkan latar belakang budaya mereka. Ketika individu mulai terlibat di dalam suatu komunikasi dengan individu yang lain, mereka akan menciptakan pengalaman bersama dan cara berkomunikasi. Jika kelompok tersebut terus berinteraksi, serangkaian sejarah, pola, kebiasaan, dan ritual yang membedakan akan berkembang. Beberapa karakteristik budaya akan terlihat jelas dan berbeda, sehingga orang baru yang bergabung dalam suatu kelompok tersebut akan menghadapi suatu aturan budaya yang berbeda yang akan dipelajari dan akan terus menyesuaikan diri melalui komunikasi. Anggota yang baru tersebut pada akhirnya akan mempengaruhi budaya kelompok dengan cara yang kecil ataupun cara besar yang dibentuk melalui praktik komunikasi antar anggota kelompok saat ini atau masa yang akan datang. Ini berlaku di dalam semua budaya, komunikasi membentuk budaya dan begitu juga sebaliknya budaya membentuk komunikasi.

 Komunikasi dan budaya memiliki hubungan timbal balik. Ketika menjelaskan keterkaitan kedua unsur tersebut menjadi suatu yang rumit karena keduanya memiliki hubungan yang tidak dapat dipisahkan. Komunikasi terikat oleh budaya, persamaan budaya dalam pemahaman memungkinkan pemberian suatu makna yang sama juga terhadap suatu objek sosial dalam suatu peristiwa. Sebagaimana budaya berbeda antara yang satu dengan yang lainnya, maka praktik dan perilaku komunikasi individu-individu yang diasuh dalam budaya tersebut akan berbeda pula. (Mulyana, 2010:25)

 Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa pengelompokan antara komunikasi dan budaya memiliki hubungan yang sangat erat dan tidak dapat dipisahkan. Kemiripan budaya pada suatu presepsi akan memungkinkan orang untuk memberikan makna terhadap suatu objek sosial dalam suatu peristiwa yang ada di masyarakat.

**2.2.1.1 Pola Komunikasi**

Pola komunikasi menurut effendi yaitu proses yang dirancang untuk mewakili kenyataan keterpautannya unsur-unsur yang dicakup beserta keberlangsungannya, guna memudahkan pemikiran secara sistematik dan logis. Pola komunikasi berkatikan dengan proses komunikasi, karena pola komunikasi merupakan serangkaian aktifitas menyampaikan suatu pesan sehingga diperoleh umpan balik dari penerima pesan. Pola komunikasi merupakan gambaran suatu hubungan dua orang atau lebih dalam suatu proses pengiriman atau penerimaan pesan secara tepat, sehingga pesan yang disampaikan dapat dipahami. Pola komunikasi memiliki beberapa kategori yaitu :

1. Pola Komunikasi Primer

Pola komunikasi primer yaitu suatu proses penyampaian suatu pesan oleh komunikator kepada komunikan menggunakan suatu lambang sebagai medianya. Lambang tersebut dibagi menjadi dua yaitu:

1. Lambang Verbal

Lambang verbal yang selalu digunakan dalam berkomunikasi yaitu bahasa. Karena bahasa dapat mengungkapkan apa yang sedang dipikirkan dan dirasakan oleh komunikator mengenai suatu peristiwa, baik secara nyata maupun secara abstrak yang terjadi masa kini, masa lalu dan masa yang akan datang.

1. Lambang Non Verbal

Lambang non verbal merupakan lambang yang sangat penting karena sebagai pendukung dalam menerjemahkan makna suatu pesan baik itu isyarat ataupun gestur.

2. Pola Komunikasi Sekunder

 Pola komunikasi sekunder menurut Mulyana (2008) yaitu proses penyampaian suatu pesan oleh komunikator menggunakan media kedua setelah menggunakan lambang sebagai media yang pertama. Menggunakan media ini memudahkan komunikator dalam menyampaikan pesan kepada komunikator yang berada jauh bahkan dalam jumlah yang banyak. Proses komunikasi sekunder menjadi efektif dan efisien karena didukung oleh teknologi yang semakin canggih.

Pola komunikasi yang dibuat oleh Harold Laswell pada tahun 1948 secara spesifik banyak digunakan dalam komunikasi massa. Pola komunikasi yang diperkenalkan Laswell melibatkan beberapa komponen komunikasi yaitu *who* (siapa), *say what* (apa yang dikatakan), *in which channel* (menggunakan media apa), *to whom* (kepada siapa), *what effect* (apa efeknya).

3. Pola Komunikasi Linear

 Pola komunikasi linear yaitu proses penyampaian suatu pesan oleh oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal. Komunikasi ini berlangsung secara tatap muka maupun melalui suatu media. Pada komunikasi tatap muka baik antarpribadi atau kelompok memungkinkan terjadinya suatu dialog tetapi berlangsung pada komunikasi media, kecuali melalui media telepon. Komunikasi linear terjadi pada komunikasi bermedia, tetapi dapat juga dilakukan melalui tatap muka apabila terjadi komunikasi pasif.

4. Pola Komunikasi Sirkular

 Pola komunikasi sirkular terjadi jika ada umpan balik atau *feedback*. Umpan balik mengalir dari komunikan kepada komunikator yang disebut respon atau tanggapan pesan apa yang didapatkan dari komunikator. Pola komunikasi sirkular menurut Arni (2005) didasarkan pada perspektif interaktif yang menekankan bahwa komunikator atau sumber respon secara timbal balik pada komunikator lainnya. Perspektif ini menekan pada tindakan yang bersifat simbolis suatu proses perkembangan yang tercipta melalui proses komunikasi manusia. Dalam pola ini, umpan balik yang terjadi antara komunikator atau komunikan saling mempengaruhi satu sama lain. Keduanya mempunyai posisi yang sama sama dalam komunikasi linear. Tipe komunikasi yang menggunakan pola ini yaitu komunikasi interpersonal yang tidak membedakan komunikator dan komunikan bahkan bisa terjadi dalam komunikasi kelompok.

**2.2.1.2 Komunikasi Verbal dan Non Verbal**

 Dalam menyampaikan suatu pesan bisa menggunakan proses komunikasi verbal (bahasa) maupun non verbal (gestur). Bahasa menurut (Mulyana, 2000:238) yaitu seperangkat simbol dengan aturan untuk mengombinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami suatu komunitas. Dalam konteks komunikasi, bahasa berfungsi sebagai alat utama dalam komunikasi manusia. Dalam semua bentuk komunikasi bahasa digunakan sebagai media utama baik lisan maupun tulisan.

 Berbeda dengan komunikasi non verbal menurut Samovar dan Richard E. Porter (yang dikutip dalam Mulyana 2019) yaitu:

**Komunikasi verbal mencakup semua rangsangan kecuali rangsangan verbal dalam suatu setting komunikasi yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima; jadi definisi ini mencakup perilaku yang disengaja atau tidak disengaja sebagai bagian dari peristiwa komunikasi secara keseluruhan ketika mengirim pesan banyak pesan non verbal yang tanpa disadari pesan tersebur mempunyai makna bagi orang lain (Mulyana, 2019)**

Pesan non verbal dapat digunakan untuk mengetahui perasaan yang dikomunikasiman melalui gestur tubuh. Ketika sedang berkomunikasi pesan non verbal yang pertama disampaikan yaitu mimik wajah yang menggambarkan perasaan apakah sedang bahagia, sedih, marah, atau kecewa. Jadi, pesan non verbal mempengaruhi manusia dalam berkomunikasi.

Komunikasi verbal dan non verbal juga berkaitan dengan budaya, seperti yang dikatakan Taylor (dalam kutian Liliweri, 2011) yaitu:

**“kebudayaan sebagai suatu yang kompleks dari keseluruhan pengetahuan, kepercayaan, kesenian, dan hukum adat istiadat dan setiap kemampuan lain dan kebiasaan yang dimiliki oleh manusai sebagai anggota suatu masyarakat. Kebudayaan sangat dipengaruhi oleh norma dan norma juga mempengaruhi perilaku sosial masyarakatnya, termasuk perilaku komunikasi”.**

Komunikasi verbal yaitu kemampuan berbahasa yang dapat mempengaruhi persepsi seseorang. Bahasa pada dasarnya hanyalah simbol yang fungsi utamanya adalah penamaan, interkasi, dan transmisi informasi (Mulyana, 2000:243). Pesan yang disampaikan melalui bahasa menjadi hal yang sangat penting di balik simbol-simbol tersebut. Komunikasi tidak mungkin dilakukan apabila tidak ada pesan yang ditransaksikan. Mungkin saja simbol yang berbeda memiliki makna yang sama atau sebaliknya, simbol tidak selamanya selaras dengan makna yang dibangun.

Sedangkan komunikasi non verbal cenderung lebih banyak mengandung pesan emosional. Dalam kontek komunikasi budaya komunikator dan komunikan harus saling memahami komunikasi verbal yang sedang dilakukan. Sebagai contoh salah satu komponen budaya yaitu ekspresi yang digunakan dalam non verbal yang memiliki beberapa kesamaan bahasa. Kedua merupakan suatu sistem yang dipejari dan diwariskan sebagai bagian dari pengalaman budaya.

**2.2.2 Budaya**

**2.2.2.1 Defisini Budaya**

Merujuk pada budaya dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2003:169), budaya bisa diartikan sebagai (1) pikiran, akal budi; (2) adat istiadat; (3) sesuatu mengenai kebudayaan yang sudah berkembang (beradab,maju); dan (4) sesuatu yang sudah menjadi kebiasaan yang sudah sulit diubah. Budaya pada dasarnya merupakan nilai-nilai yang sudah muncul dari proses interaksi antar individu. Nilai-nilai ini diakui, baik secara langsung maupun tidak, seiring dengan waktu yang dilalui dalam interaksi tersebut (Nasrullah,2012). Bahkan terkadang sebuah nilai tersebut berlangsung di dalam alam bawah sadar individu dan diwariskan kepada generasi berikutnya. Budaya berkaitan dengan cara hidup manusia, bagaimana manusia belajar untuk berpikir, merasakan, mempercayai, dan mengatakan apa yang pantas untuk budayanya.

Budaya dapat dilihat pada pola bahasa dan bentuk kegiatan dimana masyarakat beradaptasi menyesuaikan diri dengan suatu lingkungan tertentu. Budaya juga berkaitan dengan sifat dan objek yang mempunyai peran penting dalam kehidupan. Objek yang dimaksud seperti rumah, alat atau media industri atau pertanian, jenis transportasi atau alat perang. Budaya hadir dan tercipta secara berkelanjutan melalui berbagai macam perilaku sosial dalam kehidupan.

Budaya memiliki pengaruh yang besar dan seluruhnya tidak disadari. Dapat dilihat jika budaya sangat berkaitan dengan bentuk dan struktur fisik yang mempengaruhi suatu lingkungan sosial. Secara pasti budaya mempengaruhi kehidupan manusia sejak ada didalam kandungan hingga meninggal dunia, manusia dikuburkan sesuai dengan budaya yang dianut masyarakat tersebut. Budaya dan komunikasi saling berkaitan dengan hal ini budaya bisa menentukan dengan siapa kita berbicara, mengenai apa, dan bagaimana mamaknai pesan dan menyimpukan pesan tersebut.

**2.2.2.2 Sifat-Sifat Budaya**

Setiap budaya memiliki banyak perbedaan, tetapi pada dasarnya setiap budaya memiliki ciri atau sifat yang sama. Sifat tersebut diakui secara umum di seluruh dunia. Sifat tersebut memiliki ciri yang sama bagi semua budaya manusia tanpa membedakan ras, lingkungan, maupun pendidikan. Menurut Elly (2006) sifat yang hakiki dari suatu kebudayaan yaitu:

1. Budaya terwujud dan tersalurkan dari perilaku manusia.
2. Budaya telah ada terlebih dahulu dari pada lahirnya suatu generasi tertentu dan tidak akan mati dengan hadirnya usia generasi tertentu dan tidak akan mati dengan hadirnya usia generasi yang bersangkutan.
3. Budaya diperoleh oleh manusia dan diwujudkan dalam tingkah lakunya.
4. Budaya mencakup aturan-aturan yang berisikan kewajiban-kewajiban, tindakan-tindakan yang diterima dan ditolak, tindakan-tindakan yang dilarang, tindakan-tindakan yang diijinkan. (Elly: 2006)

**2.2.2.3 Unsur-Unsur Budaya**

Setiap kebudayaan terdiri dari unsur yang besar maupu yang kecil yang merupakan bagian dari suatu kebulatan yang bersifat sebagai suatu kesatuan. Budaya di Indonesia dapat ditemukan dari unsur besar maupun unsur yang kecil. Bronislaw Malinowski yang dikutip oleh Soekanto dan Sulistyowati dalam buku yang berjudul Sosiologi Suatu Pengantar, menyebutkan unsur-unsur pokok di dalam kebudayaan yaitu:

1. Sistem norma yang memungkinkan kerjasama antara para anggota masyarakat didalam upaya menguasai alam sekelilingnya.
2. Organisasi ekonomi
3. Alat-alat dan lembaga atau petugas pendidikan; perlu diingat bahwa keluarga merupakan lembaga pendidikan yang utama
4. Organisasi kekuatan

Kebudayaan memerlukan suatu norma seperti yang disebutkan dari penyataan diatas, tanpa norma kebudayaan nantinya akan tidak saling mengormati dan menghargai selain itu, didalam kebudayaan harus mempunyai jiwa toleransi yang tinggi agar menciptakan suatu kerja sama baik dalam suatu organisasi.

**2.2.2.4 Elemen Budaya**

Sementara budaya terdiri atas elemen-elemen yang tidak terhitang jumlahnya (makanan, tempat tinggal, pekerjaan, pertahanan, kontrol sosial, perlindungan psikologis, keharmonisan sosial, tujuan hidup, dan lain-lain), ada lima hal penting yang berhubungan langsung dengan budaya. Pemahaman elemen-elemen ini memungkinkan anda menghargai pendapat tentang semua budaya dalam membagikan sejumlah komponen umum, peranan isu ini tidak jarang membedakan satu budaya dari yang lainnya, menurut Samovar dan Communication Between Cultures, berikut ini adalah beberapa elemen budaya yaitu :

1. **Sejarah**

Hal yang menarik dari sejarah budaya adalah bahwa banyak elemen paling penting dari budaya. Cerita tentang masa lalu memberikan anggota dari suatu budaya bagian sebuah budaya dari identitas, nilai, aturan tingkah laku, dan sebagainya. Sejarah menyoroti asal suatu budaya “memberitahukan” anggotanya apa yang dianggap penting, dan mengidentifikasi prestasi suatu budaya yang pantas untuk dibanggakan. Selain budaya yang melewati sejarah membentuk anggotanya, setiap sejarah itu unik bagi budaya tertentu dan membawa pesan budaya khusus.

1. **Agama**

Fitur lain dari semua budaya adalah Agama. Lebih khusus lagi, menurut Parkes, Laungani, dan Young, semua budaya “memiliki agama yang dominan dan teroganisasi di mana aktivitas dan kepercayaan mencolok (upacara,ritual, hal-hal tabu, dan perayaan) dapat berarti dan berkuasa. Pengaruh agama dapat dilihat dari semua jalinan budaya, karena hal ini berfungsi dasar.

**3. Nilai**

Nilai merupakan fitur lain dari suatu budaya. Hubungan antara nilai dan budaya begitu kuat, sehingga sulit untuk membahas yang satu tanpa menyinggung yang lain. Seperti yang ditulis Macionis, nilai adalah “standar keinginan, kebaikan, dan keindahan sosial”. Dengan kata lain, nilai-nilai berguna untuk menentukan bagaimana seseorang seharusnya bertingkah laku. Untuk sejumlah nilai budaya yang berbeda.

**4. Organisasi Sosial**

Fitur yang lain ditemukan dalam semua budaya adalah apa yang kami sebut dengan “organisasi sosial”. Organisasi-organisasi ini ( kadang- kadang merujuk pada sistem sosial atau struktur sosial) mewakili unit sosial yang beraneka ragam yang terkandung dalam budaya. Instuitusi seperti itu, temasuk keluarga, pemerintah, sekolah, dan suku bangsa menolong anggota suatu kelompok budaya untuk mengatur kehidupan mereka. Sistem sosial ini menetapkan jaringan komunikasi dan mengatur norma pribadi, keluarga, dan tingkah laku sosial. Cara organisasi ini berfungsi dan norma yang mereka kembangkan adalah unuk pada setiap budaya.

**5. Bahasa**

Bahasa juga merupakan fitur lain yang umum pada setiap budaya. Begitu pentingnya bahasa bagi ssetiap budaya. Bahasa tidak hanya mengizinkan anggotanya untuk berbagi pikiran, perasaan dan informasi, tetapi juga merupakan metode utama dalam menyebarkan budaya. Baik bahasa Inggris, Swahili, Cina, maupun Prancis, banyak kata, arti, tata bahasa, dan sintaks semuanya memberikan tanda identitas dan budaya khusus.

Di antara semua bentuk simbol, bahasa merupakan simbol yang paling, rumit, halus, dan berkembang, telah diketahui bahwa manusia, berdasarkan kesepakatan bersama, dapat menjadikan suatu simbol bagi suatu hal yang lainnya. Kini, manusia telah sepakat, dalam kesaling bergantungannya selama berabad-abad untuk menjadikan berbagai suara yang mereka ciptakan dengan paru-paru, tenggorokan, lidah, gigi, dan bibir, secara sistematis mewakili peristiwa-peristiwa dalam sistem-sistem saraf mereka. Kita menyebut bahasa bagi sistem kesepakatan-kesepakatan tersebut.

**2.2.3 Komunikasi Antar Budaya**

Komunikasi antarbudaya adalah suatu proses komunikasi simbolik, interpretative, transaksional, kontekstual yang dilakukan oleh sejumlah orang yang karena memiliki perbedaan derajat kepentingan tertentu memberikan interpretasi dan harapan secara berbeda terhadap apa yang disampaikan dalam perilaku tertentu sebagai makna yang dipertukarkan (Lustig dan Koester, 1993).

Charley H. Dood mengatakan bahwa komunikasi antar budaya 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 (Dood, 1991:5)

Komunikasi antar budaya akan efektif apabila seseorang memahami hakikat tersebut. Perbedaan bahasa dan budaya dalam interaksi hanyalah perbedaan simbol yang dapat dipahami secara alamiah, sementara motif budaya tidak serta-merta dipahami, tetapi harus melalui proses pemikiran dan pemilihan sikap yang tepat dalam melakukannya.

Tidak ada batasan antara budaya dan komunikasi, seperti yang dinyatakan hall,”Budaya adalah Komunikasi dan Komunikasi adalah Budaya”. Dengan kata lain, ketika membahas budaya dan komunikasi sulit untuk memutuskan mana yang menjadi suara mana yang menjadi gemanya. Hubungan antara antara budaya dan komunikasi tidak bisa dipisahkan, karena di dalam budaya pasti ada komunikasi, begitu pula sebaliknya ketika kita berkomunikasi pasti kita berbudaya. Secara khusus masyarakat akan menerapkan komunikasi antarbudaya seperti, keunikan setiap individu, bahaya stereotip, perlunya objektivitas dan mitor dari melihat komunikasi sebagai penyembuhan segalanya. (Samovar dan Porter,2010)

Kesimpulan dari pengertian diatas bisa disimpulkan bahwa komunikasi antarbudaya adalah komunikasi interaksi yang berbeda budaya untuk mempersatukan ataupun berbagi mengenai budaya satu dengan budaya lainnya, dengan begitu komunikasi antarbudaya ini bisa membentuk suatu kepribadian individu-individu dan mempunyai identitas yang khas untuk membawa seseorang dalam berkomunikasi ketika ia sedang melakukan mobilitas ke daerah yang berbeda budaya. Dalam hal ini perlu memperhatikan seperti etika dan estetika dalam komunikasi dengan yang memiliki kebudayaan yang berbeda. karena Indonesia merupakan negara yang memiliki kekayaan budaya suku bangsa yang perlu diperhatikan untuk memperkenalkan budaya satu dengan budaya yang lainnya. Komunikasi antarbudaya juga mempelajari bagaimana menghargai suatu budaya, mempertahankan suatu budaya budaya dan bisa terus menerapkan budaya tersebut.

**2.2.6 Adaptasi Budaya**

Manusia terlahir dengan nalar bebas dan mampu memberikan respons terhadap lingkungan seiring dengan pertumbuhannya. Adaptasi sudah ada sejak manusia dilahirkan. Dalam pergeseran budaya dikenal konsep internalisasi sebagai proses adaptasi kebudayaan. Proses internalisasi adalah proses yang berlangsung sepanjang hidup individu, mulai dari ia dilahirkan sampai akhir hidupnya. Selama manusia bersinggungan dengan manusia lainnya, proses internalisasi akan terus berlangsung.

Pada dasarnya manusia tidak bisa hidup sendiri sehingga memerlukan sosialisasi atau interaksi yang merupakan kebutuhan sosial. Kebutuhan sosial harus dipenuhi sehingga muncul pengelompokan masyarakat untuk menunjukkan eksistensi individualitas. Individu-individu dalam masyarakat mengalami proses sosialisasi yang berbeda pula karena proses sosialisasi mengikuti alur, dan susunan-susunan kebudayaan, struktur sosial, nilai, serta lingkungan sosial yang melingkupnya. Dengan demikian lingkungan sangat mempengaruhi pola piker seseorang dalam masyarakat. Proses internalisasi dan sosialisasi penting untuk menumbuhkan kesadaran sosial bagi individu. Mereka yang mengalami hambatan dalam proses ini akan kesulitan membaur dalam kehidupan masyarakat majemuk. (Syah, 2016).

Adaptasi lingkungan merupakan hal yang sangat sulis dilakukan oleh beberapa orang hal ini terjadi karena individu tidak bisa menerima secara langsung perasaan yang kita alami, dilingkungan yang barulah yang akan membawa kita ke dalam suatu kepribadian yang baru. Dalam penyesuaian terkadang memerlukan waktu yang lama dan memiliki banyak hambatan, hambatan tersebut tidak bisa diterima atau bahkan lingkungan yang tidak bisa menerima kita.

**2.2.6 Pengelolaan Pesan**

Proses pengelolaan pesan pada dasarnya sumber daya komunikasi yang ditujukan untuk meningkatkan kualitas dan efektifitas dalam proses pertukaran pesan yang terjadi didalam berbagai konteks komunikasi seperti individu, organisasi, pemerintahan, sosial, atau internasional. Dalam proses ini mengacu pada bagaimana seseorang mengelola proses komunikasi melalui kontruksi makna dan hubungan mereka dengan orang lain dalam siatuasi yang bermacam-macam. Mengacu pada bagaimana seseorang bekerja dalam berbagai konteks dalam berkomunikasi secara efektif, efisien, dan produktif.

Pesan sederhana nya merupakan sesuatu yang disampaikan dari sumber kepada penerima. Pengelolaan pesan yaitu bagaimana seorang komunikator menyusun atau mengelola pesan sebelum di sampaikan kepada komunikan atau lawan bicara nya. Menurut (Cassandra dalam Cangara 2009) terdapat dua model penelolaan pesan, yakni pengelolaan pesan yang bersifat informatif dan pengelolaan pesan yang bersifat persuasif.

**a. Pengelolaan pesan yang bersifat Informatif**

Model pengelolaan pesan ini lebih banyak ditujukan pada perluasan wawasan dan kesadaran khalayak. Prosesnya lebih banyak bersifat difusi atau penyebaran, sederhana, jelas dan tidak banyak menggunakan jargon atau istilah-istilah yang popular di kalangan masyarakat.

Ada empat macam pengelolaan pesan yang bersifat informatif, yaitu:

*1. Space Order,* pengelolaan pesan yang melihat kondisi tempat atau ruang, seperti internasional, nasional, dan daerah.

*2. Time Order,* pengelolaan pesan berdasarkan waktu atau periode disusun secara kronologis.

*3. Deductive Order,* pengelolaan pesan mulai dari hal-hal yang bersifat umum kepada khusus.

*4. Inductive Order,* pengelolaan pesan yang dimulai dari hal-hal khusus ke umum.

 Model penyusunan informatif biasanya banyak digunakan dalam penulisan berita dan artikel oleh para wartawan dengan menggunakan model piramida terbalik. Dalam penulisan berita menggunakan model *straight news,* yaitu penyampaian pesan yang bergerak dari berita yang sangat penting kepada berita yang kurang penting dengan mencakup dan menjawab 5W+1H.

**b. Pengelolaan pesan yang bersifat Persuasif**

Model pengelolaan persuasif memiliki tujuan untuk mengubah persepsi, sikap, dan pendapat khalayak. Sebab itu, pengelolaan pesan persuasif memiliki sebuah prosisis. Proposisi disini ialah yang dikehendaki sumber terhadap penerima sebagai hasil pesan yang di sampaikannya, artinya setiap pesan yang diinginkan adanya perubahan.

Ada beberapa cara yang digunakan dalam pengelolaan pesan persuasif yaitu:

1. *Fear Appeal*, metode pengelolaan pesan yang menimbulkan rasa ketakutan kepada khalayak. Sebenarnya kepada khalayak kurang senang menerima pesan yang disertai ancaman yang menakutkan, sebab mereka tidak memiliki kebebasan untuk menentukan sikap dan mengemukakan pendapatnya, tetapi dalam hal tertentu, khalayak harus menerima karena bisa mengancam dirinya.
2. *Emotional Appeal,* cara pengelolaan pesan dengan berusaha menggugah emosional khalayak. Misalnya dengan mengungkapkan masalah suku, agama, kesenjangan, ekonomi, diskriminasi, dan sebagainya. Bentuk lain dari *emotional appeal* adalah propaganda dalam komunikasi bisnis, propaganda banyak sekali digunakan dalam bentuk iklan, agar konsumen bisa membeli barang.
3. *Reward Appeal,* pengelolaan pesan atau penyampaian pesan menawarkan janji-janji kepada khalayak. Metode ini , Heilman dan Garner (1975) dalam risetnya ditemukan bahwa khalayak cenderung akan menerima pesan atau ide jika disertai dengan janji-janji dari pada pesan yang disertai ancaman.
4. *Motivational Appeal,* pengelolaan pesan yang dilakukan bukan karena janji-janji, tetapi disusun untuk menumbuhkan internal psikologis khalayak sehingga mereka dapat mengikuti pesan-pesan itu, misalnya menumbuhkan rasa nasionalisme atau gerakan memakai produksi dalam negeri.
5. *Humoris Appeal,* pengelolaan pesan yang dilakukan dengan humor sehingga penerimaan pesan khalayak tidak merasa jenuh. Pesan yang disertai humor mudah diterima, enak dan menyegarkan hanya saja pengelolaan pesan yang disertai humor diusahakan jangan sampai terjadi hampir yang lebih dominan dari pada materi yang ingin disampaikan.

Menurut Wilbur Schramm (1995) menyebutkan beberapa syarat berhasilnya pesan dalam pengelolaan komunikasi yaitu: Pesan yang disampaikan harus dikuasai lebih dahulu, termasuk struktur penyusunan yang sistematis.

1. Pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa sehingga pesan tersebut dapat menarik perhatian sasaran yang dituju.
2. Pesan haruslah menggunakan tanda-tanda yang didasari pada pengalaman yang sama antara sumber dan penerima pesan, sehingga kedua pertemuan itu bertemu. Pribadi maupun sasaran menyarankan cara-cara untuk mencapai kebutuhan tersebut.
3. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi dari pada sasaran menyarankan cara-cara untuk mencapai kebutuhan itu.
4. Pesan harus menyarankan sesuatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok dimana kesadaran pada saat digerakkan untuk memberikan jawaban yang diinginkan.

**2.2.7 Bahasa Bugis**

Bahasa bugis adalah salah satu dari rumpun bahasa Austronesia yang digunakan oleh suku Bugis. Bahasa tersebut dipertuturkan di Sulawesi Selatan, terutama kabupaten Maros, Pangkep, Barru, Majene, Luwu, Sidenreng, Rappang, Soppeng, Wajo, Bone, Sinjai, Pinrang, Pare-pare serta sebagian Kabupaten Enrekang, Majene, dan Bulukumba. Bahasa bugis terdiri beberapa dialek. Seperti dialek Pinrang yang mirip dengan dialek Sidrap. Dialek Bone (yang berbeda antara Bone Utara dan Selatan). Dialek Soppeng. Dialek Wajo (juga berbeda antara Wajo bagian utara dan selatan, serta timur dan barat). Dialek Barru, Dialek Sinjai dan sebagainya.

Ada beberapa kosa kata yang berbeda selain dialek. Misalnya, dialek Pinrang dan Sidrap menyebut kata Loka untuk pisang, sementara dialek Bugis yang lain menyebut *ötti”* atau *ütti”,*  adapun dialek yang agak berbeda yakni kabupaten Sinjai setiap bahasa bugis yang menggunakan Huruf “W”di ganti dengan Huruf “H”contoh; diawa di ganti menjadi diaha. Tetapi pada dasarnya bahasa bugis mudah dipahami dengan sesama suku bugis walaupun memiliki beberapa dialek yang berbeda di setiap daerah.

**2.3 Kerangka Teoritis**

Kerangka teoritis merupakan pengambilan suatu teori yang dijadikan sebagai landasan dan cara kerja penelitian yang akan dilakukan. Teori merupakan penalaran yang terdiri dari perangkat konsep, definisi dan prosisi yang sistematis. Secara umum teori memiliki tiga fungsi yaitu menjelaskan, meramalkan dan pengendalian terhadap suatu gejala permasalahan (Sugiyono, 2016)

**2.3.1 Teori Etnografi Komunikasi**

Etnografi komunikasi diperkenalkan oleh penggagas sekaligus juga “Bapak” etnografi komunikasi, Dell H.Hymes pada 1960an. Etnografi komunikasi pertama kali disajikan sebagai salah satu pendekatan yang digunakan dalam sosiolinguistik, terutama untuk mengkaji tuturan bahasa dengan kaitannya pada masyarakat penutur yang terbangun melalui hubungan sosial. Pendekatan sosialinguistik bahasa, terutama dalam penggunaan bahasa secara umum berkaitan dengan nilai sosial dan budaya oleh Hymes dinamai sebagai *ethnography of speaking* (etnografi berbahasa, etnografi wicara) atau *ethnograpgy of communication* (Fasold, 1990:39). Oleh karena itu, dalam ilmu bahasa, etnografi komunikasi dipandang sebagai varian dari sosiolinguistik atau paling tidak banyak disebut pada pembahasan cabang ilmu itu. Namun dalam perkembangannya, ilmu ini perlahan menunjukkan sebuah kemandirian. Berbagai disiplin ilmu menggunakannya sebagai pendekatan dan acuan teori, terutama setelah ilmu komunikasi memanfaatkan sebagai pendekatan penelitian.

Teori etnografi pada dasarnya suatu upaya untuk memperhatikan makna-makna dan tindakan dari kejadian yang dialami oleh individu yang akan diteliti. Makna tersebut dapat diekspresikan secara langsung maupun melalui suatu bahasa seperti perkataan atau perbuatan. Dengan begitu, didalam setiap masyarakat, memiliki sistem makna yang kompleks dengan bertujuan untuk mengatur tingkah laku masyarakat, untuk saling memahami satu sama lain, serta untuk memahami dimana mereka hidup. Sistem tersebut merupakan bagian dari suatu kebudayan dan kebudayaan merupakan kajian dari etnografi.

Etnografi komunikasi dalam pandangan Hymes memiliki fokus atau konsentrasi terhadap situasi, penggunaan, pola, fungsi berbahasa sebagai sebuah aktivitas sendiri (Fasold, 1990:39). Etnografi komunikasi di definisikan sebagai pengkajian peranan bahasa dalam perilaku komunikasi suatu masyarakat, yaitu cara bagaimana bahasa dipergunakan dengan beragam kebudayaan (Kuswarno, 2011; Ibrahim, 1992). Etnografi komunikasi juga di artikan sebagai pengorganisasian komunikasi (bicara,wicara) dalam sebuah aktivitas masyarakat *(study of organization of speaking as an activity in human society)* (Fasold, 1990:62). Sementara itu Hasanuddin dkk (2009:312) menyebutkan etnografi komunikasi sebagai bidang etnolinguistik atau sosiolinguistik yang memelajari hubungan bahasa dengan semua variable diluar bahasa. Dengan kata lain, etnografi komunikasi memusatkan perhatian pada pola komunikasi *(speaking)* dalam beragam masyarakat bahasa.

Pola komunikasi tersebut terbentuk karena adanya faktor budaya yang memengaruhi cara berkomunikasi, dapat pula dikatakan bahwa etnografi komunikasi adalah bagaimana sebuah kelompok masyarakat memiliki pola dalam berkomunikasi berdasarkan budaya. Oleh karena itu membahasa etnografi komunikasi tidak dapat dipisahkan dari antropologi, sebagai ilmu induk yang membantu dalam proses kelahirannya. Namun demikian, ia juga membutuhkan analisis linguistik, interaksi (sosiologi), dan komunikasi untuk menjelaskan fenomena-fenomena komunikasi yang ditemuinya.

Secara umum, komunikasi dibangun oleh komponen putur, petutur, pesan dan media yang digunakan. Dalam konteks komunikasi, Hymes menyebutkan delapan variable komunikasi yang layak di cermati dalam mempelajari etnografi komunikasi, yang disingkat dalam kata *SPEAKING (*Fasold,1990), variabel tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. *Situation* (situasi) yang dapat ditunjukkan melalui *setting* (latar) dan *scene* (layar atau pemandangan). Sebuah peristiwa komunikasi akan memiliki latar atau layar (pemandangan) yang berada di belakang peristiwa tersebut. Latar merujuk pada tempat dan waktu terjadinya peristiwa komunikasi. Selain itu latar dapat juga menggambarkan suasana terjadinya dialog. Termasuk di dalamnya bagaimana peristiwa tutur mengandung situasi budaya dan sosial layar (pemandangan) merujuk pada latar psikologis abstrak dari partisipan komunikasi.
2. *Participant* (partisipan) dapat diartikan sebagai pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi. Partisipan bukan hanya petutur *(speaker)* atau penutur *(listener),* tetapi juga sumber informasi *(addressor)* dan *audiens* (pengguna informasi). Sering kali dalam berkomunikasi, partisipan bukan orang yang terlibat langsung dalam komunikasi, tetapi pihak-pihak yang berada di belakang informasi tersebut, termasuk aturan atau ketentuan dalam berkomunikasi. Dengan kata lain partisipan adalah pihak-pihak yang secara lanngsung atau tidak langsung yang terlibat dengan peristiwa komunikasi.
3. *Ends* (tujuan) yang merupakan *outcomes* (luaran) dari komunikasi tersebut dapat dilihat dari sudut pandang budaya. Sementara itu, *ends* juga dapat berarti *goals,* yakni tujuan bersifat individual. Sebuah kegiatan komunikasi memiliki tujuan dari pihak-pihak yang berkomunikasi, baik bersifat individual maupun kolektif (institusional). Tujuan dapat dibedakan secara eksplisit karena kegiatan komunikasi bersifat terbuka, tetapi dapat juga bersifat implisit karena tuturan yang di sampaikan partisipan berbentuk langsung.
4. *Act sequence* (urutan tindakan) yaitu tindakan yang dapat dilihan dari bentuk pesan (bagaimana sesuatu disampaikan) dan konten atau isi (apa yang disampaikan). Menentukan keduanya merupakan keterampilan yang harus dikuasi sesorang dalam berkomunikasi. Dalam hal ini penting dilihat bagaimana budaya memengaruhi bentuk dan isis pesan, karena setiap budaya masyarakat membentuk cara bertutur (berkomunikasi) berbeda satu sama lain.
5. *Key* (nada) dapat diartikan sebagai atmosfer atau spirit, nada, dan cara yang mendorong sebuah peristiwa tutur dihasilkan. Bagaimanapun sebuah komunikasi berlangsung didasari oleh spirit partisipan, misalnya apakah serius atau manasuka, senang hati atau malas, dengan sombong atau santun. Semangat berkomunikasi akan menentukan keberhasilan seseorang meraih tujuan komunikasi.
6. *Instrumentalities* (alat atau media), diartikan sebagai media atau alat yang digunakan untuk melangsungkan proses komunikasi. Pada umumnya media komunikasi yang digunakan adalah media lisan atau tulisan, cetak atau elektronik. Media juga dapat berbentuk perangkat keras yang digunakan sebagai penghubung pertisipan komunikasi, seperti telegram, telepon, dan lain-lain.
7. *Norm* (ketentuan atau aturan berbahasa), yaitu aturan yang digunakan antarpeserta komunikasi dalam berinteraksi dan menginterpretasi ujaran pada sebuah komunitas atau masyarakat. Norma ditentukan oleh budaya yang membentuk aturan berkomunikasi tersebut dan hendaknya dipatuhi untuk keberhasilan komunikasi.
8. *Genres* (jenis tuturan) yaitu bentuk seperti kuliah, iklan, dialog, puisi dan lain-lain. Jenis ini akan menentukan tuturan yang digunakan. Misalnya, iklan akan menggunakan tuturan persuasif atau ajakan untuk menggunakan sebuah produk atau jasa. Namun demikian, jenis tuturan ini lebih berfungsi sebagai pembeda identitas saja karena dalam praktik komunikasi dimungkinkan setiap *genre* digunakan partisipan untuk mencapai tujuan komunikasi.

*SPEAKING* menjadi salah satu model dalam menentukan variabel-variabel komunikasi*.* Sekalipun etnografi komunikasi mengharuskan aspek budaya hadir di dalamnya, maka variabel budaya inilah yang harus mendapat perhatian, baik *situation, participation, ends, act sequences, key, instrumentalies, norm* dan *genre* harus mengacu serta melekat pada budaya.

**2.4 Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran adalah dasar dari pemecahan masalah. Ilmu sendiri merupakan kegiatan yang dirintis oleh pakar ilmiah sebelumnya. Artinya tersedia gudang teori untuk disiplin ilmu, termasuk yang relevan dengan masalah yang digarap.

Menurut Atmadilaga (dalam Ardianto, 2016) kerangka pemikiran adalah dukungan dasar teoritis dalam rangka memberikan jawaban terhadap pendekatan pemecahan masalah.

Peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan teori etnografi komunikasi dari Dell Hymes yang mencakup tiga dimensi yaitu situasi, peristiwa, dan tindakan komunikatif, dimensi tersebut berperan penting dalam etnografi komunikasi pada kebudayaan, khususnya Indonesia.

1. **Situasi Komunikasi** merupakan konteks terjadinya komunikasi, situasi bisa tetap sama walaupun lokasinya berubah, atau bisa berubah dalam lokasi yang sama apabila aktivitas-aktivitas yang berbeda berlangsung di tempat tersebut pada saat yang berbeda. Situasi yang sama bisa mempertahankan konfigurasi umum yang konsisten pada aktivitas yang sama dalam komunikasi yang terjadi, meskipun terdapat perbedaan dalam jenis interaksi yang terjadi disana.
2. **Partisipan Komunikasi** merupakan yang terlibat didalam komunikasi saat berlangsung. Partisipan tidak hanya penutur, petutur, tetapi juga sumber informasi dan pengguna informasi itu sendiri.
3. **Tindak Komunikasi** pada umumnya bersifat koterminus dengan fungsi interaksi tunggal, seperti pernyataan refensial, permohonan, atau perintah dan bisa bersifat verbal maupun non verbal.
4. **Kunci komunikasi** merupakan dialek atau nada yang digunakan dalam berkomunikasi di lingkungan budaya sunda.

Fokus penelitian in adalah bagaimana pengelolaan komunikasi suku bugis di lingkungan budaya sunda di Kota Bandung terutama bagi mahasiswa Sulawesi Selatan yang menempuh bangku perkuliahan di Kota Bandung. Konteks komunikasi antar budaya antara Bugis dan Sunda sangatlah berbeda terutama penggunaan bahasa maupun dialek daerah karena bahasa merupakan peranan penting didalam proses komunikasi.

**Bagan 2.4**

**Kerangka Pemikiran**

PENGELOLAAN PESAN SUKU BUGIS DI LINGKUNGAN BUDAYA SUNDA DI KOTA BANDUNG (Studi Etnografi Pengelolaan Pesan Suku Bugis Di Lingkungan Budaya di Kota Bandung)

Etnografi Komunikasi

Dell Hymes

Pengelolaan Pesan

Situasi

Komunikasi

Partisipan

Komunikasi

Tindak

Komunikasi

Kunci

Komunikasi

Sumber: Olahan Peneliti 2020