

PROSES DAN IKLIM KOMUNIKASI ANTARBUDAYA

Neni Efrita¹

ABSTRACT

Communication is a process (that is one of the characteristics of the communication), because the communication is dynamic, always in progress and change often. A process consists of several sequences that can be distinguished but not separated. Intercultural communication is as same as other communication process that is a process that is dynamic and interactive and transactional. Interactive intercultural communication is communication made by participants in the two-way communication / reciprocity (two way communication) but was still at a low stage. Communication climate is constructed as a situation, atmosphere conditions involving the mind or spiritual situation or participants' communication feeling. Several key communication climates can be shown by the characteristic where there is no more pressure on the power of communication participants, the principles of openness to all; the atmosphere is capable of providing communication participants to be able to differentiate between personal interests and the interests of the group.

Key word: *komunikasi, antarbudaya*

A. Pendahuluan

Komunikasi antarbudaya dibentuk oleh ilmu-ilmu tentang kemanusiaan, yaitu: antropologi, sosiologi, psikologi dan hubungan internasional. Oleh karena itu sebagian besar pemahaman bersumber dari ilmu-ilmu tersebut. Di antara

¹ Dosen IAIN Imam Bonjol Padang

definisi yang disampaikan oleh para ahli sesuai dengan bidang ilmu yang digelutinya, adalah:

- a. Liliweri memberikan batasan definisi yang paling sederhana dari komunikasi antarbudaya adalah menambahkan kata *budaya* ke dalam pernyataan “komunikasi antara dua orang atau lebih yang berbeda latar belakang kebudayaannya” atau “komunikasi antarpribadi yang dilakukan oleh mereka yang berbeda latar belakang kebudayaannya” (Liliweri 2003:9)
- b. Mulyana mengatakan: Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang hasilnya sesuai dengan harapan para pesertanya (orang-orang yang sedang berkomunikasi) dalam konteks komunikasi antarbudaya ia merumuskan “semakin mirip latar belakang budaya semakin efektiflah komunikasi” (Mulyana,2007:117)
- c. Andrea L. Rich dan Dennis M. Ogawa dalam buku Larry A. Samovar dan Richard E. Porter, *Intercultural Communication A. Reader*, menyatakan “komunikasi antarbudaya adalah komunikasi antara orang-orang yang berbeda kebudayaannya, misalnya antar suku bangsa, antar etnik dan ras, antar kelas ” (Samovar dan Porter, 1976:25)
- d. Samovar dan Porter juga mengatakan bahwa “komunikasi antarbudaya terjadi diantara produser pesan dan penerima pesan yang latar belakang kebudayaannya berbeda”. (Samovar dan Porter,1976:4)
- e. Guo-Ming Chen dan William J. Starosta, mengatakan bahwa komunikasi antarbudaya adalah proses negosiasi dan pertukaran interaksi simbolik yang membimbing perilaku manusia dan membatasi mereka dalam menjalankan fungsinya sebagai kelompok. Selanjutnya komunikasi antarbudaya itu dilakukan dengan:

- 1) Dengan negosiasi untuk melibatkan manusia didalam pertemuan yang membahas satu tema (penyampaian tema melalui simbol) yang sedang dipertentangkan. Simbol tidak sendirinya mempunyai makna tetapi dia dapat berarti kedalam satu konteks dan makna-makna itu dinegosiasikan atau diperjuangkan.
 - 2) Melalui pertukaran sistem simbol yang tergantung dan persetujuan antarsubyek yang terlibat dalam komunikasi, sebuah keputusan dibuat untuk berpartisipasi dalam proses pemberian makna yang sama.
 - 3) Sebagai pembimbing perilaku budaya yang tidak terprogram namun bermanfaat karena mempunyai pengaruh terhadap perilaku kita.
 - 4) Menunjukkan fungsi sebuah kelompok sehingga kita dapat membedakan diri dari kelompok lain dan mengidentifikasikannya dengan berbagai cara (Liliweri, 2003:11-12)
- f. Lustig dan Koester menyatakan bahwa komunikasi budaya 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 bentuk perilaku tertentu sebagai makna yang dipertukarkan. (Liliweri,2003:11)
- g. Charly H. Dood mengatakan 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” (Dood,1991:5)

Beberapa pengertian komunikasi antarbudaya tersebut membuktikan sebuah hipotesis proses komunikasi antarbudaya bahwa “semakin besar derajat perbedaan antarbudaya maka semakin besar pula kita kehilangan peluang untuk merumuskan suatu tingkat kepastian sebuah komunikasi efektif (Liliweri,2003:12). Pendapat senada juga disampaikan oleh Mulyana bahwa “ komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang hasilnya sesuai dengan harapan para pesertanya” (Mulyana, 2003:117). Dengan demikian ketika suatu masyarakat berada pada kondisi kebudayaan yang berbeda maka komunikasi antarpribadi dapat menyentuh komunikasi antarbudaya.

B. Pembahasan

1. Proses Komunikasi Antarbudaya

Manusia merupakan makhluk yang selalu ingin berhubungan dengan orang lain dengan tujuan agar dapat hidup bergaul atau bersama-sama dengan orang lain tanpa memandang perbedaan latar belakang budaya. Untuk meningkatkan kehidupan bersama maka mereka berkomunikasi satu sama lain dengan menciptakan, memelihara hubungan melalui pertukaran informasi bagi pemenuhan kebutuhan hidupnya.

Komunikasi tidak bisa dipandang sekedar sebagai sebuah kegiatan yang menghubungkan manusia dalam keadaan pasif, tetapi komunikasi harus dipandang sebagai proses yang menghubungkan manusia melalui sekumpulan tindakan yang terus menerus diperbaharui. Komunikasi sebagai proses (itulah salah satu karakteristik komunikasi) karena komunikasi itu

dinamik, selalu berlangsung dan sering berubah-ubah. Sebuah proses terdiri dari beberapa sekuen yang dapat dibedakan namun tidak dapat dipisahkan. Semua sekuen berkaitan satu sama lain meskipun dia selalu berubah-ubah. Jadi pada hakikatnya proses komunikasi antarbudaya sama dengan proses komunikasi lain, yakni suatu proses yang *interaktif* dan *transaksional* serta *dinamis*.

Komunikasi antarbudaya yang *interaktif* adalah komunikasi yang dilakukan oleh partisipan komunikasi dalam dua arah / timbal balik (*two way communication*) namun masih berada pada tahap rendah (Wahlstrom, 1992). Sedangkan Hybels dan Sandra ,(1992) menyatakan apabila ada proses pertukaran pesan itu memasuki tahap tinggi, misalnya saling mengerti, memahami perasaan dan tindakan bersama maka komunikasi tersebut telah memasuki tahap transaksional (Liliweri,2003:24)

Komunikasi transaksional meliputi tiga unsur penting, yaitu (1) keterlibatan emosi yang tinggi yang berlangsung terus menerus dan berkesinambungan atas pertukaran pesan, (2) peristiwa komunikasi meliputi seri waktu artinya berkaitan dengan masa lalu, kini dan yang akan datang dan (3) partisipan dalam komunikasi antarbudaya menjalankan peran tertentu. Sifat dinamis dari komunikasi antarbudaya dikarenakan proses tersebut berlangsung dalam konteks yang hidup, berkembang dan bahkan berubah-ubah berdasarkan waktu, situasi dan kondisi tertentu. Karena proses komunikasi yang dilakukan adalah komunikasi antarbudaya maka kebudayaan merupakan dinamisor bagi proses komunikasi tersebut (Liliweri, 2003 : 24-25).

Esensi komunikasi secara umum terletak pada “proses” yakni suatu aktivitas yang “melayani” hubungan antara pengirim dan penerima pesan melampui ruang dan waktu

(Liliweri,2003:24). Komunikasi dikatakan sebagai suatu proses karena komunikasi itu dinamik, selalu berlangsung dan berubah-ubah, begitu juga dengan komunikasi antarbudaya yakni *interaktif, transaksional dan dinamis*.

Mulyana mengatakan: Komunikasi antarbudaya yang interaktif adalah komunikasi yang dilakukan antara sumber dan penerima. Ini mengimplementasikan “dua orang atau lebih yang membawa latar belakang dan pengalaman unik mereka masing-masing ke peristiwa komunikasi. Latar belakang dan pengalaman mereka tersebut mempengaruhi interaksi mereka. Interaksi juga menandakan situasi timbal balik yang memungkinkan setiap pihak mempengaruhi pihak lainnya” (Mulyana dan Rakhmat, 2006: 16).

Sementara menurut Wahlstrom (1992) Komunikasi antarbudaya yang interaktif adalah “komunikasi yang dilakukan oleh komunikator dengan komunikan dalam dua arah/timbal balik (*two way communication*) namun masih berada pada tahap rendah” (Liliweri, 2003: 24). Dengan demikian komunikasi antarbudaya yang interaktif dapat dikatakan komunikasi yang berlangsung di antara dua orang atau lebih yang memiliki latar belakang kebudayaan yang berbeda dalam dua arah atau timbal balik.

Setiap individu ada dalam masyarakat dan setiap masyarakat memiliki kebudayaan .Kehidupan dan dinamika sebuah masyarakat serta kebudayaan ditentukan oleh komunikasi diantara anggota masyarakat dan anggota budaya. Setiap praktek kehidupan pada dasarnya adalah suatu representasi budaya atau, tepatnya suatu peta atas suatu realitas (budaya) yang sangat rumit. Komunikasi dan budaya adalah dua entitas tak terpisahkan, sebagaimana yang dikatakan Edward T. Hall, “budaya adalah komunikasi dan komunikasi adalah budaya (Liliweri,2003:21).

Bicara tentang komunikasi antarbudaya tak dapat dielakkan dari pengertian kebudayaan (budaya). Komunikasi dan kebudayaan tidak hanya dua kata tapi dua konsep yang tidak dapat dipisahkan, harus dicatat bahwa “studi komunikasi antarbudaya dapat diartikan sebagai studi yang menekankan pada efek kebudayaan terhadap komunikasi (William B. Hart II, 1996), makanya Hammer (1995) meminjam pendapat Hall, mengatakan bahwa komunikasi antarbudaya memenuhi syarat untuk dijadikan sebagai salah satu kajian dalam ilmu komunikasi karena: (1) secara teoritis memindahkan fokus dari satu kebudayaan kepada kebudayaan yang dibandingkan, (2) membawa konsep arah makro kebudayaan ke arah mikro kebudayaan, (3) menghubungkan kebudayaan dengan komunikasi, dan (4) membawa perhatian kita kepada kebudayaan yang mempengaruhi perilaku (Liliweri,2003:14).

Baik komunikasi interaktif maupun komunikasi yang transaksional akan mengalami proses yang dinamis, karena proses komunikasi tersebut berlangsung dalam konteks yang hidup, berkembang dan bahkan dapat berubah-ubah sesuai dengan situasi, waktu dan kondisi tertentu. Komunikasi antarbudaya yang dilakukan oleh partisipan komunikasi merupakan proses komunikasi melibatkan kebudayaan sebagai dinamisor atau penghidup bagi proses komunikasi itu sendiri.

Setiap masyarakat mempunyai kebudayaan yang masing-masing berbeda, namun melihat sifat dan hakekat yang berlaku umum bagi semua kebudayaan di mana saja. Sifat kebudayaan itu menurut Yudistira, antara lain :

1. Kebudayaan terujud dan tersalurkan dari perilaku manusia

2. Kebudayaan sudah ada terlebih dahulu dari pada lahirnya generasi tertentu dan tidak akan mati dengan habisnya usia generasi yang bersangkutan.
3. Kebudayaan diperlukan oleh manusia dan diwujudkan dalam tingkah lakunya.
4. Kebudayaan mencakup aturan-aturan yang berisikan kewajiban-kewajiban, tindakan-tindakan yang dilarang dan tindakan-tindakan yang diizinkan (Yudistira,1996:52)

Kebudayaan dapat berubah karena kenyataan hidup yang dihadapi manusia sehari-hari bukan merupakan peraturan yang berlaku dan mutlak. Suatu perubahan kebudayaan dapat terjadi dari dalam dan luar masyarakat, serta perubahan itu akan terjadi melalui proses komunikasi karena komunikasi itu dinamis selalu berlangsung dan berubah-ubah.

2. Komponen Komunikasi Antarbudaya

a. Partisipan komunikasi.

Partisipan komunikasi dalam komunikasi antarbudaya adalah pihak yang memprakarsai komunikasi, artinya dia mengawali pengiriman pesan tertentu kepada pihak lain. Partisipan komunikasi merupakan orang yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi yang berkisar dari kebutuhan untuk diakui sebagai individu hingga kebutuhan berbagai informasi dengan orang lain untuk mempengaruhi sikap atau perilaku seseorang atau sekelompok orang lain. Dalam komunikasi antarbudaya seorang komunikator berasal dari latar belakang kebudayaan tertentu, misalnya kebudayaan A yang berbeda dengan partisipan komunikasi yang kebudayaan B.

Partisipan Komunikasi A ___ Partisipan Komunikasi B
Kebudayaan A ___ Kebudayaan B

William Gudykunst dan Young Yun Kim (1995) mengatakan bahwa “secara makro perbedaan karakteristik antarbudaya itu ditentukan oleh faktor nilai dan norma hingga ke arah mikro yang mudah dilihat dalam wujud kepercayaan, minat dan kebiasaan”. Selain itu faktor-faktor yang berkaitan dengan kemampuan berbahasa sebagai penduduk komunikasi misalnya Asante dan Gudykunst, (1989) “kemampuan berbicara dan menulis secara baik dan benar (memilih kata, membuat kalimat), kemampuan menyatakan simbol non verbal (bahasa isyarat tubuh), bentuk-bentuk dialek dan aksen, dan lain-lain. (Liliweri, 2003: 25-26).

Karakteristik tersebut pun sangat ditentukan oleh faktor-faktor makro seperti penggunaan bahasa minoritas dan pengelolaan etnis, pandangan tentang pentingnya sebuah percakapan dalam konteks budaya, orientasi atas konsep individualistik dan kolektivistik dari suatu masyarakat, dan orientasi atas ruang dan waktu; dan faktor mikro, seperti komunikasi yang dilakukan dalam suatu konteks yang segera, masalah subjektivitas dan objektivitas dalam komunikasi antarbudaya, kebiasaan percakapan berbagai kelompok masyarakat dalam bentuk dialek, aksen serta nilai dan sikap yang menjadi identitas sebuah komunitas masyarakat.

Partisipan komunikasi dalam komunikasi antarbudaya ada pihak yang menerima pesan tertentu, dia menjadi tujuan/sasaran komunikasi dari pihak lain. Dalam komunikasi antarbudaya. Partisipan komunikasi dalam model komunikasi antarbudaya diharapkan mempunyai perhatian penuh untuk merespon dan menerjemahkan pesan yang dialihkan. Tujuan komunikasi akan tercapai manakala partisipan komunikasi saling “menerima” (memahami makna) pesan dan memperhatikan (*attention*) serta menerima pesan secara menyeluruh (*comprehension*). Ini adalah dua aspek penting yang

berkaitan dengan cara bagaimana seorang partisipan mencapai sukses dalam pertukaran pesan. Yang dimaksud dengan *attention* dan *comprehension* adalah:

“Proses awal dari seorang komunikan “memulai” mendengarkan pesan, menonton atau membaca pesan itu”. Sedangkan yang dimaksud dengan *comprehension* meliputi “cara penggambaran pesan secara lengkap sehingga mudah dipahami dan dimengerti oleh komunikan (Liliweri,2003:27).

Setiap partisipan komunikasi berusaha agar pesan itu diterima sehingga seperangkat pesan tersebut perlu mendapat perlakuan agar menarik perhatian. Dengan demikian mereka dapat berbuat sesuatu untuk memisahkan isi dan perlakuan pesan hanya karena pesan yang diterima itu mengandung pengertian *attention* dan *comprehension*, sehingga tujuan komunikasi akan tercapai ketika partisipan komunikasi menerima atau memahami makna dari pesan yang disampaikan diantara mereka.

b. Pesan/Symbol.

Pesan dalam komunikasi antarbudaya diproduksi dalam bentuk lambang-lambang yang merupakan representasi dari perasaan dan fikiran. Bentuk pesan yang paling utama adalah bahasa dan bahasa tersebut tetap mengacu pada referensi budaya. Dalam proses komunikasi pesan berisi pikiran, perasaan, ide, dan gagasan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan dalam bentuk simbol atau lambang-lambang, “simbol atau lambang-lambang tersebut dibentuk berdasarkan kesepakatan bersama” (Purwasito, 2003: 203)

Ferdinand de Saussure (1983) Kebudayaan itu sendiri termuat dalam bahasa yang digunakan sebagai alat komunikasi. Roland Barthes(1985) juga melihat kebudayaan

manusia tidak lain adalah sistem simbol dan semantik, *le non Systeme symbolique et semantique de notre civilization dans son entiere*. Artinya bahasa verbal dan nonverbal dalam setiap tindak komunikasi dibangun oleh sistem signifikansi yang mendasarinya (Purwasito, 2003:197)

Bahasa yang menjadi jantungnya pesan komunikasi menduduki posisi utama karena dijadikan unit analisis dalam kajian komunikasi antarbudaya. Baik proses penyandian representasi budaya, persepsi, prasangka, empati, ideology, jarak dan lain sebagainya. Pesan proses komunikasi, adalah pesan yang berisi pikiran, ide atau gagasan, perasaan yang dikirim partisipan dalam bentuk simbol. Simbol adalah sesuatu yang digunakan untuk mewakili maksud tertentu, misalnya dalam kata-kata verbal yang diucapkan atau ditulis, atau simbol non verbal yang diperagakan melalui gerak-gerik tubuh/ anggota tubuh, warna, artifak, gambar, pakaian dan lain-lain yang semuanya harus dipahami secara konotatif.

Pesan dalam model komunikasi antarbudaya, adalah apa yang ditekankan atau yang dialihkan oleh partisipan komunikasi. Setiap pesan sekurang-kurangnya mempunyai aspek utama: *content* dan *treatment*, yaitu isi dan perlakuan. Isi pesan meliputi aspek daya tarik pesan, misalnya kebaruan, kontroversi, argumentatif, rasional, bahkan emosional. Dalam komunikasi antarbudaya untuk menunjuk pada cara dan nilai penyandian pesan Edward. T Hall membedakan konteks budaya tinggi (*high context culture*) dan konteks budaya rendah (*low context culture*) untuk menunjukkan pada cara dan nilai penyandian pesan lewat logat dan gaya bicara (Purwasito, 2003: 202). Pesan dalam konteks budaya tinggi kebanyakan bersifat implisit (tersembunyi) tidak langsung dan tidak berterus-terang. Pesan yang sebenarnya berada pada prilaku pesan nonverbal komunikator seperti intonasi suara, postur

badan, tatapan mata, gaya berpakaian, penataan ruangan dan benda-benda yang digunakan.

Mulyana menegaskan bahwa komunikasi konteks tinggi mengandung pesan yang kebanyakan ada dalam konteks fisik, sehingga makna pesan hanya dapat dipahami dalam konteks pesan tersebut. Dalam budaya konteks tinggi, makna terinternalisasikan pada orang yang bersangkutan dan pesan nonverbal lebih ditekankan (Mulyana, 2005: 131).

Dalam budaya konteks tinggi pernyataan verbal bisa berbeda dengan atau bertentangan dengan pesan nonverbalnya. Sedangkan untuk konteks budaya rendah pesannya bersifat lugas, eksplisit (berterus terang). Partisipan komunikasi dalam konteks budaya tinggi lebih pandai dan terampil dalam membaca perilaku nonverbal dan lingkungannya (Porwasito, 2003: 202-204).

Partisipan komunikasi dalam konteks budaya tinggi lebih pandai dan terampil dalam membaca perilaku nonverbal dan lingkungannya. Dalam komunikasi antarbudaya konteks budaya mengungkapkan seberapa besar interpretasi dan struktur pesan oleh partisipan komunikasi dalam perspektif, dinamika interaksional, kelembagaan dan dinamika masyarakat. (Samovar, Porter dan Janin, 1978:34-35)

Para ahli komunikasi antarbudaya seperti Samovar, Porter dan Janin mengidentifikasi bahwa partisipan komunikasi antarbudaya diasumsikan sebagai nara sumber yang menjadi produsen pesan yakni "mereka yang datang dari suatu budaya tertentu (termasuk dalam konteks budaya tinggi dan rendah) sedangkan si penerima pesan adalah anggota yang datang dari budaya yang lainnya" (Purwasito, 2003: 203).

Budaya yang menjadi identitas kultural memang memberi suatu pola tentang bagaimana orang berkomunikasi. Dalam setiap masyarakat antarbudaya terdapat sistem yang mungkin

agak sama dengan sistem budaya yang lain. Ini menunjukkan bahwa individu yang telah dibentuk oleh sistem budaya berbeda masih menunjukkan pola komunikasi dan penggunaan simbol-simbol yang sama. Penggunaan simbol-simbol yang sama dalam penyampaian pesan tidak hanya dalam berinteraksi antar sesama atau sebagai alat untuk menyampaikan pendapat, pikiran, ide atau gagasan tetapi juga dapat menggalang persatuan.

c. Media.

Media merupakan alat untuk mengalirkan pesan dari komunikator kepada komunikan. Media dalam proses komunikasi antarbudaya, adalah media atau alat fisik yang memindahkan pesan dan merupakan tempat, saluran yang dilalui oleh pesan atau simbol yang dikirim melalui media tertulis misalnya surat, telegram, faksimili. Juga media massa (cetak) seperti majalah, surat kabar dan buku, media massa elektronik (radio, televise, video, film, dan lain-lain). Akan tetapi kadang-kadang pesan-pesan itu dikirim tidak melalui media, terutama dalam komunikasi antarbudaya yaitu tatap muka.

Dewasa ini media massa tidak hanya berfungsi sebagai sarana informasi , pendidikan, hiburan dan penyebaran kebudayaan, tetapi juga telah tumbuh menjadi sarana bisnis. Informasi hampir sama dengan pariwisata telah menjadi komoditas yang diperjualbelikan seperti barang dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan.

d. Efek atau Umpan Balik.

Apapun jenis komunikasi yang dilakukan manusia merupakan kegiatan pengiriman dan penerimaan lambang/ pesan atau keinginan untuk mengubah pendapat atau perilaku

orang lain, semua itu merupakan usaha untuk mengadakan hubungan. Dalam proses kegiatan dan pengiriman pesan tersebut akan terjadi umpan balik dan akan menimbulkan efek tertentu.

Efek/ umpan balik dalam proses komunikasi antarbudaya merupakan tanggapan balik dari partisipan komunikasi menghendaki reaksi balikan. Umpan balik merupakan tanggapan balik dari partisipan komunikasi atas pesan-pesan yang telah disampaikan. Pada umpan balik inilah partisipan komunikasi memberikan penilaian dan pertimbangan tentang apakah proses komunikasi yang dilakukan berhasil efektif atau gagal sehingga memerlukan pengulangan, revisi, penyesuaian dan derajat perbaikan (Samovar dan Porter 1978). Tanpa umpan balik atas pesan-pesan dalam komunikasi antarbudaya maka partisipan komunikasi tidak bisa memahami ide, pikiran dan perasaan yang terkandung dalam pesan tersebut (Liliweri.2003: 30)

Komunikasi antarbudaya dalam kasus komunikasi tatap muka, umpan balik lebih mudah diterima. partisipan komunikasi dapat mengetahui secara langsung apakah serangkaian pesan itu dapat diterima atau tidak. Partisipan komunikasi pun dapat mengatakan sesuatu secara langsung jika dia melihat komunikasi kurang memberikan perhatian atas pesan yang sedang disampaikan. Reaksi-reaksi verbal dapat diungkapkan secara langsung oleh partisipan komunikasi melalui kata-kata menerima, mengerti bahkan menolak pesan, sebaliknya reaksi pesan dapat dapat dinyatakan dengan pesan nonverbal seperti menganggukkan kepala tanda setuju dan menggelengkan kepala sebagai ungkapan tidak setuju.

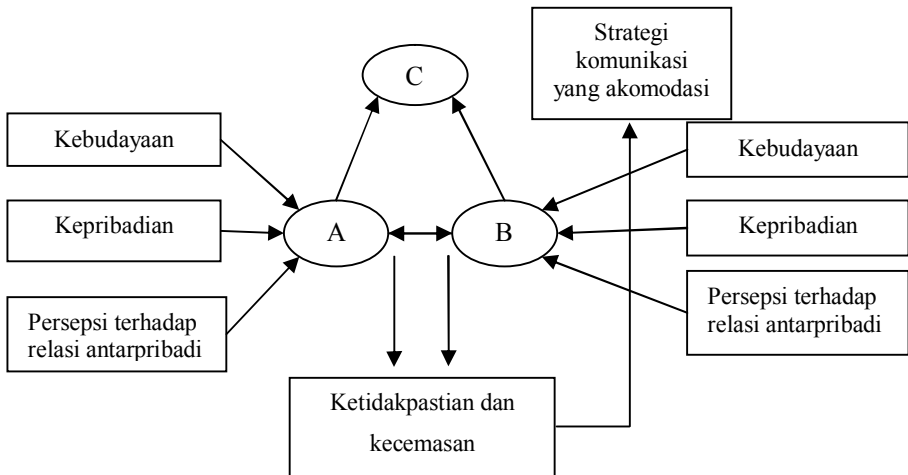
e. Suasana (*Setting dan Context*)

Satu faktor penting dalam komunikasi antarbudaya adalah suasana yang kadang-kadang disebut *setting of communication*,

yakni tempat (*ruang, space*) dan waktu (*time*) serta suasana (*sosial, psikologis*) ketika komunikasi antarbudaya berlangsung. Suasana itu berkaitan dengan waktu (*jangka pendek/ panjang, jam/ hari/ minggu/ bulan/ tahun*) yang tepat untuk bertemu/ berkomunikasi, sedangkan tempat (*rumah, kantor, rumah ibadah*) untuk berkomunikasi, kualitas relasi (*formalitas, informalitas*) yang berpengaruh terhadap komunikasi antarbudaya.

f. Gangguan (*Noise atau Interference*)

Gangguan dalam komunikasi antarbudaya adalah segala sesuatu yang menjadi penghambat laju pesan yang ditukar antara peserta komunikasi. Gangguan (*nois*) dikatakan ada dalam satu sistem komunikasi bila dalam membuat pesan yang disampaikan berbeda dengan pesan yang diterima. Gangguan itu dapat bersumber dari unsur-unsur komunikasi, missalnya dari partisipan komunikasi, pesan, media/ saluran yang mengurangi usaha bersama untuk memberikan makna yang sama atas pesan. Model komunikasi antarbudaya menurut Liliweri (2003) sebagai berikut:



g. Iklim Komunikasi Antarbudaya

Iklim komunikasi menggambarkan suatu kiasan bagi iklim fisik. Sama dengan cuaca membentuk iklim fisik untuk suatu kawasan. Iklim fisik terdiri dari kondisi-kondisi cuaca umum yang merupakan gabungan dari temperatur, tekanan udara, kelembaban, sinar matahari, curah hujan dan lain-lain yang berhubungan dengan kondisi cuaca umum mengenai suatu wilayah. Faules menyebutkan "Iklim komunikasi merupakan gabungan dari persepsi-persepsi, suatu evaluasi makro mengenai peristiwa komunikasi" (Faules, 2006: 147)

Gambaran di atas menunjukkan bahwa iklim komunikasi dikonstruksi sebagai suatu situasi, kondisi suasana yang melibatkan suasana batin atau hati partisipan komunikasi. Liliweri menyebut:

Iklim komunikasi lebih berkaitan erat dengan situasi, kondisi, suasana psikologis (hati dan batin) yang berpengaruh terhadap interaksi/relasi yang terjadi antarpribadi, komunikasi dalam kelompok dan organisasi serta komunikasi publik dan komunikasi massa. (Liliweri, 2003: 47)

Konsep iklim komunikasi terbanyak digunakan dalam studi komunikasi massa John Keane dalam tulisannya berjudul "*Structural Transformations of the Publik Sphere*" mengatakan bahwa kita hidup dalam satu ruang dan waktu. Di sana hidup pula seorang atau sejumlah orang yang karena kekuasaannya menentukan pemanfaatan ruang dan waktu bagi orang lain. Dalam studi-studi komunikasi massa dikenal pengaruh "kekuasaan" untuk mengatur ruang dan waktu komunikasi, pengaturan itu sangat berkaitan erat dengan ideology sebuah Negara. (Liliweri 2003: 46).

Mengutip pendapat Harbermas, bahwa dalam setiap proses komunikasi (apapun bentuknya) selalu ada fakta dari semua situasi yang tersembunyi dibalik para partisipan komunikasi.

Menurutnya, beberapa kunci iklim komunikasi dapat ditunjukkan oleh karakteristik, suasana di mana tidak ada lagi tekanan kekuasaan terhadap peserta komunikasi, prinsip keterbukaan bagi semua, suasana yang mampu memberikan partisipan komunikasi untuk dapat membedakan antara minat pribadi dan minat kelompok. Di sini kelihatan bahwa iklim komunikasi dapat menghasilkan dampak yang positif maupun yang negative, dan itu tergantung atas tiga dimensi yakni perasaan positif, pengetahuan dan perilaku partisipan komunikasi.

1. Perasaan Positif terhadap partisipan Komunikasi

Suatu proses komunikasi dikatakan berada dalam suatu iklim komunikasi yang sehat jika partisipan komunikasi dapat saling menciptakan perasaan positif. Dengan cara mengurangi perasaan curiga (prasangka, *prejudice*) terhadap orang yang sedang berkomunikasi. Itu berarti, partisipan komunikasi tak boleh menarik suatu kesimpulan dengan tergesa-gesa sebelum mengenal dan mendalaminya, partisipan komunikasi tidak boleh saling "menuduh" orang lain sebagai orang yang tidak jujur, tidak saleh, tidak benar, atau tidak dapat dipercayai. Perasaan positif mendorong partisipan komunikasi untuk berkata dengan benar, jujur dan meyakinkan, menampilkan diri dengan kepercayaan diri yang tinggi (Liliweri 2003: 46-47).

2. Pengetahuan Tentang partisipan Komunikasi

Dimensi kedua adalah pengetahuan tentang partisipan komunikasi yang meliputi pengetahuan "dasar " tentang dengan "siapakah" kita berkomunikasi. Misalnya dari suku mana dia berasal, pekerjaan atau profesinya, tempat tinggal, umur, atau mungkin latar belakang orang tua. Demikian pula tentang harapan-harapan yang diinginkan , maksud, tujuan komunikasi, keinginan dan kebutuhan yang diharapkan dari

partisipan. Tanpa pengetahuan dan pengertian yang baik terhadap partisipan komunikasi maka komunikasi tidak akan efektif.

3. Perilaku/Tindakan terhadap partisipan Komunikasi

Dimensi terakhir adalah perilaku yang diwujudkan ke dalam perilaku verbal dan nonverbal. Setiap peserta komunikasi diharapkan mampu mengungkapkan maksud dan tujuan komunikasi, apa yang dimaksudkan dengan kata-kata yang diungkapkan atau dengan gerakan-gerakan tubuh yang diperagakan. Perlu disampaikan bahwa perilaku atau tindakan komunikasi manusia berasal dari tiga sumber utama, yakni berdasarkan : (1) kebiasaan; (2) maksud yang ada dalam benak; serta (3) perasaan atau emosi. Perilaku dan tindakan komunikasi kadang-kadang didasarkan pada kebiasaan, baik oleh karena dipelajari (*scripted*) atau dengan spontan dalam situasi tertentu (Liliweri, 2003: 50).

Perilaku dan tindakan komunikasi pun kadang-kadang didasarkan pada maksud yang ada pada benak . Kalau berkomunikasi dengan seorang dari kebudayaan lain maka setiap partisipan komunikasi perlu mengatakan maksud yang ada dalam benaknya. Jika hendak memberikan instruksi maka nyatakan maksud itu dengan kata-kata yang tegas dan jelas, gunakan suara yang keras untuk memberikan instruksi atau perintah.