

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Komunikasi

1. Pengertian Strategi Komunikasi

Menurut “Onong Uchjana Effendy” mengungkapkan strategi ialah perencanaan dan pengelolaan diperlukan untuk mencapai tujuan. Namun, agar strategi benar-benar efektif, ia harus lebih dari sekadar menjadi panduan atau peta jalan yang menunjukkan arah, namun harus mampu menunjukkan strategi operasional.²⁵

Hal yang serupa berlaku bagi strategi komunikasi, yang merupakan kombinasi antara perencanaan komunikasi dan pengelolaan komunikasi guna mewujudkan tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi harus mampu memberikan panduan praktis tentang cara pelaksanaannya, dengan pendekatan yang dapat menyesuaikan berdasarkan kondisi dan situasi yang terjadi.²⁶

Dapat disimpulkan bahwa Strategi komunikasi merupakan kombinasi antara Perencanaan dan pengelolaan komunikasi dilakukan dengan tujuan mencapai sasaran tertentu. Strategi ini sangat penting untuk meminimalkan risiko terjadinya miskomunikasi.

²⁵ Asep Sudarman, “Strategi Komunikasi Untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Dalam Membayar Zakat Maal,” *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi* 2, no. 1 (2018): hal 44, <https://doi.org/10.15575/cjik.v2i1.5056>.

²⁶ M.A Editor: Tjun Surjaman Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktik*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009), hal 31.

Miskomunikasi dapat disebabkan oleh berbagai faktor, salah satunya adalah perbedaan bahasa.²⁷ Dengan adanya strategi komunikasi ini, berbagai pendekatan dapat diambil dengan memanfaatkan komunikasi secara sadar untuk memfasilitasi perubahan pada khalayak dengan lebih mudah dan cepat.

Tiga tujuan utama strategi komunikasi menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson dan M. Dallas Burnet adalah sebagai berikut²⁸:

- 1) *“To Secure Understanding*, artinya memastikan bahwasanya penerima komunikasi memahami informasi yang disampaikan”.
- 2) *“To Establish Acceptance*, artinya memberikan bimbingan kepada khalayak setelah mereka dapat memahami pesan tersebut”.
- 3) *“To Motivate Action*, serta memotivasi atau mendorong khalayak untuk bertindak atau berperilaku sesuai dengan tujuan dari strategi komunikasi”.

Strategi komunikasi mengacu pada pendekatan untuk mencapai pemahaman antara lawan pembicara. Menurut Tarone, Strategi komunikasi adalah metode yang efektif bagi pelajar untuk menyampaikan maksud dari bahasa atau budaya yang sedang mereka pelajari, terutama ketika mereka mengalami kesulitan dalam membangun atau memilih bahasa yang berkaitan dengan budaya baru yang mereka temui.²⁹

²⁷ Nabilla Kusuma Vardhani and Agnes Siwi Purwaning Tyas, “Strategi Komunikasi Dalam Interaksi Dengan Mahasiswa Pertukaran Asing,” *Jurnal Gama Societa* 2, no. 1 (2019): 10, <https://doi.org/10.22146/jgs.40424>.

²⁸ Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktik*, (Bandung:2009),35.

²⁹ Nabilla Kusuma Vardhani and Agnes Siwi Purwaning Tyas, “Strategi Komunikasi Dalam Interaksi Dengan Mahasiswa Pertukaran Asing,” *Jurnal Gama Societa* 2, no. 1 (2019): 10, <https://doi.org/10.22146/jgs.40424>.

Dapat disimpulkan bahwasanya strategi komunikasi ini sebagai cara yang tepat dalam mengekspresikan berbagai budaya dan bahasa yang baru mereka pelajari sehingga nantinya mereka dapat untuk berkomunikasi dengan perbedaan yang ada.

2. Fungsi Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah elemen penting dalam proses komunikasi yang bertujuan untuk memastikan keberhasilan penyampaian pesan atau informasi sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Keberhasilan komunikasi yang efektif sangat bergantung pada penerapan strategi komunikasi yang tepat.

Adapun fungsi dari strategi komunikasi sendiri adalah sebagai berikut:

- 1) Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, instruktif dan persuasif secara terencana kepada khalayak sasaran untuk mencapai hasil yang maksimal.
- 2) Menjembatani "kesenjangan budaya" yang muncul akibat akses mudah terhadap media massa yang kuat, yang jika tidak ditangani dapat mengancam nilai-nilai budaya.³⁰

Dari kedua fungsi diatas sangatlah berkaitan erat yang mana nantinya dapat terciptanya strategi komunikasi yang efektif dan baik. Mengapa bisa dikatakan sangat erat kaitannya karena setiap fungsi tersebut saling berhubungan. Sebagai contoh, memastikan bahwa pesan dapat diterima dengan baik oleh komunikan merupakan salah satu indikator keberhasilan strategi komunikasi.

³⁰ Lisa Ramahdani et al., "Memahami Komunikasi Bisnis : Strategi Dan Pengelolaannya," *JAKA (Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Auditing)* 3, no. 2 (2023): hal 95, <https://doi.org/10.56696/jaka.v3i2.8659>.

3. Komponen-Komponen dalam Strategi Komunikasi

Menurut “Onong Uchjana Effendy” untuk merancang strategi komunikasi, pentingnya untuk memepertimbangkan berbagai faktor pendukung dan penghambat. Akan lebih efektif jika dalam strategi tersebut diperhatikan komponen-komponen komunikasi serta faktor-faktor pendukung dan penghambat setiap komponen tersebut.

1) Mengenal Sasaran Komunikasi

Sebelum melaksanakan komunikasi, penting untuk mengenali siapa saja yang menjadi sasaran komunikasi. Tentu saja, hal ini bergantung pada tujuan komunikasi itu sendiri, apakah hanya untuk menyampaikan informasi kepada komunikan (dengan pendekatan informatif) atau untuk mengajak komunikan melakukan tindakan tertentu (dengan pendekatan persuasif atau instruktif).

2) Pemilihan Media Komunikasi

Beragam jenis media komunikasi tersedia, mulai dari media tradisional hingga media modern. Dalam rangka mencapai tujuan komunikasi, seseorang dapat memilih salah satu media atau menggabungkan beberapa media sekaligus, disesuaikan dengan tujuan yang ingin diraih, isi pesan yang akan disampaikan, serta teknik yang akan diterapkan.

3) Pengkajian Tujuan Komunikasi

Pesan komunikasi memiliki tujuan khusus yang akan mempengaruhi teknik yang dipilih, apakah itu teknik informasi, persuasi, atau instruksi. Pesan komunikasi terdiri dari isi dan simbol.

Meskipun isi pesan bisa berupa satu hal, simbol yang digunakan untuk menyampaikannya dapat bervariasi. Simbol-simbol tersebut meliputi bahasa, gambar, warna, isyarat (gesture), dan lain sebagainya.

4) Peran Komunikator dalam Komunikasi

Dua faktor penting yang ada dalam diri komunikator adalah daya tarik sumber dan kredibilitas sumber. Daya tarik sumber berperan dalam mengubah sikap, opini, dan perilaku komunikasi ketika mereka merasakan adanya kesamaan dengan komunikator, sehingga mereka lebih bersedia untuk mengikuti pesan yang disampaikan. Sementara itu, kredibilitas sumber berkaitan dengan tingkat kepercayaan komunikasi terhadap komunikator, yang sering kali dipengaruhi oleh profesi atau keahlian yang dimiliki.³¹

B. Komunikasi Antarbudaya

1. Pengertian Komunikasi Antarbudaya

Komunikasi antarbudaya melibatkan dua unsur utama, yaitu budaya dan komunikasi. Hubungan antara keduanya sangat kompleks, dengan asumsi bahwa budaya dan komunikasi saling memengaruhi dan berinteraksi secara timbal balik. Fokus utama dalam studi komunikasi antarbudaya adalah perbedaan yang cukup signifikan dalam latar belakang pengalaman para komunikator, yang muncul akibat perbedaan budaya yang ada.

Komunikasi antarbudaya merupakan suatu proses interaksi yang terjadi ketika individu atau kelompok memiliki perbedaan dalam aspek

³¹ Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktik*, hal 35.

ekonomi, sosial, suku, budaya, dan ras. Perbedaan tersebut memaksa individu untuk menerima dan beradaptasi dengan lingkungan baru yang mereka hadapi.

Perbedaan dalam latar belakang budaya, baik pada tingkat individu maupun kelompok, dapat memengaruhi cara seseorang berkomunikasi, termasuk dalam hal makna serta simbol atau tanda yang digunakan. Selain itu, perbedaan budaya dan ras juga dapat memengaruhi perilaku seseorang, termasuk sikap, interaksi, dan pengambilan keputusan yang sesuai dengan budaya yang baru dijalani.³²

Istilah Komunikasi Lintas Budaya (*Cross culture*) sering digunakan untuk menggambarkan Komunikasi Antar Budaya (*Inter culture*) tanpa membatasi pada konteks geografis, ras, atau etnis tertentu. Dengan kata lain, budaya perlu menyesuaikan diri dengan berbagai norma komunikasi yang berlaku dalam suatu komunitas budaya tertentu.³³

2. Hambatan Komunikasi Antarbudaya

Adapun beberapa faktor yang dapat menghambat komunikasi antarbudaya yaitu sebagai berikut:

1) Perbedaan Bahasa

Perbedaan bahasa adalah penyebab paling umum yang menghambat komunikasi antarbudaya. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa bahasa berfungsi sebagai alat utama dalam proses komunikasi.

³² Suyanto and Wijayani, "Komunikasi Antar Budaya Mahasiswa Perantau Asal Gresik Dalam Menghadapi Culture Shock Di Madura," *Jurnal Sain s Student Research* 2, no. 1 (2024): 111, <https://doi.org/10.61722/jssr.v2i1.484>.

³³ Caroline Monic Debora, Maria heny Pratiknjo, and Nasrun Sandiah, "Strategi Adaptasi Mahasiswa Perantauan Asal Jakarta Di Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado," *Jurnal Holistik* 14, no. 3 (2021): 5, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/holistik/article/view/34500>.

Ketidak sesuaian bahasa dapat menimbulkan kesulitan dalam memahami maksud dan tujuan dari interaksi yang berlangsung.

2) Perbedaan Adat Istiadat

Perbedaan tradisi dan kebiasaan dalam suatu budaya dapat menjadi penghambat dalam komunikasi antarbudaya. tradisi tersebut berfungsi sebagai pedoman norma dan nilai yang membentuk cara individu berperilaku dalam masyarakat tertentu. Ketidaksesuaian tradisi antar budaya yang berbeda seringkali memicu kebingungan dan kekurangan pemahaman dalam proses komunikasi.

3) Perbedaan Norma-Norma Sosial

Perbedaan norma sosial juga bisa menjadi penghambat dalam komunikasi antarbudaya. Norma sosial ini berfungsi sebagai pedoman yang mengatur perilaku individu di dalam masyarakat tertentu. Ketidaksamaan aturan sosial antara budaya yang berbeda dapat memicu terjadinya konflik dalam proses komunikasi.³⁴

4) Stereotip dan Prasangka

Stereotip dapat menjadi penghambat dalam sebuah komunikasi karena dapat memengaruhi pandangan yang objektif terhadap suatu rangsangan. Stereotip terbentuk karena telah tertanam dengan kuat sebagai kebenaran atau mitos oleh budaya seseorang, dan sering kali digunakan untuk membenarkan prasangka yang ada.³⁵

³⁴ Vadian Annurrisa and Qoniah Nur Wijayanti, "Hambatan Komunikasi Antarbudaya Di Kalangan Mahasiswa Asli Madura Dan Pendetang Di Universitas Trunojoyo Madura," *Jurnal Media Akademik (JMA)* 2, no. 1 (2024): 265.

³⁵ Moulita, "Hambatan Komunikasi Antarbudaya Di Kalangan Mahasiswa," *Jurnal Interaksi* 2, no. 1 (2018): 37.

5) Etnosentrisme budaya

Etnosentrisme adalah penilaian terhadap budaya orang lain berdasarkan perspektif budaya kita sendiri. Kelompok tertentu dianggap keliru oleh kelompok lain yang berbeda, karena mereka menilai kelompok tersebut menggunakan standar kebenaran yang berlaku dalam budaya mereka. Hal ini dapat mengakibatkan tindakan sosial yang menghukum dan memberikan label 'salah' pada budaya orang lain.

Meskipun etnosentrisme tidak selalu bersifat negatif, karena dapat mencerminkan penghargaan dan sikap positif terhadap budaya sendiri, di sisi lain, hal ini juga dapat menyebabkan penilaian yang merugikan terhadap budaya orang lain. Kesimpulan yang keliru akibat etnosentrisme dapat menghalangi individu untuk berinteraksi dengan individu maupun kelompok lain yang berasal dari budaya yang berbeda.³⁶

C. *Culture Shock*

1. Pengertian *Culture Shock*

Istilah "*Culture Shock*" diperkenalkan oleh antropolog Kalervo Oberg pada tahun 1960. Konsep ini menggambarkan respons yang intens dan negatif seperti depresi, frustrasi, serta kebingungan yang dialami seseorang saat berada di lingkungan budaya yang asing. *Culture shock* mencerminkan perasaan kehilangan arah, ketidakpastian tentang tindakan

³⁶ Icol Dianto, "Hambatan Komunikasi Antar Budaya," *Jurnal HIKMAH* 13, no. 2 (2019): 192, <http://www.mindtools.com/CommSkill/Cross-Cultural-communication.htm>.

yang harus diambil, serta kebingungan mengenai apa yang dianggap sesuai atau tidak dalam konteks budaya yang baru.³⁷

Gegar budaya atau *culture shock* adalah suatu fenomena psikologis yang dialami seseorang saat mereka secara mendadak berpindah ke lingkungan dan budaya yang berbeda. Berbagai faktor seperti perbedaan bahasa, norma sosial, nilai-nilai budaya, jenis makanan, dan gaya hidup yang baru dapat memicu munculnya perasaan gegar budaya ini.³⁸

Faktor yang mempengaruhi terhadap munculnya gejala *culture shock* adalah faktor interpersonal yang berkaitan dengan individu itu sendiri. Kesadaran akan pentingnya penerimaan diri dalam menghadapi *culture shock* merupakan aspek positif yang dapat membantu proses adaptasi. Namun, kecenderungan untuk terus-menerus membandingkan budaya lama dengan budaya baru bisa menjadi penghalang dalam mencapai adaptasi yang lebih baik.³⁹

2. Gejala *Culture Shock*

Situasi yang serba berbeda dan baru, serta kehilangan hal-hal yang selama ini sudah akrab di tempat asal, dapat menimbulkan berbagai gejala *culture shock*. Menurut Oberg, terdapat enam aspek yang menjadi ciri dari *culture shock*, yaitu:

- 1) Ketegangan yang muncul akibat upaya untuk menyesuaikan diri secara psikologis.

³⁷ T. Intan, "Gegar Budaya Dan Pergulatan Identitas Dalam Novel Une Année Chez Les Français Karya Fouad Laroui," *Jurnal Ilmu Budaya* 7, no. 2 (2019): 164.

³⁸ Handaja, Zahra Irgamsyah, and Fadhillah, "Fenomena Culture Shock Mahasiswa Baru Rantau Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Surabaya Dalam Proses Adaptasi Di Surabaya, Hal.1450."

³⁹ Wa et al., "Adaptasi Komunikasi Antarbudaya Mahasiswa Perantau Dalam Menghadapi Culture Shock Di Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara, Hal. 201."

- 2) Ketegangan yang timbul karena proses adaptasi mental yang harus dijalani.
- 3) Penolakan baik dari diri sendiri maupun dari masyarakat di lingkungan baru.
- 4) Rasa tidak berdaya disebabkan oleh kesulitan dalam menyesuaikan diri dengan lingkungan yang baru.⁴⁰

3. Faktor yang Mempengaruhi *Culture Shock*

Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi terjadinya *culture shock* menurut Furnham dan Bachner saat berlangsungnya interaksi antar individu dengan budaya baru sebagai berikut:

- 1) Perbedaan budaya.

Seberapa lama dan seberapa kuat seseorang mengalami *culture shock* sangat dipengaruhi dengan adanya tingkat perbedaan budaya antara lingkungan baru dan lingkungan asal yang ditempatinya. *Culture shock* cenderung muncul lebih cepat ketika perbedaan budaya tersebut sangat mencolok, seperti dalam aspek sosial, sikap, adat istiadat, kepercayaan, sistem pendidikan, kebiasaan masyarakat, dan bahasa.

Semakin besar ketidaksesuaian budaya antara dua individu yang berinteraksi, semakin sulit bagi keduanya untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang harmonis.

- 2) Perbedaan individu.

Hal ini berkaitan dengan perbedaan dalam kepribadian dan kemampuan masing-masing individu dalam beradaptasi dengan

⁴⁰ Erni Khoirun Niam, "Koping Terhadap Stres Pada Mahasiswa Luar Jawa Yang Mengalami Culture Shock Di Universitas Muhammadiyah Surakarta," *Indigenous, Jurnal Ilmiah Berkala Psikologi* 11, no. 1 (2009): 72.

lingkungan baru. Selain itu, faktor-faktor demografis seperti usia, status sosial ekonomi, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan juga turut memengaruhi proses adaptasi tersebut.

3) Pengalaman lintas budaya sebelumnya.

Pengalaman sebelumnya yang dimiliki individu saat berada di lingkungan baru sangat berperan dalam proses adaptasi. Ini meliputi cara individu menerima dan merespons perlakuan dari penduduk lokal atau budaya di lingkungan tersebut.⁴¹

⁴¹ Ratriana Y.E. Kusumiati² Valentino Agung P. A. Kelegun¹, “*Culture Shock* Mahasiswa Papua Di Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga,” *JISOS Jurnal Ilmu Sosial* 2 (2023): 1620.