

BAB II

LANDASAN TEORI

A. TEORI KOMUNIKASI ORGANISASI

Komunikasi organisasi merupakan proses pengiriman dan penerimaan pesan dalam suatu jaringan hubungan yang saling bergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti dalam rangka mencapai tujuan bersama. Menurut R. Wayne Pace dan Don F. Faules, komunikasi organisasi dapat dipahami dari dua perspektif, yaitu perspektif objektif dan perspektif subjektif. Perspektif objektif memandang komunikasi organisasi sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu, sedangkan perspektif subjektif menekankan pada proses penciptaan makna bersama di antara anggota organisasi.¹⁶

1. Pengertian dan Ruang Lingkup Komunikasi Organisasi

Secara konseptual, komunikasi organisasi mencakup seluruh proses interaksi yang terjadi di dalam sebuah organisasi, baik secara formal maupun informal. Komunikasi organisasi tidak hanya sekadar pertukaran informasi antara atasan dan bawahan, melainkan juga mencakup seluruh jaringan hubungan komunikasi yang terjalin di antara semua anggota organisasi. Menurut Goldhaber, komunikasi organisasi adalah proses penciptaan dan pertukaran pesan dalam suatu jaringan hubungan yang saling bergantung untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti. Sementara itu, Katz dan Kahn

¹⁶ R. Wayne Pace & Don F. Faules. (2018). "Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan". Bandung: PT Remaja Rosdakarya. Hal. 31–32.

mendefinisikan komunikasi organisasi sebagai arus informasi, pertukaran informasi, dan pemindahan arti di dalam suatu organisasi. Dari berbagai definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi organisasi merupakan suatu sistem yang kompleks dan terbuka, yang di dalamnya terdapat aliran pesan yang saling berkaitan antara satu bagian dengan bagian lainnya demi tercapainya tujuan bersama.¹⁷

2. Fungsi Komunikasi dalam Organisasi

Komunikasi dalam organisasi menjalankan sejumlah fungsi penting yang menentukan kelancaran jalannya roda organisasi. Pace dan Faules mengemukakan bahwa komunikasi organisasi memiliki beberapa fungsi utama, antara lain:

- a. Fungsi Informatif, yaitu komunikasi berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi dari pimpinan kepada anggota maupun sebaliknya agar seluruh elemen organisasi memiliki pemahaman yang sama terhadap tujuan, kebijakan, dan program kerja organisasi.
- b. Fungsi Regulatif, yaitu komunikasi berfungsi untuk mengatur dan mengendalikan perilaku anggota organisasi melalui instruksi, peraturan, dan norma-norma yang berlaku di dalam organisasi. Fungsi ini berkaitan erat dengan pelaksanaan wewenang dan tanggung jawab dalam struktur organisasi.
- c. Fungsi Persuasif, yaitu komunikasi digunakan untuk memengaruhi dan memotivasi anggota organisasi agar bersedia melaksanakan tugas dan

¹⁷ Gerald M. Goldhaber. (1990). "Organizational Communication". Dubuque: Wm. C. Brown Publishers. Hal. 20. Lihat juga Daniel Katz & Robert L. Kahn. (1978). "The Social Psychology of Organizations". New York: Wiley. Hal. 223–224.

tanggung jawab secara sukarela. Fungsi ini berperan penting dalam pembentukan komitmen dan loyalitas anggota terhadap organisasi.

- d. Fungsi Integratif, yaitu komunikasi berfungsi untuk menyatukan berbagai bagian dan elemen dalam organisasi menjadi satu kesatuan yang utuh dan kohesif. Melalui komunikasi yang efektif, perbedaan latar belakang individu dapat dikelola secara produktif sehingga tercipta iklim organisasi yang harmonis dan sinergis.¹⁸

3. Arah Aliran Komunikasi dalam Organisasi

Teori komunikasi organisasi menegaskan bahwa pola komunikasi yang terbentuk di dalam organisasi tidak lepas dari pengaruh budaya organisasi dan latar belakang budaya individu yang ada di dalamnya. Dalam konteks organisasi yang beranggotakan individu-individu dengan latar belakang budaya yang beragam, pola komunikasi cenderung bersifat dinamis dan menyesuaikan diri dengan situasi yang dihadapi. Pace dan Faules membedakan pola komunikasi dalam organisasi ke dalam tiga bentuk utama berdasarkan arah aliran pesannya, yaitu sebagai berikut:¹⁹

- a. Komunikasi ke Bawah (*Downward Communication*), merupakan aliran komunikasi yang berjalan dari tingkatan yang lebih tinggi (pimpinan) kepada tingkatan yang lebih rendah (anggota) dalam hierarki organisasi. Komunikasi ini biasanya berisi instruksi kerja, kebijakan organisasi, informasi mengenai prosedur, umpan balik kinerja, serta penanaman nilai

¹⁸ R. Wayne Pace & Don F. Faules. (2018). "Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan". Bandung: PT Remaja Rosdakarya. Hal. 184–186.

¹⁹ Ibid. Pace & Faules. Hal. 45–47.

dan tujuan organisasi. Dalam organisasi kemahasiswaan seperti PMII, komunikasi ke bawah sering terjadi ketika ketua atau pengurus inti menyampaikan arahan program kerja kepada anggota atau rayon-rayon di bawahnya.

- b. Komunikasi ke Atas (*Upward Communication*), merupakan aliran komunikasi yang berjalan dari tingkatan yang lebih rendah (anggota) kepada tingkatan yang lebih tinggi (pimpinan). Komunikasi ini memuat laporan kegiatan, aspirasi anggota, pertanyaan, saran, dan masukan yang ditujukan kepada pimpinan. Komunikasi ke atas sangat penting dalam organisasi karena memberikan informasi kepada pimpinan mengenai kondisi aktual di lapangan, serta membuka ruang partisipasi anggota dalam proses pengambilan keputusan.
- c. Komunikasi Horizontal (*Horizontal Communication*), merupakan aliran komunikasi yang terjadi di antara individu atau kelompok yang berada pada tingkatan hierarki yang setara. Komunikasi horizontal berlangsung antarsesama anggota, antardivisi, atau antarbidang dalam organisasi. Jenis komunikasi ini berperan penting dalam koordinasi kerja, pemecahan masalah bersama, serta pembangunan solidaritas dan kebersamaan di antara anggota. Ketiga pola aliran komunikasi ini berkaitan erat dengan tingkat keterlibatan anggota dalam proses komunikasi yang berlangsung di dalam organisasi.

4. Iklim Komunikasi Organisasi

Selain arah aliran komunikasi, Pace dan Faules juga menekankan

pentingnya iklim komunikasi organisasi sebagai salah satu faktor yang menentukan kualitas komunikasi di dalam organisasi. Iklim komunikasi organisasi merupakan persepsi kolektif anggota terhadap suasana dan kualitas hubungan komunikasi yang berlangsung dalam organisasi mereka. Iklim komunikasi yang kondusif ditandai oleh beberapa karakteristik berikut:

- a. Kepercayaan (*Trust*), yaitu adanya rasa saling percaya antara pimpinan dan anggota, sehingga informasi yang disampaikan diterima dengan baik dan tidak menimbulkan kecurigaan.
- b. Partisipasi dalam Pengambilan Keputusan, yaitu anggota diberikan ruang untuk turut serta menyampaikan pendapat dan berkontribusi dalam proses pengambilan keputusan organisasi.
- c. Keterbukaan dan Transparansi, yaitu informasi disampaikan secara terbuka dan jujur tanpa ada yang disembunyikan, sehingga seluruh anggota mendapatkan akses yang sama terhadap informasi yang relevan.
- d. Dukungan dan Kepedulian, yaitu suasana organisasi yang mendorong anggota untuk saling mendukung, membantu, dan peduli terhadap kesulitan yang dihadapi rekan-rekannya dalam organisasi.²⁰

5. Relevansi Teori Komunikasi Organisasi dalam Penelitian

Relevansi teori komunikasi organisasi dalam penelitian ini terletak pada kemampuannya menjelaskan bagaimana perbedaan latar belakang budaya para pengurus PMII Komisariat Sunan Ampel Kediri memengaruhi pola-pola komunikasi yang terbentuk dalam kegiatan organisasi. Ketika

²⁰ Ibid. Pace & Faules. Hal. 200–205.

anggota organisasi berasal dari budaya yang beragam, aliran komunikasi dalam konteks formal, informal, dan nonformal akan menghasilkan pola yang berbeda-beda. Keberagaman budaya tersebut tidak hanya berpengaruh pada pilihan bahasa dan gaya komunikasi, tetapi juga pada cara anggota memaknai pesan, membangun kepercayaan, dan mengelola konflik dalam organisasi.

Pola komunikasi satu arah, dua arah, maupun multiarah yang ditemukan dalam penelitian ini merupakan cerminan langsung dari bagaimana budaya organisasi dan latar belakang budaya individu membentuk cara komunikasi berlangsung di dalam organisasi. Oleh karena itu, teori komunikasi organisasi menjadi landasan yang relevan dan komprehensif untuk menganalisis pola komunikasi antarbudaya yang terjadi di dalam PMII Komisariat Sunan Ampel Kediri periode 2025/2026.²¹

B. POLA KOMUNIKASI

1. Definisi Pola Komunikasi

Pola merupakan struktur statis yang menggambarkan hubungan antar unsur-unsur suatu fenomena secara tepat. Dalam kamus Antropologi, keselarasan rangkaian unsur yang merepresentasikan suatu gejala disebut pola. Pada komunikasi, pola ini menghasilkan timbal balik dari komunikasi melalui aktivitas penyampaian pesan sehingga identik dengan proses komunikasi itu sendiri dan membentuk karakter khas suatu komunitas.²²

²¹ Ibid. Pace & Faules. Hal. 52–55.

²² Nurhydayatun Ni'matul Lutfiyah. (2022). "Pola Komunikasi Guru dengan Siswa dalam Meningkatkan Pemahaman Materi Pelajaran PAI di MI Al-Mu'minin Desa Karangbener Kecamatan Jekulo Kabupaten Kudus". IAIN Kudus. Hal. 8.

Menurut Onong Uchjana Effendy, pola komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui saluran tertentu untuk mencapai efek yang diharapkan. Dalam praktiknya, komunikasi dapat berlangsung secara satu arah maupun dua arah tergantung pada adanya umpan balik dalam proses interaksi tersebut. Dengan demikian, pola komunikasi tidak hanya menunjukkan alur penyampaian pesan, tetapi juga mencerminkan dinamika hubungan antarindividu dalam suatu organisasi.²³

Pola komunikasi merupakan bentuk atau model interaksi yang terjadi dalam proses penyampaian dan penerimaan pesan antara individu maupun kelompok. Pola komunikasi tidak hanya menunjukkan arah penyampaian pesan, tetapi juga menggambarkan bagaimana hubungan antarindividu terbentuk melalui proses interaksi tersebut. Dalam konteks organisasi, pola ini berperan penting dalam menentukan efektivitas penyampaian informasi, koordinasi kerja, serta pembentukan hubungan interpersonal antaranggota. Oleh karena itu, pola komunikasi tidak dapat dipisahkan dari struktur dan dinamika organisasi itu sendiri.

2. Macam-macam Pola Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy, pola atau model komunikasi berdasarkan bentuk arah alur interaksinya. Pola komunikasi terbagi menjadi tiga macam yaitu, pola komunikasi satu arah, pola komunikasi dua

²³ Vikria Julianne Virly. (2023). "Pola Komunikasi Antarbudaya Di Para Pedagang Pasar (Studi Fenomenologi Para Pedagang Etnis Minangkabau Di Pasar Simpang Kecamatan Bandar Sribhawono Kabupaten Lampung Timur)". Universitas Lampung. Hal. 24.

arah, dan pola komunikasi multi arah. Ke tiga pola komunikasi ini akan dijelaskan sebagaimana berikut.²⁴

- a. Pola komunikasi satu arah merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan, baik melalui media maupun tanpa media, di mana komunikan tidak memberikan umpan balik dan hanya berperan sebagai penerima pasif.
- b. Komunikasi dua arah adalah proses di mana pesan mengalir secara timbal balik antara komunikator (pengirim awal) dan komunikan (penerima), dengan kedua pihak secara bergantian menukar peran selama interaksi berlangsung.
- c. Pola komunikasi multiarah merupakan proses interaksi dalam kelompok yang lebih besar, di mana komunikator dan komunikan saling bertukar gagasan melalui dialog secara timbal balik.²⁵

C. KOMUNIKASI ANTARBUDAYA

1. Pengertian Komunikasi Antarbudaya

Komunikasi antarbudaya merupakan proses yang bersifat dinamis, melibatkan interaksi antara individu maupun kelompok yang berasal dari latar budaya berbeda. Proses ini mencakup pertukaran makna antara pihak-pihak dari budaya yang berbeda, di mana “budaya” mencakup unsur-unsur seperti nilai, norma sosial, bahasa, keyakinan, kebiasaan, serta pola pikir dan perilaku yang berkembang dalam suatu masyarakat. Komunikasi

²⁴Onong Uchjana Effendy. (2021). “Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek”. PT Remaja Rosdakarya. Hal. 8.

²⁵ Muhammad Muhith Agustian. (2019). “Pola Komunikasi Antarbudaya pada Masyarakat Jawa dan Suku Ogan (Studi Kasus Pada Masyarakat Dusun Baturaja, Kecamatan Baturaja Timur Kabupaten Ogan Komering Ulu). Hal. 18.

antarbudaya tidak hanya berkaitan dengan perbedaan bahasa, tetapi juga mencakup pemahaman terhadap simbol-simbol nonverbal seperti ekspresi wajah, gerakan tubuh, atau jarak fisik saat berinteraksi. Perbedaan budaya sering kali menimbulkan hambatan atau kesalahpahaman dalam komunikasi, karena setiap budaya memiliki cara tersendiri dalam menafsirkan pesan dan makna yang disampaikan.²⁶

Komunikasi antarbudaya merupakan proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain yang berasal dari latar belakang budaya berbeda, dengan menggunakan media tertentu dan menghasilkan dampak tertentu. Proses ini terjadi ketika dua individu dari budaya yang berbeda saling berinteraksi dan berusaha memahami satu sama lain. Misalnya, ketika individu A dan individu B berkomunikasi dengan membawa nilai-nilai budaya masing-masing, interaksi tersebut dapat disebut sebagai komunikasi antarbudaya karena keduanya saling menerima dan menyesuaikan diri terhadap perbedaan yang ada.²⁷

Secara mendasar, komunikasi antarbudaya menyoroti bagaimana budaya memengaruhi proses komunikasi, termasuk pemaknaan terhadap pesan verbal maupun nonverbal sesuai dengan konteks budayanya masing-masing. Komunikasi ini merupakan pertukaran ide, gagasan, atau nilai antara satu budaya dengan budaya lainnya, baik yang memiliki hubungan langsung maupun tidak. Tujuan komunikasi antarbudaya sangat beragam, mulai dari saling memengaruhi untuk kemajuan budaya hingga menjadi

²⁶ Khoiruddin Muchtar, Iwan Koswara, Agus Setiawan. (2016). "Komunikasi Antarbudaya Dalam Perspektif Antropologi". Jurnal Manajemen Komunikasi. Hal. 113.

²⁷ Ibid. Khoiruddin Muchtar, Iwan Koswara, Agus Setiawan. Hal. 113.

langkah awal proses akulturasi, yaitu penggabungan dua atau lebih budaya yang melahirkan budaya baru. Komunikasi antarbudaya (*cross-cultural communication* atau *intercultural communication*) tidak hanya terjadi antarbangsa atau antarsuku, tetapi juga di antara individu yang memiliki latar budaya berbeda dalam satu lingkungan budaya yang sama.²⁸

2. Prinsip-prinsip Komunikasi Antarbudaya

Prinsip-prinsip komunikasi antarbudaya menurut Daryanto meliputi beberapa hal berikut: ²⁹

a. Verbalistik

Komunikasi antarbudaya berawal dari interaksi antarindividu dan kelompok yang dimulai karena adanya faktor perbedaan latar budaya. Bentuk komunikasi yang melekat pada perbedaan kebudayaan tersebut bersifat verbalistik, yaitu melibatkan lambang-lambang simbolik yang merepresentasikan adanya perbedaan budaya. Lambang-lambang ini berfungsi untuk mempersatukan budaya dominan sekaligus memperkuat identitas anggota budaya tersebut. Ketika budaya dominan mengadopsi lambang tersebut, terciptalah pola budaya akomodatif, adaptif, dan asimilatif.

b. Nonverbalistik

Komunikasi nonverbal dilakukan melalui berbagai cara, termasuk percakapan substansial antarbudaya. Menurut Ekman dan Friesen, tipe

²⁸ Yuliani, S. (2020). "Komunikasi antarbudaya masyarakat Mandar dan masyarakat Bugis di Desa Lero Kecamatan Suppa Kabupaten Pinrang." Hal. 25.

²⁹ Aang Ridwan. (2016). "Komunikasi Antarbudaya (Mengubah Persepsi Dan Sikap Dalam Meningkatkan Kreativitas Manusia)". CV Pustaka Setia. Hal. 35-38.

gerakan tubuh dalam komunikasi nonverbal meliputi emblem dan ilustrator.³⁰

- 1) Emblem, yaitu suatu gerakan yang mempunyai makna yang sama dengan suatu kata tertentu.
- 2) Ilustrator, yaitu syarat yang mempunyai makna, misalnya menggelengkan kepala yang mempunyai arti tidak.³¹

3. Fungsi Komunikasi Antarbudaya

Menurut Mulyana dan Rahmat, fungsi komunikasi antarbudaya sebagai berikut:³²

- a. Fungsi pribadi, yaitu suatu fungsi komunikasi yang di tunjukan dengan perilaku komunikasi yang bermula dari seorang individu. Fungsi ini meliputi hal-hal berikut:
 - 1) Identitas sosial, seseorang dalam proses komunikasi akan memunculkan perilaku yang menandakan bahwa ia berasal dari suatu budaya dengan menonjolkan identitas sosialnya. Perilaku itu juga dimunculkan bisa berupa bahasa, baik secara verbal maupun nonverbal.
 - 2) Integrasi sosial, dalam konsep ini penerimaan kesatuan dan persatuan antar individu atau antar kelompok dengan mengakui adanya perbedaan dari setiap unsur-unsurnya. Di dalam konsep ini komunikator dan komunikan tetap melakukan komunikasi dengan meningkatkan integrasi sosial atas relasi mereka.

³⁰ Ibid. Aang Ridwan. Hal. 38

³¹ Ibid. Aang Ridwan. Hal. 38.

³² Ibid. Aang Ridwan. Hal. 38.

- 3) Menambah pengetahuan, dalam proses komunikasi ini antar individu akan sama-sama menambah pengetahuan, yang semua pihak dalam berkomunikasi saling mempelajari budaya masing-masing.
 - 4) Melepaskan diri atau jalan keluar, komunikasi bisa dilakukan untuk melepaskan diri maupun mencari jalan keluar atas masalah-masalah yang sedang dihadapi oleh seseorang.
- b. Fungsi sosial, yaitu fungsi yang ditujukan dengan perilaku komunikasi yang bermula dari masyarakat luas. Adapun beberapa fungsi sosial sebagai berikut:
- 1) Pengawasan, proses komunikasi dilakukan oleh komunikator dan komunikan yang berbeda budaya, keduanya berfungsi untuk saling mengawasi satu sama lain.
 - 2) Menjembatani, komunikasi yang dilakukan antara individu satu dengan individu yang berbeda budaya merupakan sebagai jembatan atas perbedaan keduanya.
 - 3) Sosialisasi nilai, berfungsi untuk mengenalkan dan memberitahu akan nilai-nilai dari suatu kebudayaan di masyarakat kepada masyarakat lainnya.
 - 4) Menghibur, komunikasi antarbudaya adakalanya juga sebagai hiburan bagi masyarakat.³³

³³ Ibid. Aang Ridwan. Hal. 38-41.

4. Komunikasi Antarbudaya dalam Organisasi Mahasiswa

Organisasi mahasiswa merupakan wadah interaksi sosial yang mempertemukan individu dengan latar belakang budaya, daerah, serta karakter yang beragam. Dalam konteks tersebut, komunikasi antarbudaya tidak hanya terjadi dalam hubungan informal, tetapi juga dalam struktur formal kepengurusan. Perbedaan latar belakang budaya dapat memengaruhi gaya kepemimpinan, cara penyampaian pendapat, serta proses pengambilan keputusan. Oleh karena itu, pola komunikasi antarbudaya dalam organisasi mahasiswa menjadi aspek yang penting untuk dikaji secara mendalam.³⁴

D. MODEL KOMUNIKASI ANTARBUDAYA

Model William B. Gudykunst dan Young Yun Kim merupakan model komunikasi antarbudaya. Komunikasi antarbudaya yaitu komunikasi yang dilakukan antara orang-orang yang berasal dari budaya yang berbeda. Model ini juga mengasumsikan bahwa kedua orang yang melakukan komunikasi mempunyai posisi yang sejajar, sebagai pengirim pesan sekaligus sebagai penerima pesan. Oleh karena itu komunikasi tidak statis tapi berlangsung secara interaktif.³⁵

Model komunikasi yang dikembangkan oleh William B. Gudykunst dan Young Yun Kim adalah model komunikasi antarbudaya yang melibatkan

³⁴ Rika Nur Wahyu Purwaningsih, Amelia Yeza Pradhipta. (2025). "Strategi Komunikasi Antarbudaya Mahasiswa Indonesia di Edinburgh dalam Menghadapi Perbedaan Budaya". Jurnal Ilmu Komunikasi. Hal. 4.

³⁵ Aang Ridwan. (2016). "Komunikasi Antarbudaya (Mengubah Persepsi Dan Sikap Dalam Meningkatkan Kreativitas Manusia)". CV Pustaka Setia. Hal. 108.

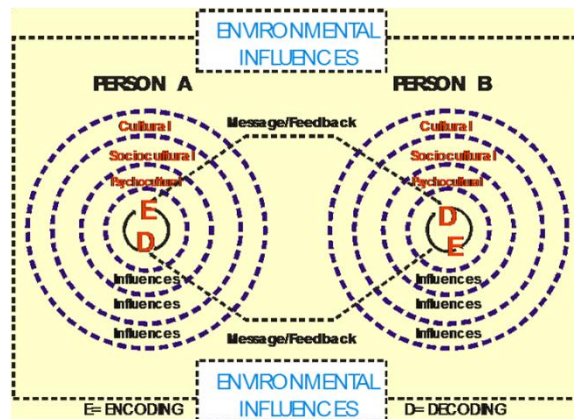
interaksi antara individu dari latar belakang budaya yang berbeda. Masing-masing individu yang terlibat dalam berkomunikasi keduanya sebagai penyandi dan penyandi balik pesan atau sebagai pengirim dan penerima pesan. Tujuan utama komunikasi antarbudaya ini meliputi:

1. Memahami variasi budaya yang berdampak pada cara berkomunikasi.
2. Memfasilitasi interaksi antara orang-orang dari budaya yang berbeda.
3. Mengidentifikasi hambatan-hambatan yang timbul dalam proses komunikasi.
4. Membantu menyelesaikan masalah komunikasi yang timbul akibat perbedaan budaya.³⁶

Model komunikasi antarbudaya terjadi pada setiap individu karena di setiap individu mempunyai perbedaan latar budaya, sosiobudaya, dan psikobudaya. Model komunikasi antarbudaya ini menganggap bahwa komunikator dan komunikan mempunyai posisi yang sama dan sejajar sebagai komunikator atau panyandi pesan (*encoding*) sekaligus sebagai komunikan atau penyandian balik pesan (*decoding*). Dalam penyampaian pesan, terdapat faktor yang memengaruhi komunikan dalam menanggapi pesan. Faktor-faktor tersebut meliputi faktor budaya, sosiobudaya, psikobudaya, dan lingkungan.³⁷

³⁶ Ibid, Aang Ridwan, Hal-111.

³⁷ Ibid. Aang Ridwan. Hal. 109.



Gambar 2. 1 Model Komunikasi Antarbudaya

Sumber: *commscience166a.blogspot.com*

Elemen-Elemen Proses Komunikasi:

- a) Pengirim = orang yang memberikan pesan.
- b) Penerima = sasaran/tujuan/penyandi balik.
- c) Pesan = sesuatu yang disampaikan atau dikomunikasikan.
- d) Umpan Balik.

Berdasarkan pandangan William B. Gudykunst dan Young Yun Kim, terdapat empat filter konseptual yang memengaruhi proses komunikasi kita, termasuk dalam penyandian pesan dan penyandian balik pesan. Filter-filter tersebut adalah:

1. Faktor budaya: ini mencakup elemen-elemen yang menjelaskan kesamaan dan perbedaan antarbudaya, seperti agama, budaya, sikap, dan bahasa. Contohnya, saat kita harus memutuskan apakah akan lebih memperhatikan individu atau kelompok.
2. Faktor sosiobudaya: faktor ini berkaitan dengan pengaruh dalam proses pengaturan sosial, meliputi keanggotaan kelompok, konsep diri, dan

ekspektasi diri. Misalnya, ketika seseorang menjabat sebagai ketua organisasi, konsep diri dan ekspektasi dirinya cenderung meningkat.

3. Faktor psikobudaya: ini memengaruhi pengaturan pribadi, seperti stereotip dan sikap. Contohnya, etnosentrisme, di mana kita menilai perilaku orang lain berdasarkan pandangan pribadi dan mengharapkan mereka bertindak serupa dengan kita.³⁸
4. Faktor lingkungan membentuk bagaimana kita memandang lingkungan sekitar, termasuk aspek seperti posisi geografis, cuaca, kondisi bangunan, dan pandangan terhadap lingkungan itu sendiri.

Model komunikasi antarbudaya menurut William B. Gudykunst dan Young Yun Kim posisi pengirim dan penerima pesan setara. Individu A dan B bisa bertindak sebagai pengirim sekaligus penerima. Setiap individu mampu menyandikan pesan dan juga mendekodekannya. Pesan dari individu A bisa berfungsi sebagai respons balik untuk individu B, dan begitu pula sebaliknya. Saat menyampaikan pesan, ada elemen-elemen yang memengaruhi bagaimana penerima merespons, yaitu filter konseptual yang mencakup aspek budaya, sosiobudaya, psikobudaya, dan lingkungan.³⁹

Secara umum, teori ini menjelaskan bahwa komunikasi antarbudaya merupakan komunikasi yang dilakukan oleh individu-individu dari budaya yang berbeda. Komunikasi yang terjadi dipengaruhi oleh latar belakang budaya, sosiobudaya, psikobudaya dan lingkungan yang ada. Teori ini juga

³⁸Al Sahidah, (2021). "Komunikasi Antarbudaya Melalui Media Sosial (Analisis Model Komunikasi Antarbudaya Gudykunst Dan Kim Dalam Channel Youtube Bandung Oppa)". Hal. 35-36.

³⁹ Savitri. (2015). "Teori-Teori Adaptasi Antar Budaya". Hal. 182.

menyatakan bahwa setiap individu yang berkomunikasi akan mempunyai posisi yang sama baik itu sebagai komunikator atau pengirim pesan maupun komunika atau penerima pesan.⁴⁰

Dalam konteks penelitian mengenai pola komunikasi antarbudaya di kalangan pengurus PMII Komisariat Sunan Ampel Kediri periode 2025/2026, teori ini berperan penting untuk memahami bagaimana pengurus organisasi yang berasal dari latar budaya berbeda saling berinteraksi. Melalui teori ini, cara pengurus dalam menyampaikan dan menafsirkan pesan, dapat dianalisis seberapa dalam perbedaan budaya memengaruhi proses komunikasi dan bagaimana mereka menghadapi serta mengatasi kesalahpahaman yang muncul diakibatkan oleh faktor-faktor konseptual berupa faktor budaya, sosiobudaya, psikobudaya, dan lingkungan yang memengaruhinya. . Oleh karena itu, teori William B. Gudykunst dan Young Yun Kim menjadi landasan yang relevan untuk meninjau dinamika komunikasi antarbudaya dalam organisasi tersebut, sekaligus meningkatkan efektivitas komunikasi dan keharmonisan antarpengurus.

E. FAKTOR-FAKTOR PENDUKUNG KOMUNIKASI ANTARBUDAYA

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rani Umminurasih, dan Syafwan Rozi pada tahun 2025 yang berjudul “Pola Komunikasi Antarbudaya Masyarakat Suku Jawa dan Suku Minang di Jorong Timbulun atas Nagari Lubuk Gadang Kabupaten Solok Selatan” menyatakan bahwa terdapat beberapa faktor pendukung terjadinya komunikasi antarbudaya.

⁴⁰ Aang Ridwan. (2016). “Komunikasi Antarbudaya (Mengubah Persepsi Dan Sikap Dalam Meningkatkan Kreativitas Manusia)”. CV Pustaka Setia. Hal. 108.

Faktor pendukung komunikasi antarbudaya ini yang memengaruhi terjadinya komunikasi yang efektif. Adapun faktor pendukung komunikasi antara lain:

1. Persamaan bahasa, menjadi faktor pendukung paling utama dalam komunikasi antarbudaya yang efektif. Di saat individu dari latar belakang budaya yang berbeda, namun menggunakan bahasa yang sama, cenderung hambatan dalam berkomunikasi dapat diatasi, sehingga dapat menghasilkan pemahaman, kerja sama, dan interaksi yang lebih mudah. Penggunaan bahasa yang sama, hal ini menghilangkan kesalahpahaman yang terjadi akibat adanya perbedaan kosa kata atau bahasa yang digunakan.
2. Rasa saling menghargai dan menghormati dalam komunikasi antarbudaya merupakan sikap serta perilaku yang mencerminkan pengakuan, penerimaan, dan menghargai terhadap perbedaan budaya, nilai-nilai, keyakinan, serta kebiasaan orang lain selama proses berkomunikasi berlangsung.
3. Kemampuan beradaptasi, dalam komunikasi antarbudaya merujuk pada keterampilan untuk menyesuaikan diri terhadap perbedaan budaya yang ada, sekaligus menunjukkan sikap untuk saling menghargai nilai, norma, serta kebiasaan orang lain selama proses interaksi lintas budaya terjadi.
4. Toleransi terhadap norma dan budaya, dalam komunikasi antarbudaya merujuk pada sikap penerimaan serta menghargai terhadap perbedaan nilai, kebiasaan, dan praktik budaya orang lain.⁴¹

⁴¹ Rani Umminurasih, Syafwan Rozi. (2025). "Pola Komunikasi Antarbudaya Masyarakat Suku

F. FAKTOR-FAKTOR PENGHAMBAT KOMUNIKASI ANTARBUDAYA

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rani Umminurasih, dan Syafwan Rozi pada tahun 2025 yang berjudul “Pola Komunikasi Antarbudaya Masyarakat Suku Jawa dan Suku Minang di Jorong Timbulun atas Nagari Lubuk Gadang Kabupaten Solok Selatan” menyatakan bahwa dalam komunikasi antarbudaya juga terdapat faktor yang menjadi hambatan atau tantangan ketika beromunikasi. Faktor-faktor penghambatnya antara lain perbedaan bahasa, nilai-nilai budaya, dan faktor psikologis. Adapun penjelasan dari faktor-faktor tersebut sebagaimana berikut:

1. Perbedaan bahasa, Ini termasuk hambatan semantik primer, yang mengubah makna melalui perbedaan kosakata, dialek, dan struktur tata bahasa. Individu cenderung menggunakan interpretasi simultan dari bahasa verbal dan nonverbal, yang menyebabkan kesalahpahaman ketika simbol linguistik yang digunakan tidak diterjemahkan dengan jelas. Hal ini menciptakan hambatan ketika menyampaikan suatu informasi antara kelompok budaya yang berbeda.
2. Perbedaan nilai budaya, Nilai-nilai budaya merujuk pada prinsip, kepercayaan, atau standar yang dianggap penting dan dijunjung tinggi oleh suatu kelompok budaya sebagai pedoman utama dalam berpikir, berperilaku, dan bertindak. Nilai-nilai ini dapat menjadi sumber hambatan komunikasi ketika terdapat perbedaan antara sistem nilai dari dua budaya yang berinteraksi, yang mengakibatkan kesalahpahaman, konflik, atau

penyampaian pesan yang tidak efektif.

3. Faktor psikologis, mengacu pada hambatan internal yang muncul dalam diri individu dan secara signifikan memengaruhi pola komunikasi dalam konteks antarbudaya. Mengatasi hambatan ini membutuhkan kesadaran diri, keterbukaan pikiran, empati, dan pengalaman praktis melalui komunikasi antarbudaya yang berkelanjutan. Hambatan ini muncul dari pola pikir dan emosi pribadi, yang dipengaruhi oleh pengalaman, nilai, dan kepercayaan budaya masing-masing individu.⁴²

⁴² Rani Umminurasih, Syafwan Rozi. (2025). "Pola Komunikasi Antarbudaya Masyarakat Suku Jawa dan Suku Minang di Jorong Timbulun atas Nagari Lubuk Gadang Kabupaten Solok Selatan". Jurnal Syntax Idea. Hal. 7.