

# STRATEGI KOMUNIKASI PADA MASYARAKAT MULTIKULTURAL

Rini Fitria\*

## **Abstract**

*Multicultural society is a multi-cultural, religious, ethnic and racial society. Communication process is done requires a certain strategy so that interaction between individuals in the community can take place properly. The communication strategy is carried out by elements of the society, from traditional leaders, ethnic leaders, religious leaders, community leaders to even the smallest element of society. The communication strategy should be able to demonstrate its operational ways practically, in the sense that the approach may vary from time to time depending on circumstances.*

**Kata Kunci:** strategi komunikasi, masyarakat, multikultural

## **Pendahuluan**

Komunikasi multikultural merupakan proses komunikasi yang terjadi di dalam masyarakat yang berbagai suku, agama dan budaya. Dalam kehidupan masyarakat terjadi interaksi antara individu atau kelompok bahkan antar masyarakat. Proses komunikasi ini perlu difahami sesama individu agar tercipta ruang dan lingkungan yang harmonis. Masyarakat yang harmonis tentunya memerlukan interaksi atau pola hubungan yang sistem sistemnya berfungsi secara efektif.

## **Interaksi Sosial**

Bentuk umum proses sosial adalah interaksi sosial yang juga dapat dinamakan proses sosial, karena interaksi sosial merupakan syarat utama terjadinya aktivitas-aktivitas sosial. Bentuk lain dari proses sosial hanya merupakan bentuk-bentuk khusus dari

interaksi sosial, menurut Soerjono yang mengutip dari buku Gillin, “interaksi sosial merupakan hubungan-hubungan sosial yang dinamis menyangkut hubungan antara orang-orang-perorangan, antara kelompok-kelompok manusia, maupun antara orang perorangan dengan kelompok manusia”<sup>1</sup>.

Dalam interaksi sosial tersebut terdapat berbagai komponen yang mendukung terjadinya suatu interaksi sosial diantaranya yaitu:

Proses interaksi sosial yang terjadi dari individu dan individu lainnya dimana proses tersebut meliputi persepsi sosial, motivasi sosial, sosial *learning* dan sosialisasi. Berikut proses interaksi sosial tersebut:

### a. Persepsi Sosial

Persepsi adalah proses yang ada pada manusia untuk mengetahui atau mengenali dunia dan isinya melalui panca

\* Penulis adalah Dosen Jurusan Dakwah IAIN Bengkulu

indra. Persepsi mempengaruhi rangsangan (stimulus) atau pesan yang kita serap dan apa saja makna yang kita berikan kepada mereka ketika mereka mencapai kesadaran.<sup>2</sup> Persepsi sosial terjadi apabila ada orang lain yang terlibat baik secara langsung atau tidak langsung dalam proses pemahaman terhadap lingkungan sekitarnya.<sup>3</sup> Adapun yang mencakup kedalam persepsi sosial yaitu perilaku sosial, pembentukan kesan-kesan terhadap orang lain, mengevaluasi karakteristik orang lain, pembentukan *stereotype*, gangguan komunikasi dan sebagainya.

Jadi, persepsi sosial adalah cara seseorang berfikir tentang orang lain. Dimana ketika seseorang tersebut berinteraksi dengan orang lain maka di situ proses persepsi sosial sedang berlangsung.

Sugeng menyatakan dalam bukunya yang mengutip dari buku Fisher beberapa prinsip persepsi sosial yang perlu diketahui diantaranya: *pertama* prinsip *selectivity* (penseleksian stimulus), tidak semua rangsangan yang diterima akan ditampung dengan baik oleh seseorang terkait stimulus yang didapatnya. Maka dari itu agar bisa mempersepsikan dengan baik seseorang harus melakukan seleksi rangsangan sehingga perhatiannya hanya

tertuju pada elemen rangsangan tertentu saja.<sup>4</sup>

*Kedua* prinsip *distorsi* (penyimpangan) dimana dasar dari prinsip ini yakni seseorang cenderung melihat segala sesuatu yang ingin dilihatnya saja. Apabila ada suatu rangsangan yang tidak ingin dilihat maka seseorang tersebut cenderung *men-distorsi--kan* (menyimpangkan) rangsangan tersebut.<sup>5</sup>

#### b. Motivasi Sosial

Motif adalah kondisi internal individu yang konsisten, dimana kondisi tersebut telah menyebabkan timbulnya suatu perilaku atau kecenderungan perilaku. Dalam hal ini motif sosial lebih tertuju pada keberadaan orang bukan pada lingkungan fisik. Misalnya lapar, merupakan motif psikologis, yang mana hal tersebut merupakan fungsi dari lingkungan<sup>6</sup>.

Beberapa teori yang relevan dengan motif sosial tersebut diantaranya<sup>7</sup>: *Classic drive theory* yang dikutip sugeng dari buku Fisher, dimana teori tersebut menjelaskan segala perilaku manusia terpusat pada kebutuhan-kebutuhan primer yakni lapar, haus, sex, dan penolakan terhadap rasa sakit.

Kebutuhan-kebutuhan dasar manusia ini telah mendorong terjadinya

perilaku manusia demi untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan dasar tersebut. Sehingga apabila kebutuhan telah terpenuhi maka ketegangan akan mereda. Namun Berkowiz pada tahun 1969 yang pendapatnya masih dicatat oleh Fisher, menyatakan bahwa teori tersebut tak dapat diterapkan pada semua jenis perilaku manusia, terutama perilaku sosial.

Selanjutnya yakni teori *Herarchy of Needs*, yang diperkenalkan oleh Abraham Moslow yang diikuti oleh Sugeng dalam buku Fisher. Menurut Moslow, manusia itu mempunyai lima kebutuhan dasar yang tersusun secara *hirarkhis* (berurutan). Dimana kebutuhan yang pertama harus terpuaskan terlebih dahulu, sebelum ia mencapai kebutuhan kedua demikian pula seterusnya.

Kebutuhan-kebutuhan tersebut yakni kebutuhan fisik yang mendasar seperti makanan, minuman, sex dan udara. Kebutuhan kedua yakni keamanan artinya seseorang mempunyai kebutuhan untuk terhindar dari segala bahaya yang mengancam. Ketiga yakni rasa cinta, ingin dimiliki dan memiliki orang lain (*belongingness*). Keempat kebutuhan rasa harga diri (*esteem needs*). Dan kelima yakni kebutuhan aktualisasi diri yakni kebutuhan manusia yang tertinggi dimana

manusia tersebut ingin merealisasikan segala potensi individu yang unik.

c. *Social Learning*

*Learning* merupakan segala perubahan perilaku yang terjadi karena seseorang mengalami sendiri hal tersebut. Maka dari itu, *social learning* adalah proses perubahan perilaku yang melibatkan orang lain.

Adapun elemen-elemen yang dibutuhkan proses tersebut berupa motivasi dimana seseorang memang ingin mengubahnya, *association* dan *stimulus* (rangsang) seseorang membutuhkan asosiasi (ada hubungannya) antara situasi *learning* dengan rangsangan yang membuat perubahan perilaku terjadi, serta *reinforcement* (penguatan) penentu perilaku yang diubah dan cara perubahan terjadi.

Beberapa teori yang berkaitan dengan *social learning*<sup>8</sup> tersebut di antaranya: teori *the law of effect*, dimana teori ini diperkenalkan oleh Thorndike mengatakan bahwa perilaku yang membawa akibat (efek) memuaskan akan cenderung diulangi lagi. Sebaliknya perilaku yang membawa akibat tak menyenangkan, maka cenderung tidak akan diulangi lagi. Jadi, efek (akibat) dari

suatu perilaku akan menjadi penyebab terbentuknya perilaku selanjutnya.

Teori selanjutnya yakni yang dikuitp oleh Fisher yakni *operant conditioning* dari Skinner dimana suatu perilaku segera mendapat penguatan maka seseorang akan mempelajari perilaku tersebut.

Dalam *sosial learning* sugeng menjelaskan terdapat cara lain untuk merubah perilaku selain diri seseorang itu sendiri. Seperti pernyataan Albert Bandura yang dikutip Sugeng menjelaskan proses perubahan perilaku dapat terjadi dengan cara melihat pada orang lain (*observational learning*). Perihal seorang selalu mengamati semua perilaku orang lain (model), hal tersebut termasuk penguat (*reinforcement*) yang kemudian individu mengikutinya<sup>9</sup>.

Dimana menurut Bandura selanjutnya terdapat dampak tertentu kepada orang yang mengamatinya tersebut seperti: pertama, dampak *acquisition* (pencapaian, perolehan). Kedua, dampak (*inhibition* atau *disinhibition*). Ketiga, *response facilitation* yakni pengungkapan respon yang sebenarnya sudah ada.

d. Sosialisasi

Menurut Fisher sosialisasi adalah suatu proses kompleks yang mana

individu mampu mendapatkan pengetahuan, keterampilan dan sikap-sikap tertentu agar dapat sukses berpartisipasi (bergaul) dalam masyarakat disekelilingnya<sup>10</sup>.

Sosialisasi bisa berbagai macam bentuk dan juga ukurannya. Seperti sosialisasi yang kecil ukurannya dan hubungannya dekat yakni keluarga dan sekolah. Sedangkan sosialisasi dengan model yang besar yakni penjara, rumah sakit jiwa, lingkungan pabrik dan sebagainya.

### **Komunikasi Multikultural**

Kata multikultural secara etimologis dibentuk dari kata multi (banyak), kultur (budaya). Jadi multikultural secara harfiah yakni banyak budaya. Banyak dimaksud disini merupakan keberagaman dari budaya yang menempati dalam satu daerah atau lingkungan.

Menurut Spradely multikultural lebih menitikberatkan pada proses transaksi pengetahuan dan pengalaman yang digunakan oleh anggota masyarakat untuk menginterpretasikan pandangan dunia yang berbeda untuk menuju ke arah kebaruan kultur. Dalam kebudayaan multikultural setiap individu memiliki kemampuan berinteraksi dan bertransaksi meskipun latar belakang kultur masing-masing berbeda. Hal tersebut

disebabkan oleh sifat manusia, antara lain akomodatif, asosiatif, adaptable, fleksibel dan kemauan untuk saling berbagi<sup>11</sup>.

Masyarakat yang hidup dengan keberagaman budaya biasanya lebih rentan terhadap gesekan-gesekan yang membuat antara budaya satu dan budaya lain saling mempertahankan status quo budaya mereka masing-masing. Sehingga tidak sedikit dari daerah multikultural tersebut yang terjadi konflik akibat keinginan akan mempertahankan budaya yang mereka miliki. Konflik-konflik yang seperti ini harus ditangani secara hati-hati agar masyarakat yang memiliki budaya satu dan lainnya dapat hidup rukun dalam satu daerah tempat tinggal. Sehingga diperlukannya strategi komunikasi.

### **Strategi Komunikasi Multikultural**

Strategi merupakan perencanaan yang digunakan untuk memperoleh atau mendapatkan sesuatu, dengan menggunakan strategi harapan mencapai tujuan yang dituju dapat dengan mudah atau dengan cepat untuk dicapai. Strategi membutuhkan sebuah analisis yang sangat tajam, karena dalam strategi seseorang tersebut akan melihat dampak yang akan terjadi apabila yang dilakukannya nanti berhasil ataupun gagal.

Menurut Onong U. Effendy strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*)

untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya<sup>12</sup>.

Berkomunikasi sangat dibutuhkan strategi berkomunikasi yang baik, karena tujuan dari komunikasi itu sendiri yakni menyamakan persepsi atau menyamakan makna pesan yang disampaikan oleh komunikator ke komunikan. Dengan strategi tersebut antara komunikator dan komunikan akan berupaya menggunakan strategi komunikasi mereka masing-masing mengikuti pola berkomunikasi diantara keduanya, agar pesan yang diterima dapat dengan mudah difahami masing-masing dari mereka tersebut.

Onong menjelaskan dalam bukunya strategi komunikasi merupakan paduan perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi harus mampu menunjukkan cara operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung pada situasi dan kondisi<sup>13</sup>.

Strategi komunikasi juga memberikan pemahaman kepada studi multikultural agar keberagaman budaya yang dimiliki dapat dengan mudah difahami oleh orang-orang yang berbeda budaya tersebut. Strategi

komunikasi multikultural itulah yang sangat dibutuhkan dengan tujuan salah satunya menghindari kesenjangan antara budaya satu dan budaya lainnya.

Salah satu teori yang menjelaskan tentang strategi komunikasi multikultural yakni yang diungkapkan Brown dan Levinson menjelaskan bahwa kesopanan sering kali menjadi tujuan untuk menilai diri orang lain. Maka dari itu kesopanan merupakan nilai universal secara cultural. Setiap kebudayaan memiliki derajat yang berbeda dalam hal kebutuhan terhadap kesopanan dan juga cara-cara yang berbeda untuk menjadi sopan, tetapi semua orang memiliki kebutuhan untuk dihargai dan dilindungi.

Kebutuhan tersebut dijelaskan oleh Brown dan Levinson sebagai *face needs* atau kebutuhan muka, berikut beberapa konsep mengenai wajah yang dikutip oleh Morissan dalam bukunya teori komunikasi:

1. Wajah positif adalah keinginan untuk dihargai dan disetujui, disukai, dan dihormati. Kesopanan positif dirancang untuk memenuhi hasrat seseorang untuk dapat memiliki wajah positif. Menunjukkan perhatian, memberi pujian dan menunjukkan penghormatan merupakan beberapa contoh kesopanan positif.
2. Wajah negative adalah keinginan untuk bebas dari permintaan bantuan orang lain atau intervensi orang lain dan kesopanan

negative dirancang untuk melindungi orang lain ketika kebutuhan wajah negative terancam.<sup>14</sup>

Salah satu strategi komunikasi baik komunikasi dalam konteks komunikasi sederhana hingga komunikasi multikultural semua memiliki tujuan untuk memaknai sebuah pesan yang diterimanya. Maka dari itu agar pesan yang diterima mudah untuk difahami oleh komunikan terdapat tiga teori untuk menyoroti sesungguhnya kita merancang atau mendesain pesan komunikasi kepada lawan bicara. Teori-teori tersebut adalah teori identifikasi, teori rencana serta teori logika rancangan pesan.

#### 1. Teori Identifikasi

Teori yang dikemukakan oleh Kenneth Burke menjelaskan mengenai dua konsep dalam identifikasi yaitu, konsep tindakan (*action*) serta konsep gerak (*voluntary*). Menurutnya, tindakan merupakan perilaku yang sukarela dan memiliki tujuan, sedangkan gerak adalah tidak bertujuan dan tidak bermakna.<sup>15</sup>

Dari teori Burke dapat dilihat seperti benda dan binatang memiliki gerak, namun hanya manusia yang memiliki tindakan. Manusia adalah makhluk pencipta dan pengguna symbol. Burke juga berpendapat bahwa manusia salah menggunakan symbol. Karena manusia menciptakan symbol untuk

member nama pada benda dan situasi, manusia menggunakan symbol untuk berkomunikasi dan manusia seringkali merusak symbol dengan menyalahgunakan symbol untuk kerugian manusia itu sendiri.

## 2. Teori Rencana

Teori rencana yang dicetuskan oleh Charles Berger menjelaskan proses yang dilalui seseorang dalam merancang perilaku komunikasi mereka. Menurut Berger rencana adalah gambaran pemikiran secara hirarki dari urutan tindakan yang diarahkan pada tujuan<sup>16</sup>.

Dengan kata lain, rencana merupakan gambaran mental dari sejumlah langkah yang akan ditempuh seseorang untuk mencapai suatu tujuan. Langkah-langkah yang akan dilalui itu bersifat berjenjang, karena tindakan tertentu dibutuhkan lebih dahulu agar tindakan lainnya dapat dilakukan. Dengan demikian perencanaan adalah proses memikirkan berbagai rencana tindakan.

## 3. Teori Logika Pesan

Teori yang di kemukakan oleh Barbara O'Keefe seperti yang dikutip Morissan menyatakan bahwa manusia berpikir secara berbeda mengenai berkomunikasi dan membuat pesan dan manusia menggunakan logika yang berbeda dalam memutuskan apa yang

harus dikatakan kepada orang lain pada situasi tertentu. Barbara menggunakan istilah logika dalam merancang pesan untuk menjelaskan proses berpikir yang terjadi sehingga munculnya pesan<sup>17</sup>.

Tiga logika dalam merancang pesan seperti yang dikemukakan Barbara dimulai dari yang paling tidak terpusat pada orang hingga yang sangat terpusat. Berikut tiga logika dalam merancang pesan:

1. Logika ekspresi (*expressive logic*), yaitu logika yang memandang komunikasi sebagai suatu cara untuk mengekspresikan diri dan untuk menyatakan perasaan dan pikiran. Logika ekspresif bersifat terpusat pada diri si pembicara.
2. Logika konvensional yaitu logika yang melihat komunikasi sebagai suatu permainan yang dimainkan dengan mengikuti sejumlah aturan. Komunikasi merupakan alat untuk mengekspresikan diri yang dilakukan menurut aturan dan norma yang diterima termasuk hak dan tanggung jawab masing-masing orang yang terlibat.
3. Logika retorika yaitu logika yang memandang komunikasi sebagai suatu cara untuk mengubah aturan melalui negosiasi. Pesan yang dirancang menggunakan logika cenderung lentur atau fleksibel, memiliki pemahaman dan terpusat pada lawan bicara.<sup>18</sup>

### Endnote

<sup>1</sup> Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hal. 55

<sup>2</sup> Joseph A. Devito, *Komunikasi Antar Manusia*, (Jakarta: Profesional Books, 1997), hal. 75

<sup>3</sup> Sugeng Sejati, *Psikologi Sosial Suatu Pengantar*, (Yogyakarta: Teras, 2012), hal. 74

<sup>4</sup> *Ibid*, hal. 75

<sup>5</sup> *Ibid*, hal. 76

<sup>6</sup> *Ibid*, hal. 81

<sup>7</sup> *Ibid*, hal. 81-83

<sup>8</sup> *Ibid*, hal. 85-86

<sup>9</sup> *Ibid*, hal. 91

<sup>10</sup> *Ibid*, hal. 93

<sup>11</sup> Yaya Suryana dan Rusdiana, *Pendidikan Multikultural Konsep, Prinsip, Implementasi*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), hal. 195

<sup>12</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1999), hal. 32

<sup>13</sup> *Ibid*, hal. 32

<sup>14</sup> Morissan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, (Jakarta: Kencana, 2013), hal. 171

<sup>15</sup> *Ibid*, hal. 175

<sup>16</sup> *Ibid*, hal. 181

<sup>17</sup> *Ibid*, hal. 185

<sup>18</sup> *Ibid*, hal. 186-187