

BAB II

DAKWAH ANTARBUDAYA

2.1. Pola Komunikasi Antarbudaya

2.1.1. Pengertian Komunikasi Antarbudaya

Komunikasi dan kebudayaan merupakan dua konsep yang tidak dapat dipisahkan. Keduanya memperhatikan pada variasi langkah dan cara manusia berkomunikasi melintasi komunitas manusia atau kelompok sosial. Alo liliweri dalam buku *Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya* menjelaskan tentang komunikasi antarbudaya yaitu merupakan interaksi dan komunikasi antarpribadi yang dilakukan oleh beberapa orang yang memiliki latarbelakang kebudayaan yang berbeda.¹

Menurut teori komunikasi antarbudaya, Edward T. Hall, teori hall mengaitkan komunikasi dengan budaya memiliki hubungan sangat erat. Menurutnya, *communication is culture and culture is communication*.

Hall terlebih dahulu membedakan budaya konteks tinggi (*high context culture*) dengan budaya konteks rendah (*low context culture*). Budaya konteks rendah ditandai dengan komunikasi konteks rendah seperti pesan verbal dan eksplisit, gaya bicara langsung lugas dan berterus terang.

Para penganut budaya ini mengatakan bahwa apa yang mereka maksudkan (*the say what they mean*) adalah apa yang mereka katakan (*they mean what they say*). Sebaliknya, budaya konteks tinggi, seperti kebanyakan pesan yang bersifat

¹ Alo Liliweri, *Makna Budaya Dalam Komunikasi Antarbudaya*, Lkis, Yogyakarta, 2009, hlm.12-13

implisit, tidak langsung dan tidak terus terang, pesan yang sebenarnya mungkin tersembunyi dibalik perilaku nonverbal, intonasi suara, gerakan tangan, pemahaman lebih kontekstual, lebih ramah dan toleran terhadap budaya masyarakat.

Terkadang pernyataan verbal bisa bertentangan dengan pesan nonverbal. Manusia yang terbiasa berbudaya konteks tinggi lebih terampil membaca perilaku nonverbal dan juga akan mampu melakukan hal yang sama.

Watak komunikasi konteks tinggi yaitu tahan lama, lamban berubah dan mengikat kelompok penggunanya. Orang-orang berbudaya konteks tinggi lebih menyadari proses penyaringan budaya daripada orang-orang berbudaya konteks rendah.

Dalam kaitannya dengan aktivitas dakwah, pengkajiannya dengan pendekatan komunikasi konteks tinggi dan komunikasi konteks rendah. Bagaimana para da'i melakukan tugasnya sebagai pengayom masyarakat, penyelamat masyarakat dan memajukan masyarakat dengan pendekatan-pendekatan yang lebih dekat dan ramah dengan budaya yang dianut masyarakat setempat.²

2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi Antarbudaya

Komunikasi antarbudaya yang berlangsung dalam konteks sosial yang hidup, berkembang dan berubah-ubah berdasarkan waktu, situasi dan kondisi tertentu tergantung keberlangsungan efektifitas dalam unsur-unsur komunikasi tersebut. Unsur unsur proses komunikasi antarbudaya meliputi :

²Acep Aripudin, *Pengembangan Metode Dakwah: Respons Da'i Terhadap Dinamika Kehidupan di Kaki Ceremai*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2011.hlm. 16

a. Komunikator

Komunikator dalam komunikasi antarbudaya adalah pihak yang memprakasai komunikasi, artinya yang mengawali pengiriman pesan tertentu kepada pihak lain yang disebut komunikan. Dalam komunikasi antarbudaya, seorang komunikator berasal dari latarbelakang kebudayaan tertentu (meliputi : latarbelakang etnis, ras, faktor demografis: seperti umur, jenis kelamin, hingga latarbelakang sistem politik), misalnya komunikator berkebudayaan A, berbeda dengan komunikan yang berkebudayaan B.

b. Komunikan

Komunikan dalam komunikasi antarbudaya adalah pihak yang menerima pesan tertentu, dia menjadi tujuan/sasaran komunikasi dari pihak lain (komunikator). Tujuan komunikasi akan tercapai manakala komunikan “menerima” (memahami makna) pesan dari komunikator, dan memperhatikan (*attention*) serta menerima pesan secara menyeluruh (*comprehension*). Kedua aspek ini penting karena berkaitan dengan kesuksesan pertukaran pesan antara komunikator dan komunikan. *Attention* adalah proses awal dari seorang komunikan “memulai” mendengarkan pesan, menonton atau membaca pesan itu. Seorang komunikator berusaha agar pesan itu diterima sehingga seperangkat pesan tersebut perlu mendapat perlakuan agar menarik perhatian. Sedangkan *comprehension* yaitu meliputi cara penggambaran pesan secara lengkap sehingga mudah dipahami dan dimengerti oleh komunikan.

Menurut Alo liliweri, komunikan ketika menerima atau memahami isi pesan-sangat tergantung dari tiga bentuk pemahaman, yakni : (1) kognitif,

komunikasikan menerima isi pesan sebagai sesuatu yang benar; (2) afektif, komunikasikan percaya bahwa pesan itu tidak hanya benar tetapi baik dan disukai; dan (3) *overt action* atau tindakan nyata, di mana seorang komunikasikan percaya atas pesan yang benar dan baik sehingga mendorong tindakan yang tepat.

c. Pesan /simbol

Dalam proses komunikasi, pesan berisi pikiran, ide, atau gagasan, perasaan yang dikirim komunikator kepada komunikasikan 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 dipahami secara konotatif.

Dalam model komunikasi antarbudaya, pesan adalah apa yang ditekankan atau yang dialihkan komunikator kepada komunikasikan. Setiap pesan mengandung aspek utama : *content* dan *treatment*, yaitu isi dan perlakuan. Isi pesan meliputi aspek daya tarik pesan, misalnya kontroversi, keaktualan (baru), argumentatif, rasional atau emosional. Sedangkan perlakuan atas pesan berkaitan dengan penjelasan atau penataan isi pesan oleh komunikator. Pilihan isi dan perlakuan atas pesan tergantung dari ketrampilan komunikasi, sikap, tingkat pengetahuan, posisi dalam sistem sosial dan kebudayaan.

d. Media

Dalam proses komunikasi antarbudaya, media 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 (internet, radio, televisi, video, film dan lain-lain). Akan tetapi terkadang pesan-pesan itu dikirim tidak melalui media, terutama dalam komunikasi antarbudaya tatap muka.

Para ilmuwan sosial menyepakati dua tipe saluran; (1) *sensory channel* atau saluran sensoris, yakni saluran yang memindahkan pesan sehingga akan ditangkap oleh lima indra, yaitu mata, telinga, tangan, hidung dan lidah. (2) *institutionalized means*, atau saluran yang sudah sangat dikenal dan digunakan manusia, misalnya percakapan tatap muka dan media massa. Setiap saluran institusional memerlukan dukungan satu atau lebih saluran sensoris untuk memperlancar pertukaran pesan dari komunikator kepada komunikan.

e. Efek atau Umpan Balik

Manusia mengkomunikasikan pesan karena dia mengharapkan agar tujuan dan fungsi komunikasi itu tercapai. Tujuan dan fungsi komunikasi, termasuk komunikasi antarbudaya, antara lain memberikan informasi, menjelaskan/menguraikan tentang sesuatu, memberikan hiburan, memaksakan pendapat atau mengubah sikap komunikan. Dalam proses tersebut, umumnya akan menghendaki reaksi balikan/umpan balik.

Umpan balik merupakan tanggapan balik dari komunikan kepada komunikator atas pesan-pesan yang telah disampaikan. Tanpa umpan balik atas pesan-pesan dalam komunikasi antarbudaya maka komunikator dan komunikan tidak bisa memahami ide, pikiran dan perasaan yang terkandung dalam pesan tersebut.

Dalam kasus komunikasi tatap muka, umpan balik lebih mudah diterima. Komunikator dapat mengetahui secara langsung apakah serangkaian pesan itu dapat diterima oleh komunikan atau tidak. Komunikator pun dapat mengatakan sesuatu secara langsung jika dia melihat komunikan kurang memberi perhatian atas pesan yang sedang disampaikan. Reaksi-reaksi verbal dapat diungkapkan secara langsung oleh komunikan melalui kata-kata menerima, mengerti bahkan menolak pesan, sebaliknya reaksi pesan dapat dinyatakan dengan pesan non verbal.

f. Suasana (*Setting* dan *Context*)

Satu faktor penting dalam komunikasi antarbudaya adalah *setting of communication* yakni suasana 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.

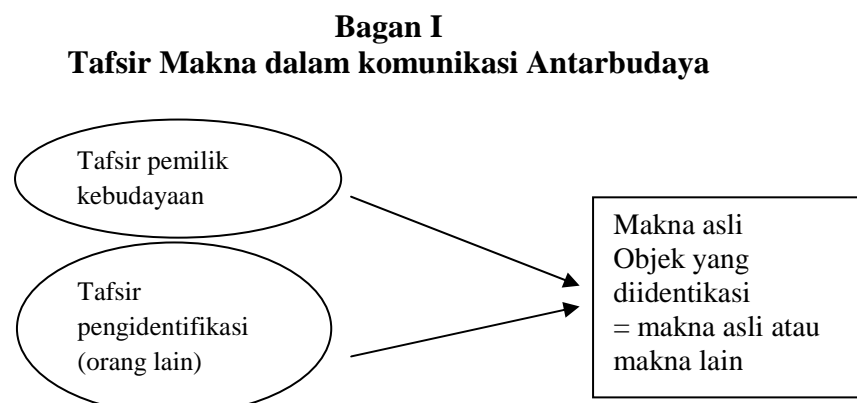
g. Gangguan (*Noise* atau *Interference*)

Gangguan dalam komunikasi antarbudaya adalah segala sesuatu yang menjadi penghambat laju pesan yang ditukar antara komunikator dengan komunikan, atau mengurangi makna pesan antarbudaya . gangguan menghambat komunikan menerima pesan dan sumber pesan. Gangguan (*noise*) dapat bersumber dari unsur-unsur komunikasi yang mengurangi usaha bersama untuk memberikan makna yang sama atas pesan.

Menurut De vito, dalam buku Alo liliweri, *Dasar-dasar Komunikasi Antarbudaya*, menggolongkan tiga macam gangguan: (1) fisik, berupa interfensi dengan transmisi fisik isyarat atau pesan lain, (2) psikologis-interfensi kognitif atau mental, misalnya prasangka dan bias pada sumber-penerima-pikiran yang sempit; dan (3) semantik- berupa pembicara dan pendengar memberi arti yang berlainan, misalnya orang berbicara dengan bahasa yang berbeda, menggunakan istilah yang terlalu rumit dan tidak dipahami pendengar.³

2.1.3 Tujuan Komunikasi Antarbudaya

Tujuan dari komunikasi pastinya menginginkan komunikasi yang efektif antara komunikator dan komunikan. Komunikasi yang efektif yaitu *outcomes* komunikasi karena komunikator dan komunikan memahami kesamaan makna dan pesan dan makna-makna itu tidak boleh disalahartikan karena makna itu diwarnai oleh latarbelakang budaya pemiliknya. Dengan demikian, dibutuhkan kearifan dalam tafsir makna sebagaimana digambarkan dalam bagan berikut ini:



Bagan diatas menunjukkan bahwa suatu objek yang akan diidentifikasi dapat diberi makna sebenarnya oleh pemilik kebudayaan (*own culture*), namun makna

³ Alo liliweri, *Dasar-Dasar Komunikasi Antarbudaya*, Cet.V, Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2011, hlm., 25-31

itu bisa berbeda sama sekali dari sudut pengidentifikasi yang berlatarbelakang kebudayaan lain (*other culture*). Jika dua orang itu memberikan makna yang sama maka apa yang diidentifikasi memasuki area komunikasi yang efektif.⁴

Maka, dalam proses komunikasi antarbudaya terdapat proses asimilasi. Asimilasi merupakan istilah yang digunakan untuk menjelaskan penerimaan suatu kebudayaan lain. Penerimaan ini bisa dalam bentuk adopsi sistem, nilai, adat, kebiasaan, gaya hidup dan bahasa yang selalu digunakan oleh kelompok kultur yang dominan. Tidak sedikit kelompok masyarakat (meskipun tidak seluruhnya) mengadopsi sistem nilai, adat dan kebiasaan di luar kebudayaan (*nuclea* kebudayaan) mereka sendiri.⁵

2.1.4. Macam-Macam Pola Komunikasi Antarbudaya

1. Pola Budaya Menurut Edward T Hall

Setiap kebudayaan mengajarkan cara-cara tertentu dalam proses pertukaran informasi. Menurut Hall, terdapat istilah *High Context Culture* (HCC) yaitu sebuah kebudayaan masyarakat HCC umumnya bersifat implisit, mengharapkan agar komunikator menggunakan cara-cara yang lebih praktis dalam mengakses informasi dalam variasi situasi apapun, sebaliknya, LCC (*Low Context Culture*), bersifat eksplisit dan banyak informasi yang komunikator sampaikan belum atau kurang diperhatikan dalam sistem nilai, norma dan sistem kepercayaan mereka. Dalam tabel perbandingan dibawah ini, dijelaskan mengenai perbedaan kebudayaan komunikasi tingkat tinggi dan tingkat rendah.

⁴ *Ibid.*, Alo liliweri. *Makna Budaya Dalam Komunikasi Antarbudaya*, hlm. 76-77

⁵ Koentjaraningrat, *Pengantar Antropologi-Jilid I*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2005, hlm.

Tabel II
Perbedaan kebudayaan komunikasi tingkat tinggi dan rendah

High culture context (HCC)	Low culture Context (LCC)
Prosedur pengalihan informasi lebih sukar	Prosedur pengalihan informasi menjadi lebih gampang
Persepsi terhadap isu dan orang yang menyebarkan isu	
Tidak memisahkan isu dan orang yang mengkomunikasikan isu	Memisahkan isu dan orang yang mengkomunikasikan isu
Persepsi terhadap tugas dan relasi	
Mengutamakan relasi sosial dalam melaksanakan tugas Social oriented Personal relations	Relasi antarmanusia dalam tugas berdasarkan relasi tugas Task oriented Impersonal relations
Persepsi terhadap kelogisan informasi	
Tidak menyukai informasi yang rasional Mengutamakan emosi Mengutamakan basa-basi	Menyukai informasi yang rasional Menjauhi sikap emosi Tidak mengutamakan basa-basi
Persepsi terhadap gaya komunikasi	
Memakai gaya komunikasi tidak langsung Mengutamakan pertukaran informasi secara nonverbal Mengutamakan suasana komunikasi yang informal	Memakai gaya komunikasi langsung Mengutamakan pertukaran informasi secara verbal Mengutamakan suasana komunikasi yang formal
Persepsi terhadap pola negosiasi	
Mengutamakan perundingan melalui <i>human relations</i> (hubungan antarmanusia) Pilihan komunikasi meliputi perasaan dan intuisi	Mengutamakan perundingan melalui <i>bargaining</i> (penawaran) Pilihan komunikasi meliputi pertimbangan rasional Mengutamakan otak daripada hati
Persepsi terhadap informasi tentang individu	
Mengutamakan individu dengan mempertimbangkan dukungan faktor sosial Mempertimbangkan loyalitas individu kepada kelompok	Mengutamakan kapasitas individu tanpa memperhatikan faktor sosial. Tidak mengutamakan pertimbangan loyalitas individu kepada kelompok.
Bentuk pesan/informasi	
Sebagian besar pesan tersembunyi dan implisit	Sebagian besar pesan jelas dan eksplisit
Reaksi terhadap sesuatu	
Reaksi terhadap sesuatu tidak selalu tampak	Reaksi terhadap sesuatu selalu tampak
Memandang <i>in group</i> dan <i>out group</i>	
Selalu luwes dalam melihat perbedaan <i>in group</i> dengan <i>out group</i>	Selalu memisahkan kepentingan <i>in group</i> dengan <i>out group</i>
Sifat pertalian antarpribadi	
Pertalian antarpribadi sangat kuat	Pertalian antarpribadi sangat lemah
Konsep Waktu	
Konsep terhadap waktu sangat terbuka atau luwes	Konsep terhadap waktu yang sangat terorganisir

2. Pola budaya menurut Hofstede

Pola-pola budaya yang diajukan oleh Hofstede merupakan sebuah perspektif teoritis berdasarkan studinya tentang perbedaan 'orientasi nilai yang

berkaitan dengan pekerjaan'. Hofstede mengidentifikasi 'empat dimensi' komunikasi antarbudaya yang disebut *power distance*, *uncertainty avoidance*, *individualism-collectivism*, dan *masculinity-femininity*.

a. *Power Distance*

Merupakan konsep yang merefleksikan derajat sebuah kebudayaan dan hubungan antarmanusia yang ditata berdasarkan 'jarak kekuasaan' (sejauhmana sebuah kebudayaan mengajarkan anggotanya 'menguasai' orang dari kebudayaan lain, dan sebaliknya. Akibat dari power distance, yaitu memperlihatkan adanya jarak kekuasaan antara penguasa dengan yang dikuasai.

b. *Uncertainty avoidance*

Uncertainty avoidance adalah konsep nilai budaya dalam menanggung resiko dan menghadapi keadaan ambigu (situasi yang tidak pasti) karena suatu ancaman terhadap masyarakatnya. Konsep ini memiliki hipotesis bahwa semakin tinggi UAI (*Uncertainty avoidance indeks*) mengindikasikan makin rendahnya toleransi kebudayaan itu terhadap keadaan yang ambigu dan tidak pasti. Kebudayaan dengan skor UAI tinggi, cenderung mengembangkan banyak aturan untuk mengontrol perilaku sosial.

c. Individualisme-kolektivisme

Merupakan konsep kebudayaan yang menunjukkan derajat kesetiaan dan loyalitas anggotanya kepada individu atau kelompok. Kebudayaan kolektif cenderung berorientasi pada kelompok dan menetapkan suatu jarak psikologis yang besar antara anggota *in group* dengan anggota *out group*. Dalam situasi konflik, anggota dari masyarakat yang berbudaya kolektif seolah-olah

menghindari konflik lalu berperan sebagai penengah sehingga tak mau tampil ke depan. Sebaliknya, orang yang berkebudayaan individualistis, karena tidak merasakan jarak sosial yang besar antara *in group* dengan *out group*, akan mengekspresikan diri dan berbicara untuk memecahkan masalah, namun lebih sering menggunakan strategi konfrontasi bila berhadapan dengan masalah antarpribadi.

Tabel III
Karakteristik individualisme dan kolektivisme menurut Hofstede yaitu :

Individualisme	Kolektivisme
Otonomi individual Orientasi pada diri sendiri Mengutamakan kepentingan individu Unik dan bebas Mengutamakan kehormatan individu Keluarga inti Pemberian ganjaran kepada individu berdasarkan kesamaan hak (equility) Persaingan	Kesatuan kelompok dan harmoni Orientasi pada kelompok Mengutamakan kepentingan kelompok Peduli terhadap ketergantungan sesama Pemilikan kelompok Keluarga luas Distribusi ganjaran mengutamakan keseimbangan Kerjasama

d. Masculinity –Femininity

Masculinity –Femininity adalah konsep kebudayaan yang mengindikasikan derajat nilai-nilai perilaku tertentu, misalnya sikap tegas, prestasi kerja, kemampuan, memberikan dukungan sosial bagi mereka yang ingin mengubah kualitas hidup. Kebudayaan maskulin yaitu menghargai nilai prestasi kerja dan ketegasan. Sedangkan kebudayaan feminin memiliki nilai penurut dan mendukung kehidupan sosial. Peran berdasarkan seks sangat jelas berbeda dan ketidaksamaan seksual dipandang sebagai sesuatu yang menguntungkan.⁶

2.2 Pola Interaksi Sosial

⁶ Alo Liliweri, *Makna Budaya Dalam Komunikasi Antarbudaya*, Lkis, Yogyakarta, 2009, hlm 115-127

2.2.1 Pengertian Interaksi Sosial

Masyarakat adalah sebuah sistem di mana terdapat interaksi antarkomponen, baik individu, kelompok atau lembaga-lembaga. Komponen-komponen tersebut hidup saling bergantung, berpengaruh, saling menjaga dan saling menghargai dalam harmonitas sosial yang tersusun berdasarkan suatu ikatan norma-norma dan nilai-nilai yang diakui, ditaati dan dianut untuk mengatur jalannya interaksi sosial dalam kehidupan sehari-hari demi menjaga keseimbangan keberlangsungan hidup masyarakat.

Interaksi sosial merupakan bentukan dari interaksi antarindividu dan interaksi antarpelaku. Interaksi sosial adalah proses sosial yang berjalan dinamis dan progresif membentuk adanya aktivitas sosial. Dalam interaksi sosial terdapat hubungan dan komunikasi sosial, yaitu pertukaran pesan dalam pergaulan antarindividu, individu dengan kelompok, kelompok dengan kelompok untuk mencapai tujuan tertentu.⁷

Menurut Soerjono Soekanto⁸, berlangsungnya proses interaksi sosial didasarkan pada faktor :

- a. Faktor Imitasi, yaitu imitasi dapat mendorong seseorang untuk mematuhi kaidah-kaidah dan nilai-nilai yang berlaku.
- b. Faktor sugesti, yaitu sugesti berlangsung apabila seseorang memberi suatu pandangan atau sesuatu sikap yang berasal dari dirinya yang kemudian diterima oleh pihak lain.

⁷ Andrik Purwasito. *Komunikasi Multikultural*. Surakarta : Muhammadiyah University Press. 2003. hlm., 81

⁸ Soekanto, Soerjono, *Sosiologi Suatu Pengantar*, Jakarta, PT. RajaGrafindo Persada, 2006 hlm., 57-58

- c. Faktor identifikasi, yaitu kecenderungan atau keinginan dalam diri seseorang menjadi sama dengan pihak lain. Pada mulanya proses ini diawali oleh imitasi dan atau sugesti yang terjadi secara sadar maupun tidak pada suatu individu.
- d. Faktor simpati, yaitu proses keinginan individu untuk memahami dan saling mengerti pada pihak lain.

2.2.2 Bentuk Interaksi Sosial

Bentuk interaksi sosial meliputi proses-proses yang asosiatif dan proses disosiatif. Proses asosiatif meliputi kerjasama dan akomodasi. Sedangkan proses disosiatif meliputi persaingan dan pertentangan. Penelitian kali ini, penulis akan membahas proses asosiatif dalam bentuk akomodasi yang berkaitan dengan objek penelitian.

Makna akomodasi menurut Gillin dan Gillin dalam buku Soerjono Soekanto yaitu suatu proses dalam hubungan sosial dimana individu atau kelompok manusia mengadakan penyesuaian diri dengan sekitarnya untuk dapat mempertahankan hidup.⁹

Dalam proses akomodasi ini, terdapat proses asimilasi. Yaitu proses sosial ditandai adanya usaha mengurangi perbedaan antar individu dan kelompok dengan memerhatikan kepentingan dan tujuan bersama. Proses asimilasi ini timbul bila ada kelompok manusia yang berbeda kebudayaannya; antar individu saling berinteraksi secara langsung dan intensif untuk waktu yang lama sehingga kebudayaan dari kelompok manusia tersebut masing-masing berubah dan saling menyesuaikan diri.

⁹ *Ibid.*, Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, hlm.,69

Faktor-faktor yang mendukung terjadinya proses asimilasi antara lain:

1. Toleransi
2. Kesempatan-kesempatan yang seimbang di bidang ekonomi, sosial, budaya maupun politik.
3. Sikap menghargai orang lain dan kebudayaannya (memiliki pengetahuan tentang budaya yang lain)
4. Sikap terbuka dari golongan yang berkuasa dalam masyarakat
5. Persamaan dalam unsur-unsur kebudayaan
6. Perkawinan campuran (*amalgamation*)
7. Adanya ancaman bersama dari luar¹⁰

2.2.3 Kajian Teori Interaksi Simbolik dari Herbert Blumer

Mula teori ini sebenarnya dari George Herbert Mead (1863-1931) kemudian diperkuat oleh muridnya Herbert Blumer. Blumer mengungkapkan setidaknya-tidaknya tiga premis yang mendasari teori ini: (1) manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna-makna yang ada pada sesuatu itu bagi mereka; (2) makna tersebut berasal dari hasil interaksi sosial; (3) makna-makna tersebut disempurnakan ketika proses interaksi sosial berlangsung.

Sosiolog George Ritzer menjelaskan teori interaksi simbolik ke dalam sub-sub berikut: (1) manusia tidak seperti hewan, diberi kekuatan berpikir; (2) kemampuan berpikir dibentuk oleh interaksi sosial; (3) dalam interaksi sosial orang belajar makna dan simbol yang memungkinkan mereka menerapkan kemampuan khas berpikir; (4) makna dan simbol memungkinkan orang tindakan

¹⁰ *Ibid.*, Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, hlm.,75

(*action*) dan interaksi yang khas manusia; (5) orang mampu memodifikasi dan mengubah makna dan simbol yang mereka gunakan dalam tindakan dan interaksi berdasarkan interpretasi mereka sesuai situasi; (6) orang mampu melakukan modifikasi dan perubahan ini karena, antara lain, kemampuan mereka berinteraksi dengan diri sendiri yang memungkinkan mereka memeriksa tahapan-tahapan tindakan, menilai keuntungan dan kerugian relatif kemudian memilih salah satunya; (7) pola-pola tindakan dan interaksi ini saling menjalin membentuk kelompok dan masyarakat.

Pendapat di atas mengasumsikan bahwa interaksi simbolik berpandangan bahwa manusia dapat mengerti berbagai hal dengan belajar dari pengalaman. Persepsi seseorang selalu diterjemahkan dalam simbol-simbol, sebuah makna dipelajari melalui interaksi dengan orang-orang, dan makna tersebut muncul karena adanya pertukaran simbol-simbol dan kelompok sosial. Interaksi simbolik memandang bahwa seluruh struktur dan institusi sosial diciptakan oleh adanya interaksi di antara orang-orang.

Komunikasi, interaksi dan pertukaran simbol yang diberi makna merupakan suatu aktivitas yang khas manusia. Seseorang akan menjadi manusiawi (*humanis*) hanya melalui interaksi dengan sesamanya. Interaksi antara manusia akan membentuk masyarakat. Manusia secara aktif membentuk perilakunya sendiri. Kesadaran dan pikiran melibatkan interaksi manusia dengan dirinya sendiri. Studi manusia berdasarkan teori ini membutuhkan pemahaman tentang tindakan tersembunyi manusia, bukan sekedar tindakan luar yang terlibat.

Dikatakan George Herbert Mead, bahwa kemampuan manusia untuk dapat merespons simbol-simbol di antara mereka ketika berinteraksi, membawa penjelasan interaksionisme simbolik pada konsep diri (*self*) terbentuk dengan cara yang sama sebagai objek melalui “definisi” yang dibuat bersama orang lain. Mekanisme seseorang sehingga dapat melihat dirinya sendiri sebagai objek melalui pengambilan peran dengan melibatkan proses komunikasi terutama melalui verbal. Pengembangan diri tersebut bebarengan dengan perkembangan kemampuan dirinya dan pengambilan peran. Disinilah peranan bahasa sangat menentukan. Signifikansi simbol-simbol inilah yang diperlukan untuk memperoleh makna atau definisi segala sesuatu yang ada di sekitarnya.

Teori interaksi simbolik ini dapat digunakan untuk menjelaskan bagaimana makna atau simbol-simbol dipahami para da'i dalam menentukan tindakan dakwah. Makna dan simbol yang mereka pahami akan semakin sempurna karena berinteraksi antara sesama peran dan antarsesama masyarakat kelompok lainnya. Simbol-simbol yang diciptakan dipikirkan dan dipahami mereka merupakan bahasa pengikat aktivitas di antara mereka dan di luar mereka. Teori ini membantu menjelaskan bagaimana da'i memandang dirinya sendiri. Bagaimana para da'i melakukan kegiatannya berdasarkan pandangan atas dirinya, baik pandangan diri sendiri maupun pandangan orang lain terhadap dirinya, sehingga akan diketahui apakah da'i-da'i memandang dirinya itu kreatif, komunikatif, simpatik, sopan, dan akomodatif, atau sebaliknya konfrontatif dan

pasif, menjaga keserasian karena harapan diterima orang lain dalam kelompoknya atau orang yang ditemuinya saat melakukan panggilan tugasnya.¹¹

2.2.4. Faktor Penghambat dan Pendorong Hubungan Antarbudaya

Dalam kehidupan bermasyarakat sering kali terdapat stratifikasi sosial berkaitan dengan cara pandang masyarakat terhadap lapisan-lapisan sosial yang terbentuk karena adanya perbedaan dominasi dalam relasi antarkelompok yang menjadi faktor penghambat dan pendorong hubungan yang sinergis antaretnis. Menurut Aloliliweri, kategorisasi sosial budaya yang dapat mempengaruhi yaitu :

- a. Wilayah, desa, dan Kota. Yakni perbedaan pola-pola komunikasi antara orang desa dan Kota berdasarkan identitas kehidupan, apakah kosmopolitan, ritualisasi, pemeliharaan budaya, gaya hidup, dan konsep tentang relasi antarmanusia (*individual-kolektivisme*)
- b. Etnosentrisme. Bahwa setiap kelompok etnis atau ras mempunyai semangat atau ideologi yang menyatakan bahwa kelompoknya lebih superior daripada kelompok etnis atau ras lain. Akibat ideologi ini maka setiap kelompok etnis yang memiliki sikap etnosentrisme yang tinggi akan berprasangka, melakukan *stereotyping*, diskriminasi, dan jarak sosial terhadap kelompok lain.
- c. *Stereotype*. Stereotip itu berasal dari kecenderungan untuk mengorganisasikan sejumlah fenomena yang sama atau sejenis yang dimiliki oleh sekelompok orang ke dalam kategori tertentu yang bermakna.
- d. Prasangka. Merupakan sikap antipati atau sikap negatif yang ditunjukkan kepada suatu kelompok budaya berdasarkan kesalahan generalisasi yang digunakan untuk

¹¹ Acep Aripudin, *Pengembangan Metode Dakwah: Respons Da'i Terhadap Dinamika Kehidupan di Kaki Ceremai*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2011. hlm. 17-19.

mengevaluasi sesuatu tanpa mendengar informasi yang masuk. Efek prasangka adalah menjadikan orang lain menjadi sasaran, misalnya mengkambinghitamkan sasaran melalui stereotip, diskriminasi dan penciptaan jarak sosial.

- e. **Rasisme.** Merupakan hasil dari transformasi prasangka antarras dan atau etnosentrisme melalui proses penerapan kekuasaan dari suatu kelompok ras sehingga menjadikan suatu ras lebih inferior daripada ras yang lain.
- f. **Diskriminasi.** Merupakan perilaku yang dihasilkan oleh stereotip atau prasangka, lalu ditunjukkan dalam tindakan yang terbuka atau rencana tertutup untuk menyingkirkan, menjauhi, membuka jarak, baik bersifat fisik maupun sosial dengan kelompok tertentu.
- g. *Overcoming Cultural Biases.* Merupakan konsep untuk menjelaskan bias atau melencengnya usaha-usaha untuk mengatasi masalah-masalah relasi antarbudaya.
- h. **Kontak antarbudaya.** Adanya proses komunikasi antarpribadi yang dilakukan secara kebetulan atau yang tidak direncanakan terlebih dahulu. Kontak-kontak antarbudaya biasanya dilakukan secara langsung, misalnya melalui pasar-pasar tradisional, perjanjian kerjasama, pasar modern dan toko serba ada. Kontak-kontak itu memerlukan pengetahuan kita tentang identitas baik secara fisik material maupun nonmaterial. Keadaan ini sudah tentu akan mempengaruhi pola komunikasi antarbudaya.
- i. **Dominasi dan subordinasi Antarkelompok.** Dalam relasi antarstruktur, kategori itu dapat mempengaruhi komunikasi antarbudaya. Kategorisasi kelompok baik vertikal maupun horizontal, sangat menentukan kekuasaan, pengaruh, dan dominasi.

- j. Sikap di kalangan anggota budaya. Identitas budaya mempengaruhi sikap diantara anggota budaya sendiri. Sikap dikalangan internal kelompok juga mempengaruhi pola komunikasi dengan kelompok di luar itu.
- k. Identitas Budaya dan Kompetensi Antarbudaya. Identitas budaya sangat berpengaruh terhadap kemampuan komunikasi antarbudaya. Kemampuan orang berdasarkan kategorisasi, strata sosial, pola kepercayaan, pola pikir, dan pola perasaan berdasarkan kebudayaan tertentu akan berbeda satu sama lain baik secara internal maupun eksternal.¹²

2.3 Strategi Dakwah Antarbudaya

2.3.1 Desain Penelitian Dakwah Antarbudaya

Penelitian ini menggunakan metode etnografi dengan alur penelitian maju bertahap. Terdapat 12 Langkah-langkah tersebut meliputi; menetapkan informan, mewawancarai informan, membuat catatan etnografis, mengajukan pertanyaan deskriptif, melakukan analisis wawancara etnografis, membuat analisis domain, mengajukan pertanyaan struktural, membuat analisis taksonomik, mengajukan pertanyaan kontras, membuat analisis komponen, menemukan tema-tema budaya dan menulis sebuah etnografi.¹³

2.3.2 Pengertian Dakwah Antarbudaya

Dakwah pada hakekatnya adalah upaya aktualisasi iman yang di manifestasikan dalam suatu sistem kehidupan manusia beriman dalam bidang kemasyarakatan yang dilaksanakan secara teratur untuk mempengaruhi cara

¹²Alo Liliweri, *Makna Budaya Dalam Komunikasi Antarbudaya*, Lkis: Yogyakarta, 2009, hlm. 91- 94

¹³ James P Spradley; penerjemah Misbah Zulfa Elizabeth; penyunting, Amirudin, Cet. I, *Metode Etnografi*, Yogyakarta :PT Tiara Wacana Yogya, 1997, hlm., xxii

berpikir, merasa, bersikap dan berperilaku manusia pada dataran individual maupun sosiokultural dalam rangka mewujudkan ajaran Islam dalam semua segi kehidupan dengan menggunakan cara tertentu.¹⁴

Eksistensi dakwah akan senantiasa bersentuhan dengan realitas sosiokultural yang mengitarinya, sesuai konsekuensi posisi dakwah, dakwah sebagai satu variabel dan problematika kehidupan sosial sebagai variabel yang lain, maka keberadaan dakwah dalam suatu komunitas dapat dilihat dari fungsi dan perannya dalam mempengaruhi perubahan sosial tersebut, sehingga lahir masyarakat baru yang diidealkan (*khoiru ummah*).¹⁵

Dakwah antarbudaya merupakan proses dakwah yang mempertimbangkan keragaman budaya antar da'i (subjek dakwah) dan mad'u (objek dakwah), dan keragaman penyebab terjadinya gangguan interaksi pada tingkat antarbudaya, agar pesan dakwah dapat tersampaikan, dengan tetap terpeliharanya situasi damai.¹⁶

Dakwah antarbudaya merupakan kajian proses berdakwah mengajak seorang manusia untuk menyampaikan pesan-pesan agama Islam dan perilaku Islami sesuai dengan konsep budaya yang berkembang di masyarakat.

Hakikat dakwah antar budaya itu bagaimana kita dalam berdakwah, menggunakan budaya itu sebagai materi, metode, alat, dan strategi sesuai dengan kondisi budaya sasaran dakwah (mad'u). Karena setiap orang, setiap tempat,

¹⁴ FachrurRozi, "Kontroversi Dakwah Inklusif" dalam *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 27, No. 1, Januari-Juni, Fakultas Dakwah IAIN Walisongo Semarang, 2007, hlm. 34

¹⁵ *Ibid.*, FachrurRozi, "Kontroversi Dakwah Inklusif" dalam *Jurnal Ilmu Dakwah*, hlm. 33

¹⁶ Acep Aripudin, *Dakwah Antarbudaya*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2012. hlm. 25

wilayah dan lingkungan mempunyai kondisi sosial budaya yang berbeda-beda. Maka dalam pendekatannya pun berbeda pula.

Kajian dakwah antarbudaya memiliki ruang lingkup kajian ilmu dakwah yang meliputi :

Pertama, mengkaji dasar-dasar tentang adanya interaksi simbolik da'i dengan mad'u yang berbeda latarbelakang budaya yang dimilikinya dalam perjalanan dakwah para da'i.

Kedua, menelaah unsur-unsur dakwah dengan mempertimbangkan aspek budaya yang berhubungan dengan unsur da'i, pesan dakwah, metode, media, mad'u dan dimensi ruang dan waktu dalam keberlangsungan interaksi berbagai unsur dakwah.

Ketiga, mengkaji tentang karakteristik-karakteristik manusia baik posisinya yang menjadi da'i maupun yang menjadi mad'u melalui kerangka metodologi dalam antropologi.

Keempat, mengkaji tentang upaya-upaya dakwah yang dilakukan oleh masing-masing etnis.

Kelima, mengkaji problem yang ditimbulkan oleh pertukaran antarbudaya dan upaya-upaya solusi yang dilakukan dalam rangka mempertahankan eksistensi jati diri budaya masing-masing.¹⁷

Wilayah yang memiliki masyarakat multikultur dan multietnis mempunyai tantangan untuk mengakomodasi perbedaan kebangsaan dan etnis secara stabil dan dapat dipertahankan secara moral. Tantangan multikultur ini juga menjadi

¹⁷ Acep Aripudin, *Dakwah Antarbudaya*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2012. hlm. 55-56

tantangan dalam aktivitas dakwah Islam dengan cara mengubah dan menata kembali cara-cara serta orientasi dakwah. Dakwah adalah seruan, ajakan, atau perubahan.¹⁸

Dakwah merupakan sebuah proses transformasi nilai-nilai ajaran Islam kedalam masyarakat, oleh karena itu dakwah tidak akan pernah berhenti untuk berinteraksi dengan budaya dari masyarakat itu sendiri.

Terdapat konsep dakwah yang mengedepankan cara-cara simpatik, bijaksana dan lebih humanis,¹⁹ seperti pendekatan sosial dan budaya yang diterima oleh masyarakat luas. Memerhatikan ruang dan waktu, topik-topiknya aktual, menyentuh kebutuhan dasar mad'u dan isu-isu terkini dalam masyarakat.

2.3.3 Teori-teori dakwah antarbudaya

Usaha mengetahui karakter budaya suatu masyarakat merupakan kunci utama dalam memahami dan mengembangkan dakwah antarbudaya. Rumusan konseptual hasil pengamatan terhadap proses pelaksanaan dakwah baik diterima atau ditolak oleh mad'u menurut Acep Aripudin²⁰ dalam buku *Dakwah Antarbudaya* yaitu dengan menggunakan teori-teori dalam membantu mengamati fenomena dakwah dari sisi analisis ilmu sosial, yaitu :

Pertama, *Resistance theory* (teori resistensi) atau teori penolakan. Dasar asumsi teori ini adalah bahwa setiap aktivitas dakwah akan selalu menghadapi variabel da'i dan mad'u. Ketika interaksi terjadi pertentangan bahkan sikap dan respons penolakan tak terelakan khususnya penolakan dari mad'u. Penolakan

¹⁸ *Ibid.*, Acep Aripudin, *Dakwah Antarbudaya*, hlm., 133

¹⁹ Awaludin Pimay, *Paradigma Dakwah Humanis, Strategi dan Metode Dakwah Saefudin Zuhri*, Rasail, Mijen, 2005, hlm., 45

²⁰ *Op.cit.*, Acep Aripudin., *Dakwah Antarbudaya*, hlm. 19-22

tersebut adalah konsekuensi logis akibat proses difusi budaya dari budaya yang berbeda. Da'i menyampaikan pesan-pesan dakwah yang termasuk baru bagi komunitas masyarakat tertentu. Maka budaya baru itu jelas mengancam eksistensi budaya lama yang telah dipeluk masyarakat sejak lama yang sudah berakar di kehidupannya.

Umumnya mad'u menganggap budaya baru itu aneh bahkan menyalahkan. Budaya baru itu terkadang berbentuk gagasan, teori, dan tindakan yang teraktualisasi dalam proses interaksi masyarakat. Apabila gagasan-gagasan baru itu tidak memiliki landasan kuat dan tidak tersosialisasikan dalam pengalaman hidup, maka budaya baru itu mendapat dukungan dari komponen masyarakat dan terisolasi secara terus-menerus maka perlahan-lahan budaya baru itu, apa pun bentuknya akan diterima masyarakat.

Kedua, *acculturation theory* (teori akulturasi) atau teori percampuran. Era globalisasi tak hanya berpengaruh terhadap pola komunikasi dan sistem informasi, lebih dari itu, konsekuensi terjadinya pembauran budaya global, baik ranah fisik maupun mental. Sarana teknologi informasi dan transportasi telah mempermudah hubungan antarbudaya semakin cepat dan kuat. Dalam era informasi, hubungan antarmanusia tak hanya sebatas satu wilayah antarnegara, tetapi mencakup manusia sejagat. Kemudahan hubungan (relasi) dan interaksi antarsesama manusia dan berbagai komponen budaya menjadi bagian dari hubungan dalam dakwah antarbudaya.

Dari landasan teori ini, percampuran budaya karena interaksi manusia akan kehadiran bentuk budaya baru merupakan keniscayaan. Setiap manusia

komponen bangsa penghuni bumi ini memiliki kebudayaan, bahkan kebudayaan unggulan masing-masing anggota masyarakat untuk saling tukar secara terus-menerus dalam proses kehidupannya.

Ketiga, *receptie theory* (teori resepsi). Menerima sepenuhnya atau menerima sebagian gagasan budaya yang lain adalah landasan utama teori ini. Penerimaan bisa terjadi karena gagasan dan budaya baru itu dianggap lebih baik dan menjanjikan terhadap perbaikan nasib hidup masyarakat. Fakta sejarah pengalaman ideal suatu masyarakat sering menjadi sandaran utama proses penerimaan terhadap gagasan-gagasan dan budaya baru dalam teori resepsi. Kondisi sosial masyarakat akan tampak lebih harmoni dan berjalan lebih terkendali karena terjadi kesepahaman dan atau paksaan.

Keempat, *complementary theory* (teori komplementer) yaitu terjadi proses pertukaran antarbudaya di dunia berjalan dengan cepat sehingga memungkinkan terjadi gesekan dan perpaduan budaya-budaya tersebut. Pada kenyataannya tak sepenuhnya suatu budaya baru/budaya lain dapat diterima pihak suatu masyarakat dengan mulus bahkan bisa terjadi penolakan. Akan tetapi lambat laun sebagian budaya luar dan baru itu diterima, bahkan dijadikan model dalam hubungan interaksi antar masyarakat. Antara budaya baru suatu masyarakat dan budaya lainnya bukan saling berbenturan (*clash culture*), tetapi menjadi budaya yang saling mengisi (*complementary culture*).²¹ Dengan teori-teori diatas, maka akan lebih membantu menganalisis berbagai proses interaksi sosial dan dinamika dakwah yang menjadi realitas dalam masyarakat multikultural.

²¹ *Ibid.*, Acep Aripudin, *Dakwah Antarbudaya*,. hlm. 19-22

2.3.4 Strategi dakwah antarbudaya

Strategi dakwah adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan-kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Ada dua hal yang perlu diperhatikan dalam hal ini, yaitu :

1. Strategi merupakan rencana tindakan (rangkaiannya kegiatan dakwah) termasuk penggunaan metode dan pemanfaatan berbagai sumber daya atau kekuatan. Dengan demikian strategi merupakan proses penyusunan rencana kerja, belum sampai pada tindakan.
2. Strategi disusun untuk mencapai tujuan tertentu. Artinya, arah dari semua keputusan penyusunan strategi adalah pencapaian tujuan. Oleh sebab itu, sebelum menentukan strategi, perlu dirumuskan tujuan yang jelas serta dapat diukur keberhasilannya.²²

Al-Bayanuni seperti dikutip oleh Ali Aziz, mendefinisikan strategi dakwah (*manahij al-da'wah*) sebagai berikut :

نظم الدعوة و خططها المرسومة لها

“Ketentuan-ketentuan dakwah dan rencana-rencana yang dirumuskan untuk kegiatan dakwah”.²³

Penentuan strategi dakwah juga berdasarkan surat Al- jumu'ah ayat 2, yaitu tentang tugas para rasul sekaligus bisa dipahami sebagai strategi dakwah.²⁴

هُوَ الَّذِي بَعَثَ فِي الْأُمِّيِّينَ رَسُولًا مِّنْهُمْ يَتْلُوا عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ

الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِن كَانُوا مِن قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ ﴿٢﴾

²² Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group. 2009, hlm., 349-350

²³ *Ibid.* Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, hlm., 351.

²⁴ *Ibid.* Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, hlm., 353-354

*“Dia-lah yang mengutus kepada kaum yang buta huruf seorang Rasul di antara mereka, yang membacakan ayat-ayat-Nya kepada mereka, mensucikan mereka dan mengajarkan mereka kitab dan Hikmah (As Sunnah). dan Sesungguhnya mereka sebelumnya benar-benar dalam kesesatan yang nyata”.*²⁵

Fokus kajian strategis kebudayaan dakwah Islam, hakikatnya memandang dakwah antarbudaya sebagai sebuah proses berpikir dan bertindak secara dialektis dengan segala unsur-unsur dakwah dan budaya yang melingkupinya, demi tujuan dakwah, yakni menciptakan sebuah masyarakat Islam.

Strategi dakwah antarbudaya merupakan upaya aktif untuk menyatukan ide pikiran dan gerakan-gerakan dakwah dengan mempertimbangkan keragaman sosial budaya yang melekat pada masyarakat. Strategi ini membutuhkan perencanaan matang dan bijak tentang dakwah Islam secara rasional untuk mencapai tujuan Islam dengan mempertimbangkan budaya masyarakat, baik segi materi dakwah, metodologi maupun lingkungan tempat dakwah berlangsung.²⁶

Proses tahapan dakwah, apabila dakwah ingin berhasil adalah mesti dilakukan proses transformasi nilai-nilai budaya, baik dari dalam ke luar atau sebaliknya akan menerima suatu keterputusan dan keberlangsungan nilai-nilai budaya yang baru. Proses transformasi ini jalan tengah terhadap keberlangsungan kontinuitas budaya.²⁷

Dakwah Islam menjadi tawaran dalam proses pembangunan dengan tidak mengabaikan ataupun menerima khazanah budaya lokal. Sebagaimana dalam

²⁵ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahan Departemen Agama RI dengan Transliterasi Model Per Baris.*, Semarang : CV. Asy Syifa', 2001, hlm. 1587

²⁶ Acep Aripudin, *Dakwah Antarbudaya*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2012. hlm. 119

²⁷ *Ibid*, Acep Aripudin, *Dakwah Antarbudaya*, hlm., 120-121

prinsip kaidah-kaidah yurisprudensi Islam, yakni “*memelihara nilai-nilai lama yang baik dan mengambil nilai-nilai baru yang lebih baik*”.

المحافظة على قدم الصالح و الاخذ بجد يد الاصلاح

Konsep *umatan wahidah* (ketunggalan umat) dalam isyarat Al-Quran mesti dipahami sebagai ketunggalan dalam iman dan peradaban. Proses terbentuknya masyarakat beradab sedang terjadi dan akan terus berlangsung, yaitu melalui terjadinya pertukaran budaya manusia melalui kemajuan *sains* dan teknologi komunikasi, dalam rangka globalisasi. Kenyataan yang sedang berlangsung akan berdampak positif dan negatif bagi tatanan kehidupan umat. Strategi mengenali budaya setempat merupakan *enterpoint* (titik pembuka) terhadap tindakan-tindakan dan kebijakan proses transformasi nilai-nilai Islam.²⁸

Keserasian atau harmoni dalam masyarakat (*social equilibrium*) merupakan keadaan yang diidamkan setiap masyarakat. Keserasian masyarakat dimaksudkan sebagai suatu keadaan di mana lembaga-lembaga kemasyarakatan benar-benar berfungsi dan saling mengisi. Dalam keadaan demikian, individu secara psikologis merasakan akan adanya ketentraman karena tidak adanya pertentangan dalam norma-norma dan nilai-nilai.²⁹

²⁸ *Ibid.*, Acep Aripudin, *Dakwah Antarbudaya*, hlm., 122

²⁹ Soekanto, Soerjono, *Sosiologi Suatu Pengantar*, Jakarta, PT RajaGrafindo Persada, hlm., 288