

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

KERANGKA KONSEPTUAL

2.1. Definisi Identitas dan Negosiasi Identitas

Identitas merupakan konsep penting dalam studi komunikasi antarbudaya, karena identitas setiap individu dan kelompok selalu dibawa ke dalam proses interaksi. Menurut Ting-Toomey & Dorjee, (2020) identitas merupakan refleksi dari keanggotaan seseorang dalam suatu kelompok sosial, budaya, atau personal yang diwujudkan melalui komunikasi simbolik. Identitas terdiri dari dimensi personal (ciri khas individu), relasional (hubungan dengan orang lain), dan kolektif (keanggotaan dalam kelompok atau budaya tertentu). Oleh karena itu, identitas seseorang tidak tetap, melainkan bisa diubah dan ditafsirkan sesuai dengan konteks interaksi dan komunikasi seseorang. Sementara itu, Collier & Thomas, (1988) mendefinisikan identitas sebagai “*a person’s positioning in relation to others in discourse, involving the enactment of membership in social groups.*” Artinya, identitas bukan hanya sesuatu yang melekat, melainkan selalu dibentuk melalui interaksi sosial dan bahasa. Selanjutnya, menurut Kambo, (2022) identitas individu maupun kelompok tercermin dalam interaksi simbolik sehari-hari, dimana bahasa menjadi medium utama pembentukan dan pernyataan identitas.

Negosiasi identitas merupakan proses dimana seseorang menegosiasikan rasa aman, dihargai, dan diterima dalam interaksi lintas budaya. Dorjee & Ting-Toomey, (2020) melalui *Identity Negotiation Theory (INT)* menjelaskan bahwa negosiasi identitas melibatkan upaya mencapai keamanan identitas (rasa aman), inklusi (rasa diterima), dan facework (pemeliharaan harga diri) dalam komunikasi antarbudaya. Untuk mengatasi perbedaan simbol, istilah, dan gaya komunikasi, proses ini membutuhkan kesadaran budaya, juga dikenal sebagai kesadaran budaya. Sementara, menurut Riyanto, (2024), negosiasi identitas adalah proses interaksi antarbudaya yang memerlukan kesadaran simbol, nilai, norma untuk mencapai kesepahaman bersama.

Dalam hal jual beli lintas batas di Pulau Sebatik, negosiasi identitas antara pedagang dan pembeli tidak hanya berlangsung melalui pertukaran barang, tetapi juga melalui interaksi simbolik. Bahasa berfungsi sebagai alat penting dalam proses negosiasi identitas. Pedagang di Indonesia dan Malaysia sering menggunakan kombinasi Bahasa Indonesia dan Bahasa Melayu. Bahasa bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga representasi identitas yang menunjukkan kedekatan sosial, afiliasi budaya, dan keterbukaan untuk membangun relasi budaya. Oleh karena itu, bahasa menjadi alat penting untuk mempertahankan identitas individu dan kolektif serta memfasilitasi keberlangsungan transaksi ekonomi.

2.2. Komunikasi Antarbudaya

2.2.1. Pengertian Komunikasi Antarbudaya

Komunikasi antarbudaya pertama kali dikenalkan oleh Edward T. Hall, seorang antropolog yang terkenal. Dia mengenalkan komunikasi antarbudaya dalam bukunya yang berjudul "*The Silent Language*" pada tahun 1959. Edward T Hall menjelaskan konsep-konsep sebagai komponen budaya dalam liliweri, (2019). Misalnya, dalam sistem politik, agama dan kekuasaan yang kita kenal.

Komunikasi antarbudaya merupakan interaksi antara individu dengan latar belakang budaya berbeda, yang memerlukan pemahaman mendalam terhadap konteks budaya agar komunikasi dapat berlangsung secara efektif (Putri et al., 2024). Komunikasi antarbudaya merupakan komunikasi yang dilakukan oleh berbagai suku, bangsa, etnis, agama dan negara. Komunikasi ini dilakukan oleh dua atau lebih suku bangsa yang berbeda (Karmilah, 2020). Komunikasi antarbudaya terjadi antara individu dengan latar belakang budaya yang berbeda, dan pada hakikatnya, keberagaman budaya membuat komunikasi sangat penting untuk mencapai integrasi sosial (Mustika, 2023). Selanjutnya, Sihabudin, (2022) mendefinisikan komunikasi antarbudaya seperti komunikasi yang terjadi antara orang yang memiliki perbedaan ras, suku, bangsa bahasa, status, sosial, dan jenis kelamin. Menurut Tubbs dan Moss dalam Sihabudin, (2022) Setiap kali komunikasi antarbudaya terjadi, perbedaan kerangka rujukan (*frame of reference*) peserta komunikasi membuat komunikasi lebih rumit dan sulit dilakukan, terutama

karena peserta mungkin tidak menadari semua aspek budaya peserta lainnya. Oleh karena itu, orang-orang dari latar belakang budaya yang berbeda harus dapat berkomunikasi dengan baik dan memiliki persepsi yang positif satu sama lain agar hubungan antara orang-orang dari latar belakang yang berbeda dapat berjalan dengan baik.

Komunikasi antarbudaya dapat disebabkan oleh keragaman dan perbedaan kebudayaan. Komunikasi antarbudaya adalah jenis komunikasi yang terjadi antara individu atau kelompok orang yang memiliki perbedaan terkait asal-usul budaya. (Lutfi, 2020). Definisi ini mencerminkan realitas komunikasi di wilayah perbatasan, seperti interaksi yang muncul dari individu yang memiliki latar belakang yang berbeda dan melakukan proses komunikasi, baik secara verbal maupun nonverbal. Di daerah perbatasan seperti Pulau Sebatik, konsep ini menjadi sangat penting karena warga negara Indonesia dan Malaysia yang tinggal berdampingan kerap terlibat dalam berbagai bentuk komunikasi lintas budaya dalam kehidupan sehari-hari. Berbagai perbedaan seperti bahasa, kebiasaan, dan sistem sosial menjadi faktor yang dapat memengaruhi komunikasi. Oleh sebab itu, pemahaman tentang komunikasi antarbudaya penting untuk melihat bagaimana proses komunikasi tersebut terjadi dan juga untuk mengidentifikasi hambatan maupun bentuk komunikasi yang dilakukan oleh masing-masing pihak.

2.2.2. Proses Komunikasi Antarbudaya

Menurut Oktarina & Abdullah, (2017) Komunikasi selalu terjadi di antara dua orang atau mungkin lebih dari itu organisasi, publik, dan massa yang melibatkan pertukaran tanda-tanda melalui telepon, radio, suara, atau kata-kata dalam buku atau surat kabar.

Dalam Anwar, (2018) terdapat tujuh unsur dalam proses komunikasi antarbudaya, yaitu sebagai berikut:

1. Komunikator

Dalam komunikasi antarbudaya, komunikator adalah orang pertama yang mengirimkan pesan tertentu kepada orang lain yang disebut komunikan.

Bergantung pada latar belakang etnis, ras, nilai, dan norma, penguasaan bahasa, pandangan tentang pentingnya percakapan dalam konteks budaya, dialek, aksen, dan sikap, setiap komunikator memiliki karakteristik yang berbeda.

2. Komunikasikan

Orang yang menerima pesan tertentu disebut komunikasi dalam komunikasi antarbudaya. Tiga jenis pemahaman berbeda akan digunakan oleh komunikasikan untuk memahami isi pesan: (1) kognitif, di mana komunikasikan menerima pesan sebagai benar; (2) afektif, di mana komunikasikan percaya bahwa pesan itu benar dan baik; dan (3) tindakan nyata, di mana komunikasikan percaya bahwa pesan itu benar dan baik sehingga mendorong tindakan yang tepat.

3. Pesan

Pesan adalah pikiran, ide, gagasan, atau perasaan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikasikan dalam proses komunikasi dalam bentuk simbol.

4. Media

Media didefinisikan sebagai saluran yang dilalui oleh pesan atau simbol yang dikirim melalui media tertulis, media massa, media elektronik, dan media tatap muka dalam proses komunikasi antarbudaya.

5. Efek

Jika tidak ada umpan balik dalam komunikasi antarbudaya, kedua komunikator dan komunikasikan tidak akan dapat memahami konsep, pikiran, dan perasaan yang terkandung dalam sebuah pesan. Tanggapan balik dari komunikasikan terhadap pesan yang telah disampaikan dikenal sebagai efek atau umpan balik.

6. Suasana

Salah satu faktor yang penting dalam komunikasi antarbudaya adalah tempat, waktu, suasana (sosial, psikologis) Ketika komunikasi antarbudaya berlangsung.

7. Gangguan

Setiap hal yang menghambat proses komunikasi, seperti menghambat laju pesan antara komunikator dan komunikan atau bahkan mengurangi makna pesan antarbudaya, disebut sebagai gangguan komunikasi antarbudaya. Gangguan komunikasi antarbudaya dapat berasal dari komunikator, komunikan, pesan, dan media, serta media itu sendiri yang mengurangi upaya bersama untuk memberikan makna yang sama.

2.2.3. Tujuan dan Fungsi Komunikasi Antarbudaya

Pada dasarnya tujuan dan fungsi komunikasi antarbudaya adalah membangun harmonisasi dalam interaksi antar individu atau kelompok yang memiliki latar belakang budaya berbeda. Maka dari itu, komunikasi antarbudaya diperlukan untuk mengetahui hubungan kompleks antara bahasa, budaya, dan identitas sosial seseorang. Seperti dalam buku Liliweri, (2019) menegaskan bahwa Komunikasi antar budaya akan menempatkan bahasa sebagai alat negoisasi identitas dalam interaksi antarbudaya.

Menurut Alo Liliweri dalam Turistiati & Andhita, (2021) terdapat dua fungsi utama dari komunikasi antarbudaya yaitu, fungsi pribadi dan fungsi sosial. Fungsi pribadi bersangkutan dengan fungsi komunikasi antarbudaya yang ditunjuk melalui perilaku komunikasi yang bersumber dari individu. Sedangkan fungsi sosial merupakan komunikasi antarbudaya yang berasal dari lingkungan sosial.

2.3. Aktivitas Jual Beli di Perbatasan

Pulau Sebatik menjadi gerbang aktivitas perdagangan dan ekonomi di daerah perbatasan Indonesia dan Malaysia yang terletak di Provinsi Kalimantan Utara yang bertumpu pada sektor pertanian, Perkebunan, peternakan, dan pariwisata. Di Pulau Sebatik, aktivitas jual beli menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari dan berlangsung secara resmi dan tidak resmi. Aktivitas jual beli di daerah perbatasan atau Pulau

Sebatik tidak hanya mencakup interaksi ekonomi saja, tetapi juga termasuk pertemuan orang dengan latar belakang budaya yang berbeda dan mempertemukan identitas dan kebiasaan yang berbeda.

Aktivitas jual beli di Pulau Sebatik sangat dipengaruhi oleh faktor geografis, sosial, ekonomi, dan budaya. Menurut Jafar *et al.*, (2022), daerah perbatasan lebih memiliki ketegantungan ekonomi terhadap negara yang berbatasan dengannya karena akses yang mudah, cepat, murah, dan stok barang lebih lengkap. Sebagian barang pokok dan kebutuhan lainnya didatangkan langsung dari Tawau, Sabah, Malaysia. Kemudian dipejualbelikan Kembali di pasar maupun toko-toko yang ada di Sebatik. Jual beli di Pulau Sebatik juga tidak luput dari penggunaan dua mata uang, yaitu rupiah dan ringgit. Penggunaan mata uang pada aktivitas jual beli di Pulau Sebatik bersifat fleksibel, tergantung pada kesepakatan yang terjadi antara penjual dan pembeli. Hal ini menjadi suatu keunikan, tetapi juga rentan terhadap konflik kecil atau ketidaksepahaman.

Menurut Yanti & Muawanah, (2020) aktivitas perdagangan di daerah perbatasan memiliki ciri khas seperti adanya kesepakatan tidak tertulis, relasi sosial jangka Panjang, serta fleksibilitas dalam aturan. Dalam konteks ini, interaksi jual beli bukan hanya sekedar pertukaran ekonomi, melainkan juga terjadi negosiasi identitas sosial dan budaya. Contohnya, pembeli dari Indonesia yang sudah menjadi langganan akan lebih mudah dalam proses tawar-menawar, pelayanan, maupun dalam hal pembayaran. Hal seperti kepercayaan ini yang menjadi faktor kunci dalam kelangsungan aktivitas jual beli lintas batas.

Hubungan seperti ini terus berulang, interaksi antara penjual dan pembeli tidak hanya terkait proses interaksi jual beli, tetapi memunculkan dimana identitas dinegosiasikan, terutama dalam penggunaan bahasa, tawar-menawar, serta cara penyampaian maksud dan emosi. Maka dari itu, aktivitas jual beli di Pulau Sebatik bukan hanya menjadi media interaksi jual beli, tetapi juga menjadi tempat berjumpa orang-orang dengan latar belakang budaya yang berbeda dan melakukan negosiasi sosial.

2.4. Identitas Budaya

Identitas budaya merupakan bagian penting dari diri seseorang yang terbentuk melalui pengalaman sosial, nilai, simbol, dan praktik budaya yang diwarisi maupun dipilih secara sadar. Menurut Chen & Mendy, (2021), identitas budaya mengacu pada keanggotaan seseorang dalam suatu kelompok budaya, seperti etnis, bangsa, agama, atau komunitas sosial yang berpengaruh pada cara individu berpikir dan berkomunikasi.

Penelitian oleh Hariyati, (2021) menegaskan bahwa identitas budaya yang dibawa oleh mahasiswa asing dalam interaksi sosial berpengaruh terhadap cara mereka memilih gaya komunikasi dan strategi adaptasi. Dalam konteks aktivitas jual beli yang terjadi di Pulau Sebatik, hal seperti ini terjadi Ketika warga Malaysia dan Indonesia bertemu dalam aktivitas interaksi jual beli lintas batas dan membawa identitas dari negaranya masing-masing. Misalnya pembeli asal Indonesia terbiasa dengan panggilan om, kakak, atau abang, sedangkan penjual asal Malaysia menggunakan sapaan formal seperti pacik dan macik. Sapaan ini menjadi symbol identitas yang menciptakan rasa saling menghormati. Menurut Abdullah, (2023) identitas budaya dapat memengaruhi persepsi pada gaya komunikasi orang lain, dan jika tidak disadari bisa menimbulkan salah paham.

Komunikasi jual beli juga mempengaruhi tingkat kepercayaan, cara tawar-menawar, dan ekspresi ketidaksetujuan. Menurut Adde, (2024) menemukan bahwa interaksi antarbudaya dapat berjalan lancar jika terdapat kesadaran budaya dan strategi komunikasi adaptif, yang secara tidak langsung merupakan bentuk negosiasi identitas. Dengan begitu, pemahaman tentang identitas budaya menjadi hal penting dalam hal komunikasi antarbudaya karena dapat memudahkan seseorang dalam berinteraksi dengan lebih efektif dan mencegah kesalahpahaman yang berasal dari perbedaan nilai dan kebiasaan.

2.5. Faktor-Faktor yang memengaruhi Komunikasi Antarbudaya

2.5.1. Faktor Pendukung Komunikasi Antarbudaya

1. Penguasaan Bahasa

Adanya perbedaan bahasa yang digunakan dapat menyebabkan kesalahpahaman dalam komunikasi antarbudaya. Bahasa adalah sarana yang mendasari komunikasi. Agar pesan dapat disampaikan dengan baik dan mendapat respons yang diharapkan, baik komunikator maupun komunikan harus menguasai bahasa yang digunakan dalam komunikasi.

2. Sarana Komunikasi

Sarana komunikasi yang dimaksud disini adalah alat yang membantu orang berkomunikasi dengan satu sama lain, baik secara verbal maupun nonverbal. Di era digitalisasi ini, teknologi sudah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Maka dari itu, proses komunikasi menjadi lebih mudah.

Komunikasi dapat disampaikan secara tidak langsung dengan tulisan atau surat walau jarak yang cukup jauh sejak ditemukan berbagai media komunikasi yang lebih baik selain komunikasi verbal, seperti papyrus di Mesir dan kertas dari Cina. Komunikasi semakin lancar semenjak penemuan sarana komunikasi elektrik seperti televisi, radio, telepon genggam, dan internet. Tentu sarana komunikasi tersebut membuat jangkauan komunikasi semakin luas dan lancar.

3. Kemampuan Berpikir

Kemampuan berpikir diperlukan karena sangat mempengaruhi kelancaran komunikasi. Karena pemberi pesan memiliki kapasitas berpikir lebih besar daripada penerima pesan, maka pemberi pesan harus dapat menjelaskan. Oleh karena itu, kemampuan berpikir diperlukan untuk mewujudkan komunikasi yang efektif serta dapat mencapai tujuan bersama. Sama halnya dengan komunikasi tidak langsung misalna menulis buku, baik penulis maupun pembaca sangat dibutuhkan kemampuan berpikir yang baik agar penulis dapat menyampaikan maksud dari tulisan dengan baik dan mudah dimengerti. Begitu

juga sebaliknya, pembaca harus memiliki kemampuan berpikir yang luas sehingga dapat dengan baik memahami maksud dari tulisan penulis.

4. Lingkungan yang Baik

Lingkungan yang baik juga menjadi salah satu penunjang jalannya komunikasi. Menurut Panuju, (2020) Komunikasi di lingkungan kampus perguruan tinggi tentu saja berbeda dengan komunikasi yang dilakukan ditempat yang bising seperti pasar maupun ditempat keramaian lainnya.

2.5.2. Faktor Penghambat Komunikasi Antarbudaya

Mengenai hambatan komunikasi, gangguan dan rintangan komunikasi pada dasarnya dapat dibedakan menjadi tujuh macam (Anwar, 2018), yaitu:

1. Gangguan Teknis, yaitu apabila terjadi sesuatu seperti gangguan pada alat komunikasi yang digunakan, sehingga informasi yang ditransmisikan melalui saluran mengalami kerusakan.
2. Gangguan Semantik, yang terjadi karena kesalahan bahasa. Ini sering terjadi karena:
 - a. Kata-kata yang digunakan terlalu banyak menggabungkan jargon asing sehingga sulit dimengerti oleh khalayak tertentu.
 - b. Bahasa pembicara berbeda dengan bahasa penerima, termasuk dialeg.
 - c. Struktur bahasa yang tidak sesuai, sehingga membingungkan penerima.
 - d. Tradisi budaya yang menyebabkan interpretasi yang salah tentang simbol yang digunakan.
3. Gangguan psikologis, yaitu gangguan yang disebabkan oleh persoalan pribadi.
4. Rintangan fisik atau organik, yaitu rintangan yang disebabkan oleh lokasi geografis.

5. Rintangan status, yaitu rintangan yang disebabkan oleh jarak sosial di antara peserta komunikasi, seperti perbedaan status antara junior dan senior.
6. Rintangan kerangka berpikir, yaitu tantangan yang muncul karena perbedaan cara komunikator dan khalayak melihat pesan yang dikomunikasikan. Ini karena perbedaan pendidikan dan latar belakang.
7. Ada perbedaan norma, kebiasaan, dan nilai yang dianut oleh pihak-pihak yang menyebabkan rintangan budaya.

2.6. Landasan Teori

2.6.1. Teori Negoisasi Identitas (Identity Negotiation Theory)

Teori negoisasi identitas (Identity Negotiation Theory) yang dikembangkan oleh Stella Ting Toomey mengasumsikan bahwa setiap individu memiliki identitas budaya yang berbeda. Dalam buku Little & Karen, (2019) teori negoisasi identitas mengeksplorasi cara-cara dimana identitas dinegoisasikan dalam interaksi, terutama dalam interaksi dengan orang yang berbeda budaya. Identitas atau gambaran refleksi diri, terbentuk dari negoisasi. Ketika kita menyatakan, memodifikasi, atau menentang identifikasi-identifikasi diri kita atau orang lain.

Teori negoisasi identitas dalam (Lewicki, 2012) yang dikemukakan oleh Ting Toomey mempunyai 10 asumsi teoritis, yaitu:

- a. Dinamika utama dari identitas dan keanggotaan seseorang dalam kelompok terbentuk dari komunikasi simbolik dengan orang lain.
- b. Orang-orang dalam kelompok budaya atau kelompok etnis memiliki kebutuhan mendasar akan dorongan untuk mendapatkan kenyamanan identitas, kepercayaan, keterlibatan, stabilitas, dan koneksi.
- c. Setiap orang akan merasakan kenyamanan identitas dalam lingkungan budaya yang sudah familiar, dan sebaliknya setiap orang akan merasakan kenyamanan identitas di tempat lain.
- d. Setiap orang cenderung memiliki kepercayaan identitas ketika berkomunikasi dengan orang-orang dari budaya yang sama atau hampir sama. Sebaliknya, mereka cenderung mengalami kerentanan identitas

ketika berbicara tentang masalah yang terikat oleh peraturan budaya yang berbeda.

e. Jika kelompok yang diharapkan memberikan respons yang positif, individu di suatu budaya cenderung merasa bagian dari kelompok.

f. Setiap orang mengharapkan koneksi antarpribadi melalui kedekatan relasi yang signifikan, dan sebaliknya ketika seseorang berada dalam relasi terpisah, mereka akan mengalami otonomi identitas.

g. Dalam situasi budaya yang dapat diperkirakan, seseorang cenderung memperoleh identitas yang stabil, tetapi dalam situasi budaya yang tidak terduga, identitas mereka dapat berubah.

h. Arti, pemahaman, dan penilaian topik atau masalah identitas dipengaruhi oleh aspek budaya, individu, dan keragaman lingkungan.

i. Keinginan untuk dipahami, didukung, dan dihargai adalah bagian dari Keputusan yang dibuat selama proses negosiasi identitas.

j. Komunikasi antarbudaya yang penuh kesadaran menegaskan bahwa keterampilan komunikasi, pemahaman tentang budaya orang lain, dan dorongan atau inspirasi diperlukan untuk berinteraksi secara tepat, memuaskan, dan efektif.

Ting Toomey dalam Little & Karen, (2019) menegaskan bahwa keadaan bikulturalisme fungsional juga dikenal sebagai bikulturalisme fungsional, dimana kita dapat dengan sadar dan mudah berpindah dari satu konteks budaya ke budaya lain, adalah keadaan yang mengubah budaya (*cultural transformer*). Kemampuan lintas budaya merupakan faktor utama untuk mencapai kondisi-kondisi tersebut. Kemampuan lintas budaya terdiri dari 3 bagian, yaitu:

1) Pengetahuan (*Knowledge*)

Pemahaman tentang pentingnya identitas budaya atau etnik dan kemampuan memahami apa yang penting bagi orang lain disebut pengetahuan.

2) Kesadaran (*mindfulness*)

Secara sederhana. Kesadaran berarti secara biasa dan teliti untuk menyadari.

3) Kemampuan (*skill*)

Kemampuan yang dimaksud adalah kemampuan untuk menegosiasikan identitas melalui observasi yang teliti, menyimak, empati, kepekaan non-verbal, kesopanan, penyusunan ulang dan kolaborasi.

Menurut Ting Toomey dalam (Laili, 2021) dalam teori negosiasi identitas, ada dua standar komunikasi: (1) kecocokan, yang menunjukkan seberapa cocok dan sesuai perilaku dengan standar budaya yang diharapkan, dan (2) keefektifan, yang menunjukkan seberapa baik komunikator mencapai makna dan hasil yang diinginkan dalam situasi tertentu.

Dalam konteks aktivitas jual beli lintas batas, teori negosiasi identitas dapat menjadi panduan untuk mengamati bagaimana penjual dan pembeli dari kewarganegaraan yang berbeda menyesuaikan gaya bicara, bahasa, simbol seperti sapaan dan mata uang, serta membangun kepercayaan dan relasi. Komunikasi antara penjual dan pembeli akan berlangsung dengan baik jika masing-masing pihak merasa dihargai.

Teori ini relevan karena menjelaskan bagaimana kedua pihak menyesuaikan komunikasi verbal dan non-verbal dalam menjembatani perbedaan budaya serta menegosiasikan peran, status dan norma saat berkomunikasi. Teori negosiasi identitas ini akan menjelaskan bagaimana warga Indonesia dan Malaysia menegosiasikan identitasnya dalam aktivitas jual beli. Negosiasi identitas menjadi penting untuk menciptakan kenyamanan, rasa hormat, dan kelancaran dalam interaksi jual beli antarwarga negara di wilayah perbatasan.

2.6.2. Teori Akomodasi Komunikasi (Communicatin Accmmodation Theory - CAT) oleh Howard Giles.

Teori Akomodasi Komunikasi (CAT) dikembangkan oleh Howard Giles menjelaskan tentang bagaimana individu menyesuaikan perilaku komunikasi kita dengan komunikasi orang lain dalam konteks interaksi sosial, khususnya komunikasi antarbudaya. Menurut Morissan, (2024), dalam ilmu komunikasi, teori ini termasuk salah satu teori yang paling penting. Misalnya, dua orang yang

berbicara meniru Gerak tubuh lawan bicara mereka. Perilaku meniru ini disebut oleh Giles sebagai “konvergensi”, atau menjadi satu, sedangkan lawan bicaranya disebut “divergensi”, atau menjauh/terpisah (*moving apart*).

Ada dua strategi utama dalam teori akomodasi komunikasi:

1. **Konvergensi** merupakan penyesuaian gaya komunikasi untuk mendekati lawan bicara, meliputi aksen, dialek, volume suara, intonasi, kata-kata, gaya bahasa, gestur tubuh dan lain-lain. Konvergensi merupakan proses dimana orang lebih menyesuaikan karakteristik komunikasi orang lain untuk mengurangi perbedaan sosial. Konvergensi bersifat “Sebagian” (*Partial*) atau “lengkap” (*complete*). Misalnya Ketika seorang komunikator berbicara agak cepat atau lambat untuk menyamai tingkat kecepatan lawan bicaranya. Konvergensi ada waktunya disukai dan mendapat apresiasi atau malah sebaliknya menjadi kurang disukai.

2. **Divergensi** disebut mempertahankan atau menonjolkan perbedaan dalam gaya komunikasi untuk menegaskan identitas kelompok terhadap identitas mereka yang berada diluar kelompok. Karena divergensi menunjukkan perbedaan yang mudah diamati, kita sering lebih sadar ketika adanya divergensi daripada ketika konvergensi

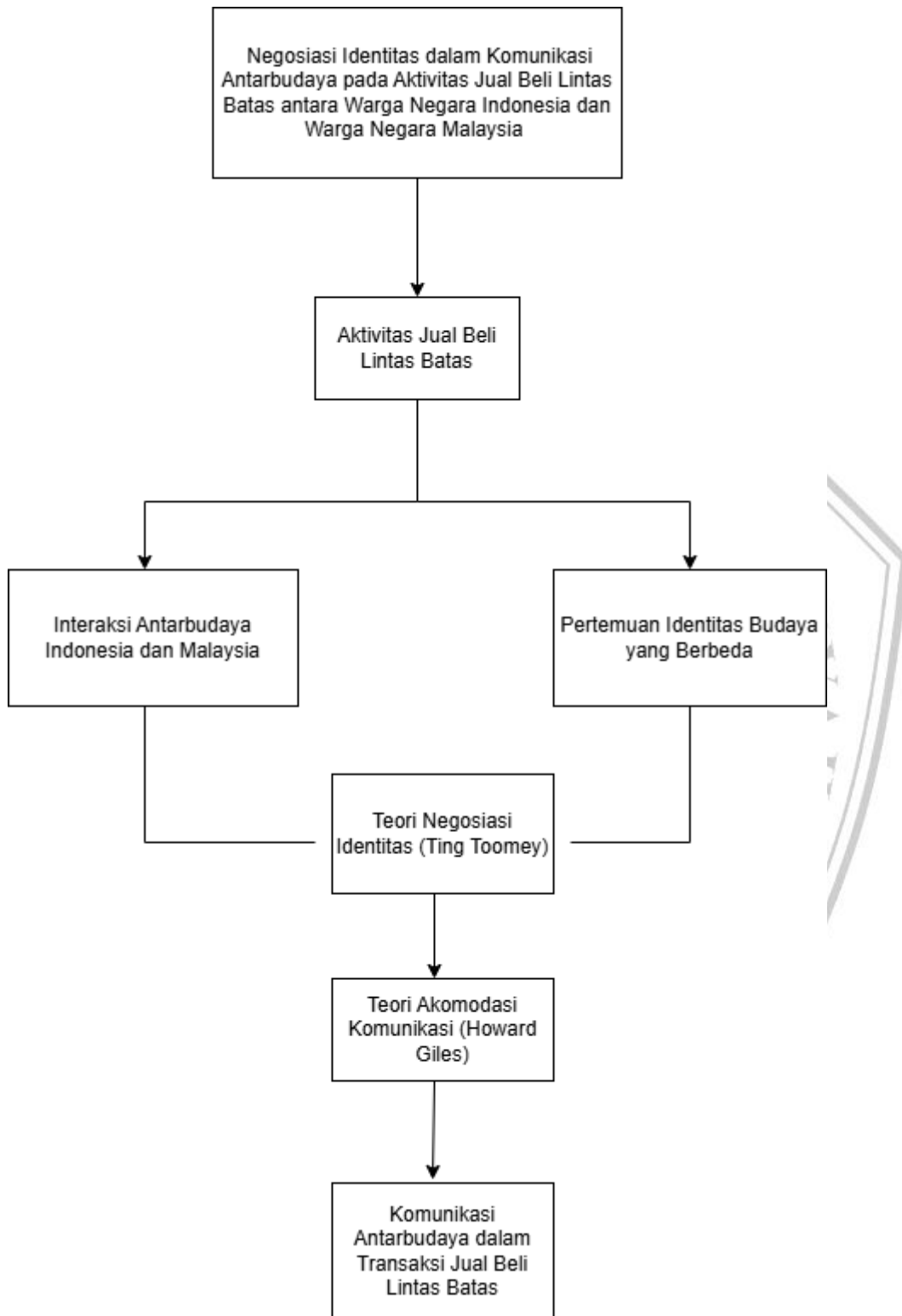
Teori ini dipengaruhi oleh psikologi sosial berdasarkan empat asumsi utama, yaitu:

- a. Pada waktu melakukan komunikasi, akan terdapat kesamaan perbedaan dalam ucapan dan perilaku. Sifat yang ditunjukkan orang didasarkan pada pengalaman dan latar belakang budaya tempat seseorang berasal.
- b. Percakapan dievaluasi dengan mempelajari bagaimana orang melihat ucapan dan perilaku orang lain. Dengan menggunakan pemahaman ini, orang membuat Keputusan untuk menyesuaikan diri.
- c. Status sosial dan kepemilikan ditentukan oleh bahasa dan perilaku. Orang-orang yang berkomunikasi cenderung berperilaku seperti orang-orang dengan status sosial yang lebih tinggi.

- d. Yang jadi pemandu dalam proses akomodasi adalah norma. Norma menentukan perilaku seseorang dan mereka diharapkan bertindak sesuai dengan norma.

Dalam konteks komunikasi antarbudaya dalam aktivitas jual beli di Pulau Sebatik, teori ini menegaskan tentang bagaimana mereka menyesuaikan cara berbicara, pilihan bahasa, dan bahasa tubuh untuk membangun keterpahaman dan menghindari konflik (Sri *et al.*, 2021). Pada interaksi jual beli lintas batas di Pulau Sebatik, CAT sangat penting untuk menjelaskan bagaimana penjual dan pembeli mengubah gaya komunikasi mereka, baik secara verbal (bahasa, nada, intonasi) maupun nonverbal (gestur, sapaan) tergantung pada tujuan mereka membangun kepercayaan, resistensi terhadap homogenisasi, atau memperkuat identitas nasional. Misalnya, pedagang Indonesia melakukan *convergence* terhadap pelanggan Malaysia untuk mempermudah transaksi dan membina hubungan, atau, mereka mungkin melakukan perbedaan untuk menegaskan identitas budaya dan mempertahankan harga diri negara.

2.7. Kerangka Berpikir



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

2.8. Penelitian Terdahulu

Guna mendapatkan hasil dan menjadikan penelitian ini sebagai sebuah karya ilmiah, maka peneliti ingin menelaah beberapa karya ilmiah yang relevan dengan penelitian ini. Berikut penelitian terdahulu yang relevan:

1. Penelitian oleh Erlangga et al., (2021) dalam “Journal Of Government and Social Issues (JGSI) yang berjudul “Negosiasi Identitas Budaya Etnis Pendatang Dengan Etnis Lokal Di Kecamatan Pulau Besar Kabupaten Bangka Selatan”, fokus utama penelitian tersebut terletak pada proses negosiasi identitas antara etnis pendatang dan etnis lokal dalam kehidupan sosial Masyarakat di satu wilayah administratif Indonesia. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif \, penelitian oleh Erlangga menemukan bahwa proses negosiasi identitas menghasilkan harmonisasi dan pembauran budaya melalui mekanisme asimilasi dan akulturasi dalam kehidupan sosial sehari-hari. Relevansi penelitian ini terletak pada fokusnya pada negosiasi identitas budaya antara orang yang memiliki latarbelakang budaya yang berbeda. Tetapi, memiliki perbedaan pada lokasi, konteks interaksi, dan fokus kajian.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperkuat temuan sebelumnya, tetapi juga memberikan nilai tambah melalui perluasan konteks, fokus, dan pendekatan teoritis, sehingga memiliki relevansi akademik sekaligus manfaat praktis bagi pengembangan kajian komunikasi antarbudaya di Indonesia, khususnya wilayah perbatasan.

2. Penelitian oleh, Saleh *et al.*, (2023) dalam jurnal ilmiah komunikasi yang berjudul “*Komunikasi Antarbudaya Masyarakat Pendatang di Pulau Sebatik Perbatasan Indonesia-Malaysia*” ini mengkaji praktik komunikasi antarbudaya Masyarakat pendatang di Pulau Sebatik. Penelitian ini berfokus pada bagaimana Masyarakat pendatang menyesuaikan diri dengan budaya lokal dan membangun interaksi sosial dengan komunitas setempat. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adaptasi budaya dan komunikasi

yang efektif menjadi kunci dalam membangun komunikasi dan hubungan yang harmonis di daerah perbatasan.

Relevansi penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada fokusnya terhadap dinamika komunikasi antarbudaya di pulau Sebatik. Tetapi, penelitian terdahulu tidak secara spesifik membedah secara sekuens mikro percakapan tawar-menawar penjual dan pembeli lintas negara maupun negosiasi makna istilah ekonomi yang terjadi di ruang interaksi jual beli antarwarga negara. Dengan demikian penelitian ini dapat memperluas pemahaman negosiasi identitas pada komunikasi antarbudaya di daerah perbatasan dengan menambahkan perspektif lintas negara.

3. Penelitian oleh Shahrizal *et al.*, (2023) dalam “*American Journal of Science Education Research*” yang berjudul “*Border Communities Influence in General Border Committee (GBC) Malaysia-Indonesia (Malindo) / Gbc Malindo: Analysis of Malaysia-Indonesia Land Border Management*” mengidentifikasi bahwa pengaruh komunitas perbatasan terhadap efektivitas General Border Committee (GBC) Malaysia-Indonesia dalam mengelola perbatasan darat. Penelitian ini menunjukkan bahwa keterlibatan aktif. Masyarakat perbatasan dalam kegiatan ekonomi informal dan lintas batas memiliki dampak signifikan terhadap kebijakan dan pengelolaan perbatasan. Temuan dari penelitian ini memberikan latar langsung yang berkaitan dengan arena interaksi penjual dan pembeli Indonesia dan Malaysia di Sebatik, yakni ruang sosial dimana identitas dinegosiasikan melalui transaksi ekonomi.

Relevansi penelitian terdahulu dengan penelitian ini terdapat pada pemahaman tentang peran masyarakat perbatasan dalam membentuk dinamika sosial dan ekonomi di wilayah perbatasan. Penelitian terdahulu juga relevan sebagai pijakan konteks makro. Penelitian terdahulu mendokumentasikan bagaimana komunitas perbatasan, motif ekonomi, dan kebijakan membentuk praktik lintas batas termasuk perdagangan formal dan informal, penggunaan “jalan tikus” dan kedekatan kedia warga negara yang

membuat batas nasional Bersatu dalam kehidupan sehari-hari. Namun, penelitian terdahulu menitikkan fokus penelitian pada aspek kebijakan dan keamanan, sementara penelitian ini lebih berfokus pada proses negosiasi identitas dan interaksi antarbudaya dalam aktivitas jual beli antara warga negara Indonesia dan Malaysia. Maka dari itu, penelitian ini dapat menambah pemahaman tentang bagaimana komunikasi lintas budaya mempengaruhi hubungan aktivitas jual beli lintas batas di perbatasan.

4. Studi oleh Wardhani & Dugis, (2018) yang berjudul “ *The Paradox of Living in the Border: The Case of Indonesia’s Sebatik Island*” mengamati kehidupan Masyarakat Sebatik yang bertujuan untuk memahami bagaimana masyarakat Pulau Sebatik menavigasi identitas nasional dan budaya dalam konteks perbatasan. Temuan utama menunjukkan bahwa walaupun di Pulau Sebatik mempunyai batas negara yang jelas, interaksi sosial dan ekonomi antara warga negara Indonesia dan Malaysia tetap berjalan lancar, bahkan menciptakan identitas yang unik. Relevansinya dengan penelitian ini adalah terletak pada pemahaman bagaimana identitas budaya dan nasional dapat berinteraksi dan bertransformasi di wilayah perbatasan.
5. Jurnal oleh Nugroho *et al.*, (2023) yang berjudul “*The Regionalism of Borders in Indonesia (Case Study: Sebatik Island, Indonesia)*” yang bertujuan untuk memahami bagaimana interaksi spasial antara komunitas perbatasan dipengaruhi oleh kebijakan regional dan nasional. Nugroho dan timnya menemukan bahwa interaksi sosial dan budaya diperbatasan seringkali berkembang secara organik, terlepas dari kebijakan negaranya.

Penelitian terdahulu menyediakan konteks sosial dan ekonomi yang membenarkan uji teori negosiasi identitas dan teori CAT pada level mikro pecakapan atau transaksi, karena identitas dan strategi komunikasi yang diteliti pada penelitian ini, dibentuk oleh pola mobilitas, motivasi ekonomi, dan norma lokal. Relevansinya dengan penelitian ini adalah karena studi ini menyoroti bagaimana interaksi lintas budaya dapat berkembang secara alami di wilayah perbatasan Pulau Sebatik.