

## **Proses Komunikasi Antar Budaya Antara Pedagang Lokal Dengan Wisatawan Asing Di Pantai Kuta, Bali**

Syifa Sri Amanda<sup>1</sup>, Ridma Meltareza<sup>2</sup>  
Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Indonesia Membangun

[121122110060.syifa@student.inaba.ac.id](mailto:121122110060.syifa@student.inaba.ac.id)<sup>1</sup> [ridma.meltareza@inaba.ac.id](mailto:ridma.meltareza@inaba.ac.id)<sup>2</sup>

### **Abstract**

Berinteraksi dengan orang-orang dari berbagai latar belakang budaya bisa menjadi hambatan dalam komunikasi antar budaya. Studi ini bertujuan untuk memahami proses komunikasi antar budaya, variabel-variabel yang memfasilitasi, serta berbagai hambatan dan teknik adaptasi komunikasi yang dihadapi oleh pedagang lokal di Pantai Kuta, Bali, saat berinteraksi dengan wisatawan asing. Pantai Kuta dipilih sebagai lokasi penelitian sebab merupakan kawasan pariwisata internasional dengan intensitas interaksi antarbudaya yang tinggi dan bersifat transaksional. Penelitian kualitatif adalah pendekatan yang diimplementasikan dalam studi ini dengan memanfaatkan metode etnografi terfokus. Data dikumpulkan dengan mengimplementasikan sejumlah teknik, yakni melalui observasi langsung, wawancara, dan dokumentasi pada lima informan kunci pedagang lokal serta tiga informan pendukung wisatawan asing. Teknik analisis data menggunakan analisis tematik dengan mengacu pada model analisis interaktif Miles dan Huberman serta kerangka hambatan komunikasi antar budaya Chaney dan Martin. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa proses komunikasi antara pedagang lokal dan wisatawan asing berlangsung melalui kombinasi komunikasi verbal yang terbatas dan komunikasi nonverbal yang dominan. Hambatan komunikasi yang ditemukan meliputi hambatan fisik, budaya, persepsi, motivasi, pengalaman, emosi, bahasa, nonverbal, dan kompetisi. Untuk mengatasi hambatan itu, pedagang lokal mengembangkan strategi adaptasi komunikasi secara mandiri, seperti penggunaan bahasa Inggris sederhana, gestur tubuh, ekspresi ramah, serta pemanfaatan alat bantu komunikasi. Penelitian ini menegaskan pentingnya kemampuan adaptasi komunikasi antar budaya bagi pedagang lokal dalam mendukung keberlanjutan interaksi pariwisata di kawasan Pantai Kuta, Bali.

**Kata Kunci:** Adaptasi komunikasi, hambatan komunikasi, komunikasi antar budaya, pedagang lokal, wisatawan asing

### **Abstract**

*Interacting with people from diverse cultural backgrounds can be a barrier to intercultural communication. This research aims to understand the intercultural communication process, the variables that facilitate it, and the various barriers and communication adaptation techniques faced by local vendors on Kuta Beach, Bali, when interacting with foreign tourists. Kuta Beach was chosen as the research location because it is an international tourism area with a high level of transactional intercultural interaction. The study implemented a qualitative research approach, utilizing focused ethnographic methods. Data were collected using several techniques, including direct observation, interviews, and documentation with five key informants, local vendors, and three supporting informants, including foreign tourists. Data analysis used thematic analysis, referring to Miles and Huberman's interactive analysis model and Chaney and Martin's framework of intercultural communication barriers. The research findings show that the communication process between local vendors and foreign tourists occurs through a combination of limited verbal communication and dominant nonverbal communication. The communication barriers identified include physical, cultural, perceptual, motivational, experiential, emotional, linguistic, nonverbal, and competitive barriers. To overcome these obstacles, local vendors independently developed adaptive communication strategies, such as using simple English, body gestures, friendly expressions, and utilizing communication aids. This research emphasizes the importance of intercultural communication skills for local vendors in supporting tourism interactions in the Kuta Beach area, Bali.*

**Keywords:** Communication adaptation, communication barriers, foreign tourists, intercultural communication, local traders



## PENDAHULUAN

BPS Provinsi Bali, 2025 memaparkan bahwasanya “Kawasan Pantai Kuta di Kabupaten Badung, Bali merupakan salah satu ikon pariwisata yang tidak hanya berfungsi sebagai pusat rekreasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi antar budaya yang sangat intens dan kompleks. Di sinilah, ribuan pedagang lokal setiap hari bertemu langsung dengan wisatawan mancanegara (wisman) yang datang dari berbagai negara, dengan wisman asal Australia menempati peringkat tertinggi (sekitar 23–25 persen dari total kunjungan). Interaksi ini yang seringkali berpusat pada proses tawar-menawar dan transaksi menjadikan kemampuan komunikasi antar budaya sebagai aspek krusial dalam membangun kepercayaan, hubungan sosial, dan pada akhirnya, kepuasan wisatawan.”

Namun, pada praktiknya, proses komunikasi di lingkungan itu tidak senantiasa berjalan efektif. Fenomena yang sering ditemukan adalah hambatan komunikasi antar budaya yang berwujud kesalahpahaman, misinterpretasi perilaku nonverbal, hingga munculnya stereotip antarbudaya di antara pedagang dan wisatawan. Kelancaran transaksi ekonomi bisa diganggu dan ketidaknyamanan bisa diciptakan oleh hambatan ini, sehingga terjadi penurunan pada tingkat kepuasan wisatawan serta citra keramahan lokal Bali. Hal ini diperkuat oleh temuan (Darma Oka et al., 2021) yang menyoroti kesulitan pedagang lokal dalam memahami maksud dan perilaku wisatawan, terutama sebab perbedaan gaya komunikasi dan keterbatasan bahasa asing.

Masalah kesalahpahaman ini memperlihatkan bahwa komunikasi melibatkan lebih dari sekadar pertukaran kata-kata, melainkan perbedaan dalam persepsi, interpretasi simbol, dan konteks komunikasi. Dalam konteks Pantai Kuta, hambatan yang terjadi pada pedagang lokal tidak bisa dipahami hanya melalui statistik, melainkan harus digali secara mendalam untuk mengetahui bagaimana hambatan itu terbentuk, apa makna di balik perilaku nonverbal yang disalahpahami, dan bagaimana pedagang itu membangun konstruksi realitas atas interaksi antar budaya mereka. Sebagaimana dijelaskan (Meltareza & Poedjadi, 2024) bahasa, perbedaan dalam etika komunikasi, aksen, konteks komunikasi, norma-norma nonverbal, dan persepsi hierarki merupakan sejumlah hal yang dijadikan fokus dalam hambatan komunikasi antar budaya.

Meskipun efektivitas komunikasi antar budaya antara masyarakat lokal dan wisatawan adalah faktor kunci dalam keberlanjutan pariwisata, kajian yang ada saat ini mayoritas masih berfokus pada interaksi antara pekerja formal (seperti staf hotel atau pemandu wisata) dengan wisatawan (Diwyartha & Prabawati, 2020). Kajian yang secara spesifik menelaah dinamika, bentuk-bentuk hambatan, dan strategi adaptasi komunikasi yang dilakukan oleh kelompok pedagang lokal di kawasan wisata terbuka seperti Pantai Kuta masih sangat terbatas, sehingga menimbulkan *research gap* dan memperlihatkan urgensi penelitian yang mendalam dari perspektif kualitatif.

Kesenjangan ini menjadi lebih dalam sebab penelitian terdahulu yang spesifik mengambil lokasi Kuta, seperti (Tasunaung et al., 2017) sudah sukses mengidentifikasi adanya hambatan, tetapi kajian itu belum melangkah maju untuk menganalisis secara komprehensif strategi adaptasi yang dikembangkan oleh pedagang itu sendiri. Strategi adaptasi yang digunakan oleh Pedagang Lokal Informal di Pantai Kuta adalah mekanisme *self-developed* atau *self-taught* seperti mengandalkan gestur kinesik, kalkulator, atau frasa bahasa Inggris yang sangat terbatas yang dikembangkan secara mandiri, didorong oleh kebutuhan ekonomi yang mendesak.

Sehubungan dengan hal itu, *research gap* utama yang diisi oleh penelitian ini adalah ketiadaan analisis mendalam mengenai Model Strategi Adaptasi Komunikasi antar budaya yang secara unik dikembangkan dan diterapkan oleh Pedagang Lokal Informal di tengah tekanan lingkungan komersial Kuta yang cepat, transaksional, dan penuh ketidakpastian. Penelitian ini bertujuan untuk menguraikan, bukan hanya apa hambatan itu, melainkan bagaimana pedagang informal (kelompok dengan sumber daya komunikasi formal paling terbatas) bertahan, bernegosiasi, dan sukses bertransaksi.



Pada konteks yang lebih luas, interaksi harian antara pedagang lokal Kuta dan wisatawan asing merefleksikan hambatan global dalam menjaga citra destinasi pariwisata berbasis masyarakat di tengah intensitas interaksi antar budaya yang tinggi. Perbedaan bahasa serta latar

budaya yang muncul sebagai hambatan nyata bisa memengaruhi mutu pelayanan dan pengalaman wisatawan, yang pada akhirnya berdampak pada persepsi publik terhadap kualitas dan reputasi Bali sebagai destinasi pariwisata internasional.

Berdasarkan uraian fenomena spesifik dan adanya *research gap* yang jelas, penelitian ini menjadi sangat penting untuk dilakukan. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini dilakukan dengan tujuan agar bentuk-bentuk hambatan komunikasi antar budaya, faktor penyebabnya, serta strategi adaptasi komunikasi yang dilakukan oleh pedagang lokal di Pantai Kuta dalam berinteraksi dengan wisatawan asing bisa digambarkan dan dianalisis secara komperhensif.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Komunikasi**

Manusia adalah makhluk sosial, dan komunikasi adalah fungsi sosial yang terkait erat dengan hubungan sosial. Komunikasi individu dan kelompok sangat penting untuk proses interaksi ini sebab koneksi sosial merupakan kebutuhan konstan bagi manusia. Sehubungan dengan hal itu, perilaku interaksi sosial tumbuh secara alamiah selaras dengan fitrah kebutuhan manusia. Devito (dalam Studies, 2021) memaparkan bahwasanya tindakan mengirim dan menerima sinyal oleh satu atau lebih orang yang dapat terdistorsi oleh gangguan, terjadi di lingkungan tertentu, memiliki pengaruh, dan memberikan kesempatan untuk umpan balik disebut komunikasi.

Dalam studi ini, komunikasi terjadi dalam situasi interaksi sosial yang melibatkan individu dari latar belakang budaya yang berbeda, yaitu pedagang lokal yang bekerja secara informal dan wisatawan asing di kawasan Pantai Kuta. Perbedaan bahasa, kebiasaan, dan cara memahami pesan membuat proses komunikasi rentan terhadap gangguan sebagaimana dijelaskan oleh Devito. Sehubungan dengan hal itu, komunikasi dalam konteks antarbudaya tidak hanya berfungsi sebagai sarana pertukaran informasi, tetapi juga sebagai proses negosiasi makna yang memengaruhi kesuksesan interaksi dan transaksi. Pemahaman terhadap konsep dasar komunikasi menjadi landasan penting dalam menganalisis bagaimana proses komunikasi berlangsung serta bagaimana individu berupaya menyesuaikan diri dengan perbedaan budaya di kawasan wisata Pantai Kuta.

### **Komunikasi Antar Budaya**

Komunikasi antar budaya merupakan disiplin ilmu yang esensial dalam era globalisasi dan multikulturalisme. Secara fundamental, komunikasi antar budaya didefinisikan sebagai proses interaksi yang terjadi saat perbedaan latar belakang budaya yang signifikan dimiliki oleh pengirim dan penerima pesan (Samovar et al., 2010 dalam Sumaryanto & Ibrahim, 2023). Setiap proses komunikasi yang melibatkan individu atau kelompok dari kebudayaan yang berbeda, baik dalam konteks ras, etnik, suku bangsa, ataupun kelas sosial, termasuk dalam kategori komunikasi antar budaya.

Mulyana, 2011 (dalam Ita Rahmawati et al., 2024) memaparkan bahwasanya budaya dan komunikasi merupakan dua unsur yang saling berkaitan dan tidak bisa dipisahkan. Keduanya saling memengaruhi dalam membentuk cara individu ataupun kelompok berinteraksi dan berkomunikasi. Selain itu, Tubbs dan Moss, 2005 (dalam Astina, 2017) memaparkan bahwasanya Proses berkomunikasi dengan orang-orang dari budaya yang berbeda dikenal sebagai komunikasi antar budaya, dan hal ini terkait erat dengan perilaku manusia dan pemenuhan kebutuhan sosial.

Berdasarkan beberapa pandangan itu, komunikasi antar budaya dianggap bermanfaat untuk digunakan dalam studi ini sebab dapat memberikan landasan yang kuat untuk memahami dinamika



interaksi antara penjual lokal dan pengunjung asing di Pantai Kuta. Perbedaan nilai, norma, bahasa, dan gaya komunikasi sering memengaruhi kesuksesan penyampaian pesan, sehingga komunikasi antar budaya menjadi kerangka yang tepat untuk menjelaskan munculnya hambatan komunikasi dalam konteks transaksi dan pelayanan. Melalui perspektif ini, peneliti bisa menganalisis hambatan komunikasi secara lebih komprehensif, baik pada aspek verbal, nonverbal, ataupun perbedaan persepsi dan interpretasi budaya.

### **Hambatan Komunikasi Antar Budaya**

Hambatan komunikasi antar budaya dapat dibandingkan dengan gunung es yang terendam dalam air, dengan hambatan di atas permukaan (*above waterline*) dan di bawah permukaan air (*below waterline*). Hambatan di bawah permukaan meliputi hal-hal yang memengaruhi sikap dan tindakan orang, seperti persepsi, norma, stereotip, filosofi bisnis, peraturan, jaringan, nilai-nilai, dan kelompok sosial. Hal-hal ini seringkali sulit dilihat dari dekat. (Rahmat, 2009 dalam Anwar, 2018).

DeVito (dalam Kristiani, 2019) memaparkan bahwasanya segala sesuatu yang dapat menyimpang dari pesan atau mencegah penerima memahaminya merupakan hambatan komunikasi. Hambatan ini terkait dengan latar belakang budaya serta perbedaan bahasa. Proses komunikasi menjadi lebih menantang seiring meningkatnya perbedaan budaya. Dalam konteks interaksi antara pedagang lokal dan wisatawan asing, hambatan sering muncul dalam bentuk kesalahpahaman persepsi sosial yang dipengaruhi oleh perbedaan budaya.

Liliweri, 2011 (dalam Kristiani, 2019) memaparkan bahwasanya perbedaan perilaku, bahasa, adat istiadat, dan standar dapat menjadi hambatan bagi komunikasi antar budaya. Chaney dan Martin, 2004 (dalam Novriadi, 2020) memaparkan bahwasanya hambatan fisik, budaya, persepsi, motivasi, pengalaman, emosi, bahasa, nonverbal, dan kompetisi merupakan sembilan jenis dari hambatan komunikasi antar budaya yang berada di atas permukaan. Hambatan-hambatan ini relatif lebih mudah dilihat sebab bersifat nyata dan sering muncul dalam interaksi sehari-hari.

Chaney & Martin 2004 (dalam Novriadi, 2020) memaparkan bahwasanya ada 9 jenis hambatan komunikasi antar budaya yang berada di atas air. Hambatan komunikasi ini lebih mudah dikenali sebab banyak di antaranya bersifat fisik. Berikut ialah sejumlah hambatan itu:

1. Fisik (*physical*). Waktu, lingkungan, kebutuhan individu, dan media fisik merupakan penyebab hambatan komunikasi semacam ini.
2. Budaya (*culture*). Etnis, agama, dan perbedaan sosial yang spesifik secara budaya merupakan akar penyebab hambatan ini.
3. Persepsi (*perceptual*). Setiap orang melihat sesuatu secara berbeda, yang menyebabkan hambatan semacam ini. Akibatnya, setiap budaya akan memahami sesuatu secara berbeda.
4. Motivasi (*motivational*). Hambatan semacam ini memiliki keterkaitan dengan seberapa termotivasi pendengar. Ini memiliki keterkaitan dengan kesediaan pendengar untuk menerima pesan atau apakah mereka hanya malas dan tidak bersemangat, yang dapat menghambat komunikasi.
5. Pengalaman (*experiential*). Hambatan semacam ini muncul sebab berbagai orang memiliki perspektif dan gagasan yang berbeda tentang berbagai hal sebab mereka memiliki pengalaman hidup yang beragam.
6. Emosi (*emotional*). Ini memiliki keterkaitan dengan sentimen pendengar sendiri. Hambatan komunikasi akan memburuk dan lebih sulit diatasi jika pendengar tidak stabil secara emosional.
7. Bahasa (*linguistic*). Hambatan komunikasi ini akan muncul saat pengirim dan penerima berbicara dalam bahasa yang berbeda atau menggunakan kata-kata yang tidak dipahami oleh penerima.
8. Hambatan nonverbal dapat menjadi penghalang komunikasi meskipun tidak termasuk kata-kata yang diucapkan. Penerima yang menunjukkan ekspresi marah saat pengirim



berbicara adalah salah satu contohnya. Sebab pengirim mungkin merasa tidak mampu atau takut untuk menyampaikan pesan kepada penerima, ekspresi marah ini dapat bertindak sebagai penghalang komunikasi.

9. Hambatan kompetitif terjadi saat penerima melakukan hal lain sambil mendengarkan. Menjawab telepon seluler sambil mengemudikan kendaraan adalah salah satu contohnya. Penerima tidak akan memperhatikan pesan di telepon selulernya sebab mereka melakukan dua hal sekaligus.

Teori gunung es serta pandangan DeVito, Liliweri, dan Chaney & Martin digunakan dalam studi ini untuk menjelaskan secara komprehensif terjadinya miskomunikasi antara pedagang lokal dan wisatawan asing di Pantai Kuta. Model ini menekankan bahwa sebagian besar hambatan justru bersumber dari aspek tidak tampak, seperti nilai, norma, emosi, dan stereotip, yang secara tidak disadari memengaruhi interpretasi pesan dalam interaksi antarbudaya.

### **Adaptasi Budaya**

Dalam komunikasi antar budaya, adaptasi mengacu pada bagaimana orang menyesuaikan diri secara sosial dan psikologis dengan lingkungan budaya baru. Proses menyesuaikan diri dengan hal-hal baru, terlepas dari preferensi pribadi, dikenal sebagai adaptasi. Kim, 2001 (dalam Soemantri, 2019) memaparkan bahwasanya tindakan komunikasi antara imigran individu dan lingkungan sosial-budaya baru mereka memunculkan proses interaksi adaptasi budaya yang diekspresikan dalam kesesuaian pola komunikasi dengan norma-norma lokal.

Dalam konteks interaksi antara pedagang lokal dan wisatawan asing di Pantai Kuta, adaptasi menjadi elemen kunci untuk menciptakan komunikasi yang efektif. Pedagang lokal yang umumnya berasal dari budaya kolektivistik perlu menyesuaikan gaya komunikasi mereka agar lebih fleksibel terhadap gaya komunikasi wisatawan asing yang cenderung individualistik dan langsung. Adaptasi ini dilakukan melalui penggunaan bahasa Inggris sederhana, gestur, senyuman, serta ekspresi nonverbal yang bersahabat.

Komunikasi nonverbal memiliki peran penting dalam proses adaptasi, seperti penggunaan gestur, kontak mata, dan bahasa tubuh (Tawaqal et al., 2025). (Astina, 2017) menemukan bahwa pedagang di kawasan wisata Bali mengombinasikan bahasa Inggris, bahasa lokal, dan bahasa tubuh untuk mengurangi kesalahpahaman antarbudaya. Sehubungan dengan hal itu, teori adaptasi budaya Kim digunakan dalam studi ini untuk menjelaskan proses penyesuaian komunikasi antara pedagang lokal dan wisatawan asing serta hambatan yang muncul akibat perbedaan gaya komunikasi budaya.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan agar proses komunikasi antar budaya bisa dideskripsikan, serta bentuk dan faktor penghambat proses komunikasi antar budaya antara pedagang lokal dengan wisatawan asing di Pantai Kuta bisa diidentifikasi. Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang diimplementasikan oleh penelitian ini untuk mencapai tujuan itu dengan memanfaatkan metode etnografi. Pendekatan kualitatif dipilih sebab berupaya memahami dan menafsirkan arti peristiwa yang terjadi serta interaksi dalam situasi tertentu. Pemahaman mendalam terkait fenomena social dijadikan sebagai fokus oleh metode penelitian kualitatif melalui pengumpulan data non-numerik seperti wawancara, observasi, dan analisis dokumen (Wiryany et al., 2024). Hal ini sangat relevan untuk mengungkap perspektif mendalam dari Pedagang lokal dan Wisatawan asing.

Lebih lanjut, dalam konteks komunikasi antar budaya, penelitian ini berpegangan pada pandangan Hall yang memaparkan bahwasanya Budaya adalah komunikasi, dan komunikasi adalah budaya. Pandangan ini menegaskan bahwa komunikasi tidak bisa dipisahkan dari sistem



nilai dan keyakinan. Sehubungan dengan hal itu, hanya pendekatan kualitatif yang bisa membongkar faktor-faktor ‘bawah permukaan’ budaya yang menjadi penghambat komunikasi. Dalam usaha untuk memahami fenomena sosial secara mendalam, terutama yang memiliki keterkaitan dengan cara komunikasi yang terjadi dalam suatu budaya tertentu, dibutuhkan metode penelitian yang bisa menangkap kenyataan sosial sebagaimana yang ada di lapangan. Metode ini tidak hanya fokus pada hasil dari komunikasi, tetapi juga pada tahapan, arti, serta dinamika interaksi yang diciptakan oleh orang-orang yang berkomunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Sehubungan dengan hal itu, penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif yang memungkinkan peneliti berpartisipasi secara langsung dalam konteks sosial yang sedang dikaji, sebagaimana dijelaskan oleh Sugiono, 2020 (dalam Meltareza & Sagara, 2025) peneliti terlibat dengan kegiatan

sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian.

Metode etnografi untuk diimplementasikan dalam penelitian ini dengan tujuan agar praktik komunikasi antar budaya yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari para peserta di lokasi kajian bisa diteliti. Dengan melakukan partisipasi aktif di lapangan, penelitian ini berusaha untuk memahami bagaimana komunikasi berlangsung, sejauh mana perbedaan budaya memengaruhi interpretasi pesan, serta asal-usul dari berbagai hambatan komunikasi yang muncul dalam interaksi yang rutin. Metode etnografi memberikan kesempatan bagi peneliti untuk menangkap secara komprehensif konteks sosial dan budaya, termasuk cara penggunaan simbol verbal ataupun nonverbal, situasi interaksi yang ada, serta dinamika hubungan antara pedagang lokal dan turis asing.

Jenis etnografi yang digunakan adalah etnografi terfokus (*focused ethnography*). (Wall, 2015) memaparkan bahwasanya “*focused ethnography* merupakan bentuk etnografi yang berfokus pada konteks dan pertanyaan penelitian tertentu, serta umumnya dilakukan dalam durasi lapangan yang lebih singkat dibandingkan etnografi klasik, yang mengeksplorasi fenomena sosial tertentu yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari yang berfokus pada perilaku umum, pengalaman, dan perspektif budaya partisipan.”

Penentuan lokasi dalam penelitian kualitatif bukanlah proses acak, melainkan keputusan strategis yang didasarkan pada tujuan untuk mendapatkan data yang paling kaya dan relevan. Lokasi penelitian akan difokuskan secara spesifik di area Pantai Kuta, Bali. Pemilihan Kuta sangat fundamental sebab kawasan ini dikenal sebagai titik pertemuan intensif dan berulang antara pelaku wisata lokal dan turis asing. Intensitas interaksi ini secara alami menghasilkan fenomena komunikasi antar budaya, termasuk hambatan dan strategi adaptasi, yang dibutuhkan untuk menjawab fokus penelitian. Lokasi spesifik menjamin bahwa data yang dikumpulkan bersifat kontekstual dan mendalam, yang merupakan prasyarat utama penelitian kualitatif.

Data primer dan data sekunder dijadikan sebagai sumber data dalam studi ini. Data yang diambil secara langsung dari sumber seperti hasil wawancara dan pengamatan di lokasi penelitian dikenal dengan data primer. Pada penelitian ini, catatan-catatan yang berasal dari wawancara baik yang terstruktur ataupun yang tidak terstruktur yang diberikan langsung pada informan kunci dengan cara bertemu secara langsung saat mengajukan pertanyaan kepada mereka, serta dilakukan pengamatan secara langsung dijadikan sebagai sumber data primer. Informasi yang diterima secara tidak langsung oleh pengumpul data, yang berasal dari buku, dokumen resmi, jurnal penelitian, dan skripsi yang relevan dengan penelitian ini dikenal dengan data sekunder.

Data dikumpulkan dengan mengimplementasikan sejumlah teknik, yakni melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hambatan yang bersifat non-verbal dan perilaku yang mungkin tidak disadari atau terungkap dalam wawancara bisa dicatat dan dideskripsikan dengan melakukan observasi. Peneliti mengamati interaksi jual beli, mencatat gestur, bahasa tubuh, ekspresi wajah, dan konteks lingkungan yang menjadi bagian dari proses komunikasi antar budaya. Wawancara berfungsi sebagai metode untuk mengumpulkan informasi guna mengidentifikasi isu yang ingin dikaji serta untuk memahami informan secara lebih rinci. Wawancara semi-terstruktur diimplementasikan dalam studi ini, yakni tanya jawab dilakukan secara langsung antara peneliti



dan informan untuk mengumpulkan data, dimana daftar pertanyaan yang sudah disusun sebelumnya dijadikan sebagai pedoman dalam melakukan wawancara itu, namun tetap memiliki keleluasaan agar pertanyaan lanjutan bisa dikembangkan selaras dengan situasi dan jawaban informan. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan bukti-bukti konkret seperti gambar, dokumen, atau objek lain yang relevan dengan penelitian.

Model interaktif yang dipaparkan oleh Miles, Huberman, dan Saldaña (2014) diimplementasikan dalam menganalisis data yang dikumpulkan. Menekankan bahwa analisis data kualitatif bukan proses sekuensial tetapi alur kegiatan yang dilakukan secara simultan dengan pengumpulan data. Reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan merupakan sejumlah tahap yang dilakukan dalam menganalisis data. Data yang relevan dengan fokus penelitian dijadikan sebagai fokus dan diseleksi untuk mereduksi data mentah dari transkrip wawancara dan catatan observasi, kemudian disajikan dalam bentuk naratif dan matriks kategorisasi, serta

diverifikasi terhadap kerangka teoretis untuk menghasilkan interpretasi yang terpercaya.

Informan dalam studi ini ditentukan dengan mengimplementasikan teknik non-probabilitas purposive sampling. Penelitian (Hanifa & Wiryany, 2025) memaparkan bahwasanya ada tujuan atau pertimbangan khusus yang ditentukan terlebih dahulu yang dijadikan sebagai acuan untuk menentukan sampel dalam implementasi purposive sampling. Pemilihan informan dilakukan berdasarkan individu dinilai memiliki kompetensi, pengalaman, atau posisi yang memungkinkan mereka memberikan data yang paling dibutuhkan. Informan utama adalah Pedagang Lokal di kawasan Pantai Kuta yang setiap hari terlibat dalam transaksi dengan wisatawan asing, dengan pengalaman berkomunikasi minimal selama satu tahun dan berinteraksi setidaknya lima kali setiap hari. Jumlah informan inti dalam studi ini adalah lima informan. Untuk tujuan triangulasi data, penelitian ini juga melibatkan tiga wisatawan asing sebagai informan pendukung. Dengan delapan informan yang memenuhi kriteria mengetahui, bisa menjelaskan, bersedia, dan berada langsung di lokasi penelitian, jumlah itu dianggap memadai untuk menghasilkan data yang mendalam dan representatif pada fenomena yang dikaji.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa proses komunikasi antar budaya antara pedagang lokal dan wisatawan asing di Pantai Kuta pada umumnya berlangsung efektif dan efisien dalam konteks transaksi jual beli. Isyarat nonverbal seperti gerak tubuh, ekspresi wajah, dan menunjuk objek memainkan peran utama dalam interaksi yang terjadi di samping komunikasi verbal. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun ada perbedaan latar belakang budaya, para pelaku interaksi bisa membangun pola komunikasi yang fungsional dan saling dipahami. Kondisi ini memperkuat pandangan bahwa komunikasi antar budaya bersifat adaptif dan kontekstual, khususnya dalam ruang pariwisata yang sarat dengan pertemuan antar budaya.

Meskipun komunikasi umumnya berjalan dengan baik, penelitian ini menemukan adanya berbagai hambatan komunikasi sebagaimana dikemukakan oleh Chaney dan Martin (dalam Novriadi, 2020), namun hambatan itu bersifat situasional, tidak dominan, dan jarang berkembang menjadi konflik. Hambatan fisik menjadi kendala yang paling tampak, terutama terkait dengan faktor waktu, kebisingan lingkungan pantai, kondisi fisik pedagang, serta keterbatasan media fisik. Dalam situasi pantai yang ramai, komunikasi cenderung dipersingkat dan disederhanakan, yang sejalan dengan karakter komunikasi fungsional dalam lingkungan kerja yang dinamis. Namun, para pedagang dan wisatawan memperlihatkan kemampuan adaptasi dengan menyesuaikan volume suara, menggunakan alat bantu, serta mengandalkan komunikasi nonverbal untuk menjaga kejelasan pesan.

Pada aspek hambatan fisik terkait waktu, wawancara dengan pedagang lokal memperlihatkan bahwa kondisi keramaian Pantai Kuta sangat memengaruhi durasi dan kualitas komunikasi. Salah satu informan memaparkan bahwasanya :



*“kalau pagi hari terus pantai belum terlalu ramai, komunikasi biasanya lebih lancar sebab suasananya tenang dan wisatawan lebih santai untuk diajak bicara. Kalau sudah siang atau pantai ramai, komunikasinya jadi kurang lancar sebab suasana berisik dan wisatawan cenderung terburu-buru.” (G.A - 08 Januari 2026).*



Sumber : Dokumentasi Peneliti 2026

**Gambar 1 Suasana Pagi ke Siang Hari di Pantai Kuta, Bali**

Pernyataan yang disampaikan oleh para informan itu diperkuat oleh temuan yang didapat peneliti saat melakukan observasi di lokasi. Dari pengamatan yang dilakukan secara langsung, peneliti mencatat bahwa di pagi hari saat suasana Pantai Kuta terasa lebih tenang, hubungan antara pedagang lokal dan turis asing biasanya berlangsung lebih lama dan interaktif. Para wisatawan terlihat lebih sering singgah, memperhatikan barang-barang yang dijual, serta mengajukan pertanyaan singkat seperti *'How much?'*, yang kemudian berlanjut ke proses tawar-menawar dan penjelasan terkait produk.

Sebaliknya, saat pantai ramai, terutama di siang hingga sore hari, hasil pengamatan memperlihatkan bahwa sebagian besar interaksi berlangsung dengan sangat cepat. Pengunjung lebih sering memberikan reaksi nonverbal seperti menggelengkan kepala, tersenyum singkat, atau mempercepat langkah tanpa saling menatap. Dalam keadaan seperti ini, para pedagang tampak menyesuaikan metode komunikasi mereka dengan menggunakan frasa sederhana dan isyarat visual.

Hambatan budaya yang muncul memiliki keterkaitan dengan perbedaan kebiasaan berkomunikasi, gaya tawar-menawar, latar belakang agama, dan kondisi sosial. Perbedaan ini terutama terasa pada tahap awal interaksi, saat pedagang dan wisatawan masih menafsirkan perilaku lawan bicara berdasarkan kerangka budaya masing-masing. Namun, seiring meningkatnya intensitas interaksi, perbedaan itu tidak berkembang menjadi hambatan serius. Temuan ini mendukung teori Chaney dan Martin yang memaparkan bahwasanya perbedaan budaya lebih sering menjadi hambatan awal daripada penghalang permanen dalam komunikasi antar budaya.

Hambatan persepsi terutama dialami oleh pedagang lokal pada fase awal interaksi,



khususnya dalam menafsirkan intonasi suara, ekspresi wajah, dan bahasa tubuh wisatawan asing. Namun, hambatan ini bersifat sementara dan berkurang seiring bertambahnya pengalaman komunikasi. Wisatawan asing sendiri cenderung tidak merasakan hambatan persepsi sebab lebih berfokus pada isi pesan dibandingkan aspek emosional atau nonverbal. Hal ini memperlihatkan adanya ketimpangan persepsi yang justru bisa dijumpai melalui pembelajaran pengalaman langsung. Didukung oleh salah satu jawaban informan :

*“Awalnya suka nebak-nebak sendiri dari ekspresi mereka. Tapi lama-lama sadar, beda budaya beda juga cara nunjukin perasaan, jadi nggak bisa disamain sama orang lokal.”* (W.S – 09 Januari 2026)

Hasil dari wawancara dan pengamatan di lapangan juga memperkuat penemuan ini, di mana peneliti mencatat bahwa kesalahpahaman dalam persepsi jarang sekali berujung pada konflik atau penolakan yang terbuka. Sebaliknya, para pedagang lokal biasanya cenderung mengubah

sikap dan cara berbicara mereka sesudah menyadari bahwa pemahaman awal mereka tidak akurat. Proses penyesuaian ini berlangsung secara alami melalui pengalaman dan tingkat interaksi yang tinggi dengan wisatawan asing.

Hambatan motivasi, pengalaman, emosi, bahasa, nonverbal, dan kompetisi dalam studi ini tergolong rendah. Pedagang lokal memperlihatkan motivasi tinggi untuk berinteraksi, kondisi emosional yang stabil, serta kemampuan adaptasi yang baik meskipun memiliki keterbatasan bahasa asing. Komunikasi nonverbal bahkan berperan sebagai penguat utama dalam proses penyampaian pesan. Hambatan kompetisi hanya muncul dalam kondisi pantai yang sangat ramai, namun bisa diminimalkan melalui kemampuan multitasking dan penyederhanaan pesan.

Dari sudut pandang wisatawan asing, hasil wawancara memperlihatkan bahwa mereka hampir tidak merasakan adanya hambatan motivasi dari para pedagang lokal. Wisatawan menilai bahwa pedagang umumnya bersikap ramah, bersemangat, dan memperlihatkan ketertarikan dalam memaparkan barang yang ditawarkan. Meskipun pantai sedang ramai atau pedagang terlihat sibuk, wisatawan tetap merasakan adanya usaha dari pedagang untuk menjaga komunikasi yang baik dan bersahabat. Hal ini memperlihatkan bahwa penurunan motivasi yang dialami oleh sebagian pedagang tidak senantiasa terlihat secara jelas oleh wisatawan. Peneliti juga mencatat bahwa pedagang tetap berusaha menjaga hubungan komunikasi dengan tersenyum, memberikan salam singkat, dan menggunakan isyarat tubuh yang positif meskipun dalam kondisi lelah.

**Tabel 1 Rangkuman Hasil Penelitian**

No.	Hambatan	Keterangan
1	Fisik	Adanya hambatan fisik yang ditemukan cukup jelas dan bersifat situasional, dipengaruhi oleh waktu (keramaian pantai), lingkungan fisik (kebisingan, cuaca), kebutuhan diri (kelelahan pedagang), serta penggunaan media fisik. Hambatan ini bisa mengurangi kualitas komunikasi, namun umumnya bisa diatasi melalui penyederhanaan pesan, penggunaan gestur, dan adaptasi situasional.
2	Budaya	Adanya hambatan budaya yang muncul akibat perbedaan kebiasaan komunikasi, gaya tawar-menawar, latar belakang agama, dan sosial. Namun hambatan ini tergolong ringan dan sementara, tidak berkembang menjadi konflik, serta bisa diatasi melalui sikap saling menghargai dan penyesuaian antar pihak.
3	Persepsi	Minim hambatan persepsi terutama yang dialami oleh pedagang lokal akibat perbedaan dalam menafsirkan



		intonasi, ekspresi wajah, dan bahasa tubuh wisatawan asing. Hambatan ini umumnya terjadi di awal interaksi dan bisa diminimalkan seiring bertambahnya pengalaman komunikasi antar budaya.
4	Motivasi	Minim hambatan motivasi tergolong rendah. Pedagang lokal umumnya memiliki motivasi tinggi untuk berinteraksi dengan wisatawan. Hambatan hanya muncul secara situasional saat pedagang merasa lelah, sehingga komunikasi menjadi lebih singkat namun tidak mengganggu kelancaran transaksi secara keseluruhan.
5	Pengalaman	Minim hambatan pengalaman yang berfungsi lebih sebagai faktor pendukung daripada hambatan. Pedagang yang berpengalaman lebih bisa memahami perbedaan gaya komunikasi wisatawan. Hambatan hanya muncul sesaat saat pedagang terlalu mengandalkan asumsi berdasarkan pengalaman sebelumnya.
6	Bahasa	Minim hambatan terhadap perbedaan Bahasa yang tidak menjadi hambatan utama. Meskipun kemampuan bahasa Inggris pedagang terbatas, komunikasi tetap berjalan efektif melalui penggunaan bahasa sederhana, gestur, intonasi, dan penunjukan barang. Wisatawan asing umumnya bisa memahami pesan yang disampaikan.
7	Emosi	Minim hambatan emosi, tidak ditemukan secara signifikan. Pedagang lokal memperlihatkan sikap tenang, percaya diri, dan ramah saat berinteraksi. Kondisi emosional yang stabil justru mendukung terciptanya komunikasi yang nyaman dan positif.
8	Nonverbal	Tidak ditemukan hambatan nonverbal yang berarti. Komunikasi nonverbal seperti gestur, ekspresi, dan bahasa tubuh justru berperan penting dalam memperjelas pesan dan memperlancar komunikasi antar budaya.
9	Kompetisi	Minim Hambatan kompetisi, muncul saat pedagang harus melayani beberapa pembeli secara bersamaan. Hambatan ini bersifat situasional dan bisa diminimalkan melalui kemampuan multitasking, pengalaman, serta penyederhanaan pesan, sehingga tidak mengganggu efektivitas komunikasi secara keseluruhan.

Sumber : Peneliti 2026

Lebih jauh, temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa kesuksesan komunikasi antar budaya di Pantai Kuta tidak bisa dilepaskan dari proses adaptasi budaya yang dijelaskan oleh Kim (2001). Pedagang lokal sudah melewati tahap stres budaya dan memperlihatkan kemampuan penyesuaian yang matang melalui penggunaan bahasa sederhana, komunikasi nonverbal, serta kepekaan terhadap konteks situasional.

Kim (2001) memaparkan bahwasanya "tahap pertama adaptasi ditandai oleh munculnya stres sebagai reaksi alami individu terhadap perbedaan budaya. Dalam tahap ini, orang sering mengalami kebingungan, ketidakpastian, dan tekanan mental akibat perbedaan bahasa, simbol komunikasi, serta kebiasaan sosial." Meskipun demikian, berdasarkan wawancara dengan pedagang setempat, fase stres itu kini tidak lagi dirasakan dengan intens. Sebagian besar informan mengungkapkan bahwa mereka tidak merasa gugup, khawatir akan kesalahpahaman, atau tertekan saat berinteraksi dengan wisatawan asing. Ini memperlihatkan bahwa para pedagang sudah melewati tahap awal dari gegar budaya dan tidak lagi melihat perbedaan budaya sebagai sumber tekanan utama dalam interaksi jual beli.



Seiring dengan bertambahnya waktu dan meningkatnya keterlibatan antarbudaya, para pedagang lokal memasuki tahap penyesuaian. Dalam fase ini, orang-orang mulai merancang cara komunikasi yang cocok dengan situasi baru mereka. Penelitian mengungkapkan bahwa para pedagang menyesuaikan diri dengan menggunakan bahasa Inggris yang sederhana, mengulang kata-kata, serta memanfaatkan cara komunikasi nonverbal seperti gerakan tangan, ekspresi wajah, dan alat bantu visual. Adaptasi budaya juga terlihat pada kemampuan para pedagang untuk beradaptasi dengan kondisi lingkungan fisik dan situasional. Saat suasana Pantai Kuta dipenuhi keramaian dan kebisingan, para pedagang menyederhanakan pesan, memperpendek waktu percakapan, dan mengandalkan komunikasi nonverbal guna menjaga agar makna tetap jelas. Pola ini memperlihatkan adanya kesadaran terhadap konteks dan keluwesan dalam komunikasi, yang menurut Kim (2001) merupakan karakteristik orang-orang yang sudah mencapai tahap adaptasi aktif, di mana mereka bisa mengatasi rintangan tanpa menghambat proses komunikasi.

Tahap berikutnya dalam model Kim (2001) adalah *growth*, yang merupakan fase di mana terjadi peningkatan kepercayaan diri, kenyamanan mental, dan keterampilan dalam berkomunikasi secara antar budaya. Penelitian memperlihatkan bahwa pedagang lokal semakin merasa percaya diri dan nyaman saat berinteraksi dengan turis asing. Rasa tenang, sikap baik hati, serta kemampuan untuk melakukan beberapa tugas sekaligus tanpa kehilangan fokus pada komunikasi menjadi tanda bahwa pedagang sudah memasuki tahap pertumbuhan dalam proses

penyesuaian budaya. Pada fase ini, perbedaan budaya tidak lagi dianggap sebagai kendala, tetapi sudah menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari.

Dari perspektif wisatawan asing, adaptasi ini tercermin dalam pengalaman komunikasi yang positif dan mudah dipahami, meskipun ada keterbatasan bahasa dan kondisi lingkungan yang bising. Ini mendukung pendapat Kim (2001) bahwa penyesuaian antar budaya dianggap sukses saat ada pemahaman timbal balik dan komunikasi yang efektif di antara semua pihak yang terlibat. Para pedagang tidak hanya sukses menjalani situasi yang melibatkan berbagai budaya, tetapi juga tumbuh melalui pengalaman interaksi yang berkesinambungan.

Secara teoretis, kajian komunikasi antar budaya bisa mendapat kontribusi dari penelitian dengan memperlihatkan bahwa hambatan komunikasi tidak senantiasa bersifat destruktif, melainkan bisa menjadi bagian dari proses pembelajaran dan adaptasi budaya. Temuan ini memperluas pemahaman teori hambatan komunikasi Chaney dan Martin serta teori adaptasi budaya Kim dalam konteks pedagang informal di ruang pariwisata terbuka. Secara praktis, hasil penelitian ini menegaskan pentingnya pengalaman, fleksibilitas komunikasi, dan kemampuan adaptasi sebagai modal utama dalam membangun interaksi antar budaya yang efektif di kawasan pariwisata internasional seperti Pantai Kuta.



Sumber : Dokumentasi Peneliti 2026



**Gambar 2 Pedagang sedang melayani wisatawan asing****KESIMPULAN DAN SARAN**

Proses komunikasi antar budaya antara pedagang lokal dan wisatawan asing di Pantai Kuta berlangsung secara proaktif, alami, dan sesuai situasi. Umumnya, pedagang adalah pihak yang pertama kali memulai interaksi melalui sapaan ramah dan penawaran barang yang jelas. Interaksi ini dipengaruhi oleh waktu dan keadaan sekitar. Pada pagi hari, komunikasi cenderung lebih mendalam, interaktif, dan memberi peluang untuk negosiasi dengan suasana pantai yang tenang. Sementara itu, pada siang hingga sore hari saat pantai sangat ramai, cara berkomunikasi menjadi lebih cepat, singkat, dan praktis, dengan mengurangi percakapan lisan untuk menyesuaikan dengan kondisi lingkungan pantai yang padat dan bising.

Faktor utama yang mendukung lancarnya komunikasi antar budaya adalah sikap terbuka, keramahan, dan keinginan untuk saling berinteraksi dalam mencapai kesepakatan dalam transaksi ekonomi. Tingginya pengalaman para pedagang lokal menjadi faktor penting yang membantu mereka memahami berbagai tingkah laku wisatawan dari berbagai belahan dunia, meskipun tidak memiliki pendidikan formal yang tinggi. Di samping itu, adanya toleransi terhadap budaya dan agama yang kuat, seperti penghargaan wisatawan terhadap aktivitas ibadah para pedagang, juga berkontribusi pada terwujudnya interaksi yang harmonis dan memperkaya pengalaman antarbudaya di destinasi pariwisata itu.

Hambatan dalam berkomunikasi yang dihadapi meliputi masalah fisik seperti suara bising dari ombak dan keramaian, kendala bahasa akibat minimnya kosakata, serta masalah persepsi di mana pedagang kadang-kadang keliru menafsirkan cara bicara wisatawan yang lugas sebagai tanda kemarahan. Untuk mengatasi masalah ini, pedagang menerapkan strategi adaptasi dengan menggunakan bahasa Inggris yang sederhana (*Broken English*), meningkatkan komunikasi nonverbal melalui senyuman dan gerakan tubuh, serta menggunakan alat bantu seperti kalkulator untuk memastikan harga dalam transaksi akurat. Proses adaptasi ini sukses mencapai tahap perkembangan di mana pedagang merasa lebih percaya diri dan bisa menangani perbedaan budaya yang dulunya dianggap sebagai hambatan, kini menjadi bagian biasa dari aktivitas ekonomi mereka.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Anwar, R. (2018). Hambatan Komunikasi antar budaya Di Kalangan Pelajar Asli Papua Dengan Siswa Pendetang Di Kota Jayapura. *Jurnal Common*, 2(2). <https://doi.org/10.34010/common.v2i2.1190>
- Astina, M. (2017). Komunikasi antar budaya Antara Pedagang Lokal Dengan Wisatan Asing di Pantai Sanur. ... : *Capturing New Perspectives in Communication*, 696–711. <https://media.neliti.com/media/publications/462873-none-cf29d0d5.pdf>
- Darma Oka, I. M., Sudiarta, M., & Widya Darmayanti, P. (2021). Warisan Cagar Budaya sebagai Ikon Desa Wisata Kaba-Kaba, Kabupaten Tabanan, Bali. *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 36(2), 163–169. <https://doi.org/10.31091/mudra.v36i2.1459>
- Diwyarthi, N., & Prabawati, P. D. (2020). Komunikasi antar budaya Dalam Dunia Pariwisata Dan Perhotelan Studi Kasus Kepuasan Wisatawan Terhadap Pondok Wisata. ... : *Jurnal Ilmu Sosial ...*, 139–143. <http://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/ganaya/article/view/396>
- Hanifa, S., & Wiryany, D. (2025). Komunikasi Budaya Pada Masyarakat Pulau Arar Papua Barat Daya (Studi Kasus Komunikasi Budaya Sebagai Citra Budaya Masyarakat Kampung Arar). *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi E*, 9(1), 97–111. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v9i1.5847>
- Ita Rahmawati, Ramdan, A. T. M., & Recky, R. (2024). Komunikasi Budaya Pernikahan Masyarakat Kampung Adat Cireundeu. *Journal of Digital Communication Science*, 2(2), 115–123. <https://doi.org/10.56956/jdcs.v2i2.329>



- Kristiani, R. (2019). Hambatan Komunikasi antar budaya Pekerja Asing yang Bekerja di Jakarta. *Koneksi*, 2, 336–343.
- Meltareza, R., & Poedjadi, R. (2024). Hambatan Komunikasi Antar Budaya Dalam Proyek Pengajaran Siswa Thailand Dan Pengajar Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial Dan Informasi*, 9(2), 291–305. <http://jurnalilmukomunikasi.uho.ac.id/index.php/journal/index>DOI:<http://dx.doi.org/10.52423/jikuh.o.v9i2.126>
- Meltareza, R., & Sagara, P. (2025). *Manajemen Komunikasi Krisis dalam Acara Konser Musik Playlist Live Festival 2024*. 11(April), 33–49.
- Novriadi, M. I. (n.d.). *Komunikasi antar budaya Mahasiswa Minangkabau di Universitas Komputer Bandung*. 10–52.
- Soemantri, N. P. (2019). Adaptasi Budaya Mahasiswa Asal Indonesia Di Australia. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(1), 46–56. <https://doi.org/10.32509/wacana.v18i1.727>
- Studies, S. (2021). *Jenis jenis komunikasi*. 2, 29–37.
- Sumaryanto, E., & Ibrahim, M. (2023). Intercultural Communication In Frame Adaptation Theories. *Nusantara Hasana Journal*, 3(2), 42–51.
- Tasunaung, N. N., Farid, M., & Bahfiarti, T. (2017). *PERILAKU KOMUNIKASI PARA PEDAGANG LOKAL DALAM PESISIR KUTA DENPASAR BALI Communication Behavior of the Local Beach Seller in Interactin with the Foreign Tourist Along the Coasat of Kuta Beach Denpasar Bali*. 6(2), 315–323.
- Tawaqal, R. S., Wiryany, D., Taufiq, A., Ramdan, M., & Silviany, A. E. (2025). Pelatihan Public Speaking Di Era Digitalisasi Pasca Pandemi Covid 19 Di Virageawie Indonesia. *Jurnal Imiah Pengabdian Pada Masyarakat (JIPM)*, 02(03), 677–685.
- Wall, S. (2015). *Focused Ethnography : A Methodological Adaptation for Social Research in Emerging Contexts 2 . An Evolving Method*. 16(1).
- Wiryany, D., Aisyah, P. S., & Yuanita, A. S. (2024). Analisis Pola Komunikasi Ganjar Pranowo Dan Implikasinya Pada Efektivitas Hubungan Publik. *Jurnal Politikom Indonesiana*, 9(1), 21–39. <https://doi.org/10.35706/jpi.v9i1.11414>

