

Penggunaan Media Sosial Sesuai Nilai Luhur Budaya di Kalangan Siswa SMA

Roswita Oktavianti¹, Riris Loisa

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara

¹roswitao@fikom.untar.ac.id

Submisi: 25 Juli 2017; Penerimaan: 22 November 2017

ABSTRAK

Generasi muda sebagai generasi pengguna media sosial memegang kendali besar dalam penyebaran informasi dalam kelompok maupun keluarga. Media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, atau Path menjadi media ekspresi dan eksistensi diri, serta penyebaran berita dan informasi. Dalam hal ini, media sosial menjadi sarana penyebaran nilai-nilai luhur budaya yang terakulturasi dalam diri seseorang dan lingkungan sekitarnya. Namun, generasi muda kurang menyadari peran media sosial sebagai sarana penyebaran nilai-nilai luhur budaya. Informasi dan berita di media sosial diterima secara langsung tanpa ditelusuri kebenarannya. Media sosial lebih dominan digunakan sebagai sarana ekspresi diri, tanpa kontribusi positif bagi pengguna media sosial lainnya, dalam hal ini pengikut (*follower*). Oleh karena itu, Tim Pengabdian kepada Masyarakat Fakultas Komunikasi Universitas Tarumanagara memberi pembekalan kepada siswa kelas XI SMA Santo Kristoforus mengenai penggunaan media sosial serta pentingnya menggunakan media sosial sebagai media yang mengomunikasikan nilai-nilai luhur budaya. Dari hasil survei yang dilakukan sebelum pembekalan, diketahui sebagian besar siswa sudah mampu mengenali berita/informasi palsu (*hoax*) atau tidak sesuai dengan nilai-nilai luhur budaya. Namun demikian, masih ada beberapa siswa yang belum mampu mengenali beritapalsu tersebut. Setelah dilakukan pembekalan, seluruh siswa mampu menunjukkan informasi yang patut disebarkan dan tidak disebarkan, mengenali atau mengidentifikasi berita palsu, ragam informasi berita palsu, dan langkah yang diambil ketika menerima berita palsu tersebut.

Kata kunci: media sosial, nilai-nilai luhur, berita palsu

ABSTRACT

The youth as a generation of social media users holds great control over the dissemination of information in groups and families. Social media like Facebook, Twitter, Instagram, Path, becomes a medium of expression and self-existence, and the spread of news and information. In this case, social media becomes a means of spreading the noble values of the culture that is acculturated in one's self and their surrounding environment. However, the younger generation is less aware of the role of social media as a means of spreading the noble values of culture. Information and news in social media are accepted immediately without verifying the truth. Social media is more dominantly used as a means of self-expression, without a positive contribution to other social media users, or, in this case, followers. Therefore, the younger generation needs to be briefed on the use of social media as well as the importance of using social media as a medium that communicates the noble values of culture. The briefing was conducted at SMA Santo Kristoforus 1, West Jakarta. By using survey method to know the effectiveness of the briefing, the younger generation' understanding of the use of social media before and after the briefing. The outcome of this activity, all students are able to show which information that should or should not be disseminated, able to recognize or identify false news (hoaxes), false news information, and the steps taken when receiving the false news.

Keywords: social media, the noble values, hoax

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara dengan pengguna media sosial paling atraktif di dunia. Seringkali berbagai isu di dalam negeri menjadi *trending topic* di media sosial Twitter atau viral (cepat menyebar dan populer) di situs jejaring sosial lainnya. Menurut data *We Are Social* tentang statistik digital dunia yang dirilis Januari 2016, Indonesia memiliki 88,1 juta pengguna internet aktif, meningkat 15% dalam dua belas bulan terakhir.

Survei Litbang Kompas pada Juni 2015 di lima belas kota (di luar Jakarta) dengan 6.000 responden menunjukkan empat dari sepuluh responden mengaku memiliki perangkat ponsel pintar. Sekitar 85% diantaranya aktif mengakses internet via ponsel. Tak kurang dari 61% responden juga mengaku lebih banyak mengakses media sosial. Fakta ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang publik baru perbincangan sosial politik (Kompas, Analisis Media Sosial: Polarisasi “Netizen” Amati Pemerintah, 2015).

Perkembangan pesat media sosial sebagai media komunikasi dua arah ini menunjukkan pengguna memperoleh dampak yang diharapkan dengan membuat akun dan berinteraksi di dalamnya. Lon Safko (Safko, 2010) dalam bukunya *The Social Media Bible* mengungkapkan beberapa terminologi mengenai media sosial. Terminologi pertama, yakni sosial, mengacu pada kebutuhan insting manusia yang harus terhubung dengan manusia lainnya. Manusia memiliki kebutuhan untuk berada dalam kelompok yang dirinya merasa nyaman saat berbagi pikiran, ide, dan pengalaman.

Terminologi kedua merujuk pada media yang digunakan manusia, yakni manusia membuat koneksi dengan hal lain. Dalam hal ini, media ialah teknologi yang digunakan untuk membuat koneksi tersebut. Sementara itu, terminologi media sosial menurut Safko ialah cara manusia menggunakan semua teknologi ini secara efektif untuk menjangkau dan berhubungan dengan manusia lainnya, membuat hubungan, membangun kepercayaan, dan siap ketika anggota dalam hubungan tersebut menjual produk yang ditawarkan.

Media sosial telah membawa dampak positif bagi pengguna, yakni sebagai sumber dan pemberi informasi, sarana ekspresi diri, serta membangun koneksi/relasi dengan kerabat dan teman. Namun, pada praktiknya, media sosial juga membawa dampak negatif, terutama penyebaran berita palsu.

Pada November 2016, Stanford History Education Group (SHEG), melakukan penelitian *civic online reasoning* (kemampuan menilai kredibilitas informasi dalam ponsel, tablet, dan komputer) pada anak-anak muda di dua belas negara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa siswa tidak mampu mempertimbangkan informasi yang mereka lihat di internet. Siswa, misalnya, memiliki kesulitan membedakan iklan dengan artikel berita atau mengidentifikasi asal informasi.

Temuan ini mengindikasikan bahwa siswa lebih fokus pada konten yang diunggah di media sosial daripada sumber konten tersebut. Meski fasih dengan media sosial, banyak siswa tidak menyadari konvensi dasar untuk menunjukkan informasi digital yang terverifikasi. Penelitian dilakukan pada awal Januari 2015 hingga Juni 2016 pada siswa jenjang sekolah menengah hingga mahasiswa (Broke, 2016).

Hal yang sama juga terjadi di Indonesia. Kepala Kepolisian Negara RI Jenderal (Pol) Tito Karnavian mendukung pembentukan badan siber negara karena potensi ancaman kejahatan siber yang akan terus meningkat. “Pengguna gawai (*gadget*) mencapai 50 persen (dari jumlah penduduk) sehingga Indonesia menjadi salah satu negara yang paling banyak terkena dampak kejahatan siber,” ujar Tito (Kompas, Jangan Hanya Kontra ‘Hoax’, 2017).

Penduduk Indonesia memiliki tingkat literasi media sosial yang masih rendah. Pengguna media sosial yang beragam, mulai pencipta berita/informasi sampai pengguna media sosial yang suka berbagi (*sharing*) informasi/berita tanpa disaring (Ida, 2017). Dalam hal ini, pengguna media sosial di Indonesia belum mampu memilah-milah informasi yang sebaiknya mereka terima dan sebarkan kembali. Alih-alih menyebarkan nilai-nilai luhur budaya, pengguna masih cenderung menerima informasi mentah dari media sosial dan menyebarkannya, tanpa menelusuri lagi kebenarannya.

Dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik tercantum bahwa pemanfaatan teknologi informasi dilakukan secara aman untuk mencegah penyalahgunaannya dengan memperhatikan nilai-nilai agama dan sosial budaya masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, terdapat tiga pendekatan untuk menjaga keamanan di *cyber space*, yaitu pendekatan aspek hukum, aspek teknologi, serta aspek sosial, budaya, dan etika.

Seseorang mempelajari budayanya melalui komunikasi dan pada saat yang sama komunikasi merupakan refleksi budayanya. Sowell (Samovar, 2010) mengatakan budaya ada untuk melayani kebutuhan vital dan praktis manusia, yakni untuk membentuk masyarakat dan memelihara spesies; menurunkan pengetahuan dan pengalaman berharga ke generasi berikutnya; serta menghemat biaya dan bahaya dari proses pembelajaran semuanya dari kesalahan kecil selama proses coba-coba sampai kesalahan fatal.

Sementara itu, nilai merupakan fitur lain suatu budaya. Menurut Peoples dan Bailey (Samovar, 2010), nilai merupakan “kritik atas pemeliharaan budaya secara keseluruhan karena hal ini mewakili kualitas yang dipercayai orang yang penting untuk kelanjutan hidup mereka”. Hubungan antara nilai dan budaya begitu kuat, sehinggatidak dapat dibahas secara terpisah.

Media sosial dinilai mampu memanipulasi fakta sosial dari sesuatu yang nyata menjadi kabur. Sebaliknya, juga mampu membawa fakta imajiner pada suatu yang tampak realistis. Oleh karena itu, dalam berkomunikasi dengan media baru, diperlukan daya nalar kritis untuk melihat pergerakan yang bisa membahayakan kelangsungan hidup budaya (Shoelhi, 2015).

Nilai luhur budaya bangsa Indonesia menjadi perhatian serius para pemangku kepentingan di tengah kondisi arus berita dan informasi yang mengalir tanpa terkendali. Pemerintah mengajak masyarakat untuk menjaga nilai luhur budaya bangsa Indonesia. Pemerintah kota Madiun pada tahun 2016, misalnya, mengadakan penyuluhan untuk menumbuhkan kembali semangat nasionalisme melalui nilai-nilai luhur budaya bangsa dalam upaya memperkuat ketahanan bangsa terhadap pengaruh negatif arus globalisasi (Peningkatan Kesadaran Masyarakat akan Nilai Nilai Luhur Budaya Bangsa Tahun Anggaran 2016).

Dengan demikian, permasalahan yang mengemuka dalam penggunaan media sosial oleh generasi muda, di antaranya ialah apakah pengguna belum mampu memilah informasi atau berita di media sosial dan mengidentifikasi sumber yang kredibel dari berbagai sumber yang muncul di media sosial; apakah pengguna internet cenderung menerima informasi mentah dari media sosial dan menyebarkannya; dan apakah pengguna internet belum mampu memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan nilai-nilai luhur budaya bangsa Indonesia. Permasalahan ini perlu dijawab dengan melakukan kegiatan pembekalan dan survei kepada generasi muda atau generasi milenial.

Untuk menciptakan generasi muda yang tidak hanya menjadi konsumen media baru, perlu dilakukan berbagai upaya. Upaya pertama ialah dilakukan pengenalan media baru agar generasi muda mampu memanfaatkan semua aspek media baru. Kedua ialah penggunaan karakter interaktivitas media baru yang memungkinkan generasi digital berinteraksi secara terbuka, nyaman, dan aman (Murwani, 2012).

Survei menyangkut penggunaan internet sudah pernah dilakukan pada generasi milenial (lahir setelah 1982) di Kota Makassar. Penelitian menunjukkan bahwa generasi milenial mengakses internet terbesar melalui saluran *chat room* menggunakan media sosial Facebook. Intensitas akses terbesar ditemukan pada siswa SMA (Pala, 2013).

Penelitian terhadap penggunaan media sosial terhadap remaja juga pernah dilakukan melalui wawancara kepada sejumlah siswa SMA. Hasilnya, remaja lebih memilih Facebook daripada Twitter dengan alasan fiturnya lebih variatif, ruangnya tidak terbatas dengan 140 karakter, dapat mengunggah foto dalam jumlah banyak, bisa berinteraksi, bermain *game*, dan membeli benda tertentu. Berdasarkan penelitian tersebut juga ditemukan bahwa remaja tidak selalu menerima pesan yang disampaikan oleh media sosial Facebook. Pada skala tertentu, mereka mempertanyakan secara kritis. Peneliti menyarankan adanya penelitian yang diarahkan pada motivasi penggunaan media sosial dan perbandingan media sosial yang beragam (Kirana, 2011).

Dalam kegiatan pembekalan ini, identifikasi penggunaan media sosial kepada siswa SMA sebagai generasi milenial lebih beragam, tidak hanya Facebook, tetapi juga Instagram, Twitter, Path, hingga Snapchat. Selain itu, kegiatan ini juga ingin menunjukkan sejauh mana generasi milenial bijak menggunakan media sosial.

2. METODE

2.1 Survei

Peneliti menentukan objek penelitian, yakni siswa SMA, yang berlokasi di dekat Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, dengan mengutamakan siswa SMA yang sudah pernah diberi pembekalan, sehingga terjadi transfer pengetahuan dan wawasan yang berkesinambungan. Oleh karena itu, dipilih sejumlah 104 siswa-siswi kelas XI SMA Santo Kristoforus 1 yang berlokasi di Jakarta Barat.

SMA Santo Kristoforus berdiri di bawah Yayasan Diannanda, yaitu yayasan milik Paroki Santo Kristoforus Grogol, Jakarta Barat. Yayasan Diannanda didirikan pada 30 April 1982 oleh Pastor Titus Rahail, M.Sc., yang saat itu menjabat sebagai pastor paroki. Yayasan ini mengelola delapan unit persekolahan yang terdiri atas dua KB-TK, dua SD, dua SMP, dan dua SMA (<http://kristo.sch.id>, 2017).

Peneliti menyusun angket sebagai instrumen. Instrumen ini disebarakan dua kali, yaitu sebelum dan sesudah pelaksanaan pembekalan.

Angket yang dibagikan sebelum pembekalan ditujukan untuk mengetahui tingkat aksesibilitas terhadap media sosial, seperti jumlah media sosial yang dimiliki, frekuensi, dan durasi penggunaan. Selain itu, juga mengukur sejauhmana pemahaman siswa dalam menerima dan memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyebaran nilai luhur budaya sebelum dilakukan pembekalan. Sementara itu, angket yang dibagikan setelah pembekalan ditujukan untuk mengetahui sejauhmana pengetahuan dan wawasan yang diperoleh siswa terkait penggunaan media sosial secara tepat, setelah dilakukan pembekalan.

2.2 Pembekalan

Pembekalan dilakukan pada Jumat, 9 Juni 2017, di Aula SMA Santo Kristoforus I, Jl. Satria IV Blok C No. 68 Grogol, Jakarta Barat. Pembicara memberi penjelasan mengenai

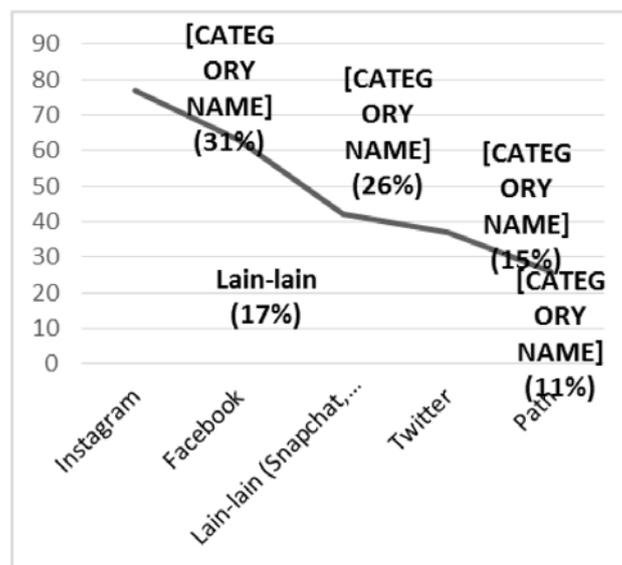
penggunaan media sosial, informasi yang kerap diterima dan disebarkan, cara memilah-milah antara informasi atau berita yang benar dan palsu, serta informasi atau berita yang tidak boleh diterima dan tidak boleh disebarkan secara langsung. Pembekalan berlangsung kurang lebih selama 2,5 jam.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembekalan yang berjudul “Penggunaan Media Sosial Sesuai Nilai Luhur Budaya di Kalangan Siswa SMA” ini difokuskan pada pencegahan berita palsu di media sosial yang mengancam kehidupan berbangsa dan bernegara. Pembekalan dimulai dengan memberikan pemahaman tentang berita palsu. Berita palsu semakin banyak pada era digital. Banyak orang sudah terhubung dengan internet dan memiliki media sosial. Berita/informasi dengan cepat disebarkan kepada pembaca. Namun, kadang kala berita/informasi tersebut tidak diterima dengan baik oleh pembaca, artinya berita/informasi tersebut bersifat palsu atau sudah diubah maknanya secara sengaja maupun tidak sengaja.

Pengenalan berita palsu dipraktikkan dalam permainan (*games*) “pesan berantai” yang melibatkan seluruh peserta. Permainan ini bertujuan agar siswa memahami bahwa pesan dari sumber autentik bisa berbeda ketika sampai kepada penerima pesan. Hal ini tergantung pada cara dan kejelasan dalam menyampaikan pesan, pengetahuan dan kemampuan mengingat pesan, serta gangguan saat pengiriman pesan.

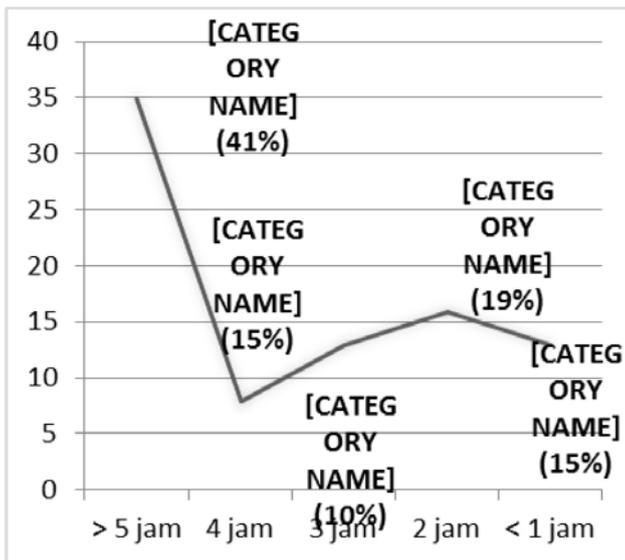
Dalam pembekalan juga dipaparkan ciri-ciri berita palsu, tujuan seseorang menyebarkan berita palsu seperti motif ekonomi dan kekuasaan, dan cara mengatasi berita palsu. Contoh berita-berita palsu disajikan melalui gambar atau foto dan video.



Grafik 1 Media Sosial yang Paling Banyak Dimiliki dan Diakses oleh Siswa-Siswi SMA

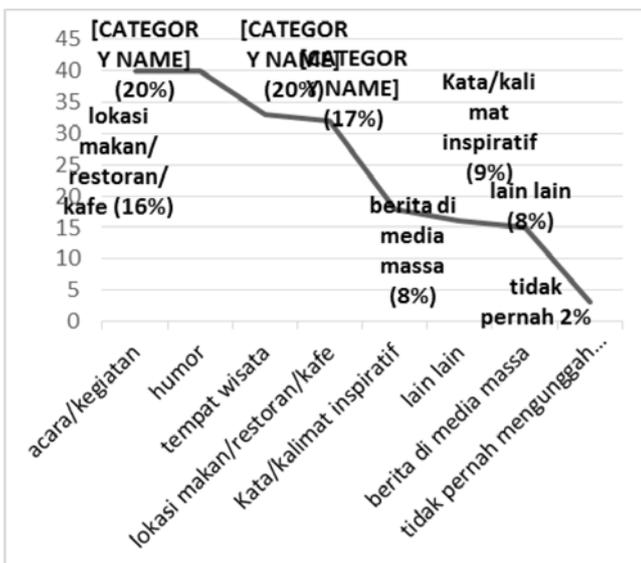
Sementara itu, secara kuantitatif, hasil pembekalan ini ditunjukkan dari hasil angket atau kuesioner yang dibagikan sebelum dan setelah pembekalan. Dari 89 siswa yang hadir

pada pembekalan, sebanyak 86 siswa mengisi kuesioner dengan rincian 48 siswa (56%) dan 38 siswi (44%). Media sosial Instagram paling banyak dimiliki dan diakses oleh siswa-siswi SMA (31%), diikuti Facebook (26%), serta lain-lain seperti Snapchat (17%), Twitter (15%), dan Path (11%).



Grafik 2 Durasi Siswa-Siswi SMA dalam Menggunakan Media Sosial

Siswa-siswi SMA juga tergolong aktif menggunakan media sosial. Hal ini terlihat dari durasi penggunaan media sosial. Durasi menggunakan media sosial lebih dari lima jam sehari paling banyak dipilih siswa (41%), diikuti dua jam sehari (19%), kurang dari satu jam sehari (15%), tiga jam sehari (15%), dan selama empat jam sehari (10%).



Grafik 3 Berita/Informasi yang Paling Sering Diunggah di Media Sosial

Berita/informasi yang paling sering diunggah di media sosial ialah acara/kegiatan (20%) dan humor (20%), sedangkan hal lain yang diunggah ialah tempat wisata (17%), lokasi

makan/restoran/kafe (16%), kata/kalimat inspiratif (9%), berita di media massa (8%), dan lain-lain (8%). Konten kategori lain-lain ini terdiri atas *game*, foto grup, *fashion (outfit of the day)*, foto yang indah dan menarik (*aesthetic feeds*), lagu, *anime*, film, *playlist music*, hal-hal inovatif, cara memasak, *cosplay (costume play)*, hasil karya pribadi, dan olahraga. Kendati demikian, terdapat pula siswa yang tidak pernah mengunggah informasi/berita apapun walau jumlahnya hanya 2%.

Selain berita/informasi yang diunggah, survei juga dilakukan untuk mengetahui sikap siswa-siswi dalam mengenali sebuah beritapalsu yang muncul di media sosial. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa siswa-siswi sebagian besar sudah paham saat mengenali berita palsu yang masuk dalam media sosial masing-masing.

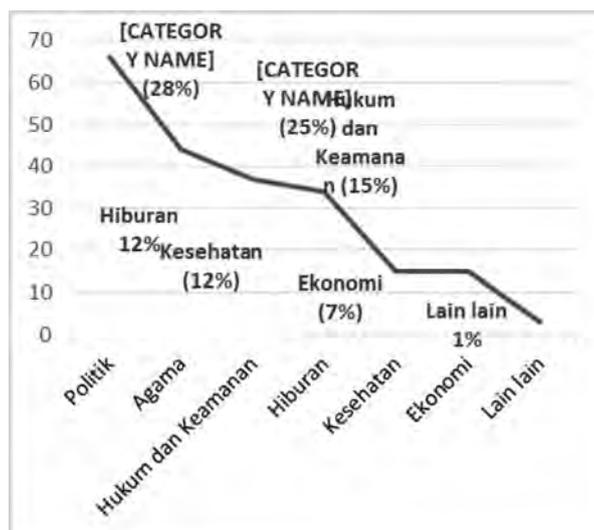
Para siswa mengenali berita palsu dari caranya menghasut pembaca untuk segera menyebarkan (35%), sumber laman/blog tidak pernah didengar sebelumnya (32%), menggunakan/mengatasnamakan nama media massa atau perusahaan atau orang yang sudah tenar (13%), struktur kalimat dan tanda baca tidak sesuai dengan kaidah baku penulisan berita (9%), dan lain-lain (5%). Lain-lain terdiri atas melihat berdasarkan logika/nalar, isi yang lebih bersifat gosip dan hinaan, berita/informasi tersebut hanya disorot oleh satu media, serta menyebarkan isu sara.



Grafik 4 Cara Siswa-Siswi Mengenali Berita Palsu

Walaupun demikian, masih ada siswa yang belum mampu mengenali berita/informasi palsu(11%). Hal ini ditunjukkan dari jawaban yang salah,yaitu mengenali berita palsu karena bersumber dari media massa tenar dan penulisanberita yang terstruktur rapi. Sementara itu, masih ada siswa yang mengaku tidak tahu cara mengenali berita palsu (1%).

Setelah mengenali sebuah berita palsu, siswa mengidentifikasi jenis/bidang berita palsu yang sering dibaca atau didengar.Hasil survei menunjukkan bahwa berita palsu yang paling banyak diketahui para siswa ialah bidang politik (28%), agama (25%), hukum dan keamanan (15%), hiburan (12%), kesehatan (12%), ekonomi (7%), dan lain-lain (1%).



Grafik 5 Jenis/bidang berita palsu yang sering dibaca/didengar oleh siswa-siswi.

Setelah diberi pemaparan, terjadi peningkatan wawasan para siswa tentang berita palsu di bidang politik, agama, ekonomi, dan kenaikan signifikan pada bidang kesehatan. Hal ini sesuai dengan materi yang dipaparkan pada saat pembekalan. Dalam presentasi, dijelaskan berita palsu tidak hanya berupa politik, agama, hukum, dan keamanan, tetapi juga kesehatan.

Aktivitas terakhir ialah pengukuran kemampuan siswa-siswi dalam mengatasi berita palsu. Siswa memilih tidak menyebarkan kembali di media sosial mereka (46%), menelusuri informasi tersebut di media massa yang sudah tenar/institusi terkait (28%), mengklarifikasi di media sosial bahwa informasi tersebut palsu (15%), serta lain-lain, seperti menghiraukan atau tidak membaca lebih lanjut berita tersebut (8%), dan memilih berdiskusi dengan pakar/ahli di bidang tersebut (3%).

Meski hasil jawaban siswa hampir sama dengan survei yang dibagikan sebelum pembekalan, ada peningkatan yang cukup tinggi terhadap upaya siswa-siswi untuk mencari informasi lebih lanjut di media massa yang lebih kredibel ketika menerima berita palsu di media sosial. Selain itu, jumlah siswa yang memilih untuk mengklarifikasi berita palsu di media sosial juga bertambah.



Gambar 1 Siswa-Siswi Kelas XI SMA Santo Kristoforus I Menyimak Pembekalan tentang Media Sosial



Gambar 2 Penjelasan Bahaya Berita Palsu oleh Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara



Gambar 3 Foto Peserta Pembekalan, Guru Pendamping, dan Tim Pengabdian Kepada Masyarakat Fakultas Ilmu Komunikasi Tarumanagara

4. SIMPULAN

Generasi muda, dalam hal ini siswa SMA, sebagai pengguna internet, memiliki akses yang tinggi terhadap media sosial. Selama ini para siswa telah mampu memilah informasi atau berita di media sosial dan mengidentifikasi sumber yang kredibel dari berbagai sumber yang muncul di media sosial. Generasi muda bersikap kritis dengan tidak serta merta menerima

informasi mentah dari media sosial dan menyebarkannya. Mereka memilih untuk menelusuri informasi, mengklarifikasi jika informasi tersebut palsu, hingga menghiraukan informasi tersebut.

Pembekalan mengenai media sosial perlu dilakukan secara berkesinambungan karena media sosial bersifat dinamis dan terus-menerus menyebarkan berita, termasuk berita palsu. Generasi muda terus diingatkan untuk selalu menangkal berita palsu, bahkan meluruskan berita palsu tersebut sebelum tersebar luas di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Broke, D. (2016). Dipetik Januari 18, 2017, dari <https://ed.stanford.edu>.
<http://kristo.sch.id>. (2017, Juni 11).
<http://ppid.madiunkota.go.id/>. (t.thn.). Dipetik Januari 19, 2017
- Ida, R. (2017, Januari 14). Kendalikan Konten Daring dan Paradoks Siber Demokrasi. hal. 6.
- Kirana, D. C. (2011). Pemaknaan Remaja Terhadap Keintiman/Keakraban dalam Hubungan Pertemanan di Facebook. *Remaja Digital* (hal. 56-66). Surakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Kompas. (2015, Agustus 3). Analisis Media Sosial: Polarisasi “Netizen” Amati Pemerintah.
- Kompas. (2017, Januari 5). Jangan Hanya Kontra ‘Hoax’ hal. 5.
- Murwani, E. (2012). Budaya Partisipatif: Suatu Bentuk Literasi Media Baru. *Seminar Nasional Inovasi dan Teknologi* (hal. 22-26). Bandung: Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat Bina Sarana Informatika.
- Pala, R. (2013). Penggunaan Internet dan Kategori Sosial Penggunaanya. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* , 18 (1), 1-15.
- Safko, L. (2010). *The Social Media Bible: Tactics, Tools & Strategies for Business Success 3rd Edition*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Samovar, A. L. (2010). *Komunikasi Lintas Budaya*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Shoelhi, M. (2015). *Komunikasi Lintas Budaya Dalam Dinamika Komunikasi Internasional*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.