

## Komunikasi Non Verbal Dalam Pekan Ternak “Marosok” di Payakumbuh, Provinsi Sumatera Barat.

M. Akbar Fahlevi Hsb.

Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Bisnis, Universitas Telkom

[akbarfahlevi@yahoo.com](mailto:akbarfahlevi@yahoo.com)

---

### Abstrak

Di dalam pengaplikasiannya, budaya Marosok memiliki aturan-aturan yang berlaku. Diantaranya adalah berjabat tangan ketika negosiasi harga ternak dalam proses transaksi, menggunakan topi atau kain sebagai alas untuk menutupi ketika berjabat tangan. Hal ini dilakukan agar orang lain tidak mengetahui harga ternak yang sedang disepakati. Budaya Marosok tersebut merupakan sebuah budaya yang menggunakan komunikasi non verbal dalam proses transaksinya.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yaitu penelitian kualitatif yang bersifat memaparkan atau menjelaskan. Penelitian ini menggunakan 4 informan yang terbagi ke dalam 1 orang sebagai penjual, 1 orang sebagai pembeli dan 2 orang informan sebagai pakar budaya untuk mendukung hasil penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan penjelasan dari pengaplikasian budaya Marosok pada tiap-tiap informan. 2 informan sebagai penjual dan pembeli masih mengaplikasikan budaya Marosok sesuai dengan aturan-aturan yang berlaku. Sementara 2 orang informan sebagai pakar budaya tidak mengaplikasikan budaya Marosok. Hanya saja mereka mengetahui aturan proses transaksi tersebut.

**Kata Kunci : Budaya, Masyarakat Minang, Komunikasi Non Verbal**

---

### Abstract

In the application, a culture of Marosok has rules that apply. Among them are shaking hands when cattle prices in the process of negotiating the transaction, use the hat or fabric holster as the base to cover when shaking hands. This is done so that others do not know the price of livestock that is being agreed upon. The Marosok culture is a culture that use non verbal communication in the process of this transaction.

The study is done by adopting both qualitative descriptive qualitative namely research that are explained or explains. This study using 4 informants who is divided into one as aseller, one as a buyer and two informants as an culture to support the result of research.

The result of this research shows the description of the Marosok culture of deployment on each informant. 2 informant as seller and buyer is still apply cultural Marosok in accordance with the rules of the act. While two people as a cultural expert informant as cultural Marosok not apply. Only they know the rules of the transaction.

**Keywords: Culture, Minang People, Non Verbal Communication**

---

## 1. Pendahuluan

Indonesia terkenal dengan keragaman budayanya. Ragam budaya yang terdapat di Indonesia memiliki nilai-nilai budaya yang tinggi di tiap-tiap penganutnya. Berbagai budaya tersebut lahir dan terbentuk serta diaplikasikan secara berbeda-beda menurut suku masing-masing masyarakat Indonesia. Manusia dan kebudayaan adalah satu hal yang tidak bisa di pisahkan karena di mana manusia itu hidup dan menetap pasti manusia akan hidup sesuai dengan kebudayaan yang ada di daerah yang di tinggalinya. Penting untuk kita saling mempelajari ragam budaya tersebut untuk menghindari kesalahpahaman baik komunikasi, perilaku dan sikap kita di dalam berinteraksi kepada sesama manusia. Seringkali kita menemukan aturan-aturan adat dari berbagai suku yang terkadang tidak masuk akal logika bagi kita yang tidak menjalaninya. Aturan-aturan adat tersebut dijalankan mengikuti kebiasaan leluhur terdahulu. Di dalam aturan tersebut pun terdapat hukuman adat bagi mereka yang tidak menjalankannya.

Budaya merupakan sebuah kata yang umum dikenal orang, tetapi arti yang tepat mengenai kata ini sulit untuk dimengerti atau sulit untuk dipahami. Setiap orang memiliki dalam dirinya pola-pola berpikir, berperasaan dan bertindak secara potensial yang dipelajari sepanjang hidupnya. Kebanyakan hal tersebut telah diperolehnya sejak kecil, karena pada saat usia dini seseorang mudah terpengaruh untuk belajar dan berasimilasi. Begitu pola-pola tertentu mengenai berpikir, berperasaan dan bertindak telah terbentuk di dalam pikiran manusia, ia harus belajar melupakannya sebelum dapat belajar sesuatu yang berbeda dan belajar melupakan lebih sulit daripada belajar untuk pertama kalinya. (Budyatna, 2012:34).

Mengenai tradisi dagang sapi di Minangkabau yaitu Marosok menjelaskan bahwa: “kesampingkan dulu segala pengetahuan tentang pasar-pasar yang umumnya ada di Indonesia ramai serta transaksi antara pedagang dan pembeli dilakukan secara terbuka. Soalnya, aktivitas di Pasar Ternak Koto Baru jauh dari keramaian dan keterbukaan. Sebaliknya, transaksi cukup dilakukan "berduaan" antara penjual dan pembeli dengan menggunakan bahasa isyarat. Tanpa omongan, pedagang-pembeli cukup bersalaman dan memainkan masing-masing jari tangan untuk bertransaksi”. (Liputan6.com, 17 Maret 2008).

Dalam cakupan budaya Indonesia, budaya Marosok adalah proses transaksi jual beli sapi dengan menggunakan bahasa isyarat. Transaksi adalah persetujuan jual beli antara dua pihak atau lebih. Marosok berlangsung antara penjual-pembeli seperti orang bersalam-salaman. Tangan yang bersalaman itu selalu ditutupi benda lain, seperti sarung, baju atau topi agar proses transaksinya tidak diketahui oleh orang lain. Setiap jari melambangkan nilai uang.

Komunikasi nonverbal adalah proses komunikasi dimana pesan disampaikan tidak menggunakan kata-kata. Contoh komunikasi nonverbal ialah menggunakan gerak isyarat, bahasa tubuh, ekspresi wajah dan kontak mata, penggunaan objek seperti pakaian, potongan rambut, dan sebagainya, simbol-simbol, serta cara berbicara seperti intonasi, penekanan, kualitas suara, gaya emosi dan gaya berbicara. (Morrisan dan Wardhany, 92:2009).

Sebagai suatu komponen budaya, ekspresi nonverbal mempunyai banyak persamaan dengan bahasa. Keduanya merupakan sistem penyandian yang dipelajari dan diwariskan sebagai bagian pengalaman budaya. Karena kebanyakan komunikasi nonverbal berlandaskan budaya, apa yang dilambangkannya seringkali merupakan hal yang telah budaya sebarikan kepada anggota-anggotanya. Lambang-lambang nonverbal dan respons-respons yang ditimbulkan lambang-lambang tersebut merupakan bagian dari pengalaman budaya. Apa yang diwariskan dari suatu generasi ke generasi lainnya. Setiap lambang memiliki makna karena orang

mempunyai pengalaman lalu tentang lambang tersebut. Budaya mempengaruhi dan mengarahkan pengalaman-pengalaman itu dan oleh karenanya budaya juga mempengaruhi dan mengarahkan kita. Bagaimana kita mengirim, menerima dan merespons lambang-lambang nonverbal tersebut. (Mulyana-Rakhmat, 2009: 32).

Budaya Marosok dan komunikasi non verbal adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Karena dalam proses transaksi dalam budaya Marosok tersebut menggunakan tangan untuk bersalaman antara penjual dan pembeli. Dalam komunikasi non verbal budaya Marosok menggunakan bahasa tubuh, bahasa isyarat dan sentuhan. Di harapkan dapat memberikan pengaruh yang positif terhadap tahap tahap pengaplikasian dalam proses budaya Marosok tersebut.

Penulis tertarik untuk membahas salah satu budaya dari suku Minang ini karena sampai saat ini masih jarang di ketahui oleh masyarakat Indonesia yang bukan bersuku Minang. Penulis sebelumnya juga pernah melihat proses transaksi tersebut di kota Pariaman dan ingin menjadikan hal ini sebagai bahan penelitian. Marosok ini berkaitan erat dengan proses komunikasi karena pada pengaplikasiannya, Marosok menggunakan komunikasi nonverbal pada saat transaksi jual beli. Oleh karena itu penulis memilih judul „Komunikasi Nonverbal Dalam Pekan Ternak Budaya “Marosok” Di Kota Payakumbuh, Sumatera Barat“.

### **Fokus Penelitian**

Fokus penelitian dalam penelitian ini adalah “bagaimana proses komunikasi nonverbal yang terjadi pada masyarakat Minang di daerah Pariaman?”. Adapun permasalahan yang ingin di angkat oleh peneliti adalah:

1. Bagaimana proses komunikasi nonverbal kegiatan Marosok pada masyarakat Minang di daerah Payakumbuh?

### **Tujuan Penelitian**

Pada penelitian ini penulis memiliki beberapa tujuan yang ingin di capai, diantaranya:

1. Untuk mengetahui bagaimana proses komunikasi nonverbal kegiatan Marosok yang terjadi pada masyarakat Minang di daerah Payakumbuh.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian dengan pendekatan kualitatif deskriptif, pendekatan dengan metode penelitian kualitatif deskriptif memiliki karakteristik yang dikemukakan oleh Bogdan and Biklen (1982) adalah sebagai berikut:

- a. Dilakukan pada kondisi yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen), langsung ke sumber data dan peneliti adalah instrumen kunci.
- b. Penelitian kualitatif lebih bersifat deskriptif. Data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar, sehingga tidak menekankan pada angka.
- c. Penelitian kualitatif lebih menekankan pada proses daripada produk atau *outcome*.
- d. Penelitian kualitatif melakukan analisis data secara induktif.
- e. Penelitian kualitatif lebih menekankan makna (data dibalik yang teramati).

## **2. Dasar Teori**

### **2.1 Budaya dan Komunikasi**

Hubungan antara budaya dan komunikasi penting dipahami untuk memahami komunikasi antarbudaya. Oleh karena melalui pengaruh budayalah orang-orang belajar berkomunikasi. Seorang Korea, seorang Mesir atau seorang Amerika belajar berkomunikasi seperti orang-orang Korea, orang-orang Mesir atau orang-orang Amerika lainnya. Perilaku mereka dapat mengandung makna, sebab perilaku tersebut dipelajari dan diketahui. Dan perilaku itu terikat oleh budaya. Orang-orang memandang dunia mereka melalui kategori-kategori, konsep-konsep dan label-label yang dihasilkan budaya mereka.

Budaya adalah suatu pola hidup menyeluruh. Budaya bersifat kompleks, abstrak dan luas. Banyak aspek budaya turut menentukan perilaku komunikatif. Unsur-unsur sosio-budaya ini tersebar dan meliputi banyak kegiatan sosial manusia.

### **2.2 Definisi Budaya**

Budaya adalah suatu konsep yang membangkitkan minat. Secara formal budaya didefinisikan sebagai tatanan pengetahuan, pengalaman, kepercayaan, nilai, sikap, makna, hirarki, agama, waktu, peranan, hubungan, ruang, konsep alam semesta, objek-objek materi dan milik yang diperoleh sekelompok besar orang dari generasi ke generasi melalui usaha individu dan kelompok. Budaya dan komunikasi tak dapat dipisahkan oleh karena budaya tidak hanya menentukan siapa bicara dengan siapa, tentang apa, dan bagaimana orang menyandi pesan, makna yang ia miliki untuk pesan, dan kondisi-kondisinya untuk mengirim, memperhatikan dan menafsirkan pesan. sebenarnya seluruh perbendaharaan perilaku kita sangat bergantung pada budaya tempat kita dibesarkan. Konsekuensinya, budaya merupakan landasan komunikasi. (Mulyana dan Rakhmat, 2009:18-19).

### **2.3 Komunikasi Antar Budaya**

Hal hal yang sejauh ini dibicarakan tentang komunikasi, berkaitan dengan komunikasi antarbudaya. Fungsi-fungsi dan hubungan-hubungan antara komponen-komponen komunikasi juga berkenaan dengan komunikasi antarbudaya. Namun, apa yang terutama menandai komunikasi antara budaya adalah bahwa sumber dan penerimanya berasal dari budaya yang berbeda. Ciri ini saja menandai untuk mrngidentifikasi suatu bentuk interaksi komunikatif yang unik yang harus memperhitungkan peranan dan fungsi komunikasi antarbudaya dan membahasnya melalui perspektif suatu model. Kemudian kita akan melihat pula berbagai bentuk komunikasi antarbudaya. (Mulyana dan Rakhmat, 2009:20).

### **2.4 Komunikasi**

Komunikasi sulit untuk di definisikan. Kata „komunikasi“ bersifat abstrak, seperti kebanyakan istilah, memiliki banyak arti. Kesulitan dalam mendefinisikan kata „komunikasi“ baik bagi kepentingan akademis maupun penelitian disebabkan oleh kata kerja berkomunikasi. Sudah sangat mapan sebagai kosa kata yang sangat umum dan karenanya tidak mudah ditangkap maknanya untuk keperluan ilmiah. Kata komunikasi menjadi salah satu kata yang paling sering digunakan dalam percakapan, baik dalam bahasa Inggris maupun bahasa Indonesia. Para ahli telah melakukann berbagai upaya untuk mendefinisikan komunikasi, namun

membangun suatu definisi tunggal mengenai komunikasi terbukti tidak mungkin dilakukan dan mungkin juga tidak terlalu bermanfaat. Stephen W. Littlejohn (Morrisan dan Wardhany, 2009:5).

### 3. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dijelaskan bahwa dari ke 2 informan, yaitu: Uda Otto dan Uda Zul masih mengaplikasikan budaya Marosok sesuai dengan aturan-aturan yang berlaku di dalam proses transaksi tersebut. Sementara hasil berbeda didapat melalui penelitian dengan ke 2 informan yang berprofesi sebagai pakar budaya, yaitu Pak Mulyadi dan Buya Muhammad Leter tidak lagi mengikuti budaya Marosok karena mereka tidak terlibat secara langsung dalam proses transaksi tersebut.

Menurut hasil penelitian yang telah dilakukan, berikut perbedaan dari pengaplikasian Budaya Marosok

**Tabel 4.1**  
**Aktifitas dan Kegiatan**

| <b>Aktifitas dan Kegiatan</b> | <b>Penjual, Pembeli dan Pakar Budaya Dalam Budaya Marosok</b>   |
|-------------------------------|---|
|                               | <b>1. Uda Otto</b><br>Menjelaskan tentang proses transaksi non verbal dalam budaya Marosok                  |
|                               | <b>2. Uda Zul</b><br>Menjelaskan tentang peran calo namun tetap mengaplikasikan dalam aturan budaya Marosok |
|                               | <b>3. Pak Mulyadi</b><br>Menjelaskan tentang proses transaksi yang sangat efektif digunakan.                |
|                               | <b>4. Buya Muhammad Leter</b><br>Menjelaskan sambil mencontohkan ketika proses transaksi terjadi            |

*Sumber: Olahan Peneliti*

Dari hasil penelitian diatas, peneliti menyimpulkan bahwa bila dilihat dari aktifitas dan kegiatan yang dilakukan, penjual dan kedua pakar budaya menjelaskan tentang proses transaksi dalam budaya Marosok. Adanya topi atau kain sebagai alas untuk menutupi tangan dalam proses transaksi. Meninggalkan ijab atau uang muka dari pembeli terhadap penjual sebagai janji agar pembeli tidak berpaling ke penjual lain. Berbeda dengan informan pembeli, Uda Zul menyimpulkan tentang adanya calo dalam proses transaksi namun tetap mengaplikasikan aturan yang berlaku dalam budaya Marosok.

**Tabel 4.2**  
**Perantara Dalam Komunikasi Non Verbal**

|  |   |
|--|---|
| <b>Perantara<br/>Dalam<br/>Komunikasi<br/>Non Verbal</b> | <b>Penjual dan Pembeli Dalam Budaya Marosok</b>   |
|  | <b>1. Uda Otto</b><br>Menggunakan Calo sebagai orang yang membantu dalam transaksi budaya Marosok atau sebagai orang ketiga untuk pembeli yang belum menegerti dalam proses transaksi tersebut. |
|  | <b>2. Uda Zul</b><br>Menggunakan Cao sebagai orang yang membantu dalam transaksi budaya Marosok atau sebagai orang ketiga untuk pembeli yang belum menegerti dalam proses transaksi tersebut.   |

*Sumber: Olahan Peneliti*

Berdasarkan tabel diatas, peneliti menyimpulkan bahwa dalam proses komunikasi non verbal yang terjadi dalam budaya Marosok, informan penjual dan pembeli yang terlibat berkomunikasi dengan menggunakan calo sebagai orang ketiga dalam proses transaksi. Berbeda dengan hasil penelitian pada kedua informan pakar budaya. Mereka tidak menjelaskan tentang adanya calo dalam budaya Marosok. Karena informan pakar budaya tidak terlibat langsung dalam proses transaksi tersebut.

Seperti yang telah di jelaskan pada Bab 2 penelitian ini, menurut Mulyana (2007, 261) Istilah nonverbal biasanya digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi diluar kata-kata terucap dan tertulis. Pada saat yang sama kita harus menyadari bahwa banyak peristiwa dan perilaku nonverbal ini ditafsirkan melalui simbol-simbol verbal. Dalam pengertian ini, peristiwa dan perilaku nonverbal itu tidak sungguh-sungguh bersifat nonverbal.

**Tabel 4.2**  
**Hambatan dalam Komunikasi**

|                                  |   |
|----------------------------------|---|
| <b>Hambatan dalam Komunikasi</b> | <b>Penjual, Pembeli dan Pakar Budaya Dalam Budaya Marosok</b>                                     |
|                                  | <b>1. Uda Otto</b><br>Memiliki hambatan dengan pembeli yang belum mengerti tentang budaya Marosok |
|                                  | <b>2. Uda Zul</b><br>Merasa tidak ada hambatan dalam proses transaksi budaya Marosok              |
|                                  | <b>3. Pak Mulyadi</b>   |

|  |  |
|--|--|
|  | Memiliki hambatan karena proses transaksi tersebut hanya di ketahui oleh penjual dan pembeli                               |
|  | <b>4. Buva Muhammad Leter</b> Memiliki hambatan karena proses transaksi tersebut hanya di ketahui oleh penjual dan pembeli |

*Sumber : Olahan Peneliti*

Berbicara mengenai hambatan komunikasi, penjual dan pakar budaya dalam budaya Marosok mengatakan memiliki hambatan. Berbeda dengan Uda Zul sebagai pembeli mengatakan tidak memiliki hambatan. Perbedaan yang terjadi karena untuk Uda Zul sebagai pembeli sudah sering membantu teman atau saudara yang belum mengetahui proses transaksi budaya Marosok tersebut., sehingga untuk berkomunikasi bisa lebih terbuka melalui perantara seperti dirinya. Sementara 3 informan lainnya, khususnya yang berstatus sebagai penjual dan pakar budaya, merasa ada hambatan dalam komunikasi. Hambatan tersebut merupakan pembeli yang belum mengetahui proses komunikasi non verbal dalam budaya Marosok tersebut, yaitu proses penyampaian yang tidak langsung sehingga pesan yang tersampaikan harus tertunda. Hambatan lain adalah komunikasi tidak bersifat terbuka. Hanya penjual dan pembeli yang mengetahui. Namun, ini sudah menjadi tradisi, harus tetap di lestarikan walaupun memiliki hambatan.

Komunikasi atau berkomunikasi itu kelihatannya mudah, tetapi sebenarnya tidak lepas dari berbagai kendala atau hambatan dalam pelaksanaannya. Dengan mengetahui atau menyadari adanya (kemungkinan) hambatan atau faktor yang lazim bisa menjadi kendala dalam aktivitas berkomunikasi ini, bisa kita harapkan bahwa kita bisa menanggulangnya atau menghindarinya. Agar proses penyampaian pesan berlangsung dengan baik serta tercapainya tujuan komunikasi yang kita lakukan (saling pengertian atau kesepakatan bersama) (Rudy, 2005:22-23).

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan dari hasil penelitian yang telah dijabarkan sebelumnya, peneliti menyimpulkan bahwa terdapat penjelasan mengenai pengaplikasian budaya Marosok yang di aplikasikan oleh masyarakat Minang di Payakumbuh. Penjelasan tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Bila dilihat dari aktifitas dan kegiatan yang dilakukan, informan penjual dan pembeli tetap mengaplikasikan aturan dalam budaya Marosok. Kegiatan-kegiatan tersebut merupakan rutinitas dalam proses transaksi. Sementara itu menurut informan pakar budaya, dalam proses kegiatan ini sangat efektif digunakan dan mereka menjelaskan cara transaksi komunikasi non verbal dalam budaya Marosok.
2. Perantara dalam komunikasi non verbal yang terjadi merupakan perantara orang ketiga atau kata „Toke” yang digunakan sebagai perantara. Perantara orang ketiga tersebut yang berada disekitar ketika proses komunikasi tersebut berlangsung. Informan yang penjual dan pembeli menggunakan perantara pada saat berkomunikasi dalam proses transaksi budaya Marosok. Sementara informan

pakar budaya tidak menggunakan perantara karena mereka tidak terlibat langsung dalam proses transaksi budaya Marosok.

3. Hambatan komunikasi yang terjadi informan penjual menjelaskan tentang pembeli yang belum mengerti budaya Marosok. Sehingga dalam proses transaksi memiliki hambatan. Berbeda dengan informan pembeli mengatakan tidak ada hambatan yang di alaminya dalam budaya Marosok. Menurut kedua informan pakar budaya proses transaksi komunikasi non verbal yang diketahui hanya penjual dan pembeli adalah sebuah hambatan, karena tidak ada persaingan atau kompetisi terbuka. Dari pembeli satu ke pembeli yang lain tidak mengetahui harga sapi mana yang murah atau mahal. Hal ini membuat para pembeli kebingungan, walaupun pembeli sudah mengetahui harga sapi yang dijual pastinya membutuhkan waktu yang lama. Apalagi untuk pembeli yang belum mengetahui cara transaksi tersebut.

### Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro. (2007). *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arifin, Zainal. (2012). *Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Budyatna, Muhammad. (2012). *Komunikasi Bisnis Silang Budaya*. Jakarta: Kencana.
- Bungin, Burhan. (2007). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Herdiansyah, Haris. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- James P. Spradley (2007). *Metode Etnografi*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Lukiati Komala. (2009) . *Ilmu Komunikasi*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Mulyana, Deddy dan., Rakhmat, Jalaluddin. (2009). *Komunikasi Antar Budaya*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. (2007). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Morrison dan Wardhany. (2009). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sugyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

### Jurnal

- Andien Ramaputri. (2014). *Analisis Konsep Komunikasi Nonverbal Jepang Padan Tokoh-Tokoh Dalam Novel Tsugumi Karya Yoshimoto Banana*. <http://library.binus.ac.id>
- Vivi Juni Asih Sihotang. (2010). *Perbandingan Konsep Pemikiran Ritual Penguburan Tulang pada Masyarakat Jepang dan Batak Toba*. <http://repository.usu.ac.id>
- Irma Sebayang. (2013). *Perbandingan Pemilih Emis Karo dalam Pemilihan Bupati Kabupaten Karo periode 2010-2015*. <http://repository.usu.ac.id>
- Erika Revida. (2009). *Sistem Kekeabatan Masyarakat Suku Batak Toba Sumatra Utara*. <http://repository.usu.ac.id>
- Jekmen Sinulingga. (2010). *Ideologi Erdemubayu (Perkawinan) Batak Karo*. <http://repository.usu.ac.id>
- Oktavianus. (2010). *Cerminkan Nilai Budaya Lintas Budaya*. <http://repository.usu.ac.id>
- Prof. Dr. Edi Sedyawati. (2006). *Komunikasi Budaya : Beberapa Catatan*. KOMUNIKA (warta ilmiah populer komunikasi dalam pembangunan).
- Sartika dan Wiwik Sulistyaningsih. (2012). *Gambaran Komunikasi Interpersonal Menantu dan Mertua yang menggunakan Adat Rebu di Budaya Karo*. [jurnal.usu.ac.id](http://jurnal.usu.ac.id)
- Soehardi. (2010). *The Relationship Between Islam and Adat in Indonesia a Comparison Between Java and Minangkabau*. [jurnal.usu.ac.id](http://jurnal.usu.ac.id)
- Gabriele Weichart. (2004). *Minahasa Identity: A Culinary Practice*. [Journal.ui.ac.id](http://Journal.ui.ac.id)
- Wishnoebroto. (2013). *Reducing the risk through effective use of verbal and non verbal language to promote safe schools in Indonesia*. [Library.binus.ac.id](http://Library.binus.ac.id)