

## **KOMUNIKASI DAN MEDIA ANTARBUDAYA: FORMULASI KOMUNIKASI ANTARBUDAYA DALAM PERKEMBANGAN INFORMASI TEKNOLOGI**

**Nur Ainiyah**

Fakultas Dakwah IAI Ibrahim Sukorejo Situbondo

nura\_ifan@yahoo.com

### **Abstract**

In the information era, everything went self the self cheap, fast, right, and accurate. Communication technologies date created what is called 'public dunia'. The development of communication technologies be inseparable in human life. Plus the development of internet, communication medias being closely in connection with human. Man was easier associated with each other. Social media being evolved to answer the need and lead to change processes of communication between humans. No exception cross-cultural communication also enter new era.

Cross Cultural Communication progressed with the advent of the communication technologies. Internet media connecting different persons culture, different language, identity, view of life material religion, can do communication easily. The emergence of the internet and cyber communication to be the Cross Cultural medium in communication, so it could not be rejected in Cross Cultural communication application create a new namely intercultural cybercommunity.

**Keywords:** *Communication, Media, and Technology*

### **Pendahuluan**

Dewasa ini komunikasi merupakan hal yang sangat urgen dalam interaksi sosial, kebutuhan manusia sebagai makhluk social membawa manusia pada situasi komunikasi untuk berbagai tujuan, aktualisasi diri, berbagi informasi, rekreasi bahkan untuk kepentingan-kepentingan sosial lainnya.

Kenyataan bahwa manusia hidup di tengah-tengah situasi sosial dan budaya yang berbeda dengan orang lain maka timbulnya gesekan sosial akibat perbedaan interpretasi sangat memungkinkan untuk terjadi. Keragaman budaya dalam interaksi social memiliki kompleksitas yang luar

biasa. Seperti dua sisi mata uang antara keuntungan dan kerugian adalah hal wajar dalam hubungan sosial. Pluralisme budaya ketika dipandang sebagai kekayaan maka akan menjadi nilai positif dalam interaksi social akan tetapi efek disinteg-rasi dan perbedaan interpretasi dengan latar belakang budaya berbeda juga tidak bisa dihindari. Maka formulasi komunikasi antarbudaya diharapkan akan memberi ruang baru dalam komunikasi sehingga menjadi media komunikasi bagi orang-orang yang berbeda budaya.

Perkembangan komunikasi antarbudaya secara keilmuan cukup pesat akan tetapi pada tataran praktis masih menimbulkan banyak persoalan, karena bagaimanapun tidak mudah untuk menyamakan dan memaksa orang yang berbeda budaya untuk menerima dan memahami budaya lainnya. Contoh kasus kekerasan yang menimpa banyak TKW/TKI kita yang di Arab, Malaysia, Hongkong dan Taiwan, merupakan contoh kecil dari persoalan yang timbul akibat ketidapkahaman budaya orang lain. Kemampuan berbahasa Asing yang rendah, perbedaan budaya dan tradisi, perbedaan pandangan hidup menjadi kendala bagi TKI/TKW dalam berkomunikasi dengan majikan. Belum lagi anggapan di Arab bahwa pembantu (asisten rumah tangga) sama dengan “budak” membawa situasi buruk terhadap TKI/TKW.

Adapun ruang-ruang kursus bahasa dan skill untuk mengasah kemampuan calon TKI/TKW tidak cukup representatif dalam pengenalan budaya Negara lain yang menjadi tujuan. Maka sebenarnya pemahaman dan pewacanaan tentang komunikasi antarbudaya, komunikasi lintasbudaya harus terus dilakukan dengan memanfaatkan media-media yang ada.

Perkembangan informasi teknologi memberikan kontribusi baik dalam bidang komunikasi, media internet dan menjamurnya media social facebook, twitter, BBM (*Blackberry Messenger*) harusnya bisa membawa perubahan dalam komunikasi antarbudaya dan komunikasi lintasbudaya. Contoh misalnya satu pengguna akun Facebook misalnya memiliki teman lebih dari 800 pertemanan dengan latarbelakang yang beragam, dan 30% dari itu setidaknya berasal dari bahasa berbeda, budaya berbeda, agama berbeda bahkan Negara berbeda. Maka sebenarnya peluang melakukan komunikasi antarbudaya dan komunikasi lintasbudaya melalui media begitu sangat besar. Maka dari itu tulisan ini akan fokus pada bagaimana formulasi komunikasi antarbudaya

dalam perkembangan informasi dan teknologi, dengan memanfaatkan media internet sebagai bagian dalam proses komunikasi antarbudaya sehingga menciptakan ruang baru dalam media antarbudaya yakni komunitas maya (*cybercommunity*) yang aktif melakukan komunikasi antarbudaya.

### **Apa itu komunikasi Antarbudaya**

Manusia merupakan makhluk sosio budaya yang memperoleh prilakunya lewat belajar. Apa yang kita pelajari umumnya dipengaruhi oleh kekuatan-kekuatan sosial dan budaya. Dari semua aspek belajar manusia, komunikasi merupakan aspek terpenting dan paling mendasar. Kita banyak belajar melalui respon-respon komunikasi terhadap rangsangan dari lingkungan. Melalui komunikasi kita menyesuaikan diri dan berhubungan dengan lingkungan kita, serta mendapatkan keanggotaan dan rasa memiliki dalam berbagai kelompok sosial yang mempengaruhi kita.

Komunikasi adalah proses sosial. Ia adalah alat yang manusia miliki untuk mengatur, menstabilkan dan memodifikasi kehidupan sosialnya. Proses sosial gilirannya pengetahuan bergantung pada komunikasi.<sup>1</sup>

Sedangkan dalam konteks yang luas kita dapat merumuskan budaya sebagai paduan pola-pola yang merefleksikan respons-respon komunikatif terhadap rangsangan dari lingkungan. Pola-pola budaya ini pada gilirannya merefleksikan elemen-elemen yang sama dalam perilaku komunikasi individual yang dilakukan mereka yang lahir dan diasuh dalam budaya itu. Le Vine (1973) menyatakan pikiran ini ketika ia mendefinisikan budaya sebagai seperangkat aturan terorganisasikan mengenai cara-cara yang dilakukan individu-individu dalam masyarakat berkomunikasi satu sama lain dan cara mereka berfikir tentang diri mereka dan lingkungan mereka.

Proses yang dilalui individu-individu untuk memperoleh aturan-aturan (budaya) komunikasi dimulai pada masa awal kehidupan. Melalui proses sosialisasi dan pendidikan, pola-pola budaya ditanamkan kedalam sistem syaraf dan menjadi bagian kepribadian dan perilaku kita (Adler, 1976). Proses belajar yang terinternalisasikan memungkinkan kita untuk berinteraksi dengan

---

<sup>1</sup> Deddy Mulyana Rakhmat Jalaluddin. *Komunikasi Antarbudaya: Panduan Berkomunikasi dengan Orang-orang Berbeda Budaya* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), 137.

anggota-anggota budaya lainnya yang juga memiliki pola-pola keunikan serupa. Proses memperoleh pola-pola demikian oleh individu-individu itu disebut enkulturasi (Herskovits, 1966: 24) atau istilah-istilah lainnya disebut pelaziman budaya (*cultural conditioning*) dan pemrograman budaya (*cultural programming*).

Dalam suatu kehidupan sosial, komunikasi menjadi sesuatu yang penting. Hubungan antara manusia yang satu dengan yang lainnya dalam interaksi pada komunitas masyarakat majemuk terjalin melalui aktivitas komunikasi antarbudaya. Berbagai persoalan yang senantiasa muncul dan mewarnai hubungan dan komunikasi dengan hal-hal adaptasi, akomodasi, prasangka sosial, konflik dan sebagainya. Untuk menelaah berbagai persoalan tersebut, dapat dilakukan melalui pendekatan komunikasi antarbudaya. Komunikasi antarbudaya merupakan kegiatan komunikasi antarpribadi yang berlangsung diantara orang-orang yang berbeda latar belakang budaya. Dua konsep yang terkait dengan komunikasi antarbudaya (*intercultural communication*) adalah konsep kebudayaan dan konsep komunikasi. Kebudayaan dapat diartikan sebagai keseluruhan simbol, pemaknaan, penggambaran (*image*), struktur aturan, kebiasaan, nilai pemrosesan informasi dan pengalihan pola-pola konvensi pikiran, perkataan dan perbuatan atau tindakan yang dibagikan diantara para anggota suatu sistem sosial dan kelompok sosial dalam suatu masyarakat.

Sedangkan komunikasi dapat diartikan sebagai proses peralihan dan pertukaran informasi oleh manusia melalui adaptasi dari dan ke dalam sistem kehidupan manusia dan lingkungannya yang mana proses peralihan dan pertukaran informasi ini dilakukan melalui simbol-simbol bahasa verbal ataupun nonverbal yang dipahami bersama. Porter dan Samovar (1985: 24) mengemukakan hubungan antara budaya dan komunikasi itu bersifat timbal balik dan hubungan antara keduanya sangat penting dipahami untuk menelaah komunikasi antarbudaya tersebut.<sup>2</sup>

Komunikasi antarbudaya dapat dipahami sebagai perbedaan kebudayaan dalam mempersepsi objek-objek kejadian. Menurut Porter dan Samo-

---

<sup>2</sup> Samovar, L.A & Porter, R dan McDaniel, Edwin R. *Communication Between culture* (USA: Thomson, 2007), 24.

var (1985: 24) pengaruh budaya dapat terlihat dari cara kita berkomunikasi, bahasa dan gaya bahasa serta perilaku nonverbal kita merupakan bentuk respon atas budaya kita. Suatu prinsip yang perlu diperhatikan adalah bahwa masalah-masalah kecil dalam komunikasi sering dipersulit perbedaan persepsi, dan untuk memahami dunia dan tindakan orang lain harus terlebih dahulu memahami kerangka persepsinya. Persepsi dan bahan yang akan dibangun dalam persepsi dipengaruhi oleh unsur-unsur sosio budaya seperti: (1) sistem kepercayaan (*belief*); (2) nilai (*value*); (3) sikap (*attitude*); serta (4) pandangan dunia (*world view*) dan organisasi sosial (*social organization*).

Enam unsur budaya menurut Porter dan Samovar: *pertama*, kepercayaan, nilai dan sikap; *kedua*, pandangan dunia; *ketiga*, organisasi sosial; *keempat*, tabiat manusia; *kelima*, orientasi kegiatan, *keenam*, persepsi tentang diri dan orang lain<sup>3</sup>

Beberapa pakar mendefinisikan komunikasi antarbudaya dalam banyak perspektif, di antaranya: Chaley H. Dood, komunikasi antarbudaya meliputi komunikasi yang melibatkan peserta komunikasi yang mewakili pribadi, antarpribadi, dan kelompok, dengan tekanan pada perbedaan latar belakang kebudayaan yang mempengaruhi perilaku komunikasi para peserta.<sup>4</sup>

Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss, *Intercultural communication as communication between members of different cultures whether defined in terms of racial, ethnic, or socioeconomic differences* (komunikasi antarbudaya sebagai komunikasi antara dua anggota dari latar budaya yang berbeda, yakni berbeda rasial, etnik atau sosial-ekonomis).

Menurut Andrea L. Rich dan Dennis M. Ogawa dalam buku Larry A. Samovar dan Richard E. Porter, *Intercultural Communication, A Reader*, komunikasi antarbudaya adalah komunikasi antara orang-orang yang berbeda kebudayaan, misalnya antara suku bangsa, antar etnik dan ras, antar kelas sosial. Komunikasi antarbudaya adalah suatu proses komunikasi simbolik, interpretatif, transaksional, kontekstual yang dilakukan oleh sejumlah orang yang karena memiliki perbedaan derajat kepentingan tertentu memberikan

---

<sup>3</sup> Samovar, L.A & Porter, R. *Intercultural Communication: A Reader* (USA: Thomson, 2003), 25.

<sup>4</sup> Liliweri, Alo. *Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya* (Jogjakarta: Lkis, 2002), 10.

interpretasi dan harapan secara berbeda terhadap apa yang disampaikan dalam bentuk perilaku tertentu sebagai makna yang dipertukarkan.<sup>5</sup>

Komunikasi antarbudaya merupakan istilah yang mencakup arti umum dan menunjukkan pada komunikasi antara orang-orang yang mempunyai latar belakang kebudayaan yang berbeda. Dalam perkembangannya, komunikasi antarbudaya acapkali “disamakan” dengan komunikasi lintas budaya (*cross cultural communication*). Komunikasi lintasbudaya lebih memfokuskan pembahasannya kepada membandingkan fenomena komunikasi dalam budaya-budaya berbeda. Misalnya, bagaimana gaya komunikasi pria atau gaya komunikasi wanita dalam budaya Amerika dan budaya Indonesia.

Substansi yang membedakan antara komunikasi antarbudaya dengan komunikasi lintas budaya sebagaimana diungkapkan Purwasito (2003:125), pada dasarnya, sebutan komunikasi lintas budaya sering pula digunakan para ahli menyebut makna komunikasi antarbudaya. Perbedaannya barangkali terletak pada wilayah geografis (negara) atau dalam konteks rasial (bangsa). Tetapi juga untuk menyebut dan membandingkan satu fenomena kebudayaan dengan kebudayaan yang lain, (*generally refers to comparing phenomena across cultures*), tanpa dibatasi oleh konteks geografis meskipun ras atau etnik. Misalnya, kajian lintas budaya tentang peran wanita dalam suatu masyarakat tertentu dibandingkan dengan peranan wanita yang berbeda *setting* kebudayaannya. Itulah sebabnya komunikasi lintas budaya didefinisikan sebagai analisis perbandingan yang memprioritaskan relativitas kegiatan kebudayaan, *a kind of comparative analysis which prioritizes the relativity of cultural activities*.

Apapun itu komunikasi lintasbudaya maupun komunikasi antarbudaya yang harus dihilangkan adalah etnosentrisme. Etnosentrisme merupakan kecenderungan memandang orang lain secara tidak sadar dengan menggunakan kelompok kita sendiri dan kebiasaan kita sendiri sebagai kriteria untuk penilaian. Makin besar kesamaan kita dengan mereka, makin dekat mereka kepada kita, makin besar ketidaksamaan makin jauh mereka dari kita. Kita cenderung melihat kelompok kita, negara kita; budaya kita sendiri, sebagai yang paling baik, sebagai yang paling bermoral. Pandangan ini menuntut kesetiaan kita yang pertama akan melahirkan kerangka rujukan menolak eksis-

---

<sup>5</sup> Samovar, L.A & Porter, R, *Communication Between Culture* (USA: Thomson, 2007), 23.

tensi kerangka rujukan yang lain. Pandangan ini adalah posisi mutlak yang menafikkan posisi yang lain dari tempatnya yang layak bagi budaya yang lain.<sup>6</sup>

Komunikasi antarbudaya bisa berjalan jika sikap etnosentris tidak dimunculkan dalam proses komunikasi. Berikut bagian-bagian komunikasi antarbudaya yang akan membantu terjadinya proses komunikasi antarbudaya secara baik:

### **Persepsi Komunikasi Antarbudaya**

Schramm mengemukakan bahwa efektifitas komunikasi antara lain tergantung pada situasi dan hubungan sosial antar manusia (nelayan) dalam lingkup referensi maupun luasnya pengalaman diantara mereka. Berkaitan dengan hal tersebut Schramm mengemukakan ada empat syarat yang harus dipenuhi untuk komunikasi antarbudaya yaitu: *pertama*, Menghormati anggota budaya lain dengan manusia. *Kedua*, menghormati budaya lain sebagaimana apa adanya dan bukan sebagai mana kita kehendaki. *Ketiga*, menghormati hak anggota budaya lain untuk bertindak berbeda dengan cara kita bertindak. *Keempat*, komunikator lintas budaya yang kompeten harus menyenangkan hidup bersama dengan budaya lain.<sup>7</sup>

Sedangkan faktor penghambat komunikasi antarbudaya menurut Barna adalah tergantung dari faktor-faktor luar yang mempengaruhi komunikasi antarbudaya, yakni, bahasa, pesan-pesan nonverbal, prasangka, stereotip, kecenderungan untuk mengevaluasi dan tingginya kecemasan". Sedangkan untuk mempelajari komunikasi budaya ada dua pendekatan yakni: *pertama*, yaitu dialog budaya (*cultural dialogue*) yang menekankan penelitiannya terhadap masalah hubungan (komunikasi) antar etnik atau ras. *Kedua*, kritik budaya (*cultural critics*) yang lebih menekankan pada: (1) Pengelompokan hambatan komunikasi antarbudaya, (2) Pekerjaan terhadap sejauh mana jenis intensitas suatu faktor penghambat telah terjadi, (3) Memberikan rekomendasi

---

<sup>6</sup> Porter dan samovar dalam Deddy Mulyana dan Rakhmat Jalaluddin. *Komunikasi Antarbudaya: Panduan Berkomunikasi dengan Orang-orang Berbeda Budaya* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), 77.

<sup>7</sup> Deddy Mulyana dan Rakhmat Jalaluddin. *Komunikasi Antarbudaya: Panduan Berkomunikasi dengan Orang-orang Berbeda Budaya* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), 7.

yang dapat dijadikan sebagai aplikasi dalam berkomunikasi antarbudaya setiap waktu diperlukan.<sup>8</sup>

Barlund dalam Porter (1985) juga mengemukakan efektifitas komunikasi tergantung pada pengertian bersama antarpribadi sebagai suatu fungsi orientasi persepsi, sistem kepercayaan dan gaya komunikasi yang sama. Sedangkan De Vito (1978) mengemukakan beberapa faktor penentu efektifitas komunikasi antarpribadi, yakni: 1) Keterbukaan; 2) Empati; 3) Perasaan positif; 4) Dukungan; dan 5) Keseimbangan.

Tema efektifitas komunikasi yang menekankan pada aspek situasi, hubungan sosial dan pengertian bersama (atau kebersamaan dalam makna) diungkapkan juga oleh Hamidjojo (1993). Konsepsi kebersamaan ini memang penting sekali, bahkan menentukan dalam proses komunikasi. Komunikasi itu sendiri antara lain bisa didefinisikan sebagai proses atau usaha untuk menciptakan kebersamaan dalam makna. Yang paling penting sebagai hasil komunikasi adalah keberhasilan dalam makna itu. Bukan sekedar hanya komunikatornya, isi pesannya, media atau salurannya, maka agar maksud komunikasi dipahami dan diterima serta dilaksanakan bersama, harus dimungkinkan adanya peran serta untuk mempertaruhkan dan mempertukarkan makna diantara semua pihak dan unsur dalam komunikasi.

### **Pesan dalam Komunikasi Antarbudaya**

Pesan dalam komunikasi antarbudaya merupakan simbol-simbol yang di dalamnya terkandung karakteristik komunikasi yang terdengar atau terlihat dalam pengalaman proses komunikasi antarpribadi di antara mereka yang berbeda etniknya.

Gans (1979) dan Gitlin (1980) dalam Soemaker dan Reese, 1991: 4-5) telah mengelompokkan lima kategori perspektif teoritik terhadap pesan yaitu: 1) Pesan yang berisi kenyataan sosial dengan sedikit atau bahkan tanpa hambatan, 2) Isi pesan yang dipengaruhi oleh media sikap dan proses sosialisasi, 3) Isi pesan yang dipengaruhi media komunikasi yang terbiasa digunakan, 4) Isi pesan yang dipengaruhi kekuatan pranata sosial, 5) Isi pesan

---

<sup>8</sup> Asante, *Handbook of intercultural Communication* (Beverly Hills: Sage Publication, 1997), 20.



yang dipengaruhi oleh posisi suatu ideologi maupun ketahanan status setiap orang. Tema ini merupakan tema komunikasi dari perspektif interaksionisme simbolik.

### **Bahasa Dalam Komunikasi Antarbudaya**

Bahasa adalah sebuah institusi sosial yang dirancang, dimodifikasi dan dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan kultur atau sub kultur yang terus berubah. Karenanya bahasa dari budaya satu berbeda dengan bahasa dari budaya lain dan sama pentingnya, bahasa dari suatu subkultur berbeda dengan bahasa dari sub kultur yang lain.

Bahasa mencerminkan budaya. Makin besar perbedaan budaya, makin besar perbedaan komunikasi baik dalam bahasa maupun dalam isyarat-isyarat nonverbal. Makin besar perbedaan antara budaya makin sulit komunikasi dilakukan. Kesulitan ini dapat mengakibatkan, misalnya lebih banyak kesalahan komunikasi, lebih banyak kesalahan kalimat, lebih besar kemungkinan salah paham, makin banyak salah persepsi dan makin banyak potong kompas (*by passing*).

Berger dan Luckmann (1990) mendefinisikan bahasa sebagai sebuah sistem tanda-tanda suara, merupakan sistem tanda yang paling penting dalam masyarakat manusia. Landasannya sudah tentu, terletak dalam kapasitas intrinsik organisme manusia untuk mengungkapkan diri dengan suara, tetapi kita baru bisa bicara tentang bahasa apabila ekspresi-ekspresi suara itu sudah bisa dilepaskan diri dari keadaan "disini dan sekarang" yang langsung dari subyektifitasnya.

Bahasa lahir dalam situasi tatap muka, namun dapat dengan mudah dilepaskan darinya. Dalam situasi tatap muka, bahasa memiliki suatu sifat timbal balik yang inheren yang membedakan dari setiap sistem tanda lainnya. Bahasa lahir dalam dan terutama mengacu pada kehidupan sehari-hari: ia terutama mengacu pada kenyataan yang saya alami dalam keadaan sadar sepenuhnya, yang di dominasi oleh motif yang pragmatik (yakni kumpulan makna-makna yang dengan langsung menyangkut tindakan yang sekarang atau yang akan datang) dan yang Berger alami bersama dengan orang lain.

Sebagai sebuah sistem tanda bahasa memiliki sifat obyektif. Bahasa bisa mentransendenkan "disini" dan "sekarang", bahasa menjembatani wilayah-

wilayah yang berbeda dalam kehidupan sehari-hari dan mengintegrasikannya kedalam suatu keseluruhan yang bermakna. Transendensi itu memiliki dimensi ruang, waktu dan sosial. Sebagai hasil transendensi ini, bahasa mampu menghadirkan aneka ragam obyek yang menurut ruang, waktu dan sosial tidak berada disini dan sekarang. Dengan kata lain melalui bahasa seluruh dunia bisa diaktualisasikan setiap saat. Daya transendensi dan integrasi bahasa tetap ada walaupun seseorang tidak sedang bercakap-cakap dengan orang lain.

Hubungan intrinsik bahasa dan kebudayaan sudah diketahui secara luas, tetapi cara-cara permulaan perilaku komunikatif dan sistem kebudayaan yang lain berhubungan. Korelasi antara bentuk, isi bahasa dengan kepercayaan, nilai dan kebutuhan saat ini dalam kebudayaan para penuturnya. Kosakata bahasa memberi kita dengan katalog hal-hal penting bagi masyarakat yang merupakan suatu indeks bagi para penutur yang mengkategorikan pengalaman mereka dan seringkali merupakan catatan hubungan masa lalu dan peminjaman kebudayaan: gramatika bisa menunjukkan bagaimana waktu disegmentasikan dan diorganisasikan, kepercayaan tentang kekuatan makhluk hidup dan kategori-kategori sosial yang penting dalam kebudayaan.<sup>9</sup>

Pentingnya bahasa dalam komunikasi antarbudaya digambarkan dalam kalimat sederhana oleh Federico Felini "A different language is a different view of life?" perbedaan bahasa merupakan perbedaan pandangan hidup. Sedangkan fungsi bahasa dalam komunikasi antarbudaya adalah pertama bahasa bermakna keberadaan budaya, kedua bahasa merupakan media transmisi budaya pada generasi selanjutnya. Bahasa penting dalam semua aspek hubungan manusia sebagaimana argumen Orbe dan Haris:

*"in its most basic form, language is a tool humans have utilized sometimes effectively, sometimes not so effectively to communicate their ideas, thought and feeling to others".*

Bahasa adalah penting karena bahasa bisa membentuk fungsi pelabelan, fungsi interaksi dan fungsi transmisi. Fungsi pelabelan untuk memberi identitas atau nama orang, objek atau aksi maka perempuan dan laki-laki bisa di komunikasikan. Fungsi interaksi adalah dengan saring dan mengkomu-

---

<sup>9</sup> Ibrahim Abd. Syukur. *Panduan Penelitian Etnografi Komunikasi* (Surabaya: Usana Offset Printing, 1994), 45-46.

nikasikan ide dan perasaan. Dan transmisi adalah proses informasi satu ke yang lain.<sup>10</sup>

Pengaruh bahasa sebagai simbol kuat identitas nasional bisa dilihat dalam sejarah *Basques*, kelompok etnik di Spanyol utara. Menurut Cristal dalam Porter dan Samovar (2004), Pemerintah Spanyol dari 1937 sampai pertengahan 1950 menghancurkan budaya Basque dan melarang penggunaan bahasa Basque dalam berbagai kegiatan, semua nama Basque dalam *official ceremony* juga diterjemahkan ke dalam bahasa Spanyol. Karena itu hubungan bahasa dan identitas budaya sering dilakukan untuk membatasi pengaruh bahasa asing. Costa Rica misalnya, mengeluarkan undang-undang larangan penggunaan bahasa asing.<sup>11</sup>

### **Internet dan Media sosial sebagai media komunikasi antarbudaya**

Realitas dari pengguna internet sebagian besar memiliki akun media sosial seperti Facebook, BBM dan twitter. Jaringan internet tidak hanya digunakan untuk mengakses berbagai informasi akan tetapi juga merupakan media sosial untuk melakukan interaksi. Media sosial yang umum digunakan oleh pengguna internet (*user*) adalah Facebook, BBM dan twitter.

Setelah penemuan komputer pada tahun 1960-an, tak terhindarkan terjadinya arus besar dalam perkembangan teknologi. Manusia dalam kehidupannya selalu mencari sesuatu yang lebih. Lebih baik, lebih cepat, lebih kuat sebagai wujud dari dirinya sebagai makhluk yang terus berevolusi untuk mempertahankan keberadaannya. Ketika di masa 1990-an, teknologi mencapai suatu titik dimana terjadi sebuah penemuan bernama Internet. Keberadaan Internet mampu menembus batas ruang dan waktu sehingga seolah ketika seseorang memiliki teknologi internet, maka dunia ada di tangannya. Internet begitu memukau dan berkembang menjadi sebuah teknologi yang tidak hanya mampu mentransmisikan berbagai informasi tapi seolah mampu menciptakan sebuah “dunia” sendiri. Ketika orang berada di depan perangkat computer yang terhubung dengan internet seolah berada di belahan dunia lain. Menjalani kehidupan disana secara temporer. Ketika ia mematikan

---

<sup>10</sup> Porter and Samovar, *Communication Between Culture*, 124

<sup>11</sup> *Ibid*, 142.

internetnya, seolah dia kembali ke “dunianya”. Sayling Wen (2001) mengatakan bahwa sekarang ini yang terpenting dan paling luas adalah internet, yang menghubungkan komputer-komputer pribadi yang paling sederhana hingga yang super canggih. Kemajuan yang terjadi bukan sekedar pada kecanggihan *hardware* tetapi juga pada kerumitan *software*. Aplikasi *software* komunikasi dan kolaborasi koneksi digunakan untuk mendukung komunikasi, koordinasi dan kolaborasi dan kerumitan jaringan di internet. Kecanggihan ini diwujudkan dalam kemampuan internet untuk menulis pesan melalui email pada seseorang di Italia dari kita yang berasal dari Indonesia, atau melakukan percakapan (*chatting*) dengan seseorang dari Venezuela. Belum lagi kemampuannya mengirimkan informasi berupa suara dan gambar (*audio visual*). Pertambahan kebutuhan akan Internet tidak berhenti sampai disitu saja.

Perkembangan teknologi yang meliputi *hardware* maupun *software* yang ada mampu membuat internet menjadi bagian kehidupan manusia. Bukan lagi sekedar hal formal yang berurusan dengan bisnis atau pekerjaan tapi juga merambah hingga ke kebutuhan sosial secara mendasar. Menyadari bahwa internet memiliki potensi demikian, maka manusia mulai terus mengembangkan internet tanpa batas. Kemampuan internet juga mendukung akan keberadaan ruang-ruang (forum) diskusi. Dari masalah politik hingga seksualitas bisa didiskusikan. Tidak ada lagi peraturan dan nilai-nilai etis yang akan diperdebatkan.<sup>12</sup> Bila di awal tahun 1996-an orang-orang sangat kecanduan dengan teknologi *chatting*, dan ruang-ruang diskusi tersebut, maka kita ingat di awal 2002-an, dunia maya digemparkan oleh adanya Friendster. Sebuah program dimana orang memiliki laman sendiri yang berisi data diri, foto hingga hobi. Melalui Friendster, orang-orang bisa menampilkan dirinya di internet kepada orang lain. Berbeda dengan *chatting* yang hanya sebatas teks dan *emoticon*, Friendster menawarkan pengalaman baru dimana disini orang bisa berkenalan dengan “lengkap”. Kita bisa melihat pengalaman seseorang demikian juga orang lain sebelum memutuskan untuk berteman dengannya atau tidak. Ketika sudah berteman, maka melalui Friendster dapat saling menulis di “*Wall*” masing-masing. Saya menggambarkan secara sederhana

---

<sup>12</sup> Burhan Bungin. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat* (Jakarta: Kencana, 2007), 154.

bahwa ketika *chatting* diibaratkan dengan surat kaleng, maka Friendster seolah kita bisa bertemu dengan orang lain yang ingin kita kenal. Meski pada prakteknya banyak yang menyembunyikan atau memalsukan identitasnya demi mendapat teman atau sekedar bisa populer. Perkembangan yang kini men-duduki peringkat teratas adalah keberadaan Facebook dan Twitter dimana sekarang didukung dengan keberadaan perangkat perangkat yang lebih canggih dan fleksibel. Bila dahulu orang mengakses internet dengan berada di de-pan sebuah komputer yang besar, kini banyak pilihan bagi kita untuk dapat mengakses internet. Melalui telepon genggam, tablet maupun laptop yang le-bih ringan dan murah, kita dapat menjangkau internet.

Internet saat ini telah berkembang sedemikian rupa menjadi sebuah teknologi yang mampu menciptakan dunia baru dalam realitas kehidupan manusia. Realitas ini bukan mistik atau khayalan tapi benar-benar realistik. Realistik ini bukanlah sebuah perpindahan secara fisik seseorang ke dalam internet.<sup>13</sup> Tapi dengan kemampuan internet dalam menciptakan ruang-ruang maya yang amat cepat dalam kehidupan nyata, maka seseorang ketika berselancar di internet bukan lagi sedang “memakai” internet sebagai teknologi, tapi “memakai” internet seperti bagian dari kehidupannya. Contoh yang mudah adalah misalkan pada *video conference*, target atau lawan bicara kita tidak ada di ruang dan waktu yang sama dengan kita, tetapi internet mampu me-nghadirkan citranya dengan segala kelengkapannya di layar monitor kita sehingga seolah kita merasa bahwa lawan bicara kita ada bersama kita.

Baudillard pernah mengatakan bahwa ketika yang nyata tidak lagi seperti adanya; nostalgia menemukan maknanya yang sempurna.<sup>14</sup> Perkembangan teknologi dan informasi mutakhir saat ini telah mempengaruhi berbagai aspek dunia kehidupan sosial dan menimbulkan tantangan sendiri bagi masyarakat. Ketika dua atau beberapa orang berinteksi melalui internet misalnya lewat *teleconference* atau sebuah forum diskusi di dunia maya maka yang tercipta disana bukan realitas sosial tetapi postrealitas sosial. Ketika teknologi belum seperti sekarang, kegiatan-

---

<sup>13</sup> *Ibid.*, 156.

<sup>14</sup> Baudillard, J., *Simulations* (New York, 1983), 77.

kegiatan komunal, forum-forum diskusi diadakan dengan berkumpul di suatu tempat secara fisik. Kita memahami bahwa adanya kebutuhan untuk bertemu dan beraktivitas secara sosial karena manusia pada umumnya adalah makhluk sosial. Namun, di era ini, teknologi telah mematahkan pandangan tersebut. Ketika jarak dan waktu bukan lagi masalah, maka orang-orang dapat berkumpul secara komunal di ruang-ruang virtual yang berada di dunia maya. Kini relasi-relasi antar manusia sedang berkembang dan tercipta lewat peranan teknologi informasi. Realitas relasi manusia kini sedang menghadapi perlawanan dari bentuk-bentuk realitas tandingan seperti televisi, handphone termasuk internet, dimana realitas tandingan ini hadir secara bersamaan dengan realitas sosial yang sebenarnya sehingga mengaburkan batas di antara keduanya.<sup>15</sup> Berbagai realitas yang terbentuk di jaringan ini telah menciptakan komunitas-komunitas baru yang kita sebut dengan *Cybercommunity* dimana di dalamnya terbangun bentuk-bentuk realitas virtual. Internet dalam hal ini berperan besar dalam menciptakan ruang-ruang imajiner dimana didalamnya setiap orang melakukan apa saja yang biasa dilakukan dalam kehidupan sosial sehari-hari dengan cara yang baru yaitu secara *virtual*.

Akhir abad ke-20 dan memasuki abad ke-21 ditandai dengan perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi. Potensi internet dan telepon seluler untuk menyediakan akses ke informasi dan pengetahuan, dan rekor yang telah mereka catat untuk menyediakan cara-cara baru bagi orang-orang yang terpisah secara geografis untuk membentuk komunitas-komunitas berdasarkan ketertarikan akan hal yang sama, untuk berkomunikasi, dan membuat suara mereka didengar merupakan hal yang telah diakui secara luas. Akses atas informasi melalui teknologi-teknologi komunikasi ini tetap merupakan prospek yang sulit tercapai meskipun tidak mustahil.

Untuk sebagian besar masyarakat di negara-negara berkembang, media-lah yang menyediakan informasi, perspektif, dan analisis yang memungkinkan mereka untuk memahami dunia mereka dan berperan serta sebagai bagian dari lingkungan mereka, hal ini menyediakan sebuah sarana penting un-

---

<sup>15</sup> Piliang, Y. A., *Posrealitas: Realitas Kebudayaan Dalam Era Posmetafisika* (Jogjakarta: Jalasutra, 2009)

tuk masyarakat yaitu membuat suara mereka terdengar serta menyediakan mekanisme-mekanisme untuk merumuskan identitas dan menciptakan ruangan-ruangan komunitas. Sebaliknya, media juga merupakan pihak yang paling berpengaruh dalam menciptakan bentuk-bentuk baru pembagian sosial dan politik dalam masyarakat, dalam depolitisasi debat publik, dalam 'membantu' berkembangnya ketegangan dan konflik antara negara-negara dan komunitas-komunitas.

Di tengah masih maraknya keberadaan media-media konvensional seperti televisi, Koran maupun radio kini masyarakat berada di tengah arus perubahan yang deras dengan keberadaan media-media sosial. Media sosial merupakan sebuah web berbasis pelayanan yang memungkinkan penggunaannya untuk membuat profil, melihat list pengguna yang tersedia, serta me-ngundang atau menerima teman untuk bergabung dalam situs tersebut. Hubungan antara perangkat mobile dan halaman web internet melalui "jaringan sosial" telah menjadi standar dalam komunikasi digital. Awal mula situs jeja-ring sosial ini muncul pada tahun 1997 dengan beberapa situs yang lahir ber-basiskan kepercayaan setelah itu kejayaan situs jejaring sosial mulai diminati mulai dari tahun 2000-an serta 2004 muncul situs pertemanan bernama Friendster lanjut ke tahun-tahun berikutnya tahun 2005 dan seterusnya muncul situs-situs seperti MySpace, Facebook, Twitter dan lain-lain.<sup>16</sup>

Keunggulan dari media-media sosial adalah tingkat interaksi yang tinggi antar pengguna yang saling memiliki koneksi. Dimana pengguna bisa saling mengirim komentar terhadap *posting* milik temannya atau langsung *chatting* serta mengirim pesan seperti *email*. Kemampuan media sosial yang sedemikian ini dilihat oleh kapitalisme sebagai peluang dalam menciptakan kebutuhan di masyarakat. Contoh mudah adalah keberadaan *smartphone* yang kini sangat menjamur dimana-mana. Bila dahulu telepon genggam memiliki fungsi hanya untuk menelepon dan mengirim teks (SMS), kini telepon genggam berfungsi juga sebagai alat komunikasi, kamera, pemutar video dan music hingga menjadi media yang menghubungkan orang-orang dengan inter-

---

<sup>16</sup> Boyd, M. D. Social Networks Sites: Definition, History and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2007, 52.

net. Akibatnya, kini bermunculan telepon genggam dengan istilah *smartphone* dimana produk ini berkembang dengan cepat di 4-5 tahun terakhir ini. Sebagai efek lanjutannya, kini masyarakat menjadi sangat bergantung pada teknologi *smartphone* yang bukan hanya sekedar bisa menelepon dan mengirim pesan tetapi juga mengakses media sosial, berita, hingga *email* melalui teknologi internet yang terimplementasi di dalamnya. Sehingga keberadaan *smartphone* menciptakan ruang maya yang makin luas dimana kini setiap orang makin mudah mengakses dunia maya melalui *smartphone*. Kejelian kapitalis-kapitalis terlihat jelas disini dimana kini *smartphone* dapat dibeli dengan harga yang relative murah. Kebutuhan akan akses dan eksis di dunia maya inilah yang menjadi komoditas utama yang dijual. Kebutuhan akan teknologi yang mampu berkoneksi dengan internet inilah yang menjadi jualan utama dari para kapitalis di media komunikasi khususnya telepon genggam. Sehingga internet kini “tercipta” sebagai sebuah kebutuhan yang tidak bisa dihindari oleh masyarakat. Ketika masyarakat memasuki era seperti ini, yang disebut juga era postmodernisme, dimana era ini yang namanya keinginan dan kebutuhan telah menjadi sesuatu yang baur, tidak cair, tidak jelas dan makin sulit dibedakan.<sup>17</sup>

Di era ini, adalah hal yang biasa ketika masyarakat membeli barang atau jasa bukan karena nilai manfaatnya tetapi karena kebutuhan akan gaya hidup. Hal ini tentu merupakan sebuah perubahan yang radikal karena dahulu masyarakat sangat erat dengan semboyan bahwa kebutuhan utama manusia adalah sandang, pangan dan papan. Sekarang, masyarakat sedang ada dalam kondisi yang dibentuk kebutuhannya oleh para kapitalis. Di era ini, masyarakat mengonsumsi sesuatu lebih didorong faktor-faktor seperti gengsi dan harga diri bukan karena kebutuhan untuk mempertahankan hidupnya. Perubahan ini menciptakan bukan hanya kebutuhan-kebutuhan baru secara fisik tetapi juga kebutuhan-kebutuhan psikis seperti rasa ingin dihargai, keinginan untuk terlihat eksis dan sebagainya. Sehingga dari kondisi ini, status sosial pun berubah cara pandangnya.

### **Formulasi Komunikasi Antarbudaya melalui Media Teknologi seba-**

---

<sup>17</sup> Suyanto, B. *Sosiologi Ekonomi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2013), 176.



### gai Media Antarbudaya

Perkembangan media teknologi merupakan bentuk dari perkembangan kebudayaan pada saat ini. Menurut Martin dan Nakayama (1997), ada tiga pendekatan dalam mempelajari komunikasi antarbudaya. *Pertama*, pendekatan fungsional yang menyatakan pada dasarnya kebiasaan manusia itu dapat diketahui melalui penampilan luar dan dapat digambarkan. *Kedua*, pendekatan interpretatif yang menegaskan pada dasarnya manusia itu mengonstruksi dirinya dan realitas yang berada di luar dirinya. Pendekatan ini meyakini bahwa budaya dan komunikasi bersifat subjektif. *Ketiga*, pendekatan kritis. Pendekatan ini tidak sekadar mempelajari kebiasaan manusia, tetapi dengan mempelajari bagaimana kekuasaan sosial atau politik berfungsi dalam situasi budaya tertentu akan memberikan solusi pada manusia dalam menyikapi kekuasaan. Inilah tiga pendekatan yang dibahas dalam buku ini untuk melihat budaya dan komunikasi, khususnya untuk mendekati manusia sebagai objek sekaligus subjek dalam komunikasi antarbudaya. Budaya dan komunikasi bisa saling memengaruhi, dalam arti budaya tidak hanya memengaruhi komunikasi tetapi budaya juga bisa dipengaruhi oleh komunikasi itu sendiri.<sup>18</sup>

Kang Arul menjelaskan tiga komponen dalam komunikasi antarbudaya, yaitu komunikator, pesan, medium (media sebagai alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima), dan komunikan (*audiens*). Tujuan akhir dari proses komunikasi, termasuk ketika membicarakan komunikasi antarbudaya, adalah munculnya efek. Efek proses komunikasi ini diharapkan mampu mengubah pengetahuan atau kepercayaan, kebiasaan, serta komunikasi antarpribadi *audiens*. Dari sisi komunikator, pesan yang dirancang dapat diterima seutuhnya tanpa adanya distorsi atau gangguan kepada *audiens*.

Internet menurut Hine (2007), bisa didekati dari dua aspek, yaitu internet sebagai sebuah budaya (*culture*) dan sebagai artefak kebudayaan (*cultural artefa*). Sebagai budaya, pada awalnya internet merupakan model komunikasi yang sederhana bila dibandingkan dengan model komunikasi secara lang-

---

<sup>18</sup> Martin dan Thomas Nakayama. 2001. *Judith experiencing Intercultural Communication: an Introduction* Arizona state University, 179.

sung atau *face-to-face*. Interaksi langsung, ekspresi wajah, tekanan suara, cara memandang, posisi tubuh, usia, ras, dan sebagainya merupakan tanda-tanda yang juga berperan dalam interaksi antarindividu. Adapun dalam komunikasi yang termediasi komputer, interaksi terjadi berdasarkan teks semata, bahkan emosi pun ditunjukkan dengan teks (simbol-simbol dalam emosi).

Sebagai artefak kebudayaan, internet bisa didenotasikan sebagai seperangkat program komputer yang memungkinkan pengguna untuk melakukan interaksi, memunculkan berbagai bentuk komunikasi, serta untuk bertukar informasi. Internet juga bisa dilihat sebagai sebuah fenomena sosial, baik itu melalui pembacaan terhadap sejarah perkembangannya maupun kebermaknaan dan kebergunaan internet tersebut. Di satu sisi beberapa fenomena yang terjadi di internet memberikan keuntungan dan sebaliknya beberapa fenomena yang terjadi di internet terkadang malah tidak memberikan apa-apa. Menurut Hine, hal tersebut bergantung pada *user* yang memakai internet tersebut, apakah hanya sebagai seperangkat mesin komputer atau medium interaksi sosial.

Menurut Holmes (2005), internet merupakan tonggak perkembangan teknologi interaksi global di akhir dekade abad ke-20 yang mengubah cakupan serta sifat dasar medium komunikasi. Transformasi ini disebut sebagai *second media age*. Pada transformasi ini, media tradisional seperti radio, koran, bahkan televisi telah banyak ditinggalkan oleh khalayak dan beralih ke media internet yang lebih kontemporer. Era teknologi digital dan teknologi komunikasi (internet) telah mengubah arah komunikasi yang selama ini menganut pola *broadcast* (satu arah) sehingga kehadiran teknologi komunikasi menjadi dua arah bahkan lebih atraktif. Komunikasi yang terjadi lebih instan, dinamis, tidak tersentral, dan melibatkan khalayak.<sup>19</sup>

Interaksi simbolik (teks) dalam budaya siber merupakan medium yang mewakili proses komunikasi melalui internet. Meskipun saat ini kemajuan telah memungkinkan antar entitas berinteraksi melalui suara maupun visual, misalnya melalui layanan *Skype*, simbol (teks) menjadi dasar komunikasi termediasi komputer. Berkaitan dengan itu, Smith (1995) menekankan ada dua

---

<sup>19</sup> Holmes, D. *Teori Komunikasi: Media, Teknologi dan Masyarakat* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), 99.

aspek penting dalam komunikasi di internet. *Pertama*, interaksi yang terjadi melalui jaringan komputer pada dasarnya diwakili oleh teks. *Kedua*, interaksi yang terjadi cenderung mengabaikan stigma terhadap individu tertentu sebab komunikasi berdasarkan teks ini sangat sedikit menampilkan gambaran visual seseorang, misalnya tombol “like” dalam Facebook yang mengikuti status yang sedang dipublikasikan oleh si pemilik. “Like” tidak lagi bisa dimaknai sebagai hanya menyukai seperti yang selama ini kita ketahui, namun bisa bermakna apa saja dan sepenuhnya diperlukan penafsiran dari pemilik status tersebut dan bukan dari si pemberi “like”. Jelas kondisi yang terjadi di dunia virtual ini sangat berbeda dibandingkan dengan kejadian dalam komunikasi tatap muka.

Dalam perspektif *cultural studies*, internet merupakan ruang tempat kultur yang terjadi itu diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi. *Cultural studies* mampu mengaburkan kelas-kelas sosial yang telah mapan sebagai sebuah strata yang ada di masyarakat. Pendekatan ini, dalam melihat budaya siber yang ada di internet, memberikan arah untuk melihat proses komodifikasi yang terjadi di ruang virtual (tentu saja dengan mengabaikan kajian berdasarkan perbedaan kelas), ketika kekuasaan berada pada subjek atau individu itu sendiri.

Mosco (1996) memformulasikan tiga bentuk komodifikasi yang terjadi di media massa. *Pertama*, komodifikasi isi yang menjelaskan konten media yang diproduksi merupakan komoditas yang ditawarkan. *Kedua* komodifikasi khalayak yang menjelaskan khalayak pada dasarnya merupakan entitas komoditas itu sendiri yang bisa dijual. Dalam program di industri pertelevisian, contohnya, ada tiga entitas yang saling memengaruhi yakni perusahaan media, pengiklan, dan khalayak itu sendiri. *Ketiga*, komodifikasi pekerja tempat perusahaan media massa pada kenyataannya tak berbeda dengan pabrik. Para pekerja tidak hanya memproduksi konten, melainkan juga menciptakan khalayak sebagai pekerja yang terlibat dalam mendistribusikan konten sebagai sebuah komoditas.

Teori *cyberculture* menegaskan perkembangan teknologi internet pada dasarnya melahirkan apa yang disebut *informationalcapitalism* (Castells: 2000). Teknologi dan entitas yang berada di dalamnya seperti produsen, distributor, pengiklan, maupun pengguna merupakan model ekonomi baru melandas-

kan produk dan komoditasnya pada informasi. Namun patut dicatat, teknologi informasi tidaklah serta merta mengubah kultur yang ada di tengah masyarakat dan jika ada perubahan kultur pun disebabkan oleh interaksi yang terjadi di antara keduanya.

Dalam internet individu menjadi entitas yang selain mengonsumsi juga menghasilkan produk. Sifat internet yang menghubungkan antarentitas melalui perantara perangkat komputer pada akhirnya menciptakan perangkat tersebut sebagai pabrik dalam memproduksi informasi. Informasi yang ada pada dunia virtual pada dasarnya merupakan produk kreatif dari entitas itu sendiri.

Intinya, perkembangan dan pertumbuhan internet dewasa ini telah mengubah wajah dunia. Ada banyak hal yang berubah. Berbagai hal yang sebelumnya terbatas oleh kondisi dan geografis kini perlahan mengabur, menjadikan pertukaran informasi berlangsung sepanjang waktu. Namun di sisi lain, kondisi ini juga semakin mengaburkan batasan antarbudaya, mengubah cara berkomunikasi antarbudaya, dan secara langsung maupun tidak langsung menghadirkan percampuran budaya. Dari perspektif komunikasi antarbudaya, bahasan komprehensif bagaimana budaya termediasi di internet. Di dalamnya, dapat kita temukan pemaparan tentang fenomena siber dan pengaruhnya terhadap kebudayaan dan konsep komunikasi antarbudaya. Komunikasi antarbudaya dalam media internet tidak mempertimbangkan efek bagi komunikator dan komunikan, aspek emosional dan psikologis atas proses komunikasi bukan menjadi tujuan utama. Kembali setiap individu menjadi komunikator dengan menggunakan medio yang ada. Aneka symbol dan bahasa menjadi sebuah pilihan dalam menyampaikan pendapat dan ide-ide. Gambar, foto, videa, *symbol emoticon* menjadi pesan nonverbal untuk menyampaikan dan mengekspresikan dan mengapresiasi individu dalam media sosial.

Mead menjelaskan dalam teori Interaksi Simbolik. Teori ini berbicara mengenai hubungan antara simbol-simbol dan interaksi yang terjadi dalam hubungan antar manusia. Teori ini berpijak tentang diri dan hubungannya dalam lingkungan sosial. Bagi perspektif ini, individu bersifat aktif, reflektif, dan kreatif, menafsirkan, menampilkan perilaku yang rumit dan sulit diramalkan. Paham ini menolak gagasan bahwa individu adalah organisme yang

pasif yang perilakunya ditentukan oleh kekuatan-kekuatan atau struktur yang ada diluar dirinya. Oleh karena individu terus berubah maka masyarakat pun berubah melalui interaksi. Jadi interaksi lah yang dianggap sebagai variabel penting yang menentukan perilaku manusia bukan struktur masyarakat.<sup>20</sup> Berbicara mengenai aplikasi ini, foto adalah tanda dan simbol. Tanda yang menggambarkan mengenai visual yang terlihat pada foto tersebut. Dalam buku *Design Basics*, Lauer menjelaskan bahwa tanda visual merupakan sekumpulan elemen dengan makna tertentu. Sebuah gambar terbentuk dari elemen-elemen yang variatif dan terkomposisi sedemikian rupa sehingga membentuk persepsi pada orang yang melihatnya, (Lauer, 2008). Aplikasi Instagram yang berbasis pada foto merupakan bentuk komunikasi baru yang didominasi oleh gambar atau visual. Baudillard mendeskripsikan dunia post-modern sebagai dunia yang dicirikan oleh simulasi. Aplikasi Instagram membuat peleburan dalam tanda antar penggunaanya. Ketika seseorang melakukan aktivitas berupa *comment* atau *like* terhadap suatu foto yang terunggah di aplikasi tersebut, maka orang tersebut sedang berinteraksi dengan foto yang ada.

Ketika era baru dalam komunikasi antarbudaya dimulai maka bentuk dan pengertian komunikasi secara konvensional dalam komunikasi antarbudaya menjadi sedikit ditinggalkan. Pola komunikasi antarbudaya dalam media social memiliki formulasi tersendiri. Melalui system group dalam layanan BBM (Black berry Messengger), Whatsup dan facebook, terjadi komunikasi kelompok antarbudaya secara simulatan dan terus menerus sepanjang masih terkoneksi dengan jaringan internet. Pesan dan informasi yang di tulis muncul pada smartphone pengguna (*user*) sebagai komunikator dan bisa diterima atau dibaca kapan saja maka bisa direspon kapan saja tidak terbatas waktu karena pesn akan tersimpan dengan baik jika tidak di hapus oleh pengguna. Maka proses interpretasi pesan masih akan berlanjut tanpa harus dibatasi oleh waktu. Maka formlusai komunikasi antarbudaya memasuki era dinamisasi model melalui media internet yang sudah bisa dikatan sebagai media antarbudaya.

---

<sup>20</sup> Dodi Ahmadi, *Interaksi Simbolik: Suatu Pengantar*. Jurnal Komunikasi MediaTor. 2008., 301-115.

Misalnya, awal pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) beberapa kali melakukan telewicara dengan masyarakat di beberapa propinsi dalam waktu yang bersamaan. Yudhoyono sepertinya memahami betul bahwa tidak mungkin dapat mengunjungi seluruh pelosok Indonesia yang terdiri dari puluhan ribu pulau, maka melakukan telewicara atau *teleconference* adalah pilihan yang tepat. Fenomena inilah yang disebut McLuhan sebagai *global village*, dimana ciri utamanya disandarkan kepada: *pertama*, adanya keinginan akan keseragaman yang meningkat. *Kedua*, adanya keinginan akan pengalaman yang sama. *Ketiga*, meningkatnya pengaruh media elektronik, seperti: televisi, satelit komunikasi, antena parabola dan sebagainya.<sup>21</sup>

Kemajuan yang dicapai “anak-anak” kelahiran abad 19 ini tidak saja terbatas pada teknologi komunikasi, tetapi juga tercermin pada sarana transportasi (darat, udara dan laut). Dengan kemajuan ini orang-orang mampu melakukan komunikasi secara langsung (antarpribadi) di tempat-tempat yang sebelumnya tak pernah di duga. Misalnya, orang-orang yang berbeda negara, warna kulit, bahasa, dan kebangsaan dapat bertemu di Bali ketika melakukan wisata. Atau orang-orang yang berbeda identitas sosial pun dapat bertemu dan berkomunikasi dalam konteks perdagangan dunia, baik di negerinya sendiri maupun di luar negeri. Tanpa disadari, pelan namun pasti telah terjadi kontak (komunikasi) yang di dalamnya melibatkan orang-orang yang mungkin sekali berlainan cara berpikir, cara berperilaku dan kebiasaannya. Bahkan perbedaan antara orang-orang yang berkomunikasi tersebut tidak saja menyangkut nilai-nilai budaya saja, tetapi juga aspek-aspek sosial, ekonomi, politik, ilmu pengetahuan, teknologi, dan seterusnya.

Perbedaan budaya tidak menjadi halangan untuk satu sama lain menjalin hubungan (*relationship*), yang terpenting adalah saling memahami (*understanding*), beradaptasi (*adaptation*) dan bertoleransi (*tolerance*). Kunci utama dari pergaulan antarbudaya adalah tidak menilai orang lain yang berbeda budaya dengan menggunakan penilaian budaya kita. Biarkan semua berjalan dengan latar belakang budaya masing-masing. Justru perbedaan budaya adalah ladang untuk siapapun belajar budaya orang lain dengan arif

---

<sup>21</sup> Alex H Rumondor. 2001. Komunikasi antarbudaya. Pusat penerbitan Universitas Terbuka. Jakarta hlm. 22

dan bijak (*wise*), maka kasus pelecehan budaya seperti kasus yang menimpa artis Cita Citata harusnya tidak perlu terjadi jika komunikator media internet bisa lebih bijak dalam memilih pesan mana yang sebaiknya disampaikan dan pesan mana yang sebaiknya tidak disampaikan.

### **Kesimpulan**

Perkembangan media informasi dan munculnya media-media sosial dalam berbagai bentuknya membuat perubahan yang radikal dalam kondisi sosial masyarakat saat ini. Pola komunikasi berubah menjadi pola komunikasi maya dan virtual. Interaksi yang terjadi merupakan simulasi-simulasi dari realitas yang sebenarnya. Keberadaan berbagai fitur dalam smartphone ko-munikator semakin memudahkan masyarakat dalam pola komunikasi visual dengan media.

Pada prinsipnya, manusia diberkahi kemampuan untuk berpikir dimana kemampuan ini dibentuk dari interaksi sosial. Dalam interaksi sosial orang mempelajari simbol-simbol yang memungkinkan dalam menjalin hubungan dan komunikasi. Pemaknaan terhadap simbol-simbol ini memungkinkan orang melaksanakan tindakan dan interaksi unik antara manusia yang satu dan lainnya. Orang mampu memodifikasi atau mengubah makna-makna dan simbol-simbol yang mereka gunakan dalam tindakan dan interaksi berdasarkan penafsiran atas sebuah situasi, (Ritzer, 2012). Komunikasi antarbudaya yang awalnya terjadi secara interpersonal dan *face to face* serta berada dalam waktu yang sama, kini memasuki era baru dimana komunikasi orang-orang yang berbeda budaya bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja dengan adanya media internet.

Pada akhirnya media internet menjadi media antarbudaya yang cukup strategis secara fungsional memberikan informasi budaya, bahasa, symbol religi dari tiap-tiap anggota budaya yang dipertukarkan melalui komunikasi media internet. Chatting, berkirin pesan singkat pada facebook, messenger dan aplikasi lainnya memeberikan ruang dan menciptakan pola tersendiri dalam komunikasi antarbudaya. Sehingga proses akomodasi budaya secara traksaksional terjadi begitu sporadis.

### **Daftar Pustaka**

- Ang, C. S. Social Roles of Player in MMORPG Guilds. *Information, Communication and Society*, 2010.
- Ahmadi, Dodi. *Interaksi Simbolik: Suatu Pengantar*. Jurnal Komunikasi Media Tor, 2008.
- Asante, *Handbook of intercultural Communication* (Beverly Hills: Sage Publication, 1997).
- Baudillard, J.P, *Simulations* (New York, 1983).
- Baudillard, J. P. *Masyarakat Konsumsi* (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2009).
- Boyd, M. D. Social Networks Sites: Definition, History and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2007.
- Bungin, Burhan. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat* (Jakarta: Kencana, 2007).
- Frommer, D. November 1. *Here's How To Use Instagram*. Retrieved May 2010.
- Holmes, D. *Teori Komunikasi: Media, Teknologi dan Masyarakat* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012).
- Lauer, D. A. *Design Basics* (Boston: Thomson Wadsworth, 2008).
- Liliwari, Alo. *Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya* (Jogjakarta: LKIS, 2002).
- Liliwari, Alo. *Dasar-Dasar Komunikasi Antar Budaya* (Jogjakarta: Pustaka Pelajar, 2002).
- Liliwari, Alo. *Gatra-Gatra Komunikasi Antarbudaya* (Bandung: RosdaKarya, 2000).
- Liliwari, Alo. *Prasangka dan Konflik: Komunikasi Lintas Budaya Masyarakat Multikultur* (Jogjakarta: LKIS, 2005).
- Liliwari, Alo. *Komunikasi Lintas Budaya* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010).
- Martin dan Thomas Nakayama. *Judith experiencing Intercultural Communication: an Introduction* (Arizona State University, 2001).
- Mulyana, Deddy dan Jalaluddin, Rakhmat. *Komunikasi Antarbudaya: Panduan Berkomunikasi dengan Orang-Orang Berbeda Budaya* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000).



- Mulyana, Deddy dan Solatun. *Metode Penelitian Komunikasi: Contob-Contob Penelitian Kualitatif Dengan Pendekatan Praktis* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007).
- Mulyana, Deddy. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006).
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007).
- Pawito. *Penelitian Komunikasi Kualitatif* (Yogyakarta: LKIS, 2007).
- Piliang, Y. A., *Posrealitas: Realitas Kebudayaan Dalam Era Posmetafisika* (Jogjakarta: Jalasutra, 2009).
- Piliang, Yasraf. *Tranpolitika; Dinamika Politik dalam Era Virtualitas* (Jogjakarta: LKIS, 2006).
- Porter dan samovar dalam Deddy Mulyana dan Rakhmat Jalaluddin. *Komunikasi Antarbudaya: Panduan Berkomunikasi dengan Orang-orang Berbeda Budaya* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000).
- Rumondor, Alex H. *Komunikasi antarbudaya* (Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka, 2001).
- Samovar, L.A & Porter, R dan McDaniel, Edwin R. *Communication Between culture* (USA: Thomson, 2007).
- Samovar, L.A & Porter, R. *Intercultural Communication: A Reader* (USA: Thomson, 2003).
- Suyanto, B. *Sosiologi Ekonomi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2013).
- Syukur, Ibrahim Abd. *Panduan Penelitian Etnografi Komunikasi* (Surabaya: Usana Offset Printing, 1994).
- Webster, F. *Theories of The Information Society* (New York: Routledge, 2006).

