

## DAMPAK MEDIA BARU DAN KOMUNIKASI ANTARBUDAYA DALAM KONTEKS GLOBAL

### *THE IMPACTS OF NEW MEDIA AND INTERCULTURAL COMMUNICATION IN THE GLOBAL CONTEXT*

**Nikmah Suryandari**

Prodi Ilmu Komunikasi, FISIB, UTM Bangkalan, Jawa Timur

nikmahsuryandari@trunojoyo.ac.id

#### **ABSTRACT**

*The rapid development of new media has been the main force accelerating the trend of globalization in human society in recent decades. New media has brought human interaction and society to a highly interconnected and complex level, but at the same time challenged the very existence of intercultural communication in its traditional sense. It is under this circumstance that we see more and more scholars becoming involved in the investigation of the relationship between new media and intercultural communication. Emerging topical areas in this line of research mainly include three categories: (1) the impact of national/ethnic culture on the development of new media, (2) the impact of new media on cultural/social identity, and (3) the impact of new media (especially social media) on different aspects of intercultural communication (e.g., intercultural relationships, intercultural adaptation, and intercultural conflict). This paper discusses this trend of research on the relationship between new media and intercultural communication.*

**Keywords:** *new media, communication, global, intercultural communication*

#### **ABSTRAK**

Pesatnya perkembangan media baru telah menjadi kekuatan utama percepatan tren globalisasi dalam masyarakat beberapa dekade terakhir. Media baru telah membawa interaksi manusia dan masyarakat pada tingkat yang saling berhubungan dan kompleks, tetapi pada saat yang sama menantang keberadaan komunikasi antarbudaya dalam pengertian tradisional. Dalam keadaan inilah kita melihat semakin banyak ahli yang terlibat dalam penelitian hubungan antara media baru dan komunikasi antarbudaya. Area topik yang muncul dalam penelitian ini mencakup tiga kategori: (1) dampak budaya nasional/etnis terhadap perkembangan media baru, (2) dampak media baru terhadap identitas budaya/sosial, dan (3) dampak media baru (media sosial) pada berbagai aspek komunikasi antarbudaya (hubungan antarbudaya, adaptasi antarbudaya, dan konflik antarbudaya). Artikel ini membahas tren penelitian tentang hubungan antara media baru dan komunikasi antarbudaya.

**Kata kunci:** media baru, komunikasi, global, komunikasi antarbudaya

## PENDAHULUAN

Sejarah komunikasi manusia dimulai dengan tradisi lisan. Berdasarkan perjalanan sejarah, penyebaran pesan berkembang dari tradisi lisan, cetak, elektronik kabel, elektronik nirkabel hingga komunikasi digital. Perubahan besar tersebut terjadi pada pengenalan komputer dan internet pada awal 1990-an. Sejak saat itu, perubahan drastis media komunikasi telah memengaruhi persepsi manusia pada media, penggunaan waktu dan ruang, jangkauan, dan kontrol media. Di zaman komunikasi digital saat ini, waktu telah dikompresi dengan mengurangi jarak antara titik yang berbeda dalam ruang, dan rasa ruang telah menyebabkan orang merasa bahwa ruang lokal, nasional, dan global menjadi usang (Harvey, 1989). Selain itu, jangkauan dari media digital saat ini meluas pada semua orang, tidak hanya khalayak yang terbatas. Hal ini penting karena tanpa kekangan waktu dan ruang, pengendalian produksi pesan dan penyebarannya bukan lagi menjadi hak istimewa yang hanya dimiliki oleh negara dan pemerintah, tetapi sebaliknya, sama-sama dimiliki oleh semua individu.

Semua inovasi di bidang media digital ini disebut media baru, yang telah berubah dan terus mengubah cara kita berpikir, bertindak, dan hidup. Contohnya, digitalisasi sebagai hibridisasi media cetak dan elektronik menjadikan semua perangkat beralih dari sistem analog ke digital. Menurut Chen, dampak digital atau media baru pada masyarakat manusia ditunjukkan dalam aspek kognisi, efek sosial, dan bentuk baru dari estetika (Chen, 2007).

Pada aspek kognitif, media baru dituntut dalam inovasi untuk membuat konten yang secara langsung memengaruhi cara orang menggunakan media. Pada aspek sosial, dampak yang paling nyata penggunaan media baru adalah efek *demassification* yang menunjukkan bahwa desain media tradisional untuk khalayak yang besar, penonton yang homogen menghilang dan digantikan oleh pesan yang spesifik dengan daya tarik individu, yang memungkinkan para penonton untuk mengakses dan menciptakan pesan yang mereka inginkan. (Olson & Pollard, 2004). Secara visual, media baru melahirkan

pandangan estetika digital baru yang mengacu pada interaktivitas, manipulasi, tujuan tertentu konten dalam media, penciptaan yang disengaja pengalaman virtual, dan sebagai sarana untuk menghasilkan konten baru (Chen, 2007).

Media baru merupakan kekuatan utama mempercepat tren globalisasi dalam masyarakat manusia. Tren globalisasi telah menyebabkan transformasi pada hampir semua aspek masyarakat manusia. Dalam aspek sosial dan budaya, globalisasi telah mengubah persepsi tentang komunitas, mendefinisikan kembali arti identitas budaya dan masyarakat sipil, dan menuntut cara baru interaksi antarbudaya (Chen, 2012). Secara ekonomi, persaingan global telah sangat diintensifkan. Keberhasilan suatu bisnis global, perusahaan dituntut untuk tidak hanya memahami pasar lokal untuk memenuhi kebutuhan klien global, tetapi juga harus mencari pasar terbuka global dan mendorong manajemen yang efektif dalam transaksi bisnis global (Gupta & Govindarajan, 2007). Singkatnya, karena tekanan dari media baru, tren global menciptakan jaringan sosial baru dan beragam aktivitas, mengubah politik, budaya, ekonomi,

Berdasarkan perspektif ilmiah, studi tradisional jarang terhubung dengan baik atau mengintegrasikan dua konsep “media” dan “globalisasi” (Rantanen, 2006). Tiga bidang akademik yang mapan dalam konsep kajian ini meliputi studi komunikasi, studi media dan budaya, dan studi globalisasi. Studi komunikasi dimulai setelah Perang Dunia II dan menjadi bidang akademik pada 1950-an di Amerika Serikat. Studi awal berfokus pada komunikasi internasional, komunikasi lisan dan berlanjut pada komunikasi antarbudaya yang baru dikembangkan. Studi komunikasi dalam bidang akademis cenderung mengabaikan hubungan antara orang dan media, cara orang menggunakan media dalam konteks budaya yang berbeda, dan bagaimana hal itu secara dekat berkaitan dengan globalisasi masyarakat manusia. Bidang studi media dan budaya muncul pada 1970-an di Inggris atas dasar penolakan dominasi studi komunikasi di Amerika Serikat, yang lebih berorientasi pada paradigma empiris. Namun, sebagian besar studi media Inggris

berfokus pada peran yang dimainkan lembaga media dalam proses globalisasi. Studi budaya (*cultural studies*) berasal dari Mahzab Frankfurt di Jerman, bidang kajian ini muncul karena kekhawatiran kurangnya kajian tentang dampak media terhadap masyarakat. Masalah yang ada dalam studi media dan studi budaya adalah seperti yang muncul antara studi komunikasi internasional dan komunikasi antarbudaya. Seperti kajian yang dilakukan Servaes, studi budaya di Eropa dan di Amerika Serikat terutama lebih memperhatikan masalah budaya daripada masalah media (Servaes, 2020).

Studi tentang globalisasi dimulai pada awal 1990-an, saat tren globalisasi secara signifikan meningkatkan dampak terhadap masyarakat manusia. Namun, meskipun para ahli dari berbagai disiplin ilmu terlibat dalam studi globalisasi dan sebagian besar sepakat bahwa tanpa media dan komunikasi, globalisasi tidak akan muncul sebagai sesuatu yang hebat. Dorongan transformasi masyarakat manusia, peran media dan komunikasi dalam berteori tentang konsep globalisasi tetap kabur dan kurang spesifik. Menurut Rantanen, kontribusi para ahli dari bidang media dan komunikasi terhadap teori-teori globalisasi jauh lebih sedikit daripada para sarjana dari disiplin ilmu lain seperti antropologi dan sosiologi. Tujuan penulisan artikel ini adalah untuk mengintegrasikan konsep-konsep ini melalui kajian hubungan antara media baru dan komunikasi antar budaya (Rantanen, 2006).

## METODE

Metode yang digunakan dalam tulisan ini adalah studi literatur. Studi literatur merupakan cara untuk menyelesaikan persoalan dengan menelusuri sumber-sumber tulisan yang pernah dibuat sebelumnya. Dengan kata lain, istilah studi literatur ini sangat familiar dengan sebutan studi pustaka. Dalam sebuah penelitian, seorang peneliti harus memiliki wawasan yang luas terkait objek yang akan diteliti. Jika tidak, dapat dipastikan dalam presentasi yang besar penelitian tersebut akan gagal. Studi literatur berisi uraian hal-hal yang relevan dengan tema terkait, dalam hal ini adalah kajian studi pustaka mengenai dampak media baru pada komunikasi antarbudaya dalam konteks global.

## Media Baru dan Globalisasi

Perkembangan pesat media baru telah menjadi kekuatan utama dalam mempercepat tren globalisasi masyarakat manusia selama beberapa dekade terakhir. Dengan ciri yang khas dan unik, media baru telah membawa interaksi manusia dan masyarakat pada tingkat yang sangat saling berhubungan dan kompleks. Melalui konvergensi ini peningkatan media baru dan globalisasi telah menyebabkan transformasi terjadi hampir di semua aspek masyarakat manusia. Media baru yang dianggap “baru” bukan semata karena keberhasilan integrasi dalam bentuk media interpersonal dan massa tradisional, tetapi karena fungsi baru yang memungkinkan individu untuk sama-sama melakukan kontrol pesan media interpersonal (Crosbie, 2002). Media yang baru secara fungsional memungkinkan orang untuk berinteraksi dengan beberapa orang secara bersamaan dengan kemampuan untuk menyampaikan pesan yang bersifat “*individualized*” dalam proses interaksi.

Media baru memiliki lima karakteristik khas, di antaranya *digitality*, *konvergensi*, *interaktivitas*, *hypertextuality*, dan *virtuality* (Chen, 2012). Pertama, digitalisasi adalah fitur yang paling menonjol dari media baru. Media baru atau media digital menjadikan teks media mengkonversi data dari analog ke dalam bentuk digital, yang memungkinkan semua jenis operasi matematika. Media baru memungkinkan sejumlah informasi yang akan diambil dimanipulasi, dan disimpan dalam ruang yang sangat terbatas.

Kedua, media baru menyatukan bentuk dan fungsi informasi media melalui komunikasi elektronik, dan komputasi elektronik. Kekuatan konvergensi media baru dapat dengan mudah ditunjukkan dengan munculnya internet dalam teknologi informasi komputer dan jaringan komunikasi *broadband*. Hal ini mengarah pada konvergensi industri yang ditunjukkan oleh *merger* terus-menerus dari perusahaan-perusahaan media besar dan konvergen. Produk dan layanan dibuktikan dengan koneksi yang sukses dan kombinasi bahan, produk, dan layanan media dalam industri media.

Ketiga, fungsi interaktif media baru memberikan kebebasan besar kepada pengguna dalam mereproduksi konten dan bentuk informasi selama interaksi. Selain itu, interaktivitas media baru membuat interaksi di antara jaringan yang berbeda dan pengambilan informasi melalui sistem operasional yang berbeda menjadi lebih nyaman. Kebebasan dalam mengendalikan informasi menjadikan media baru memiliki kekuatan besar dalam proses komunikasi manusia.

Keempat, hipertekstualitas media baru memunculkan pusat jaringan global. Informasi dapat dengan bebas bergerak dan saling berhubungan secara spontan. Fenomena jaringan global ini telah mulai membangun kembali pengalaman hidup baru bagi umat manusia yang pada gilirannya akan memimpin transformasi kegiatan ekonomi, pola budaya, gaya interaksi, dan aspek lain dari masyarakat manusia. (Castells, 2000). Akhirnya, dunia maya yang dibentuk oleh media baru memungkinkan orang untuk menghasilkan pengalaman dan realitas virtual. Dunia maya yang tak kasat mata tidak hanya menginduksi kesenjangan antara realitas dan moralitas, tetapi memengaruhi pergantian bebas jenis kelamin, kepribadian, penampilan, dan pekerjaan seseorang. Pembentukan komunitas virtual yang melintasi semua batasan masyarakat manusia pasti akan menantang cara kita memandang realitas dan secara tradisional mendefinisikan identitas (Jones, 1995).

Dengan fitur yang berbeda ini media baru mendorong tren globalisasi ke level tertinggi dalam sejarah manusia. Globalisasi adalah suatu proses sosial saat kendala geografi, pengaturan sosial dan budaya menjadi hilang. Globalisasi melibatkan ekspansi, peregang, intensifikasi, dan percepatan kegiatan sosial di kedua tujuan/materi dan subjektif/manusia tingkat kesadaran, atau tingkat yang berbeda dari masyarakat manusia, termasuk seluruh dunia, bangsa tertentu, industri tertentu atau organisasi, dan individual.

Dampak kuat globalisasi semakin meningkat dengan munculnya media baru. Pertama, globalisasi adalah proses dialektis yang dinamis disebabkan oleh daya dorong dan

daya tarik antara dua kekuatan identitas budaya dan keragaman budaya, atau antara lokalisasi dan universalisasi. Kedua, globalisasi bersifat universal dan meresap. Bergerak seperti udara menembus ke dalam setiap aspek masyarakat manusia dan memengaruhi cara kita hidup, berpikir, dan berperilaku. Ketiga, globalisasi secara holistik saling berhubungan. Globalisasi membangun matriks besar, dan semua komponen saling berhubungan dengan jaringan. Keempat, globalisasi merupakan hibridisasi budaya yang memungkinkan transmisi budaya melalui media baru yang berlangsung sangat cepat dengan menyerap dan melarutkan batas-batas manusia. Akhirnya, globalisasi meningkatkan daya individu dalam masyarakat media baru ke dalam dunia yang plural.

Dampak dari integrasi media baru dan globalisasi dapat diringkas menjadi lima efek yaitu, sebuah dunia yang menyusut, kompresi waktu dan ruang, interaksi yang dekat dalam berbagai aspek masyarakat, konektivitas global, dan percepatan kompetisi/kerjasama lokal dan global (Chen & Starosta, 2000). Dengan kata lain, batas-batas masyarakat manusia dalam hal ruang, waktu, ruang lingkup, struktur, geografi, fungsi, profesi, nilai, dan keyakinan yang cepat berubah menjadi pola baru.

Meskipun saling keterkaitan antara media baru dan globalisasi terlihat jelas, ada koneksi spesifik antara lima karakteristik khas dari media baru yaitu, *digitality*, *konvergensi*, *interaktivitas*, *hypertextuality*, dan *virtuality*). Hal tersebut secara holistik saling berhubungan kuat, antara hibridisasi budaya dan individual, dan menjadi topik penelitian yang menarik. Tulisan ini berfokus pada diskusi tentang hubungan antara media baru dan komunikasi antar budaya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Dampak Media Baru pada Komunikasi Antarbudaya

Fitur-fitur khas media baru telah membawa masyarakat manusia pada tingkat yang saling berhubungan dan kompleks. Tetapi pada saat yang sama, hal ini menantang keberadaan komunikasi tradisional manusia. Media baru

tidak hanya mempengaruhi bentuk dan isi informasi/pesan, tetapi memengaruhi cara orang memahami satu sama lain dalam proses komunikasi manusia, terutama bagi mereka yang berasal dari kelompok budaya atau etnis yang berbeda.

Sebelum munculnya media baru, menurut Bagdasaryan, tradisi dan inovasi dalam masyarakat manusia hidup berdampingan secara dinamis, tetapi kecepatan dan dampak media baru mengakibatkan ketidakmampuan nilai-nilai tradisional untuk mengimbangi nilai-nilai budaya baru yang dihasilkan oleh media baru (Bagdasaryan, 2011). Kesenjangan budaya ini telah menyebabkan kesulitan dalam pemahaman atau komunikasi antara generasi dan di antara orang-orang dalam budaya yang sama.

Media baru juga berkembang secara ekstrinsik sehingga menimbulkan kesenjangan komunikasi antara kelompok budaya dan etnis yang berbeda. Sifat terfragmentasi dari media baru telah mengubah tata bahasa budaya tradisional, tema budaya, atau peta budaya ke pola baru, yang mengakibatkan hilangnya logika budaya tradisional. Penataan ulang atau restrukturisasi pola budaya, atau pandangan dunia, menuntut agar anggota budaya menyesuaikan perilaku komunikasi mereka dalam komunitas mereka sendiri dan untuk mempelajari cara interaksi baru dengan orang-orang dari budaya yang berbeda. Media baru menumbuhkan budaya baru dalam masyarakat manusia. Tingkat ambiguitas dan ketidakpastian telah diubah dan telah mencapai titik tertinggi, terutama dalam proses komunikasi antarbudaya. Hal ini menjadi tantangan besar bagi kebutuhan praktis interaksi dalam kehidupan sehari-hari dan penelitian dalam komunitas ilmiah. Saat ini banyak ahli yang terlibat dalam penelitian yang mengkaji hubungan antara media baru dan komunikasi antarbudaya (Schroeder, 2000).

Setelah memeriksa literatur yang ada, kita menemukan bahwa area topik yang muncul dalam tulisan ini mencakup tiga kategori: (1) dampak budaya nasional/etnis pada pengembangan media baru, (2) dampak media baru pada budaya/identitas sosial, dan (3) dampak dari media baru (terutama media sosial) pada berbagai aspek

interaksi antarbudaya (misalnya, hubungan antarbudaya, dialog antarbudaya, dan konflik antarbudaya).

### **Budaya dan Media Baru**

Budaya sebagai konteks komunikasi dapat menentukan penggunaan media (Chen & Starosta, 2000). Chen menemukan bahwa tiga faktor budaya, yaitu pola berpikir, gaya ekspresi, dan konteks budaya memengaruhi bagaimana orang berperilaku dalam media elektronik. Tiga faktor tersebut adalah manifestasi dari nilai-nilai budaya (Chen & Starosta, 2000). Berdasarkan perbedaan budaya konteks rendah dan budaya konteks tinggi yang dikategorikan oleh Hall (Hall, 1976). Chung dan Chen (Chen, 2007) mengusulkan kemungkinan perbedaan karakteristik komunikasi dalam proses interaksi elektronik diasumsikan bahwa nilai-nilai budaya akan mempengaruhi proses jejaring sosial di media baru (Vasslou, Joinson, & Coourvoisier, 2010; Veltri & Elgarah, 2009; Vinuales, 2011). Dimensi budaya konteks rendah dan budaya konteks tinggi, individualisme dan kolektivisme Hall's (Hall, 1976) dan Hofstede (Hofstede, 2001) adalah dua model yang paling umum digunakan dalam studi hubungan antara budaya dan media. Sebagai contoh, studi yang dilakukan Kim, Sohn, dan Choi menemukan orientasi nilai budaya memengaruhi sikap pengguna saat menggunakan media yang baru. Studi tersebut menunjukkan motif untuk menggunakan media sosial pada siswa yang berada dalam budaya konteks tinggi, budaya kolektif, seperti Korea. Namun, penekanan lebih banyak dilakukan pada upaya mendapatkan dukungan sosial dari hubungan sosial yang ada (Chen, 2010).

Motif dalam masyarakat konteks rendah, budaya individualistis, seperti mahasiswa Amerika, cenderung lebih tertarik mencari hiburan daripada hubungan sosial. Selain itu, Rosen, Stefanone, dan Lackaff (Stefanone et al., 2011) juga menemukan bahwa dibandingkan dengan budaya konteks tinggi, budaya kolektif dalam proses interaksi media baru, orang-orang dalam budaya konteks rendah, budaya individualistis cenderung menekankan pencapaian individu dan promosi diri untuk



memperluas jaringan hubungan sosial, meskipun orientasinya dapat melibatkan privasi dalam jaringan.

**TABEL 1 PERBEDAAN ANTARA BUDAYA KONTEKS RENDAH DAN BUDAYA KONTEKS TINGGI DI E-KOMUNIKASI**

	Low Context Communication (LCC)	High Context Communication (HCC)
Arti yang tampak	eksplisit	implisit
Orientasi nilai	individu	kelompok
Hubungan pribadi	sementara	permanen
Dasar tindakan	prosedur	pribadi
Logika	linear	spiral
Waktu pesan pembelajaran	pendek	panjang
Interaksi verbal	langsung	tidak langsung
Gaya nonverbal	individualistis	kontekstual
Presentasi ide	logika	perasaan
Gaya pesan	terperinci	sederhana
Sumber kredibilitas	wewenang	sumber komunikasi

### Media Baru dan Identitas Budaya

Konvergensi media baru dan globalisasi membawa enam pengalaman baru bagi manusia, termasuk pengalaman tekstual baru, cara-cara baru untuk mewakili dunia, hubungan baru antara pengguna dan teknologi media baru, konsep baru tentang hubungan tubuh secara biologis dengan teknologi media dan pola

baru organisasi dan produksi (Lister, Dovey, Giddings, & Grant, 2008). Pengalaman-pengalaman ini pasti akan menantang konsep dan definisi pembentukan identitas sosial atau identitas kultural. Dengan kata lain, penggunaan media baru mengguncang akar identitas kultural dengan melemahkan atau memperkuat intensitas hubungan antara orang-orang dan masyarakat (Hampton & Wellman, 1999). Kompresi waktu dan ruang yang disebabkan oleh konvergensi media baru dan globalisasi menciptakan ruang maya universal. Identitas budaya baru muncul dalam komunitas virtual yang berbeda.

Identitas kultural baru yang dibentuk oleh media baru mungkin tidak mengubah makna tradisional identitas budaya sebagai produk yang unik melalui interaksi dalam konteks kelompok tertentu, yang memberi anggota rasa kepemilikan pada kelompok, tetapi secara langsung menantang atribut tradisional budaya. identitas, yaitu temporalitas, teritorialitas, konstrastivitas, interaktivitas, dan multiplisitas (Belay, 1996). Lebih khusus lagi, identitas budaya yang dipupuk oleh media baru tidak lagi merupakan produk dari perkembangan sejarah yang terkurung dalam proses pengakuan orang-orang di tempat geografis (misal teritorialitas). Identitas budaya masih merupakan kesadaran kolektif yang berbeda berdasarkan pada proses pengambilan akal para anggota (kontrasitas). Komunitas virtual dicirikan oleh tingkat heterogenitas yang lebih tinggi dan tingkat interkoneksi yang lebih rendah (van Dijk, 1998). Selain itu, interaksi sosial (interaktivitas) sebagai dasar pengembangan identitas budaya tetap tidak berubah di era media baru. Tetapi sifat hubungan interpersonal dan kelompok melalui interaksi sosial dalam komunitas virtual tidak seperti yang dibangun dari tatap muka tradisional. Media baru kontras dengan enam aspek identitas budaya tradisional yang ditunjukkan oleh Belay, termasuk identitas sosiologis, identitas pekerjaan, identitas geobasa, identitas nasional, identitas kultural, dan identitas etnis (Belay, 1996).

Secara singkat, media baru terus membangun berbagai jenis komunitas baru tanpa batas waktu dan ruang, yang membuat

identitas budaya lebih dinamis, cair, dan ter-relativisasi, dan memaksakan tantangan yang keras terhadap otonomi dan stabilitas identitas budaya (Tenenboim-Weinblatt, 2010). Dampak media baru pada identitas budaya telah menjadi salah satu masalah yang paling dikhawatirkan oleh para ilmuwan komunikasi antarbudaya

### **Media Baru dan Interaksi Antarbudaya**

Dampak media baru pada berbagai aspek interaksi antarbudaya terlihat jelas dan menarik para sarjana komunikasi antarbudaya. Bagian ini membahas pengaruh media baru pada tiga aspek umum interaksi antarbudaya dalam konteks global, yaitu hubungan antarbudaya, adaptasi antarbudaya, dan konflik antarbudaya.

### **Hubungan Antarbudaya**

Media baru, terutama media sosial seperti Facebook, blog, YouTube, dan Twitter telah memungkinkan orang dari setiap sudut dunia untuk mewakili diri mereka dengan cara tertentu dan tetap terhubung di dunia maya. Fleksibilitas informasi yang disajikan dan dibagikan di media baru secara langsung memengaruhi secara positif dan negatif, pengembangan hubungan antarbudaya dalam komunitas virtual melalui penciptaan jaringan koneksi pribadi. (Boyd & Ellison, 2007). Selain itu, dalam bahasa asing dan konteks belajar di luar negeri, penggunaan blog tidak hanya menunjukkan efek positif pada pengembangan hubungan antarbudaya, tetapi juga meningkatkan tingkat kompetensi komunikasi antar budaya peserta (Elola & Oskoz, 2008).

Selain hubungan antarbudaya pada tingkat pribadi, media sosial juga membantu membangun hubungan bisnis internasional (Jackson, 2011). Namun, media baru dapat menghasilkan dampak negatif pada komunikasi antarbudaya. Penelitian menemukan bahwa mengungkapkan terlalu banyak informasi pribadi di blog, terutama informasi negatif tentang teman, majikan, dan orang lain cenderung membahayakan atau menyebabkan masalah dalam membangun hubungan manusia yang konstruktif secara intrakultural dan antarbudaya (Qian & Scott, 2007).

Menurut McEwan dan Sobre-Denton komunikasi yang dimediasi komputer dapat mempromosikan dan mengembangkan kosmopolitanisme virtual dan budaya ketiga virtual. Para penulis menunjukkan melalui pembangunan ruang budaya ketiga, budaya hibrid yang baru dibuat saat orang berinteraksi dari budaya yang berbeda, dapat mengumpulkan informasi budaya dan sosial, membangun komunitas *online*, dan membentuk hubungan antarbudaya (McEwan & Sobre-Denton, 2011).

### **Adaptasi Antarbudaya**

Media baru memungkinkan individu di seluruh dunia untuk bertukar pesan dengan tujuan memahami orang-orang dari budaya yang berbeda. Media menjadi populer bagi para pengunjung atau pendatang untuk menggunakan media baru dalam berkomunikasi dengan teman, teman sekelas, dan kerabat atau anggota keluarga dari negara asal dan negara tuan rumah dalam proses belajar atau kehidupan sehari-hari. Hal ini seperti yang ditunjukkan oleh Chen dalam penelitiannya. Semakin lama imigran tinggal di negara tuan rumah, maka semakin banyak dia berkomunikasi dengan warga negara tuan rumah menggunakan media baru, dan frekuensi berselancar ke situs web negara asal semakin berkurang (Chen, 2010).

Chen juga menemukan penggunaan media baru memberikan dampak yang signifikan pada proses adaptasi antarbudaya imigran. Dengan kata lain, interaksi sosial yang dilakukan melalui media baru oleh imigran terbukti menjadi elemen penting yang dapat menentukan apakah mereka dapat berhasil menyesuaikan diri dengan negara tuan rumah. Penggunaan media sosial siswa internasional berpengaruh pada proses adaptasi antarbudaya mereka. Penelitian menemukan media sosial menyediakan lingkungan bagi siswa internasional untuk terhubung dengan orang-orang di negara asal dan negara tuan rumah, yang pada gilirannya membantu mereka memperkuat hubungan pribadi dan menumbuhkan rasa memiliki budaya budaya tuan rumah. Penggunaan media baru jelas membantu siswa internasional mengatasi hambatan budaya dalam proses adaptasi antarbudaya (Chen, 2010).

Studi ini juga menemukan pengaruh gegar budaya para wisatawan cenderung lebih mengandalkan media sosial pada tahap awal tiba di negara tujuan untuk tetap terhubung dengan orang-orang di negara asal untuk mendapatkan rasa nyaman di lingkungan baru. Seiring berjalannya waktu, penggunaan media sosial membantu beradaptasi di lingkungan baru. Selanjutnya, Croucher mengusulkan model teoritis melalui integrasi teori kultivasi dan vitalitas kelompok etnis untuk menggambarkan hubungan antara jejaring sosial dan adaptasi budaya. Croucher berhasil melahirkan dua proposisi: (1) Selama adaptasi budaya, penggunaan situs jejaring sosial memengaruhi interaksi imigran dengan budaya dominan (2) Selama adaptasi budaya, penggunaan situs jejaring sosial akan memengaruhi komunikasi dalam kelompok imigran” (Croucher, 2011).

Proposisi memberikan potensi besar untuk penelitian masa depan dalam menyelidiki dampak media sosial pada proses adaptasi imigran dalam budaya tuan rumah. Hal ini mungkin termasuk frekuensi interaksi dengan budaya dominan, penggunaan media dan etnis dominan, persepsi budaya dominan, keakraban dengan bahasa dominan atau norma budaya, identifikasi dengan budaya dominan atau etnis, keterlibatan dalam sistem politik dominan, dan motivasi untuk akulturasi.

### **Konflik Antarbudaya**

Media baru memberi orang dan pemerintah alat yang ampuh untuk membangun citra mereka sendiri. Alat tersebut bertujuan untuk mendefinisikan kembali makna pesan, mengatur agenda media, atau membingkai berita atau pesan. Namun, perbedaan budaya menghasilkan cara yang berbeda dalam representasi media pada tingkat individu atau pemerintah. Karena tatanan yang mendasarinya, perspektif dan keterbatasan praktis media di masyarakat mana pun didasarkan pada orientasi nilai budaya mereka. Berbagai bentuk representasi media cenderung mencerminkan asimetri komunikasi antarbudaya dan mengarah pada masalah konfrontasi antarbudaya atau konflik dalam antarpribadi, kelompok, dan tingkat nasional (Hotier, 2011).

Liputan media Olimpiade Beijing 2008 dan penarikan Google dari Tiongkok adalah dua contoh yang baik dari ilustrasi konflik antarbudaya dalam konteks media. Media Barat telah lama menggambarkan Tiongkok sebagai negara yang otoriter, terbelakang, irasional, dan misterius. Tiongkok umumnya dikritik oleh media Barat terkait pelanggaran hak asasi manusia, korupsi politik, ketidakstabilan sosial, dan polusi lingkungan. Untuk membangun citra nasional yang positif, pemerintah Tiongkok dengan hati-hati dan taktis menggunakan media milik negara untuk menyiapkan tiga agenda untuk Olimpiade Beijing 2008, yaitu, olimpiade hijau, olimpiade humanistik, dan olimpiade ilmiah. Sebagian besar media barat cenderung bias dalam melaporkan keberhasilan olimpiade Beijing.

Media barat seperti New York Times dan Washington Post banyak menekankan pada liputan protes selama olimpiade Beijing dengan mengkritik pemerintah Tiongkok yang gagal memenuhi janjinya untuk melonggarkan pembatasan kebebasan berbicara selama masa olimpiade. Seperti yang dikemukakan Murray, liputan media barat tentang kontroversi protes tertanam dalam kepercayaan barat tentang kebebasan berekspresi, hak asasi manusia, kesetaraan individu, dan keadilan sosial, yang berbeda dengan nilai-nilai budaya Tiongkok tentang harmoni, penyelamatan wajah, kelompok, minat, dan ketertiban sosial. Liputan yang didasarkan pada nilai-nilai budaya yang berbeda antara media Tiongkok dan media barat membuat konfrontasi tidak dapat dihindarkan (Murray, 2011).

Terkait kasus penarikan Google dari Tiongkok, setelah analisis framing berita antara China Daily dan Wall Street Journal, Kuang (2011) menemukan tema yang mendominasi di China Daily adalah kritik terhadap Google dan pemerintah AS, taktik Google untuk menghindari sensor, serta kehilangan dan kegagalan Google. Sementara tema berulang dalam laporan Wall Street Journal adalah tentang pelanggaran Tiongkok atas sensor hak asasi manusia/pemerintah, hubungan bisnis-pemerintah, dan hubungan internasional (Kuang, 2011). Temuan



lain menunjukkan kantor-kantor berita sering mencerminkan agenda, minat, dan nilai-nilai negara mereka (Bennett, 1990) yang akhirnya memicu konflik antarbudaya atau saling berhadapan di antara negara-negara.

## SIMPULAN

Artikel ini membahas hubungan antara media baru dan komunikasi antarbudaya dalam konteks global. Dengan fokus pada interaksi antarbudaya, tulisan ini menjelaskan dampak nilai-nilai budaya pada media baru, dampak media baru pada identitas budaya, dan dampak media baru pada tiga aspek interaksi antarbudaya. Tiga aspek tersebut adalah hubungan antarbudaya, dialog antarbudaya, dan konflik antar budaya. Riset dengan tema komunikasi antarbudaya dan globalisasi dapat dikaitkan dengan tema nilai-nilai budaya pada media baru, media baru dan identitas budaya, maupun media baru pada interaksi antarbudaya.

Tema terkait ini dapat berupa pembentukan nilai-nilai budaya baru, transformasi nilai-nilai budaya lama dalam era media baru, serta dampak identitas budaya pada penggunaan media baru. Perlu dilakukan penelitian lanjutan tentang variasi budaya dalam penggunaan media baru untuk komunikasi, dampak media baru pada dialog antarbudaya, dan potensi penggunaan media baru untuk menyelesaikan konflik antarbudaya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Allwood, J., & Schroeder, R. (2008). Intercultural Communication in a Virtual Environment. *Intercultural Communication*, 4, 1–16.
- Bagdasaryn, N. G. 2011. (2011). *Intercultural Communication in The Context of New Media*.
- Belay, G. (1996). *The (Re)construction and Negotiation of Cultural Identities in the Age of Globalization*, 4th edition. Routledge.
- Bennett, W. L. (1990). <J.1460-2466.1990.Tb02265.X.Pdf>. 0.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Castells, M. (2000). Materials for an exploratory theory of the network society. *British Journal of Sociology*, 51(1), 5–24. <https://doi.org/10.1111/j.1468-4446.2000.00005.x>
- Chen, G. M., & Starosta, W. J. (Eds.). (2000). *Communication and global society*. : Peter Lang.
- Chen, G.M. (2012). The Impact of New Media on Intercultural Communication in Global Context. *China Media Research*, 8(2), 1–10. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&profile=ehost&scope=site&authtype=crawler&jrnl=15571351&AN=85368643&h=ELkvi mgzB1D61I3ebVvBrAWTyLasUQTSMAqZ33VOOgx ePoXkY73++ejNPUbjf1En9cNSPIMTOPuWKGsdnMTeDQ==&crl=c>
- Chen, G. (2007). Media ( Literacy ) Education in the United States Media ( Literacy ) Education in the United States. *China Media Research*, 3(3), 87–103.
- Chen, W. (2010). Internet-usage patterns of immigrants in the process of intercultural adaptation. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(4), 387–399.
- Chiang, C.-Y. (2010). Diasporic theorizing paradigm on cultural identity. *Journal of Communication Studies*, XIX(1), 29–46. <http://web.uri.edu/iaics/files/03Chih-YunChiang.pdf>
- Crosbie, V. (2002). *What is new media?*. Digital Deliverance: [www.digitaldeliverance.com](http://www.digitaldeliverance.com)
- Croucher, S. M. (2011). Social Networking and Cultural Adaptation: A Theoretical Model. *Journal of International and Intercultural Communication*, 4(4), 259–264. <https://doi.org/10.1080/17513057.2011.598046>
- Elola, I., & Oskoz, A. (2008). Blogging: Fostering intercultural competence development in foreign language and

- study abroad contexts. *Foreign Language Annals*, 41(3), 454–477. <https://doi.org/10.1111/j.1944-9720.2008.tb03307.x>
- Elola, I., & Oskoz, A. (2010). Collaborative writing: Fostering foreign language and writing conventions development. *Language Learning and Technology*, 14(3), 51–71.
- Hall, E. T. (1976). *Beyond Culture*. Anchor Books.
- Hampton, K. N., & Wellman, B. (1999). Netville online and offline observing and surveying a wired suburb. *American Behavioral Scientist*, 3, 475–492. <https://doi.org/10.1177/00027649921955290>
- Harvey, D. (1989). The condition of postmodernity: an enquiry into the origins of cultural change. In *The condition of postmodernity: an enquiry into the origins of cultural change*. <https://doi.org/10.2307/2072256>
- Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations*.
- Hotier, H. (2011). "Chinafrica": A mutually profitable relationship, or neocolonialism? – The representation of the Sino-African relationship in the Western and African media.
- Jackson, M. (2011). *10 big benefits of a busy business blog*. [www.webreference.com/authoring/bus\\_blog/](http://www.webreference.com/authoring/bus_blog/)
- Jones, S. (1995). *CyberSociety: Computer-Mediated Communication and Community 1st Edition*. , CA: Sage.
- Kim, Y., Sohn, D., & Choi, S. M. (2011). Cultural difference in motivations for using social network sites: A comparative study of American and Korean college students. *Computers in Human Behavior*, 27(1), 365–372. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.08.015>
- Kuang, K. (2011). *Google's withdrawal from China: A case study of news framing through an agenda setting approach*.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Kelly, K., & Grant, I. (2006). Women & media: a critical introduction. In *Choice Reviews Online* (Vol. 44, Nomor 04). <https://doi.org/10.5860/choice.44-1949>
- Martin Lister, Jon Dovey, Seth Giddings, Iain Grant, K. K. (2008). *New Media: A Critical Introduction*. Routledge.
- McEwan, B., & Sobre-Denton, M. (2011). Virtual Cosmopolitanism: Constructing Third Cultures and Transmitting Social and Cultural Capital Through Social Media. *Journal of International and Intercultural Communication*, 4(4), 252–258. <https://doi.org/10.1080/17513057.2011.598044>
- Murray, M. (2011). *Constraining divergent voice: Western media coverage of protests during the 2008 Beijing Olympic Games*.
- Olson, S. R., & Pollard, T. (2004). The muse pixeliope: Digitalization and media literacy education. *American Behavioral Scientist*, 48(2), 248–255. <https://doi.org/10.1177/0002764204267272>
- Qian, H., & Scott, C. R. (2007). Anonymity and self-disclosure on weblogs. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1428–1451. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00380.x>
- Rantanen, T. (2006). *The media and Globalization*. Sage.
- Sawyer, R. (2011). The Impact of New Social Media on Intercultural Adaptation. *Digital Commons*, 5, 1–30.
- Schroeder, J. A. and R. (2000). *Communication in a Virtual Environment*. 71–102. [https://doi.org/10.1007/978-1-4471-0729-3\\_4](https://doi.org/10.1007/978-1-4471-0729-3_4)
- Servaes, J. (2020). Communication for development and social change: Conclusion. In *Handbook of Communication for Development and Social Change* (Nomor January 2008). [https://doi.org/10.1007/978-981-15-2014-3\\_116](https://doi.org/10.1007/978-981-15-2014-3_116)

- Stefanone, M. A., Lackaff, D., & Rosen, D. (2011). Contingencies of self-worth and social-networking-site behavior. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(1–2), 41–49. <https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0049>
- Tenenboim-Weinblatt, K. (2010). Producing identity: Introduction. In M. M. K. K. Sender (Ed.), *The politics of reality television: Global perspectives*. Routledge.
- Van Dijk, J. (1998). The reality of virtual communities. *Trends in Communication*, 1(1), 39-63.
- Vasalou, A., Joinson, A. N., & Courvoisier, D. (2010). Cultural differences, experience with social networks and the nature of “true commitment” in Facebook. *International Journal of Human Computer Studies*, 68(10), 719–728. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2010.06.002>