



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Dunia saat ini adalah global village dimana manusia dituntut untuk memiliki kompetensi tertentu sebagai makhluk global dimana sekat-sekat budaya seharusnya tidak menjadi penghalang untuk saling berinteraksi. Kompetensi yang harus dimiliki tersebut adalah komunikasi antarbudaya dimana kita sebagai komunikator mampu menyampaikan pesan-pesan dalam interaksi dengan orang lain yang berbeda latar belakang budaya. Perubahan kebudayaan merupakan sebuah gejala berubahnya struktur sosial, kebiasaan, dan pola budaya dalam suatu masyarakat. Perubahan komunikasi merupakan cara dan pola pikir masyarakat; faktor internal lain seperti penemuan baru, terjadinya konflik atau revolusi; dan faktor eksternal seperti pengaruh kebudayaan masyarakat lain. Budaya dan komunikasi berhubungan dengan perilaku manusia dan kepuasan terpenuhinya kebutuhan berinteraksi dengan manusia-manusia lainnya. (Mumpuni, 2015, p. 1)

Hubungan sosial dengan orang lain, merupakan pertukaran pesan berfungsi sebagai jembatan untuk mempersatukan manusia-manusia yang tanpa berkomunikasi akan terisolasi. Pesan-pesan itu mengemukakan lewat perilaku manusia. Ketika kita berbicara, kita sebenarnya sedang berperilaku. Ketika berjabat tangan, tersenyum, cemberut, menganggukan kepala, atau memberikan suatu isyarat ke orang lain, kita juga sedang berperilaku. (Mumpuni, 2015, p. 2)

Menurut (Tubbs & Moss, 2005, pp. 236-237), komunikasi antarbudaya adalah komunikasi antara orang-orang yang berbeda budaya baik dalam arti ras, etnik, atau perbedaan-perbedaan sosio ekonomi. Sedangkan budaya itu sendiri adalah suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sebuah kelompok orang atau diwariskan dari generasi ke generasi.

Perlu kemampuan khusus untuk mengatasi perbedaan budaya atau *cultural gap* di lingkungan baru, yaitu dengan adaptasi. Adaptasi budaya adalah suatu proses dimana seseorang belajar serta memahami peraturan-peraturan dan kebiasaan-kebiasaan budaya baru (Martin & Nakayama, 2010, p. 320).

Banyaknya masalah yang disebabkan oleh kegagalan adaptasi budaya serta kurangnya persiapan terkait Bahasa dan budaya setempat sebelum seseorang berangkat ke luar negeri. Terdapat beberapa kasus tentang kesulitan berada dalam suatu budaya baru yang sering kita dengar. Contohnya dialami oleh pekerja Jepang yang mengalami *culture shock* Ketika dipindahkan bekerja di Indonesia Pekerja Jepang yang terbiasa disiplin dan memiliki etos kerja tinggi memiliki kesulitan bekerja di lingkungan pekerja Indonesia yang sering terlambat serta tidak bersemangat. (Mumpuni, 2015, p. 12)

Kasus lainnya tentang ketidakmampuan beradaptasi yang dialami oleh TKI yang mendapat kekerasan oleh majikannya di Arab Saudi. Hal ini disebabkan kegagalan adaptasi karena TKI tidak mendapatkan bekal yang cukup baik terkait Bahasa dan lingkungan kerja yang baru. (Mumpuni, 2015, p. 12)

Beberapa contoh kasus tersebut menunjukkan terjadinya kegagalan adaptasi dalam mengatasi *culture shock*. *Culture Shock* merupakan suatu penyakit yang diderita orang-orang yang secara tiba-tiba berpindah atau dipindahkan ke luar negeri. Rasa cemasnya sendiri timbul karena kehilangan tanda-tanda dan lambing-lambang dalam pergaulan sosial. Tanda-tanda tersebut terdiri atas ribuan cara yang kita lakukan dalam mengendalikan diri sendiri dalam menghadapi situasi sehari-hari. Petunjuk tersebut juga bisa berbentuk kata-kata, isyarat, ekspresi wajah, kebiasaan, atau norma yang diperoleh sepanjang perjalanan hidup. Begitu pula dengan aspek budaya lain seperti bahasa dan kepercayaan. Petunjuk ini digunakan untuk bertahan dan memperoleh ketentraman hidup yang selalu kita bawa tanpa disadari. (Samovar, Porter, & McDaniel, 2010, p. 420)

Berdasarkan uraian tersebut, topik mengenai adaptasi budaya Indonesia dengan budaya luar negeri merupakan suatu hal yang penting agar bisa menciptakan

komunikasi antarbudaya yang efektif. Pada produk karya ini, peneliti akan fokus terhadap pelajar Indonesia yang sedang belajar di luar negeri.

Alasan penulis mengambil pelajar Indonesia karena pelajar Indonesia menghabiskan waktunya di Universitas dimana tingkat heterogenitas mahasiswa cukup tinggi. Kehidupan di universitas saat ini mengarah pada masyarakat yang semakin beragam serta masalah identitas di dalamnya. Disinilah keberagaman dan multikulturalisme sangat rentan terhadap perbedaan pendapat.

Penulis memilih media *Podcast* sebagai bentuk karya karena adanya pandemi virus corona yang sedang terjadi di seluruh dunia. *Podcast* merupakan salah satu bentuk karya yang bisa penulis lakukan dan berbentuk visual yang tidak hanya bisa didengar, melainkan bisa dilihat karena menggunakan visual.

Podcast merupakan salah satu bentuk media baru yang akhir-akhir ini semakin banyak digunakan masyarakat dunia, termasuk Indonesia. Munculnya *Podcast* ditandai dengan Apple yang memiliki materi *podcast* pada iTunes dengan tema-tema yang terbatas. Semakin lama, perkembangan *podcast* didukung dengan berkembangnya internet yang semakin pesat. Adanya internet membuat radio-radio konvensional memiliki situs online di internet. (Fadilah, Yudhaprarnesti, & Aristi, 2017) mengatakan sebuah riset yang dirilis awal tahun 2016 oleh *Reuters Institute* yang berjudul “Media, Journalism, and Technology Prediction” menyebutkan bahwa internet memungkinkan format audio bangkit kembali. Lebih lanjut, Fadilah *et al.* (2017) juga memaparkan hasil survey Edison Research yang dirilis PEW Research Center, di Amerika Serikat pada tahun 2015 jumlah pengakses radio online naik ke angka 53% dari 2% pada tahun 2010. Sesuai dari hasil penelitian 2019 yang diterbitkan bulan Juli oleh *PEW Research Center*, di Amerika Serikat pendengar radio terrestrial mingguan menurun dari 92% di tahun 2009 menjadi 89% di tahun 2018. Untuk pendengar radio online mingguan terus meningkat yang tadinya hanya 12% di tahun 2007, menjadi 60% di tahun 2019. Sedangkan untuk *Podcast*, data *PEW Research Center* ini menunjukkan orang yang pernah

mendengarkan *Podcast* di tahun 2006 sebanyak 11% dan meningkat hingga tahun 2019 menjadi 51%.

Pertama kali muncul, *podcast* hanya memiliki tema yang terbatas. Namun seiring perkembangannya jaman, materi *podcast* semakin beragam. Konten *podcast* saat ini dapat berupa drama/sandiwara, *talkshow*, monolog, dan *feature*/dokumenter dengan beragam *genre* mulai dari sejarah, musik, komedi/hiburan, politik, dan lain-lain. Berdasarkan data 2019 yang dirangkum oleh Musicomph menunjukkan bahwa ada 5 jenis *genre podcast* paling populer yakni *society & culture*, *business*, *comedy*, *news & politics*, dan *health*. (Fadilah, Yudhapramesti, & Aristi, 2017)

Di Indonesia, jika dibandingkan dengan konten seperti music dan video, popularitas *podcast* memang masih tertinggal. Meski demikian, masyarakat Indonesia kini sudah mulai melirik dan mendengarkan *podcast*. Hal ini dapat ditunjukkan dengan hasil survei yang dilakukan oleh *DailySocial* dengan JakPat Mobile terhadap 2023 pengguna Smartphone di Indonesia yang menanyakan tanggapan masyarakat Indonesia terhadap *Podcast*. Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa sebesar 67,97% responden familiar dengan *podcast* dan sebesar 80,82% responden mendengarkan *podcast* adalah karena variasi kontennya, dengan presentase 65%, disusul dengan alasan kedua yaitu fleksibilitas *podcast* dengan presentase 62,69%.

Lain halnya di negara barat seperti Amerika Serikat, Inggris, dan negara lainnya yang sudah lebih dulu dan lebih lama mendendengarkan serta mengembangkan *podcast*, tentu memiliki jumlah *podcast* yang berkali-kali lipat dibandingkan di Indonesia. Banyaknya jumlah *podcast* tersebut juga berpengaruh terhadap variasi *genre* dan konten *podcast*. Berdasarkan data yang dipaparkan Nielsen pada tahun 2018, 5 *genre podcast* teratas di Amerika Serikat adalah *music*, *tv and film*, *comedy*, *technology*, dan *kids & family*. Sedangkan di Indonesia sendiri, saat ini ada beberapa *podcast* visual yang populer, seperti *Podcast Raditya Dika*, *Podcast Deddy Corbuzier*, *Gritte Buka Praktek*, *Podcast Boker*, *Rapot*, dan *UNFAEDAH PODCAST*. *Podcast – podcast* populer di Indonesia tersebut

memiliki *genre stories, comedy, dan lifestyle*. Masih mengacu pada penelitian yang dibuat oleh DailySocial, responden Indonesia mengatakan *genre* favorit untuk konten *podcast* yakni *Entertainment* sebesar 70%, *lifestyle* sebesar 60%, *technology* sebesar 57,17%, edukasi sebesar 37,40% dan *business* sebesar 32,50%. Berdasarkan fakta atau data diatas maka penulis membuat *podcast* dengan genre edukasi yang dikemas dalam bentuk reportase.

1.2 TUJUAN KARYA

Pembuatan karya ini memiliki tujuan untuk mengembangkan media *podcast* di Indonesia dengan variasi konten yang bebrbeda yaitu tentang kebudayaan, khususnya bagaimana adaptasi diri dengan budaya luar. Dibuatnya *podcast* ini bertujuan untuk menjadi wadah memiliki sikap, pengetahuan, keterampilan dalam berkomunikasi antarbudaya untuk menyesuaikan diri dan mampu menyatukan dan mempersatukan antar pribadi. Selain itu, hadirnya *podcast* ini juga diharapkan bisa menjadi jembatan untuk setiap individu yang memiliki kebudayaan berbeda. Bisa menambah wawasan apa yang perlu kita lakukan bisa pertama kali berada di negara yang berbeda. Terutama untuk pelajar Indonesia yang ingin ke luar negeri, agar mempermudah mereka adaptasi diri melalui cerita-cerita yang disampaikan oleh para pelajar Indonesia yang menjadi narasumber dalam *podcast* Yuk Ngobrol! ini.

1.3 KEGUNAAN KARYA

Hasil karya diharapkan dapat memperjelas serta menambah informasi di masyarakat Indonesia bahwa komunikasi antar budaya memiliki peran yang penting. Seperti, memberikan pemahaman khususnya pelajar Indonesia terkait kompetensi komunikasi lintas budaya dengan pelajar asing. Hal ini diharapkan bisa menjadi bahan rujukan dalam mengembangkan model kompetensi komunikasi lintas budaya yang saat ini sudah banyak warga asing di Indonesia. Karya berbasis visual *podcast* karena selain mendengarkan, masyarakat juga bisa melihat

bagaimana kondisi negara Amerika Serikat, Taiwan, Oman, dan Jerman. Selain itu, dengan adanya karya ini penulis berharap bisa membantu memperbanyak pengetahuan di bidang komunikasi lintas budaya dengan masyarakat asing. Kemudian penulis berharap bisa menjadi bahan referensi atau acuan pada masyarakat yang ingin melakukan interaksi dengan warga negara asing. penelitian ini diharapkan berguna bagi mahasiswa/i Universitas Multimedia Nusantara agar mengetahui bagaimana kompetensi komunikasi antarbudaya diantara mahasiswa dan faktor-faktor yang mempengaruhi terciptanya komunikasi antarbudaya yang kompeten.