

Filosa Gita Sukmono
Fajar Junaedi

BUKU
Litera

BUKU AJAR

KOMUNIKASI MULTIKULTUR

Melihat Multikulturalisme dalam Genggaman Media



KOMUNIKASI MULTIKULTUR

Melihat Multikulturalisme dalam Genggaman Media

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

All Rights Reserved

Cetakan Pertama, Februari 2014

xviii + 140 hal, 13.5 cm x 19.5 cm

ISBN: 978-6027-6365-3-8

Penulis	: Filosa Gita Sukmono Fajar Junaedi
Editor	: Mapa
Perancang Sampul	: Ibnu Teguh
Ilustrasi cover	: https://www.earlham.edu/media/129843/ multicultural-logo.jpg
Penata Letak	: Ibnu Teguh

Diterbitkan oleh :

Buku Litera Yogyakarta,

Minggiran MJ II/ 1378 RT. 63/17

Kel. Suryodiningratan, Mantrijeron, Yogyakarta

Telp. 0274-388895, 081 7940 7446

E-mail: bukulitera@gmail.com, matapadi_media@yahoo.com

Dicetak oleh :

Mata Padi Presindo,

Minggiran MJ II/ 1378 Rt. 63/17, Kel. Suryodiningratan,

Mantrijeron, Yogyakarta

Telp. 0274-388895, 081 7940 7446

E-mail: bukulitera@gmail.com, matapadi_media@yahoo.com

Kata Pengantar

Komunikasi Multikultur dan Media Massa

Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc

Perbedaan merupakan kenyataan yang sudah ada sejak dari awal ketika kehidupan umat manusia ini diciptakan oleh Sang Maha Pencipta. Sebagai bagian tak terpisahkan dari kehidupan umat manusia maka perbedaan merupakan suatu kenyataan yang di-anugerahkan (*as given*) akan senantiasa melekat pada diri kita dan karenanya akan tetap ada sepanjang sejarah kehidupan umat manusia. Hal tersebut bermakna bahwa dalam menjalani kehidupan sosialnya maka setiap individu manusia akan senantiasa ada dalam medan perbedaan yang sama sekali tidak bisa untuk dihindari. Perbedaan dalam realitas sosial merupakan entitas yang harus diterima sebagai fakta absolut oleh setiap individu manusia dalam kehidupan ini.

Bentuk perbedaan yang harus dihadapi oleh setiap individu manusia dalam realitas sosialnya sangatlah beragam. Ketika berinteraksi dengan individu lain maka setiap individu bisa jadi akan menjumpai perbedaan

fisiologis, pola perilaku, pola pikir, cara pandang, standar hidup, hingga yang paling kompleks dan sistematis adalah perbedaan budaya. Perwujudan perbedaan yang tersebut terakhir telah menempatkan individu manusia hidup dalam suatu sistem sosial dengan keberagaman budaya yang kemudian lebih populer dikenal dengan sistem sosial yang multikultur. Di dalam sistem sosial yang multikultur, secara relatif setiap individu akan cenderung semakin sering dan semakin intensif untuk berinteraksi dengan individu lain yang berbeda budaya. Terlebih lagi dalam situasi saat ini ketika teknologi transportasi dan komunikasi telah mengalami kemajuan yang begitu dahsyat.

Perkembangan teknologi transportasi saat ini telah mengkondisikan adanya mobilitas individu yang semakin tinggi dan pada gilirannya akan mengkondisikan adanya pertemuan antara individu yang saling berbeda budaya dengan frekuensi yang semakin tinggi. Di sisi lain, perkembangan teknologi komunikasi yang terjadi saat ini benar-benar telah menempatkan individu manusia ada dalam suatu kondisi tanpa sekat. Kontak individu dari berbagai kelompok budaya dalam beragam layer budaya menjadi semakin mudah terjadi pada saat ini sebagai akibat dari perkembangan teknologi komunikasi yang spektakuler. Seorang abang becak di Malioboro Jogjakarta bisa terkoneksi dengan beribu individu dari beragam kelompok dan layer budaya di belahan tempat manapun di dunia ini. Dengan kata lain, perkembangan teknologi komunikasi saat ini telah membuat semakin tingginya frekuensi kemunculan peristiwa komunikasi

antar budaya yang melibatkan individu dari beragam kelompok dan layer budaya.

Secara umum komunikasi budaya (Gudykunst, 2003, hal. 163) dikonsepsikan sebagai bentuk komunikasi tatap muka yang melibatkan antar orang dari budaya nasional yang berbeda. Namun dalam pemahaman Gudykunst, komunikasi antar budaya bisa diperluas batasan kajiannya dari hanya sekedar kajian mengenai komunikasi tatap muka antara individu dari budaya bangsa yang berbeda menjadi kajian mengenai segala peristiwa komunikasi yang melibatkan individu dari berbagai kelompok yang secara signifikan memiliki perbedaan budaya. Dalam pemahaman tersebut dengan begitu komunikasi antar budaya sebenarnya merupakan kajian komunikasi yang menempatkan lokus komunikasi ada pada entitas budaya yang dimiliki oleh para pelaku di dalamnya. Dengan kata lain, komunikasi antar budaya sebenarnya lebih menitikberatkan pada cara pandang mengenai fakta bahwa layer budaya sangatlah beragam dan karenanya peristiwa komunikasi antar budaya bisa muncul ketika melibatkan para pelaku komunikasi yang secara signifikan memiliki perbedaan kelompok budaya pada suatu layer budaya tertentu.

Dengan batasan kajian seperti itu maka komunikasi antar budaya tidaklah harus mensyaratkan adanya pertemuan antara tatap muka dari individu dengan latar belakang budaya bangsa yang berbeda. Di dalam suatu bangsa tertentu, dengan begitu, peristiwa komunikasi antar budaya bisa saja muncul manakala pelaku yang terlibat di dalamnya berasal dari dua kelompok yang

memiliki perbedaan budaya yang signifikan menurut kategori layer budaya tertentu. Peristiwa komunikasi yang melibatkan individu dari Jawa dan individu dari Batak misalnya, dengan begitu bisa dimasukkan dalam kajian komunikasi antar budaya meskipun para pelaku yang terlibat di dalamnya adalah individu-individu dari bangsa yang sama, yaitu bangsa Indonesia.

Lebih jauh lagi, kemunculan komunikasi antar budaya juga tidaklah harus selalu dalam bentuk komunikasi tatap muka. Komunikasi antar Individu dari kelompok budaya yang berbeda bisa ditempatkan sebagai kajian komunikasi antar budaya meskipun bentuk peristiwa komunikasinya adalah komunikasi bermedia. Pada pemahaman Barnett & Meihua (dalam Gudykunst, 2003, hal 259), kemunculan peristiwa komunikasi antar budaya bisa terbentuk dalam berbagai struktur dan salah satunya adalah struktur yang melibatkan media massa. Sebagaimana pendapat Korzenny, Ting-Tomey dan Schiff (1992) serta pendapat Ware dan Dupagne (1994) yang telah dikutip oleh Barnett dan Meihua yang menyatakan bahwa komunikasi antar budaya memiliki perhatian besar pada keterkaitan antar kelompok A dan B yang melibatkan individu a, b, c dan keterkaitan tersebut bisa juga melibatkan keberadaan media massa. Dalam pemahaman ini, ketika kita sedang mengonsumsi media massa yang diproduksi oleh individu dari budaya berbeda maka sebenarnya kita sedang ada dalam situasi komunikasi antar budaya. Lebih mikro lagi, ketika kita sedang mengonsumsi media massa yang isi di dalamnya merepresentasikan budaya yang berbeda dari budaya di

gambaran yang tidak memiliki visi multikulturalisme.

Gugatan para penulis mengenai belum meratanya *mindstream* multikulturalisme di tengah-tengah sistem sosial masyarakat Indonesia lebih ditunjukkan kepada para *film maker*. Di dalam bukunya ini kedua penulis mampu membuka mata kita bahwa berbagai sajian realitas di dalam media film yang sering kali kita terima, ternyata menggambarkan bahwa para *film maker* di Indonesia lebih cenderung melakukan komodifikasi terhadap fakta multikultur yang ada di dalam realitas sosial masyarakat Indonesia. Pada titik ini kedua penulis mampu mengusik kegelisahan dan keprihatinan dalam diri kita sehingga memunculkan sebuah kalimat pertanyaan sebagai berikut: mampukah film Indonesia membuka mata rakyat Indonesia mengenai pentingnya multikulturalisme dalam kehidupan berkebangsaan ketika pada kenyataannya film Indonesia lebih mendahulukan untuk mengkomodifikasikan fakta-fakta multikultur yang ada di tangan-tengah realitas sosial bangsa Indonesia? Untuk merenungkan lebih jauh kegelisahan dan keprihatinan kita tersebut maka buku ini sangat layak untuk kita baca.

Yogyakarta, 11 Februari 2014
Kaprodi Ilmu Komunikasi UMY

Daftar Isi

Kata Pengantar _ v

Prakata _ xi

Daftar Isi _ xv

Bab I Multikulturalisme dalam Media _ 1

A. Multikulturalisme _ 1

B. Belajar dari Jurnal dan Penelitian _ 5

C. Multikulturalisme dalam Media _ 8

Bab II Konsep-Konsep Multikulturalisme _ 19

A. Prasangka _ 26

B. Stereotype _ 30

C. Etnosentrisme _ 35

D. Akulturasi dalam Komunikasi Multikultur _ 39

Bab III _ Rasisme dalam Media _ 47

- A. Ras dan Etnisitas _ 47
- B. Rasisme dan Rasialisasi _ 50
- C. Sejarah Rasisme _ 52
- D. Praktik- Praktik Rasisme _ 55
- E. Rasisme dalam Iklan _ 62
 - 1. Rasisme, Afrika, dan Sepak Bola _ 65
 - 2. Benua Afrika Sama dengan Binatang _ 66
 - 3. Ketika *Fair Play* Kulit Putih, dan Tidak *Fair Play* Kulit Hitam _ 75
 - 4. Mitos dalam Iklan Djarum Super Soccer dan Gudang Garam *Intersport* _ 83
 - 5. Catatan Penutup _ 85

Bab IV Teori Komunikasi dalam Multikulturalisme _ 89

- A. *Face Negotiation Theory* _ 89
 - 1. Belajar dari Riset : Mahasiswa Amerika Serikat vs Asia _ 99
 - 2. Power Distance (Jarak Kekuatan) _ 100
 - 3. *High-Context Communication dan Low-Context Communication* _ 102
- B. *Muted Group Theory* _ 106
 - 1. Pria sebagai *Gatekeepers* Komunikasi _ 112
 - 2. *Anxiety / Uncertainty Management Theory* _ 114

C. *Standpoint Theory* _ 119

1. *Standpoint* Feminisme dan Akarnya pada Filsafat dan Sastra _ 121
2. Perempuan sebagai Kelompok Marjinal _ 123

Daftar Pustaka _ 125

Daftar Gambar _ 129

Daftar Bagan _ 130

Daftar Tabel _ 131

Indeks _ 133

Biodata Penulis _ 137

BUKU AJAR
KOMUNIKASI MULTIKULTUR
Melihat Multikulturalisme dalam Genggaman Media

Buku ini tidak saja menyindir masyarakat yang tak sadar bahwa multikulturalisme itu sebuah keniscayaan sejarah, tetapi juga mengajak mereka untuk "melek" multikultur. Memahami adanya kaitan erat antara multikulturalisme dengan media massa sama saja memahami diri kita sendiri. Salah dalam memahami multikulturalisme, juga berarti salah memahami diri sendiri.

(Nurudin M.Si, Pembantu Dekan I FISIPOL Universitas Muhammadiyah Malang, Dosen Ilmu Komunikasi dan penulis buku)

Ditengah kelangkaan buku mengenai multikulturalisme dan media massa, buku ini layak menjadi rujukan atau referensi yang berkualitas bagi dosen dan mahasiswa.

(Niken Puspitasari, M.A, Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Yogyakarta)

Saya melihat buku berjudul Komunikasi Multikultur : Melihat Multikulturalisme dalam Genggaman Media yang hadir di tangan pembaca ini adalah buku yang bisa memberikan pemahaman pada diri kita mengenai bagaimana peran media massa dalam struktur kemunculan peristiwa komunikasi antar budaya pada masyarakat Indonesia yang multikultur.

(Haryadi Arief Nuur Rasyid, M.Sc, Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

Pemahaman Multikulturalisme penting bagi keragaman media dalam budaya dan kajian komunikasi massa di Indonesia.

(Dr. Aprillani, Dosen Ilmu Komunikasi STAIN Kediri dan Komisiner KPID Jawa Timur)

Pengaruh media memang dahsyat sejak kemunculan media konvensional sampai media sosial mampu mengintervensi pikiran sampai tindakan khalayak. Apakah itu bentuk multikulturalisme di media? Bagaimanapun media adalah alat imperialisme kultural. Buku ini membantu kita memahami perilaku budaya dan implikasinya bagi publik.

(Setio Budi HH, M.Si, Ketua Divisi Litbang Aspikom)



Minggiran Mj II/1378 RT 63/17
Suryodiningratan, Mantrijeron Jogjakarta
telp. 0274 - 388895, 08179407446
email : bukulitera@gmail.com
matapadi_media@yahoo.com

ISBN: 978-6027-6365-3-8



9 786027 636538