

PENGEMBANGAN MASYARAKAT SIBER DALAM KONSTRUKSI KOMUNIKASI ANTARBUDAYA

Oleh:
Muhibbin¹

ABSTRAK

Kehadiran media baru, yakni internet telah membentuk suatu komunitas dunia maya atau ruang siber (cyber) yang sangat cepat berkembang. Pada akhirnya, internet tidak hanya menjadi artifak (benda), namun sekaligus membentuk suatu budaya baru yang disebut dengan budaya siber (cyberculture). Sebagai sebuah budaya, masyarakat masyarakat memiliki interaksi yang khusus unik dan berbeda dengan masyarakat dalam realitas nyata.

Masyarakat siber inilah yang kini banyak menghuni dunia maya dengan memunculkan berbagai produk budaya yang terus tumbuh menunjukkan kedigdayaannya. Ruang internet sebagai publik virtual mengusung kuasa baru dalam membentuk citra diri bagi para penduduknya. Dengan daya tarik efisien dan efektifitasnya, Islam jelas memiliki kesempatan yang terbuka bagi pembentukan dan pengembangan masyarakat Islam di dunia siber.

Tulisan ini berusaha memahami realitas konteks komunikasi antarbudaya dengan tujuan untuk meningkatkan spirit para penghuni dunia maya agar mengusung identitas budaya yang rahmatan lil alamin dalam pesan-pesan komunikasi dan perilakunya di dunia siber.

Kata Kunci: *Pengembangan, Masyarakat Siber, Komunikasi Antar budaya*

A. Pendahuluan

Penemuan komputer pada tahun 1960-an dan terus berkembang sampai pada tahun 1990-an, sehingga melahirkan teknologi internet, para ahli tercengang dengan begitu pesat perkembangan teknologi ini yang oleh mereka disebut “sebagai yang tidak terduga”. Internet begitu memukau dan begitu cepat berkembang dengan varian-varian programnya yang menjadikan

¹ Muhibbin, Dosen Tetap Fakultas Dakwah IAIN Jember.

bumi ini dalam cengkeraman teknologi. Internet telah berkembang menjadi sebuah teknologi yang tidak saja mampu mentransmisikan berbagai informasi, namun juga telah mampu menciptakan dunia baru dalam realitas kehidupan manusia, yaitu sebuah realitas materialistis yang tercipta dalam dunia maya².

Littlejohn³ menyebut pendapat Mark yang menulis buku *The Second Age* sebagai awal periode baru dimana teknologi interaktif dan komunikasi jaringan, khususnya dunia maya akan mengubah masyarakat. Dan, juga pandangan Piere Levy dalam buku terkenalnya *Cyberculture* yang melihat bahwa world wide web sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat. Dunia maya memberikan tempat pertemuan semu yang memperluas dunia sosial, menciptakan peluang pengetahuan baru, dan menyediakan tempat untuk berbagi pandangan secara luas.

Kehadiran dunia baru itu ikut mendorong manusia menjadi penghuni ruang virtual internet tersebut. Penduduk dunia maya dengan latar belakang wilayah, suku, agama, ras, dan kelas dapat menjalin komunikasi secara virtual kapan saja dan dimana saja senyampang jaringan internet dapat terakses dengan baik. Dunia maya telah membentuk perilaku masyarakat, dan dengan komunikasi yang intensif, masyarakat maya pun meningkat dan melahirkan karakteristik tersendiri secara dinamis dari waktu ke waktu. Hal-hal terpenting dalam budaya yang menurut Huntington⁴ meliputi bahasa, agama, tradisi, dan kebiasaan memenuhi ruang internet dengan siklus yang sangat bebas.

Berdasarkan data yang dirilis Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet di Indonesia atau APJII hingga akhir 2012 menunjukkan

² Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), 136.

³ Little John dan Karen A. Foss, *Teori Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014), 413-414.

⁴ Larry A Samovar, Ricard E. Porter, dan Edwin R. Mc Daniel, *Komunikasi Lintas Budaya* (Jakarta: Salemba Humanika, 2014), 31.

bahwa perkembangan pemakai internet setiap tahun semakin meningkat. Ambil contoh, bahwa hingga 2008 saja sudah tercatat sekitar 25 juta pengguna internet di Indonesia dan pada tahun 2012 menjadi 63 juta pengguna internet. Diperkirakan pengguna ini akan meningkat jauh menjadi 139 juta pada tahun 2015. Lebih jauh, data perkembangan pengguna internet di Indonesia yang meningkat ini juga ditampilkan oleh internetworldstats.com yang menyebut bahwa terdapat lonjakan pengguna atau pengakses internet dari 2 juta pada tahun 2000 menjadi 39.600 juta pada tahun 2012. Sedangkan peringkat Indonesia berada di urutan ke-4 dari pengguna terbanyak internet di Asia, urutan pertama ditempati oleh China memiliki 485 juta pengakses internet, India sebanyak 100 juta, kemudian Jepang dengan 99,182 juta⁵.

Keluasan dan kekuatan jaringan internet ini membuat banyak kalangan luas, baik masyarakat kecil hingga kalangan elit memanfaatkan sebagai media komunikasi yang bersifat massal, serentak, heterogen, setiap saat dapat diakses dan tanpa batas. Mereka dapat menggunakan website tersebut untuk berkomunikasi (menyampaikan pesan apa saja) secara virtual kepada khalayak (komunikan) yang berbeda-beda latar belakang budaya pada saat yang bersamaan. Komunikasi antar manusia tentang berbagai seluk beluk bahasa, pandangan pluralitas agama, aneka tradisi etnik yang majemuk, dan beragam kebiasaan yang dilakukan oleh masyarakat dunia maya saling mempengaruhi dengan logika media siber tersebut.

Kebiasaan baru muncul dan menjadi tradisi baru dalam berkomunikasi antarbudaya. Seseorang yang berbeda budaya dengan orang lain, dapat secara mudah menyampaikan pikirannya kepada khalayak yang berbudaya heregon. Mengutip Pikiran Rakyat Edisi 8 Juli 2013, Mulyana⁶ mengungkap sejumlah pejabat tinggi negara yang berkomunikasi melalui media sosial Twitter untuk menyapa khalayak yang berasal dari budaya yang berbeda. Joko Widodo dengan 482.288 orang pengikut, Dahlan Iskan dengan 348.140 orang pengikut, Anis Baswedan 209.923 orang pengikut, Prabowo Subianto 150.124 orang pengikut, Hatta

⁵ Ruli Nasrullah, *Cyber Media* (Yogyakarta: Idea Press, 2013), 138-139.

⁶ Deddy Mulyana, *Komunikasi Politik Politik Komunikasi: Membedah Visi dan Gaya Komunikasi Praktis Politik* (Bandung: Rosdakarya, 2014), 22.

Radjasa 139.807 orang pengikut, Yusril Ihza Mahendra dengan 136.986 orang pengikut, Mahfud MD dengan 122.188 orang pengikut, Aburizal Bakrie dengan 99.070 orang pengikut, Jusuf Kalla dengan 72.795 orang pengikut Puan Maharani dengan 25.094 orang pengikut, Gita Wiryawan dengan 7.807 orang pengikut, Wiranto dengan 2.621 orang pengikut, dan Suryadarma Ali dengan 968 orang pengikut.

Tidak hanya pejabat yang bisa mengkomunikasikan budaya mereka melalui media cyber. Kini, layanan gratis media siber telah menjadi ruangan sibuk masyarakat masyarakat untuk berkomunikasi setiap detik. Hal ini menjadikan masyarakat tidak kesulitan untuk memublikasikan jenis budaya apa yang diinginkan dan ditujukan kepada siapa saja khalayak dengan latar budaya berbeda. Secara sosiologis, penerapan teknologi dan informasi dalam kehidupan telah mengubah ragam interaksi masyarakat. Media telah menggiring individu memasuki ruang yang memungkinkan saling berinteraksi. Internet kini telah membentuk ruang maya bertegur sapa secara interaktif yang kemudian kita kenal dengan istilah *cyberspace*. Sebagaimana halnya dalam ruang nyata, setiap orang berinteraksi, berkomunikasi, berdiskusi, membaca buku, majalah atau surat kabar, berbagi gagasan dan informasi, bercengkerama, mengakses hiburan. Aktivitas sosial yang melibatkan individu dan kelompok ini secara praktis biasa disebut sebagai kebudayaan. Di jagat internet, kita pun dapat melakukan hal yang sama sehingga pada titik tertentu, *cyberspace* ini melahirkan apa yang disebut dengan *cyberculture*, atau sebut saja kebudayaan yang muncul di dunia maya⁷.

Inilah yang dikatakan Samovar⁸ bahwa kemajuan teknologi modern telah memungkinkan orang di seluruh dunia untuk secara mudah “berhubungan” baik melalui suara maupun teks. Internet memungkinkan orang dari budaya yang berbeda untuk berinteraksi walaupun saling berjauhan, walaupun menggunakan bahasa tertentu. Saat ini, Inggris merupakan bahasa

⁷ Asep Saiful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung, Simbiosis Rekatama Media, 2012), 60.

⁸ Larry A Samovar, Ricard E. Porter, dan Edwin R. Mc Daniel, *Komunikasi Lintas Budaya* (Jakarta: Salemba Humanika, 2014), 285.

yang paling banyak digunakan diantara penggunaan internet, diikuti bahasa Cina dan bahasa Spanyol. Bahasa Inggris menjadi bahasa yang paling dominan di dunia menjadi suatu perhatian penting. Dua alasan penting dari dominasi bahasa Inggris di internet adalah (1) sistem internet dibuat dan dilaksanakan di Amerika Serikat, sehingga didesain untuk penutur bahasa Inggris, dan (2) bahasa Inggris merupakan "bahasa publikasi ilmiah dan akademis.". Namun, sekarang ini, bahasa lain juga meningkat penggunaannya di internet. Lebih dari 73 persen populasi Amerika Serikat menggunakan internet yang berarti bahwa lebih dari 220 juta penduduk Amerika Serikat *on line*. Pada bulan Juni 2008, Cina mengungguli Amerika Serikat sebagai negara pengguna internet terbanyak di dunia dengan sekitar 253 juta pengguna.

Hal ini mengisyaratkan bahwa dunia maya yang dibangun dan dikonstruksi melalui situs-situs dapatlah membangun daya rangsang dan emosi besar budaya penggunanya. Di satu sisi, pengguna internet dapat memenuhi hasrat psikologisnya ketika problem yang dihadapinya dapat diselesaikan dengan jasa internet. Pada dimensi berbeda, mereka dapat memilih informasi yang sekadar memuaskannya, meskipun di beberapa hal bertolak belakang dengan norma hukum dan agama. Manusia yang menggunakannya disediakan ruang sebebaskan-bebasnya, ibarat konsumen yang dipersilakan untuk memilih menu masakan yang disukainya. Di Indonesia, penyalahgunaan jaringan internet sudah mencapai tingkat yang memprihatinkan. Akibatnya, Indonesia dijuluki dunia sebagai negara kriminal internet. Karena itu, tak heran, apabila saat ini pihak luar negeri langsung menolak setiap transaksi di internet dengan menggunakan kartu yang dikeluarkan perbankan Indonesia⁹.

Kehadiran internet pada kenyataannya menimbulkan situasi sosial yang paradoks. Penggunaan media siber bisa dimaknai positif dan bisa digunakan sebagai saluran kejahatan sekalipun. Berdasarkan pengamatan Mulyana¹⁰ belakangan,

⁹ Abdul Wahid dan Muhammad Labib, *Kejahatan Mayantara (Cyber Crime)* (Bandung: PT Refika Aditama, 2010), 34-35.

¹⁰ Deddy Mulyana, *Komunikasi Massa: Kontroversi, Teori, dan Aplikasi* (Bandung: Widya Padjadjaran, 2008), 170-171.

maraknya penggunaan internet oleh individu di rumah-rumah atau warnet atau tempat hiburan, menunjukkan gejala yang kurang sehat. Internet digunakan terutama untuk membuka situs-situs yang “membahayakan moralitas” (seperti gambar-gambar wanita telanjang) atau paling banter melakukan *chatting* yang membuang-buang waktu, bukan terutama digunakan untuk melakukan kegiatan-kegiatan yang konstruktif, misalnya mencari data. Walhasil, kemajuan teknologi komunikasi (satelit komunikasi, internet, antena parabola, televisi raksasa layar-datar, telepon selular, dan sebagainya) tidak selalu berkorelasi dengan kebahagiaan manusia.

Dampak dari gegap gempita masyarakat maya itu membuat dorongan manusia untuk ikut masuk menjadi penghuni dunia maya itu. Setiap orang bisa membuat produk media siber sebagai cara untuk hidup di dunia maya. Mulai dari situs internet berbasis pemerintahan, perusahaan, web institusi agama, pondok pesantren *on line*, produk bisnis, radio *on line*, komunitas maya dunia pedagang, blog pribadi, jaringan maya *e-books*, ruang virtual profesi, televisi *on line*, media sosial semacam facebook dan twitter, media cetak *on line*, dan segala jenis saluran berjejaring maya (siber) telah menggiring masyarakat pada budaya tertentu. Mereka dapat mengekspresikan dirinya karena masyarakat maya bisa membaca (memproduksi makna) kapan saja, dimana saja, sepanjang hubungan internet masih memenuhi ruang siber tersebut. Fenomena inilah yang menjadikan tantangan masyarakat dengan *cyberculture* dalam menjaga keharmonisan di ruang maya. Dalam konteks harmonisasi ini pula, kajian deskriptif mengenai pengembangan masyarakat maya dalam pandangan Islam menarik untuk dilakukan kajian lebih mendalam melalui komunikasi antarbudaya. Salah satu yang menarik adalah karena meningkatnya penghuni dunia maya (*cybercommunity*) akan membuat “atmosfer” alam maya menjadi semakin padat dengan segenap problematikanya ketika lalu lintas komunikasi antarbudaya semakin pesat. Pada sisi yang lain, keberagaman masyarakat Indonesia dengan latar belakang budaya yang berbeda juga akan mempengaruhi cara mengekspresikan diri mereka secara berbeda di dunia maya sehingga dapat menimbulkan potensi konflik dan ketegangan-ketegangan yang

bisa merusak harmonisasi. Untuk itu menghadirkan kajian komunikasi antarbudaya dengan budaya Islami sebagai titik fokus akan menambah ruang dunia maya menjadi *rahmatan lilalamin*.

Memahami Fenomena Komunikasi Antarbudaya

Rasionalisasi penjelasan dalam pendahuluan tersebut menjadi pintu masuk untuk memahami semakin pentingnya komunikasi antarbudaya. Tidak bisa dipungkiri lagi bahwa budaya yang berbeda telah mempengaruhi perbedaan cara pandangan setiap orang yang ada di dunia. Untuk itu, menurut Devito sebagaimana dikutip Sihabudin¹¹ ada sejumlah faktor yang menyebabkan pentingnya komunikasi antarbudaya, antara lain mobilitas, pola imigrasi, saling ketergantungan ekonomi, teknologi komunikasi dan stabilitas politik. Dengan mengadaptasi penjelasan Sihabudin, penulis dapat menjabarkan sebagai berikut:

1. Mobilitas

Mobilitas masyarakat di seluruh dunia sedang mencapai puncaknya. Perjalanan dari satu negara ke negara lain dan dari satu benua ke benua lain banyak dilakukan, termasuk juga perjalanan domestik. Saat ini, orang sering kali mengunjungi budaya-budaya lain untuk mengenal daerah baru dan orang-orang yang berbeda serta menggali peluang-peluang bisnis. Hubungan antarpribadi kita semakin menjadi hubungan antarbudaya. Sebagai contoh, di Amerika Serikat saja, telah terjadi 11 juta pertukaran antarbudaya setiap tahunnya. Kurang lebih 4 juta orang datang ke Amerika dari negeri-negeri lain dan kira-kira 7 juta orang Amerika pergi ke luar negeri.

Perkembangan teknologi informasi, komunikasi, dan transportasi membuat perjalanan manusia di abad modern ini begitu cepat, singkat, dan dari hasil ketercepatan melihat realitas perbedaan budaya di dunia lain, dapat mendorong mereka untuk bersikap terhadap budaya yang heterogen tersebut.

2. Pola Imigrasi

Pola imigrasi pada setiap tempat itu hadir dengan segala konsekuensinya. Di hampir setiap kota besar di dunia, kita dapat menjumpai orang-orang dari bangsa lain, termasuk di Jakarta.

¹¹ Ahmad Sihabudin, *Komunikasi Antarbudaya* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 6-9.

Kita bergaul, bekerja atau bersekolah dengan orang-orang yang sangat berbeda dari kita. Pengalaman sehari-hari telah menjalin hubungan antarbudaya. Latar belakang perbedaan bahasa, agama, tradisi, dan kebiasaan dalam proses migrasi tersebut akan semakin memperkuat komunikasi antarbudaya tersebut.

Orang-orang yang bermigrasi mengusung budaya yang berbeda-beda sehingga dapat menjadikan seseorang bisa menyikapi setiap budaya tersebut dengan cara pandangan sendiri. Perjalanan sejarah membuktikan bahwa pertarungan budaya terjadi karena perbedaan-perbedaan budaya itu sendiri.

3. Saling ketergantungan ekonomi

Masa kini, kebanyakan negara secara ekonomi bergantung pada negara lain. Belum lama berselang, kehidupan ekonomi Amerika bergantung pada Eropa (Barat) yang kulturnya memiliki banyak kemiripan dengan kultur Amerika. Sekarang, banyak kegiatan perdagangan orang Amerika, khususnya bidang teknologi berorientasi ke Asia Timur, seperti Jepang, Korea, dan Taiwan yang kulturnya sangat berbeda.

Fenomena persilangan ekonomi dalam forum World Trade Organization (WTO), OPEC, Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) 2015, Free Trade (Pasar Bebas) 2020, dan jaringan ketergantungan ekonomi lainnya di belahan dunia akan mendorong komunikasi antarbudaya yang semakin pesat.

4. Teknologi Komunikasi

Teknologi komunikasi yang berkembang pesat telah membawa kultur luar yang ada kalanya asing masuk ke rumah kita. Film-film import yang ditayangkan di televisi telah membuat kita mengenal adat kebiasaan dan riwayat bangsa-bangsa lain. Berita-berita dari luar negeri merupakan hal yang lumrah. Teknologi telah membuat komunikasi antarbudaya mudah, praktis, dan tak terhindarkan.

Komunikasi massa sebagai bentuk komunikasi kepada khalayak luas tidak hanya melalui saluran media massa (surat kabar, radio, televisi, video, film, dan sejenisnya), namun juga merambah media baru, seperti media siber internet, email, televisi kabel digital, dan telepon genggam. Internet, misalnya, tidak

hanya menjadi arena perebutan wacana-wacana budaya, bahkan telah menggiring para penghuninya pada ideologi-ideologi tertentu yang memiliki pengaruh untuk mengarahkan tindakan-tindakan budaya yang saling berlawanan.

5. Stabilitas Politik

Sekarang ini stabilitas politik kita sangat tergantung stabilitas politik kultur atau negara lain. Kekacauan politik di belahan dunia lain, misalnya Vietnam, Polandia, Timur Tengah mempengaruhi keamanan kita. Komunikasi dan saling pengertian antarbudaya saat ini terasa penting ketimbang sebelumnya.

Eskalasi konflik di dalam negeri mulai dari perusakan tempat ibadah akibat pandangan agama, bentrok antar warga akibat tradisi yang berbeda, bahkan tawuran antar kampus yang dipicu tradisi akademik yang melenceng menuntut adanya pemahaman terhadap budaya yang berbeda. Komunikasi antarbudaya dipandang sebagai jembatan untuk mengatasi problematika tersebut.

Membaca Ulang Makna Komunikasi sebagai Perilaku

Definisi sebagai penjabaran sebuah realitas tetap harus diperlukan agar makna sebuah kenyataan bisa dipahami oleh manusia. Sebab, definisi yang diyakini akan menjadi pilihan tindakan seseorang dalam memandang sebuah fenomena. Akibat definisi yang berbeda-beda, makin heterogen pula tindakan-tindakan manusia. Hal ini pula yang dipandang Samovar¹² dalam melihat realitas keberagaman definisi tentang komunikasi. Sebagaimana pernyataan yang dikutip dari Dance dan Larson yang telah menemukan 126 definisi kata komunikasi setelah lebih dari 35 tahun yang lalu meneliti literatur tentang. Sejak saat itu, semakin banyak definisi komunikasi yang bertambah. Dengan memisahkan persamaan dari definisi-definisi tersebut dan memilih satu istilah yang mencakup semuanya, Samovar beranggapan bahwa komunikasi merupakan proses dinamis di mana orang berusaha untuk berbagi masalah internal mereka dengan orang lain melalui penggunaan simbol.

¹² Larry A. Samovar, Richard E. Porter dan Edwin R. McDaniel, *Komunikasi Lintas Budaya* (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), 23.

Menurut Samovar, komunikasi---kemampuan Anda untuk berbagi kepercayaan, nilai, pandangan, dan perasaan---merupakan inti dari hubungan manusia. Dengan demikian, komunikasi memiliki arti yang sangat penting dalam aktivitas manusia karena komunikasi memiliki sejumlah fungsi, yakni: 1) komunikasi memungkinkan Anda mengumpulkan informasi tentang orang lain; 2) komunikasi menolong seseorang memenuhi kebutuhan interpersonal; 3) komunikasi membentuk identitas pribadi; dan 4) komunikasi mempengaruhi orang lain.

Peter¹³ menegaskan bahwa memahami komunikasi manusia berarti memahami apa yang terjadi selama komunikasi berlangsung, mengapa itu terjadi, apa yang dapat terjadi, akibat-akibat dari apa yang terjadi, dan akhirnya apa yang kita perbuat untuk mempengaruhi dan memaksimalkan hasil-hasil dari kejadian tersebut. Komunikasi didefinisikan sebagai apa yang terjadi bila makna diberikan kepada suatu perilaku. Bila seseorang memperhatikan perilaku kita dan memberinya makna, komunikasi telah terjadi terlepas apakah kita menyadari perilaku kita atau tidak dan menyengaja atau tidak. Bila kita memikirkan hal ini, kita harus menyadari bahwa tidak mungkin bagi kita untuk tidak berperilaku. Setiap perilaku memiliki potensi komunikasi. Maka tidaklah mungkin bagi kita untuk tidak berkomunikasi; dengan kata lain, *kita tidak dapat tidak berkomunikasi*.

Definisi yang ditawarkan Porter dan Samovar dimulai dengan asumsi dasar bahwa mengatakan bahwa komunikasi berhubungan dengan perilaku manusia dan kepuasan terpenuhinya kebutuhan berinteraksi dengan manusia-manusia lainnya. Hampir setiap orang membutuhkan hubungan sosial dengan orang-orang lainnya, dan kebutuhan ini terpenuhi melalui pertukaran pesan yang berfungsi sebagai jembatan untuk mempersatukan manusia-manusia yang tanpa komunikasi akan terisolasi. Pesan-pesan itu mengemuka lewat manusia. Ketika kita berbicara, kita sebenarnya sedang berperilaku. Ketika kita melambaikan tangan, tersenyum, bermuka masam,

¹³ Richard E. Porter & Larry A. Samovar, Suatu Pendekatan Terhadap Komunikasi Antar Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 14.

menganggukkan kepala, atau memberi suatu isyarat, kita juga sedang berperilaku. Sering perilaku-perilaku ini merupakan pesan-pesan; pesan-pesan itu digunakan untuk mengkomunikasikan sesuatu kepada seseorang.

Realitas komunikasi seperti digambarkan Porter dan Samovar inilah yang disebut oleh Syam¹⁴ bahwa komunikasi sebagai sentral kehidupan. Komunikasi adalah salah satu aspek-aspek kehidupan manusia yang paling menarik, penting, dan kompleks. Kemampuan berkomunikasi pada suatu tingkat tidak sekedar membedakan manusia dari hewan, tetapi manusia sebagai pencari kebenaran mengacu kepada filsafat, ilmu, dan agama (Al Quran dan Al Hadits) yang lebih komprehensif. Bahkan, Syam menyebut ungkapan yang sangat populer di kalangan ilmuwan komunikasi, "*We cannot not communicate*" dengan penjelasan tentang *intrapersonal communication, transcendental communication, group communication, gesture communication, business communication, organization communication, public communication, nonverbal communication, mass communication, intercultural communication, international communication, global communication, dan diplomatic communication*. Semua kegiatan tersebut bisa dirasakan, dipikirkan, dan dilakukan dalam keseharian dari bangun tidur sampai tidur kembali menggambarkan fenomena komunikasi yang merupakan gejala *inherent* (melekat) dengan kehidupan manusia.¹⁵

Ketika seseorang tertawa sendiri saat merespons pesan yang muncul dari layar BlackBerry Message Massanger (BBM) atau WhatsApp (WA), atau Short Message Service (SMS) sejatinya dia sedang merasakan bahwa dunia maya mampu menyalurkan pesan "humor" dari si pengirim (komunikator). Kita sering menyaksikan sejumlah orang duduk di ruang tunggu bandara tanpa bertegur sapa dengan seseorang yang ada di sebelahnya karena sedang sibuk "berdialog" melalui Android, mesin pesan interaktif komunikasi massa itu. Di ruang sebuah rapat resmi maupun perkuliahan di kampus tidak jarang juga terdengar nyaring suara nada panggilan dari perangkat *handphone* dan

¹⁴ Nina W Syam, *Filsafat sebagai Akar Ilmu Komunikasi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2013), 4.

¹⁵ *Ibid.*

memaksa orang tersebut terburu-buru keluar forum saat suasana rapat sedang penting. Perilaku seperti itu menurut Samovar tergolong komunikasi, meskipun gerak-geriknya itu disadari atau 'tidak disadari' dapat mengganggu orang lain. Bahkan, sering kita menyaksikan jamaah sedang khyusu shalat di masjid, tiba-tiba saja HP berdering dengan kencang yang karena "simbol bunyi" dari produk teknologi itu, suasana ruang dan penghuninya menjadi terganggu karena berusaha memaknai simbol bunyi itu.

Fenomena perilaku komunikasi tersebut digambarkan Samovar sebagai suatu proses dinamik transaksional yang mempengaruhi perilaku sumber dan penerimanya dengan sengaja menyandi (*to code*) perilaku mereka untuk menghasilkan pesan yang mereka salurkan lewat suatu saluran (*channel*) guna merangsang atau memperoleh sikap atau perilaku tertentu. Komunikasi akan lengkap hanya bila penerima pesan yang dimaksud mempersepsi atau mencerpap perilaku yang disandi, memberi makna kepadanya dan terpengaruh olehnya. Dalam transaksi ini harus dimasukkan semua *stimuli* sadar-tak sadar, sengaja-tak sengaja, verbal, non verbal, dan kontekstual yang berperan sebagai isyarat-isyarat kepada sumber dan penerima tentang kualitas dan kredibilitas pesan¹⁶.

Aplikasi dari pemaknaan komunikasi ini bisa dilihat dari lalu lintas masyarakat cyber yang menggunakan ruang virtual Facebook seputar kejadian yang menimpa para jamaah haji di Makkah dalam insiden ambruknya Crane di Makkah Alharamain pada Jumat 11 September 2015 sekitar pukul 17.00 waktu setempat¹⁷. Pengirim pesan jamaah calon haji Indonesia di Makkah yang selamat mengunggah foto-foto kepada "penduduk" jagad maya facebook, sehingga respons para facebooker di Indonesia pun sangat cepat. Saluran maya ikut membangkitkan sikap simpati, bahkan empati orang yang berjauhan. Jelas, penerima pesan di Indonesia bisa membayangkan secara dekat dan terpengaruh oleh pesan itu sehingga muncul perilaku sebagai hasil respons baik perilakukan disadari atau tidak. Ada yang

¹⁶ Richard E. Porter & Larry A. Samovar, *Suatu Pendekatan Terhadap Komunikasi Antar Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 14.

¹⁷ Republika, Sabtu 12 September 2015.

sambil mengetik, menyebutkan kata-kata istighfar, ada yang mencoba menghubungi lewat perantara teknologi selular. Tapi, berdasarkan pengamatan penulis, rata-rata para *facebooker* menulis bernada bela sungkawa disertai dengan rapalan-rapalan doa agar wafatnya para calon jamaah haji itu khusnul khatimah atau syahid di mata Allah SWT sehingga layak menghuni surga-Nya.

Sumber pesan (*source*), yakni para jamaah haji di Makkah jelas berkebutuhan untuk sharing informasi kepada saudara-saudara muslim di Indonesia atau orang lain melalui dunia maya karena sangat cepat efektivitas penyalurannya. Menurut Porter¹⁸, keinginan sumber untuk berkomunikasi adalah keinginan untuk berbagi internal state dengan orang lain dengan derajat kesengajaan yang berbeda-beda untuk mempengaruhi pengetahuan, sikap, dan perilaku orang lain. Pada kenyataannya, sumber tidak bisa menyalurkan perasaan dan pikiran mereka di tanah suci Makkah secara langsung. Para calon jamaah haji tersebut harus menggunakan identitas lambang-lambang untuk menyalurkan pikiran dan perasaan itu, yang disebut penyandian (*encoding*). *Encoding* dimaknai sebagai kegiatan internal seseorang untuk memilih dan merancang perilaku verbal dan nonverbalnya yang sesuai dengan aturan-aturan tata bahasa dan sintaksis guna menciptakan suatu pesan.

Hasil perilaku menyandi adalah suatu pesan (*message*). Suatu pesan terdiri dari lambang-lambang verbal dan non verbal yang mewakili perasaan dan pikiran sumber pada suatu saat dan tempat tertentu. Dalam ruang dunia maya, lambang-lambang itu disalurkan dari penyandi, yakni jamaah calon haji yang digambarkan wujudnya dalam bentuk teks, gambar, grafis, dan audiovisual yang tujuannya mempengaruhi penerima pesan.

Pesan harus menggunakan suatu alat untuk memindahkannya dari sumber ke penerima, yakni saluran

¹⁸ Penulis sengaja mengadaptasi unsur-unsur komunikasi sebagaimana dijelaskan Richard E. Porter & Larry A. Samovar karena dinilai mudah untuk mengaitkan dengan realitas di dunia internet. Penulis memasukkan salah satu bentuk media siber facebook untuk meneropong lalu lintas pesan yang terjadi. Agar lebih fokus, penulis memilih pesan yang terkait dengan peristiwa aktual di Makkah agar dapat diketahui responsnya karena bersamaan dengan pelaksanaan ibadah haji yang melibatkan seluruh umat Islam di dunia.

(*channel*) yang berupa alat fisik yang memindahkan pesan dari sumber ke penerima. Dalam konteks peristiwa musibah Crane Masjidl Haram itu, jelas saluran yang digunakan adalah media massa, baik cetak maupun elektronik, termasuk media baru berbasis jaringan internet. Media siber adalah saluran yang langsung memenuhi ruang-ruang virtual yang dapat diakses saat itu juga di belahan dunia manapun tanpa batas waktu.

Penerima pesan (*reciever*) tersebut, yakni orang-orang yang berjaringan di Facebook, misalnya menerima pesan “musibah” tersebut dan sebagai akibatnya menjadi terhubung dengan sumber pesan. Padahal, penerima pesan belum tentu memberikan respons yang sama seperti yang diinginkan penyampai pesan (sumber) tersebut. Penerima pesan bisa saja bermasalah saat menerima pesan. Hal ini bisa disebabkan pesan tersalurkan melalui gelombang suara atau cahaya meskipun pesan tersebut mungkin juga dalam bentuk yang merangsang indera. Apapun bentuk perangsangan inderanya, penerima harus mengubah energi-energi ini menjadi pengalaman-pengalaman yang bermakna.

Mengubah energi eksternal menjadi pengalaman yang bermakna itulah yang disebut dengan penyandian balik (*decoding*) yang merupakan proses internal penerima dan pemberi makna kepada perilaku sumber yang mewakili perasaan dan pikiran sumber. Para *facebooker* di Indonesia yang menerima pesan tentang musibah tersebut merasakan pengalaman saat menyaksikan gambar disertai informasi musibah yang merenggut lebih dari 100 jamaah calon haji di berbagai penjuru dunia. Dalam konteks ini, *decoding* yang diungkapkan dapat mewakili perasaan dan pikiran sumber *facebooker*, yakni jamaah calon haji yang mengirim pesan itu melalui pesan kata-kata simpati dan empati.

Unsur komunikasi berikutnya adalah respon penerima (*reciever respons*) yang menyangkut apa yang penerima lakukan setelah ia menerima pesan. Respon ini bisa beraneka ragam, mulai dari tingkat minimum hingga tingkat maksimum. Respon minimum adalah keputusan menerima untuk mengabaikan pesan atau tidak berbuat apapun setelah ia menerima pesan. Sebaliknya, respons maksimum bisa merupakan suatu tindakan penerima yang segera, terbuka dan mungkin mengandung

kekerasan. Komunikasi dianggap berhasil, bila respons penerima mendekati apa yang dikehendaki oleh sumber yang menciptakan pesan.

Dalam konteks musibah Crane Makkah, jika keinginan para facebooker sebagai penyampai pesan hanya menghendaki doa saja dan bukan bantuan biaya, maka saat facebooker memberikan respons balik dengan banyak merapalkan doa, maka komunikasi disebut berhasil. Akan, tetapi jika tidak hanya sekadar doa, tetapi sebenarnya juga membutuhkan dana, misalnya, maka dalam pandangan Porter dan Samovar ini dinilai tidak berhasil. Sekadar contoh, dalam kasus gerakan koin Prita beberapa tahun lalu yang berhasil menggalang dana kemanusiaan adalah salah satu keberhasilan para *netter* dalam menyalurkan pesan melalui facebook dan mendapatkan respons balik yang luar biasa.

Unsur komunikasi yang berikutnya menurut Porter dan Samovar adalah umpan balik (*feedback*) yang merupakan informasi yang tersedia bagi sumber yang memungkinkannya menilai keefektifan komunikasi yang dilakukannya untuk mengadakan penyesuaian-penyesuaian atau perbaikan-perbaikan dalam komunikasi selanjutnya. Meskipun umpan balik dan respons bukan hal yang sama, keduanya jelas sangat berkaitan. Respon adalah apa yang penerima putuskan atau lakukan setelah ia menerima pesan, sedangkan umpan balik adalah informasi tentang keefektifan komunikasi. Keduanya berhubungan oleh karena respons penerima merupakan sumber umpan balik yang normal. Kita akan terus memberikan umpan balik dengan berkomunikasi secara rutin di dunia maya, ketika kita mendapatkan respons yang baik dari penerima pesan. Sebaliknya, jika respons penerima buruk, maka komunitas juga akan diam dan tidak akan memberikan umpan balik.

Konstruksi Realitas Internet dan Dimensi Budaya

Tidak ada batasan antara budaya dan komunikasi, seperti yang dinyatakan Hall, "*Budaya adalah komunikasi dan komunikasi adalah budaya,*" demikian pendapat yang dikutip Samovar¹⁹. Dengan kata lain, ketika membahas budaya dan komunikasi sulit untuk memutuskan mana yang menjadi suara dan mana yang

¹⁹ Larry, Komunikasi, 25.

menjadi gemanya. Alasannya adalah karena Anda “mempelajari” budaya Anda melalui komunikasi dan pada saat yang sama komunikasi merupakan refleksi budaya Anda. Triandis menegaskan bahwa kebudayaan merupakan elemen subjektif dan objektif yang dibuat manusia yang di masa lalu meningkatkan kemungkinan untuk bertahan hidup dan berakibat dalam kepuasan pelaku dalam ceruk ekologis, dan demikian tersebar di antara mereka yang dapat berkomunikasi satu sama lainnya, karena mereka mempunyai kesamaan bahasa dan mereka hidup dalam waktu dan tempat yang sama.

Budaya berkenaan dengan cara manusia hidup. Manusia belajar berfikir, merasa, mempercayai dan mengusahakan apa yang patut menurut budayanya. Bahasa, persahabatan, kebiasaan makan, praktik komunikasi, tindakan-tindakan sosial, kegiatan-kegiatan ekonomi dan politik, dan teknologi, semua itu berdasarkan pola-pola budaya. Budaya adalah suatu konsep yang membangkitkan minat. Secara formal budaya didefinisikan sebagai tatatan pengetahuan, pengalaman, kepercayaan, nilai, sikap, makna, hierarki, agama, waktu, peranan, hubungan ruang, konsep alam semesta, objek-objek materi dan milik yang diperoleh sekelompok besar orang dari generasi ke generasi melalui usaha individu dan kelompok²⁰.

Budaya menampakkan diri dalam pola-pola bahasa dan dalam bentuk-bentuk kegiatan dan perilaku yang berfungsi sebagai model bagi tindakan-tindakan penyesuaian diri dan gaya komunikasi yang memungkinkan orang-orang tinggal dalam suatu masyarakat di suatu lingkungan geografis tertentu pada suatu tingkat perkembangan teknis tertentu dan pada saat tertentu. Budaya juga berkenaan dengan sifat-sifat dari obyek materi yang memainkan peranan penting dalam kehidupan sehari-hari. Objek-objek seperti rumah, alat, dan mesin yang digunakan dalam industri dan pertanian, jenis-jenis transportasi, dan alat-alat perang, menyediakan suatu landasan utama bagi kehidupan sosial. Budaya berkenaan dengan bentuk dan struktur fisik serta lingkungan sosial yang mempengaruhi hidup kita. Sebagian besar pengaruh budaya terhadap kehidupan kita tidak

²⁰ Richard, 18.

kita sadari.

Koentjaraningrat sebagaimana disebutkan Sumarno²¹ kebudayaan itu ada tiga wujud, yaitu: 1) wujud kebudayaan sebagai suatu kompleks dari ide-ide gagasan, nilai-nilai, norma-norma, peraturan-peraturan, dan sebagainya; 2) wujud kebudayaan sebagai suatu kompleks aktivitas kelakuan berpola dari manusia dalam masyarakat; 3) wujud kebudayaan sebagai benda-benda hasil karya manusia. Wujud yang *pertama* bersifat ideal dan abstrak yang berada dalam angan-angan atau cita-cita. Koentjaraningrat menyebut “kebudayaan ideal” sebagai adat tata kelakuan yang berfungsi mengatur, mengendalikan dan memberi arah kepada kelakuan dan perbuatan manusia dalam masyarakat. Dalam fungsi itu adat terdiri dari beberapa lapisan, dari yang paling abstrak dan luas, sampai yang paling konkret dan terbatas. Lapisan yang paling abstrak adalah sistem nilai budaya. Lapisan berikutnya, ialah sistem norma adalah lebih konkret. Sistem hukum yang bersandar norma-norma adalah lebih konkret lagi. Sedangkan peraturan-peraturan khusus yang mengatur berbagai aktivitas sehari-hari dalam kehidupan masyarakat, merupakan lapisan adat yang paling konkret tetapi terbatas ruang lingkungannya. Wujud *kedua*, sering disebut sistem sosial, yaitu yang terdiri dari aktivitas-aktivitas manusia yang berinteraksi, berhubungan serta bergaul antara satu dengan yang lainnya menurut pola-pola tertentu yang berdasarkan pada adat kelakuan. Wujud *ketiga*, yaitu benda-benda karya manusia yang disebut benda kebudayaan. Produk ini lebih konkret karena dapat dilihat, diraba, dan dirasakan. Ketiga wujud kebudayaan tersebut dalam kenyataan empiris merupakan satu kesatuan yang tidak terpisah.

Littlejohn²² menyebut para pakar kajian budaya yang membicarakan budaya dalam dua cara. Definisi *pertama* adalah ide dasar sebuah masyarakat atau kelompok tenteram, ideologinya, atau cara berfikir kolektif di mana sebuah kelompok memahami perasaannya. Definisi *kedua* adalah praktik atau keseluruhan cara hidup dari sebuah kelompok---apa yang individu lakukan secara materi dari hari ke hari. Dua pengertian budaya

²¹ Sumarno AP, Kismiyato El Karimah, Ninis Agustini Damayanti, *Filsafat dan Etika Komunikasi* (Jakarta: Universitas Terbuka, 2013), 7.4.

²² Stephen, *Teori*, 477-478.

tersebut tidak benar-benar terpisah karena ideologi dari sebuah kelompok diproduksi dan direproduksi dalam praktiknya. Pada kenyataannya, perhatian umum pada ahli teori adalah hubungan antara tindakan dari institusi masyarakat, seperti halnya media dan budaya. Ide dan praktik selalu terjadi bersama-sama dalam sebuah konteks historis. Sebagai contoh, manusia menonton televisi setiap hari, membuat mereka bagian dari budaya televisi. Seluruh industri televisi adalah sebuah budaya produksi karena itu adalah sarana menciptakan perselisihan, produksi ulang, dan mengubah budaya. Praktik konkret melibatkan produksi dan mengonsumsi televisi adalah mekanisme penting dalam pembentukan ideologi.

Merujuk definisi yang disampaikan Littlejohn tersebut memberikan gambaran bahwa manusia di belahan dunia yang memiliki kebiasaan mengakses internet setiap detik, berinteraksi di dunia maya, berselisih melalui teks-teks virtual, memproduksi gambar, memvisualisasikan pesan-pesan Islam dan membuat agenda berdasarkan pesan di internet telah melahirkan budaya. Keseluruhan produk internet adalah industri budaya produksi sehingga mampu menjadi saluran (*channel*) dalam melahirkan pertarungan wacana-wacana, merekonstruksi makna-makna dengan simbol-simbol yang ditampilkan di layar siber, dan pada akhirnya perilaku manusia berubah dari historis sebelumnya menuju bentuk budaya baru, yaitu "budaya internet". Pada praktik riilnya, proses produksi dan mengonsumsi internet adalah rangkaian yang sangat penting dalam pembentukan ideologi tertentu.

Budaya pada dasarnya merupakan nilai-nilai yang muncul dari proses interaksi antar-individu. Nilai-nilai ini diakui, baik secara langsung maupun tidak, seiring dengan waktu yang dilalui dalam interaksi tersebut. Bahkan terkadang nilai tersebut berlangsung di dalam alam bawah sadar individu dan diwariskan pada generasi berikutnya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia budaya bisa diartikan sebagai 1) pikiran, akal budi; 2) adat istiadat; 3) sesuatu mengenai kebudayaan yang sudah berkembang (beradab, maju); dan 4) sesuatu yang sudah menjadi kebiasaan. Menurut Twaites, budaya adalah sekumpulan praktik sosial yang melaluinya makna diproduksi, diartikulasikan, dan

dipertukarkan. Makna ini tersebut berada dalam tataran komunikasi baik komunikasi antarindividu maupun komunikasi yang terjadi dalam kelompok.²³

Mengutip penjelasan Hine (2007), Nasrullah menjelaskan bahwa fenomena internet dapat didekati dalam dua aspek, yakni internet sebagai *kultur* (budaya) dan internet sebagai artifak kultural (peninggalan kebudayaan). Perbedaan ini berimplikasi---khususnya untuk para penelitian etnografi---kepada perbedaan penggunaan metodologi dalam penelitian di satu sisi maupun secara tegas memaparkan keuntungan maupun kelemahan.

Pertama, sebagai sebuah budaya (*culture*), pada awalnya internet merupakan model komunikasi yang sederhana bila dibandingkan dengan model komunikasi secara langsung atau *face-to-face* (Baym, 1998). Bahwa interaksi *face-to-face* tidak hanya melibatkan teks sebagai simbol atau tanda dalam interaksi semata. Ekspresi wajah, tekanan suara, cara memandang, posisi tubuh, agama, usia, ras, dan sebagainya merupakan tanda-tanda yang juga berperan dalam interaksi antarindividu. Adapun dalam komunikasi bermediasi komputer (*computer mediated communication*) interaksi terjadi berdasarkan teks semata bahkan emosipun ditunjukkan dengan menggunakan teks-teks, yakni simbol-simbol dalam *emoticon*. Sebagai sebuah kultur, internet merupakan konteks institusional maupun domestik dimana teknologi ini juga menggunakan simbol-simbol yang memiliki makna tersendiri, dan sebagai sebuah bentuk "*metaphorical*" yang melibatkan konsep-konsep baru terhadap teknologi dan hubungannya dengan kehidupan sosial. Berbagai bentuk sosial ini memproduksi sebuah objek (budaya) yang dikenal dengan "internet". Artinya, istilah internet tidak hanya sebatas pada pengertian teknologi yang menghubungkan antarkomputer semata, melainkan juga terkadang didalam istilah tersebut terkandung fenomena-fenomena sosial sebagaimana terjadi dalam interaksi antarindividu secara *face-to-face*, meski pada beberapa kasus internet memberikan kerumitan dan perbedaan yang

²³ Ruli Nasrullah, *Komunikasi Antarbudaya di Era Media Siber* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), 15.

menyolok dibandingkan fenomena sosial pada umumnya²⁴.

Kedua, internet sebagai artifak kebudayaan (*cultural artefac*). Menurut Hine, internet tidak hanya bisa dipahami sebagai sekumpulan komputer yang berinteraksi dengan bahasa komputer itu sendiri, yakni TCP/ IP. Kata "internet" bisa didenotasikan sebagai perangkat program komputer yang memungkinkan user untuk melakukan interaksi, memunculkan berbagai macam bentuk komunikasi, serta bertukar informasi. Perkembangan program email, IRC, bulletin Board, MUDs, video konferensi, dan kemunculan www atau World Wide Web itu sendiri pada dasarnya adalah pembuktian bahwa teknologi media baru cum media komunikasi itu semakin berkembang. Internet juga bisa dilihat sebagai sebuah fenomena sosial, baik melalui pembacaan terhadap sejarah perkembangan internet maupun kebermaknaan internet.

Dalam pandangan Bungin²⁵, internet adalah konvergensi dari beberapa teknologi penting terdahulu, seperti komputer (dengan berbagai varian manfaat), televisi, radio, dan telepon. Internet menghubungkan komputer-komputer pribadi yang paling sederhana hingga komputer-komputer supercanggih. Layanan yang diberikan internet mencakup e-mail, netnews, telnet, file transfer protokol (FTP) dan world wide web (*www*), di mana yang paling banyak digunakan adalah *e-mail* serta *www*. Bagi pengguna teratur *www* telah hampir menjadi sama dengan internet. Para pengguna dapat memasuki situs yang diinginkannya dan memilih hubungan dengan suatu topik yang

²⁴ Porter dan Samovar menegaskan bahwa budaya dan komunikasi tak dapat dipisahkan oleh karena budaya tidak hanya menentukan siapa bicara dengan siapa, tentang apa, dan bagaimana orang menyandi pesan, makna yang ia miliki untuk pesan, dan kondisi-kondisinya untuk mengirim, memperhatikan, dan menafsirkan. Sebenarnya seluruh perbendaharaan perilaku kita sangat bergantung pada budaya tempat kita dibesarkan. Konsekuensinya, budaya merupakan landasan komunikasi. Bila budaya beraneka ragam, maka beraneka ragam pula praktik-praktik komunikasinya. Penulis tertarik dengan statemen Porter dan Samovar, sehingga dalam kontek masyarakat siber, bisa diakselerasikan dengan statemen: bila jenis budaya dalam internet itu pluralistik, maka pluralistik pula praktik komunikasi virtualnya.

²⁵ Bungin, Sosiologi, 137.

spesifik, sehingga dapat mengakses muatannya seketika. Perkembangan lain dari internet adalah mesin pencari dan lacak, seperti browsers dan search. Aplikasi internet meliputi surat elektronik, surat bersuara (*voice mail*), forum diskusi, sistem percakapan tertulis (*cht*), konferensi suara, konferensi video, sistem pertemuan elektronik, teknologi *web*, *e-commerce*, *blog*, *facebook*, dan sebagainya.

Melalui medium internet, pembentukan budaya siber (*cyberculture*) berlangsung secara global dan universal. Budaya siber yang beranjak dari fenomena yang muncul di ruang dan media siber ini dipandang sebagai objek sekaligus subjek dalam kajian antropologi, sosiologi maupun dalam kajian media dan *cultural studies*. Nasrullah menawarkan dua realitas yang bisa dikaji secara mendalam untuk mengungkap *cyberculture* karena keduanya muncul terkait dengan penggunaan media siber oleh khalayak yakni: 1) representasi identitas di dunia siber; dan 2) konsep komunitas siber²⁶.

Komunikasi Antarbudaya dalam Pengembangan Masyarakat Siber

Komunikasi antarbudaya terjadi bila produsen pesan adalah anggota suatu budaya dan penerima pesannya adalah anggota suatu budaya lainnya. Dalam keadaan demikian, kita segera dihadapkan pada masalah-masalah yang ada dalam situasi di mana suatu pesan disandi dalam suatu budaya dan harus disandi balik dalam budaya yang lain. Budaya mempengaruhi orang berkomunikasi. Budaya bertanggung jawab atas seluruh perbendaraan perilaku komunikatif dan makna yang dimiliki setiap orang. Konsekuensinya, perbendaharaan-perbendaharaan yang dimiliki dua orang yang berbeda budaya akan berbeda pula, yang dapat menimbulkan segala macam kesulitan. Namun, melalui studi dan pemahaman atas komunikasi antarbudaya, kita dapat mengurangi atau hampir menghilangkan kesulitan-kesulitan ini²⁷.

²⁶ Rulli Nasrullah, *Cyber Media* (Yogyakarta: Idea Press, 2013), 171.

²⁷ Porter, *Komunikasi*, 2013, 22

Menurut West²⁸ komunikasi lintas budaya merujuk pada komunikasi antara individu-individu yang berlatar belakang budayanya berbeda. Individu-individu ini tidak harus selalu berasal dari negara yang berbeda. Di negara yang penduduknya beragam seperti Amerika Serikat, kita dapat mengalami komunikasi lintas budaya dalam sebuah negara bagian, sebuah komunitas, dan bahkan dalam satu blok. Bukan merupakan hal yang aneh lagi di dalam masyarakat apabila ada dua orang yang berbeda budaya bicara satu sama lain. Pusat-pusat kota dapat menjadi arena kebudayaan yang menarik dimana komunikasi terjadi antara anggota-anggota ko-budaya yang berbeda. Ko-budaya (*co-culture*) adalah kelompok-kelompok individu yang merupakan bagian dari kelompok kebudayaan yang lebih besar---tetapi berbeda dalam hal ras, etnis, orientasi seksual, agama, dan sebagainya----dan menciptakan kesempatan bagi diri mereka sendiri. Istilah ko-budaya sekarang lebih diterima dalam kalangan akademisi sebagai kata subbudaya, yang seakan menyatakan sebuah kebudayaan mendominasi kebudayaan lain.

Mengutip pernyataan Pearce dan Cronen, West menegaskan bahwa manusia mengidentifikasi diri mereka dengan kelompok tertentu dalam kebudayaan tertentu. Lebih jauh lagi, tiap dari kita berperilaku sesuai dengan nilai-nilai yang ada dalam masyarakat kita. Nilai-nilai itu berkaitan dengan jenis kelamin, ras, kelas, dan identitas religius. Pola budaya (*culture pattern*) atau arketipe, dapat dideskripsikan sebagai “gambaran yang sangat luas dari susunan dunia dan hubungan seseorang dengan susunan tersebut”. Maksudnya, hubungan seseorang dengan kebudayaan yang lebih besar menjadi relevan ketika menginterpretasikan makna. Tindak tutur, episode hubungan, naskah kehidupan, dapat dipahami dalam level budaya. Hal ini menjadi penting ketika dua orang dari dua budaya yang berbeda berusaha untuk memahami perkataan satu sama lain.

Judit Martin dan Thomas Nakayama, menurut West, menyatakan bahwa budaya Amerika Serikat mendorong adanya individualisme (*individualism*) atau pandangan di mana

²⁸ Richard West dan Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi* (Jakarta: Salemba Humanika, 2012), 42-43.

kepentingan individu didahulukan daripada kepentingan kelompok. Individualisme berfokus pada kebebasan dan inisiatif. Budaya yang lain (seperti Kolombia, Peru, dan Taiwan) menekankan kolektivisme (*collectivism*) atau pandangan di mana kepentingan kelompok harus didahulukan daripada kepentingan pribadi. Kesulitan akan muncul ketika dua orang dari dua pandangan yang berbeda ini menginterpretasikan makna dari sudut pandang mereka. Budaya, karenanya, membutuhkan kesamaan makna dan nilai.

Dalam dunia maya, budaya siber melahirkan dua karakter penting yang membutuhkan kesamaan makna dan nilai untuk dipahami oleh orang lain, yakni representasi identitas dan komunitas virtual. *Pertama*, identitas diri, berdasarkan pendapat Wood dan Smith seperti dinyatakan Nasrullah²⁹ bahwa identitas merupakan konstruk kompleks bagi diri dan secara sosial, terkait dengan bagaimana kita beranggapan terhadap diri kita sendiri dan bagaimana pula kita mengharapkan pandangan atau stigma orang lain terhadap kita dan bagaimana orang lain mempersepsikannya. Bahkan, penggambaran diri atau *self performance* merupakan upaya individu untuk mengkonstruk dirinya---dalam konteks on line melalui foto dan tulisan---sehingga lingkungan sosial mau menerima keberadaan dan memiliki persepsi yang sama dengan individu tersebut. Di internet pada dasarnya komunikasi dan atau interaksi yang terjadi memakai medium teks, secara langsung hal ini akan memengaruhi bagaimana seseorang mengkomunikasikan identitas dirinya di kehidupan virtual (*virtual life*) dan setiap teks menjadi semacam perwakilan dari setiap ikon diri dalam penampilan diri. Penampilan diri secara on line sebagai bagaimana individu menggunakan medium teknologi internet melalui teks yang merepresentasikan bagaimana gambaran individu dipersepsikan oleh individu lainnya.

Untuk memperkuat realitas representasi diri di dunia maya, bisa dilihat sosok individu ketika melakukan *up load* foto peristiwa atau foto diri yang diunggah melalui media siber sejenis situs (web site), e-mail, bulletin boards (forum di internet), blog, wiki, aplikasi pesan pada smartphone, internet Broadcasting,

²⁹ Rulli, *Media*, 172-173.

Peter-to, The RSS, MUDs, dan media sosial. Ketika seseorang mengunggah di Facebook secara Close up, akan terjadi pemaknaan yang beragam. *Pertama*, bisa saja identitas yang ditampilkan adalah sebenarnya yang menggambarkan apa adanya dilihat dari anatomi foto yang bersih, terkesan perfect, dan fresh face. *Kedua*, tampilan fotonya bukan keadaan saat dirinya melakukan *up load*. Dalam konteks ini, gambar yang ditampilkan berlatar belakang mobil, tapi sejatinya keadaan dirinya saat *up date* status itu berada dalam kondisi lesu. *Ketiga*, bisa saja bentuk baru yang sama sekali beda dengan pertama dan kedua, karena saat melakukan *up load* foto, keadaan dirinya memang sudah berubah total, yang dulu berperilaku buruk, sekarang baik.

Representasi seperti inilah yang disebut oleh Wood dan Smith, sebagaimana digambarkan Nasrullah sebagai tipe identitas interaksi di internet, yakni *Real-Life Identity*, *Pseudonymity*, dan *Anonymity*. Identitas pertama menunjukkan siapa sebenarnya individu itu. Pada *pseudonymity* identitas asli mulai kabur dan bahkan menjadi palsu, meski dalam beberapa hal ada representasi yang bisa menunjukkan asli identitas asli seseorang. Terakhir, *anonymity* atau anonim merupakan bentuk baru dari identitas yang benar-benar terpisah dan tidak bisa dirujuk kepada siapa identitas itu dimiliki.

Mengenai realitas identitas di media internet tersebut, pandangan Stuart Hall sebagaimana disebut Hardt³⁰ memberikan pemaknaan yang lebih tegas bahwa media memainkan peran amat penting dalam penciptaan dan penguatan citra tertentu tentang dunia, rekayasa kesepakatan (*manufacturer of consent*), dan pemosisian kepentingan politik dan ekonomi. Hall mengakui bahwa proses pertandaan sebagai produksi objek diskursif adalah hasil dari organisasi praktik-praktik sosial di dalam realisme institusi media. Dengan mengajukan pertanyaan tentang fungsi media dalam produksi dan reproduksi ideologi dominan, dia juga memunculkan isu tentang sifat ideologis dari praktik-praktik seperti itu, yang diabadikan oleh sistem media yang terus

³⁰ Hanno Hardt, *Critical Communication Studies: Sebuah Pengantar Komprehensif Sejarah Perjumpaan Tradisi Kritis Eropa dan Tradisi Pragmatis Amerika* (Yogyakarta: Jalasutra, 2007), 238.

berupaya menghasilkan klaim yang bebas dari kepentingan komersial dan negara.

Kedua, komunitas virtual. Nasrullah menggambarkan, berkembangnya media komunikasi baru terutama internet telah mentransformasikan pula bagaimana interaksi diantara individu sebagai entitas yang pada kenyataannya membawa fenomena sosial yang baru dan berbeda dari yang selama ini dipahami. Internet menjadi tempat virtual dimana para individu bekerja sama dan berinteraksi sampai pada pelibatan terhadap emosi secara virtual (Rheingold, 1995). Menurut Rheingold, sistem komunikasi di komputer pada dasarnya adalah seperangkat atau alat. Karena itu, komunitas yang muncul di dunia siber merupakan tahapan berikutnya dari penggunaan alat tersebut. Disadari atau tidak, penggunaan perangkat telah mentransformasi cara berkomunikasi dan dari landasan itu akan memengaruhi pikiran serta jiwa individu didalamnya. Hal ini disebabkan tidak banyak individu yang memahami secara teknologi bagaimana transmisi dan distribusi data itu terjadi di dunia siber, namun bisa dipastikan banyak yang tahu bagaimana mengakses sebuah laman di internet. Inilah yang membentuk koneksi antarmanusia dan bukannya sekadar koneksi elektronik, koneksi antarmanusia itulah yang bagi Rheingold akan membentuk komunitas virtual. Selain mengambil bentuk dunia di dunia siber dan di mediasi melalui perangkat teknologi, komunitas virtual dibentuk dari bertemunya para pengguna internet dalam waktu yang lama dan seiring perjalanan waktu interaksi tersebut memunculkan semacam "rasa" diantara pengguna tersebut. Inilah dua kata kunci dalam melihat komunitas virtual, yakni komunikasi dan rasa.

Identitas Islam dalam Perspektif Komunikasi Antarbudaya

Martin dan Nakayama sebagaimana dikutip Nasrullah³¹ menegaskan tiga pendekatan dalam mempelajari komunikasi antarbudaya, yakni pendekatan fungsionalis, pendekatan interpretif, dan pendekatan kritis. Pendekatan ini pada dasarnya beranjak dari asumsi dasar tentang sifat alamiah manusia,

³¹ Rulli Nasrullah, *Komunikasi Antarbudaya di Era Budaya Siber* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), 36-38.

kebiasaan-kebiasaan, pengetahuan, bahasa, bahkan terhadap konsepsi tentang budaya dan komunikasi itu sendiri. Menurutnya, mendekati budaya dan komunikasi bisa dari berbagai sisi. Budaya tidak hanya memengaruhi komunikasi, tetapi budaya juga bisa dipengaruhi oleh komunikasi itu sendiri. Juga dalam komunikasi antarbudaya terkandung didalamnya pertarungan kekuatan sosial dan politik.

1. Pendekatan Fungsionalis

Pendekatan fungsionalis ini atau yang dikenal dengan pendekatan ilmu sosial (*social science*) beranjak dari disiplin ilmu psikologi dan sosial. Pendekatan ini menyatakan bahwa pada dasarnya kebiasaan manusia itu dapat diketahui melalui penampilan luar dan dapat digambarkan. Oleh karena itu, kebiasaan manusia dapat diprediksi dan dapat dikenali melalui perbedaan-perbedaan budaya.

2. Pendekatan Interpretif

Pendekatan interpretif (*interpretif approach*) ini menegaskan bahwa pada dasarnya manusia itu mengkonstruksi dirinya dan realitas yang berada di luar dirinya. Realitas oleh karena itu tidak bisa dipandang sebagai cerminan ekspresi manusia itu sendiri. Pendekatan ini meyakini bahwa baik budaya dan komunikasi bersifat subjektif. Oleh karena itu, pendekatan ini memahami kebiasaan manusia serta bukan bermaksud memprediksi kebiasaan.

3. Pendekatan Kritis

Pendekatan kritis (*critical approach*) pada dasarnya memiliki kesamaan dengan pendekatan interpretatif yang memandang manusia dalam kacamata subjek dan bukan dalam kacamata objek. Namun, pendekatan ini memberikan metode untuk mengetahui bagaimana konteks makro misalnya kekuatan sosial dan politik memberikan pengaruh terhadap komunikasi. Budaya tidak hanya merupakan tempat dimana interpretasi bisa muncul secara banyak dan beragam, melainkan juga terdapat kekuatan dominan di dalamnya. Oleh karena itu, pendekatan kritis tidak hanya sekadar mempelajari kebiasaan manusia, tetapi dengan mempelajari bagaimana kekuasaan sosial dan politik itu berfungsi dalam situasi budaya tertentu dan memberikan manusia itu solusi dalam menyikapi kekuasaan tersebut.

Agama sebagaimana disebut dalam konsep budaya, maka Islam hadir dengan seperangkat nilai (aturan) ajaran *Ilahiyah* yang menyangkut seluruh aspek kehidupan manusia, baik individu dengan individu, individu dengan manusia lain, maupun individu dengan Allah SWT. Ketiga hubungan tersebut diharmonisasikan melalui pesan-pesan teks ayat-ayat (*message*), baik Al Quran maupun Al Hadits yang bersumber dari ajaran Allah SWT. Demikian juga, bidang kehidupan lainnya, seperti ideologi, politik, ekonomi, sosial, budaya, pendidikan, hukum, dan bidang-bidang lainnya juga tidak terlepas dari ayat-ayat yang memberikan pandangan yang komprehensif mengenai aturan segala bidang. Hal ini sesuai dengan realitas kehadiran Al Quran sebagai wahyu akhir---yang menyempurnakan dari kitab-kitab sebelumnya---bagi sarana (*channel*) mulia perjumpaan manusia kepada Sang Khaliq, yang tujuannya menjadi rahmat bagi seluruh alam.

Dalam konteks realitas budaya masyarakat siber, Islam tidak hanya mengajarkan mengenai sebab akibat budaya muncul, kemudian dapat memahami eksistensi kehadiran budaya tersebut, tetapi lebih dari itu seorang muslim harus bisa membaca secara kritis bahwa kehadiran budaya dipengaruhi oleh suatu ideologi tertentu. Jika muncul sebuah realitas pergaulan bebas lawan jenis (seks bebas), seorang muslim tidak hanya dilihat dari satu sisi akibat kurangnya perhatian orang tua saja (*positivistik*), kemudian dapat memahami atau menginterpretifkan penyebab-penyebabnya (*konstruktivis*), tapi lebih dari itu dapat membongkar bahwa ada budaya berbasis ide-ide sekuler-kapitalistik atau sistem yang liberal yang menyebabkan perilaku seks bebas di kalangan masyarakat (kritis).

Dalam konteks masyarakat, Islam membangun masyarakat pluralistik yang Islami dengan tidak keluar dari rel ajaran *Ilahiyah*. Bangunan masyarakat berbudaya yang dimulai dari masyarakat Madinah adalah konstruksi masyarakat yang dilandasi nilai-nilai Qurani. Meskipun, masyarakat Islam terdiri dari berbagai agama (heterogenitas religius), namun Islam menjadi dasar berpijak bagi semua nilai dalam struktur masyarakat. Keberagaman budaya menjadi keniscayaan bentuk yang ideal diciptakan oleh para generasi penerus Rasulullah sebagai kepala negara, yakni para khalifah dengan membangun

perbedaan bukan jalan terjal untuk mencapai kemuliaan Islam. Maka, tidak jarang, dalam konteks jihad pun, Islam tidak melarang umat lain untuk ikut bersama-sama berjuang di jalan Allah.

Agama yang dijadikan sebagai dasar perbedaan justru menjadi sangat rukun ketika umat lain, baik Yahudi dan Nasrani yang juga mengusung budaya yang berbeda hidup tenteram dan sejahtera dalam naungan sistem kehidupan Islam. Komunikasi antarbudaya yang dijelaskan diatas jelas bisa menjadi jembatan bagi pengembangan masyarakat Islam di masa-masa mendatang. Memahami budaya lain dalam bingkai sistem kehidupan Islam adalah bukan halangan atau hambatan. Islam jelas menegaskan, bahwa segala hal yang berkaitan dengan hukum, hanya Allah yang menjadi sandaran. Artinya, jika budaya-budaya itu bertentangan dengan hukum-hukum Islam, maka wajib ditolak karena berisi petunjuk agar manusia itu berbudaya dengan budaya yang sesuai dengan fitrah manusia, memuaskan akalunya, dan dapat menetralkan jiwanya. Dalam konteks inilah, Islam tidak memberikan toleransi kepada kampanye sekularisme, kebebasan seksual, homoseksual, korupsi, penodaan agama, pengambilan sesuatu tanpa hak, sebagai budaya yang ditampilkan dalam masyarakat siber.

Dalam konteks inilah, pengembangan masyarakat siber dengan komunitas Islam semestinya tetap menunjukkan identitas budaya Islam sebagai salah satu bentuk syiar bahwa Islam memberikan harapan kehidupan yang rahmatan lil alamin. Samovar³² mengutip pendapat Fong untuk menjelaskan identitas budaya sebagai identitas komunikasi dari sistem perilaku simbolis verbal dan non verbal yang memiliki arti dan yang dibagikan di antara anggota kelompok yang memiliki rasa saling memiliki dan yang membagi tradisi, warisan, bahasa, dan norma-norma yang sama. Identitas budaya merupakan konstruksi sosial. Lusting dan Koester melihat identitas budaya sebagai "rasa kepemilikan seseorang terhadap budaya atau kelompok etnik tertentu". Ting-Toomey dan Chung melihat identitas budaya sebagai "signifikansi emosi yang kita tambahkan pada rasa kepemilikan kita atau

³² Larry, Komunikasi, 184.

afiliasi dengan budaya yang lebih besar.” Bagi Klyukanov, “identitas budaya dapat dilihat sebagai keanggotaan dalam suatu kelompok di mana semua orang menggunakan sistem simbol yang sama.”

Dengan mengusung identitas Islam di dunia maya, sejatinya ada niat dan tindakan baik dari seorang muslim (*communicator*) dalam menyampaikan pesan (*message*) ajaran Islam melalui saluran (*channel*) media internet kepada masyarakat jagad siber (*communican*) agar memilih Islam sebagai jalan rahmatan lil alami (*effect*). Jika orientasi seorang muslim menghidupkan budaya di masyarakat siber dengan nilai-nilai Ilahiyah, sejatinya dia telah menanamkan kebaikan sebagai investasi pasca kehidupan setelah dunia maya yang fana ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan, *Sosiologi Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.
- Burton, Graeme, *Media dan Budaya Populer*, Yogyakarta: Jalasutra, 2012.
- Cangara, Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2004.
- Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003.
- Fiske, John, *Cultural and Communication Studies*, Yogyakarta: Jalasutra, 2004.
- Hardt, Hanno, *Critical Communication Studies*, Yogyakarta: Jalasutra, 2007.
- Littlejohn, Stephen W. dan Karen A. Foss, *Teori Komunikasi*, Jakarta: Salemba Humanika, 2014.
- Muhtadi, Asep Saeful, 2012. *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan, dan Aplikasi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Mulyana, Deddy, *Ilmu Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007.
- Mulyana, Deddy, *Komunikasi Antarbudaya*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010.
- Nasrullah, Rulli, *Cyber Media*, Yogyakarta: Idea, 2013.

- Nasrullah, Rulli, *Komunikasi Antarbudaya di Era Budaya Siber*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.
- Nurudin, 2007. *Sistem Komunikasi Indonesia*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Romli, Asep Samsul, *Jurnalisme On Line*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010.
- Samovar, Larry A. Richard E. Porter, Edwin R. Mc Daniel, *Komunikasi Lintas Budaya*, Jakarta: Salemba Humanika, 2010.
- Syam, Nina W., 2013. *Model-Model Komunikasi: Perspektif Pohon Komunikasi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sihabudin, Ahmad, *Komunikasi Antarbudaya*, Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- Sumarno AP, Kismiyato El Karimah, Ninis Agustini Damayanti, *Filsafat dan Etika Komunikasi*, Jakarta: Universitas Terbuka, 2013.
- West, Richard dan Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi*, Jakarta: Salemba Humanika, 2012.
- Winarni, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Malang: UMM Press, 2003