

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Konsep dan Teori Penelitian

##### 2.1.1 Komunikasi antar budaya

Komunikasi dan kebudayaan tidak sekedar dua kata tetapi dua konsep yang tidak dapat dipisahkan,” harus dicatat bahwa studi komunikasi antarbudaya dapat diartikan sebagai studi yang menekankan pada efek kebudayaan terhadap komunikasi (William B. Hart II, 1996). Menurut Alo liliweri dalam buku dasar-dasar komunikasi antar budaya, komunikasi antarbudaya adalah menambah kata budaya ke dalam pernyataan “komunikasi antara dua orang/lebih yang berbeda latar belakang kebudayaan” Beberapa ahli komunikasi antarbudaya mengemukakan pendapatnya tentang definisi komunikasi antarbudaya sebagai berikut:

1. Andrea L. Rich dan Dennis M. Ogawa menyatakan dalam buku *Intercultural Communication, A Reader* bahwa komunikasi antarbudaya adalah komunikasi antara orang-orang yang berbeda kebudayaannya, misalnya antara suku bangsa, etnik, ras dan kelas sosial (Larry A. Samovar dan Richard Porter, 1976)
2. Samovar dan Porter (1976) juga menyatakan komunikasi antarbudaya terjadi diantara produsen pesan dan penerima pesan yang latar belakang kebudayaannya berbeda.
3. Chaley H. Dood (1991) mengungkapkan komunikasi antarbudaya meliputi komunikasi yang melibatkan peserta komunikasi yang mewakili pribadi, antarpribadi atau kelompok dengan tekanan pada perbedaan latar belakang kebudayaan yang mempengaruhi perilaku komunikasi para peserta (1991).
4. Komunikasi antarbudaya (*Intercultural Communication*) adalah proses pertukaran pikiran dan makna antara orang-orang berbeda budaya.
5. Gou-Ming Chen dan William J. Starosta mengatakan bahwa komunikasi antarbudaya adalah proses negosiasi atau pertukaran sistem simbolik yang membimbing perilaku manusia, dan membatasi mereka dalam menjalankan fungsinya sebagai kelompok.

**Chelvin Trisna, 2022**

***PRAKTIK HAMBATAN KOMUNIKASI ANTARBUDAYA: Stereotyping di OmeTV***

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

Dari beberapa pengertian komunikasi antarbudaya dapat disimpulkan bahwa proses komunikasi antarbudaya bahwa semakin besar adanya perbedaan antarbudaya maka semakin besar juga kita kehilangan peluang untuk meramalkan ketidakpastian Komunikasi sebagai proses (itu salah satu karakteristik komunikasi) karena komunikasi itu dinamik, berlangsung cepat dan sering berubah-ubah. Sebuah proses terdiri dari beberapa sekuen yang dibedakan namun tidak dapat dipisahkan. Semua sekuen berkaitan satu sama lain meskipun dia selalu berubah-ubah. Jadi pada hakikatnya proses komunikasi lain, yakni suatu proses yang interaktif dan transaksional serta dinamis. Komunikasi antarbudaya yang interaktif adalah komunikasi yang dilakukan oleh komunikator dengan komunikan dalam dua arah/timbal balik (*two way communication*) namun masih berada tahap rendah baik komunikasi interaktif maupun transaksional mengalami proses yang bersifat dinamis, karena proses tersebut berlangsung dalam konteks sosial yang hidup, berkembang dan bahkan berubah-ubah berdasarkan waktu, situasi dan kondisi tertentu. Adapun unsur-unsur proses komunikasi Antarbudaya antara lain:

a. Komunikator

Komunikator dalam komunikasi antar budaya adalah pihak yang memperkasai komunikasi, artinya dia mengawali pengiriman pesan tertentu kepada pihak lain yang disebut komunikan. Dalam komunikasi antarbudaya seorang komunikator berasal dari latar belakang kebudayaan tertentu, misalnya kebudayaan A berbeda dengan komunikan yang berkebudayaan B.

b. Komunikan

Komunikan dalam komunikasi antarbudaya adalah pihak yang menerima pesan tertentu. Dia menjadi tujuan/ sasaran komunikasi dari pihak lain (komunikator). Dalam komunikasi antarbudaya, seorang komunikan berasal dari latar belakang sebuah kebudayaan tertentu.

c. Pesan

Pesan adalah apa yang ditekankan atau yang dialihkan oleh komunikator kepada komunikan. Setiap pesan sekurang-kurangnya mempunyai dua aspek utama. *Content* dan *Treatment*, yaitu isi dan perlakuan. Isi pesan meliputi aspek daya tarik pesan, misalnya kebaruan, kontroversi, argumentatif, rasional bahkan emosional, dan daya tarik pesan saja tidak cukup, akan tetapi sebuah pesan juga perlu mendapatkan perlakuan, perlakuan atas

pesan berkaitan dengan penjelasan atau penataan isi pesan oleh komunikator.

d. Media

Dalam proses komunikasi antarbudaya, media merupakan tempat, saluran yang dilalui oleh pesan atau simbol yang dikirim melalui media tertulis dan media massa. Akan tetapi kadang-kadang pesan itu dikirim tidak melalui media, terutama dalam komunikasi antar budaya tatap muka.

e. Efek dan umpan balik

Manusia mengkomunikasikan pesan karena dia mengharapkan agar tujuan dan fungsi komunikasi itu tercapai. Tujuan dan fungsi komunikasi, termasuk komunikasi antarbudaya, antara lain memberikan informasi, menjelaskan/meguraikan tentang sesuatu, memberikan hiburan, memaksakan pendapat atau mengubah sikap komunikan. Dalam proses tersebut umumnya menghendaki reaksi balikan yang disebut umpan balik. Umpan balik merupakan tanggapan balik dari komunikan kepada komunikator atas pesan-pesan yang telah disampaikan. Tanpa umpan balik atas pesan-pesan dalam komunikasi antarbudaya maka komunikator dan komunikan tidak bisa memahami ide, pikiran dan perasaan yang terkadang dalam pesan terkandung dalam pesan tersebut.

f. Suasana (*Setting* dan *Context*)

Satu faktor penting dalam komunikasi antarbudaya adalah suasana yang kadang-kadang disebut *setting of communication*, yakni tempat (*ruang/space*) dan waktu (*time*) serta suasana (sosial/psikologis) ketika komunikasi antar budaya berlangsung.

g. Gangguan (*Noise* atau *Interference*)

Gangguan dalam komunikasi antarbudaya adalah segala ssesuatu yang menjadi penghambat laju pesan yang ditukar antara komunikator dengan komunikan, atau yang paling fatal adalah menguraikan makna pesan antarbudaya. Gangguan menghambat komunikan menerima pesan dan sumber pesan. Gangguan (*noise*) dikatakan ada dalam satu sistem komunikasi bila dalam membuat pesan berbeda dengan pesan yang diterima.

### **2.1.2 Identitas Budaya**

Identitas mengacu pada karakter khusus individu atau anggota suatu kelompok atau kategori sosial tertentu. Identitas berasal dari kata "*idem*" dalam bahasa Latin yang berarti sama. Dengan demikian identitas mengandung makna kesamaan atau kesatuan dengan yang lain dalam

**Chelvin Trisna, 2022**

***PRAKTIK HAMBATAN KOMUNIKASI ANTARBUDAYA: Stereotyping di OmeTV***

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

suatu wilayah atau hal-hal tertentu (Rummens, 1993), Selain mengandung makna kesamaan, identitas juga mengandung makna perbedaan. Identitas dapat juga bermakna suatu karakter yang membedakan suatu individu atau kelompok dari individu atau kelompok lainnya. Dengan demikian identitas mengandung dua makna, yaitu hubungan persamaan dan hubungan perbedaan. Hubungan persamaan dalam identitas muncul ketika suatu individu mempunyai kesamaan dengan individu lain dalam suatu kelompok. Hubungan perbedaan dalam identitas muncul ketika suatu

individu atau kelompok mempunyai suatu karakter tertentu yang membedakan individu atau kelompok tersebut dari individu atau kelompok lainnya.

Identitas yang dimiliki oleh seorang individu dapat berupa identitas personal (*personal identity*) dan identitas sosial (*social identity*). Identitas personal merupakan hasil dari suatu identifikasi diri, oleh dirinya sendiri, dengan penilaian dari orang lain. Identitas personal merupakan suatu karakter tertentu yang dimiliki oleh seorang individu yang membedakan dari orang lain. Identitas personal dapat berupa ciri-ciri fisik seperti wajah dan tinggi badan, atau ciri psikologis seperti sifat, tingkah laku, dan gaya bicara. Identitas sosial merupakan hasil dari identifikasi diri oleh orang lain, dan merupakan suatu identifikasi yang disetujui atau diberikan seorang pelaku sosial (*social actor*) kepada seorang individu (Rummens, 1993). Secara lebih jelas, identitas sosial merupakan suatu pengetahuan dan pengakuan diri individu sebagai anggota suatu kelompok serta pengakuan kelompok kepada individu tersebut sebagai anggotanya (Giles dan Johnson, 1987).

Identitas sosial dapat meliputi antara lain religi, etnis (suku bangsa), dan kelas sosial. Identitas etnis merupakan identifikasi individual dengan unit sosial yang anggotanya mempunyai asal-usul bersama dan berbagi unsur budaya yang sama dan mereka berpartisipasi dalam kegiatan- kegiatan yang didasarkan pada unsur budaya dan asal-usul. Identitas etnis akan muncul pada masyarakat yang kompleks, misalnya masyarakat dengan aparatur negara dan kelas sosial yang berfungsi membagi masyarakat dalam berbagai kategori. Identitas-identitas yang terdapat dalam identitas sosial tersebut berkaitan erat dengan identitas budaya, karena merupakan cakupan dari identitas budaya.

Identitas budaya merupakan kesadaran dasar terhadap karakteristik khusus kelompok yang dimiliki seseorang dalam hal kebiasaan hidup, adat, bahasa, dan nilai-nilai. Identitas etnis

berhubungan erat dengan identitas budaya, karena untuk mengategorikan suatu masyarakat, seseorang harus mengetahui ciri khas budaya mereka, atau dengan kata lain identitas etnis dapat menunjukkan identitas budaya suatu kelompok. Identitas etnis pada umumnya berkaitan erat dengan budaya, politik, dan ekonomi. Identitas ini mempunyai hubungan yang kuat dengan politik yang didefinisikan sebagai kekuatan untuk mengontrol dan mengatur distribusi dan ketersediaan sumber-sumber daya.

Selain identitas personal dan identitas sosial, terdapat suatu identitas berdasarkan wilayah yang disebut dengan identitas regional. Identitas regional didasarkan pada batas-batas wilayah suatu kelompok atau komunitas, dan dalam wilayah yang lebih besar dapat menjadi identitas nasional. Identitas regional dan identitas nasional berkaitan erat dengan sistem politik suatu wilayah atau negara.

Hambatan identitas budaya adalah hal-hal yang menghambat munculnya identitas budaya seseorang ataupun suatu kelompok dari budaya tertentu. Tentunya ketika seseorang berasal dari suatu wilayah maka orang tersebut akan memiliki karakteristik atau identitas pribadinya yang khas, namun hal itu tidak semata-mata dapat langsung terlihat karena adanya hal-hal yang menghambat. Hambatan pada identitas budaya terdapat beberapa hal yaitu kewilayahan, menarik diri, etnosentrisme dan *Stereotyping*. Kewilayahan yang dimaksud hambatan pada hal ini adalah ketika seseorang yang memiliki identitas tertentu dari suatu budaya namun cenderung hidup berpindah-pindah wilayah maka identitas budayanya-pun ikut beradaptasi dengan wilayah baru yang ditempati. Menarik diri disini dimaksudkan ketika seseorang memiliki identitas budaya tertentu namun dirinya memilih untuk menutup diri karena tidak percaya diri sehingga tidak memunculkan identitas aslinya. Etnosentrisme disini dimaksudkan ketika seseorang memiliki fanatisme yang besar terhadap suatu budaya maka ia cenderung menganggap budaya itu unggul dibanding lainnya, maka ia cenderung melebih-lebihkan bukan menunjukkan identitas aslinya.

Terakhir yaitu *Stereotyping*, ialah memberi stereotip tertentu terhadap suatu budaya secara mendalam sehingga seseorang tidak mampu menunjukkan identitas asli budayanya. (Dianto, 2019)

Hal yang menjadi fokus pada penelitian ini adalah *Stereotyping* karena hal tersebut sudah menjadi penting ketika membahas ruang terbuka sosial media yaitu OmeTV. *Stereotyping* sudah menjadi kasus nyata yang terjadi antar pengguna di OmeTV, dan hal itu sangat menghambat

**Chelvin Trisna, 2022**

***PRAKTIK HAMBATAN KOMUNIKASI ANTARBUDAYA: Stereotyping di OmeTV***

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

berlangsungnya komunikasi antar pengguna di OmeTV. Maka dari itu, hal ini menjadi menarik untuk dijadikan fokus oleh peneliti.

Contohnya *Stereotyping*, ketika seseorang memiliki prasangka yang kuat terhadap pihak lainnya maka akan membuat identitas budaya dari pihak tersebut menjadi tidak terlihat. Hal ini tentunya menghambat efektifitas komunikasi yang berlangsung antara satu pihak dengan pihak lainnya ketika berada di ruang terbuka sosial media seperti OmeTV

### **2.1.3 Stereotyping**

Interaksi yang terjadi di Indonesia tentu sangat majemuk, mengingat Indonesia terdiri atas banyak pulau yang memiliki budayanya tersendiri. Maka ketika terjadi interaksi antarbudaya setiap individu memiliki karakternya masing-masing. Gambaran subyektif mengenai suku-bangsa lain atau yang lazim disebut dengan stereotype (Purwanto, 2006).

Contoh stereotip ini muncul dalam gambaran bahwa orang kulit hitam (negro), cenderung kurang ajar, orang berbicara cenderung keras, orang sunda cenderung lemah lembut dan suka bersolek, orang jawa suka berbasa-basi dalam berkomunikasi dengan orang lain. Gambaran ini pada sekelompok orang tertentu dianggap sebagai kebenaran.

*Stereotype* dibagi menjadi dua jenis, yakni *heterostereotype* dan *autostereotype*. *Heterostereotype* merujuk pada stereotip yang dimiliki yang terkait dengan kelompok lain, sementara *autostereotype* adalah stereotip yang terkait dengan dirinya sendiri (Triandis, 1994; Matsumoto, 2003). Stereotip ini tidak selalu negatif, namun juga kadang mengandung gambaran-gambaran positif. Stereotip ini bisa berbentuk pandangan positif ataupun negatif, biasa jadi seluruhnya benar, namun bisa juga seluruhnya salah (Matsumoto, 2003).

Secara psikologis perkembangan stereotip terjadi terancang dan terbangun atas berbagai proses kejiwaan manusia, yakni perhatian, pendekatan, konsep formasi dan ketegorisasi, atribusi, emosi dan memori. Dalam kaitan ini cara seseorang memilih perhatian, memandang, mempersepsi dan mengkategorikan individu yang lain sangat berperan dalam membangun stereotip terhadap kelompok lain. Selain itu cara kita mengkaitkan perilaku kita dengan perilaku orang lain, emosi serta pengalaman kita terhadap kelompok lain.

Dalam kenyataan sehari-hari, stereotip ini kemudian berfungsi sebagai pemenuhan kebutuhan psikologis seseorang untuk menginternalisasi nilai bersama kepada individu, juga digunakan untuk membangun identitas bersama, dan juga memberi justifikasi tindakan seseorang

terhadap kelompok sosial lain. Berbagai stereotip negatif pada akhirnya menimbulkan prasangka yang berujung pada diskriminasi, bahkan kekerasan terhadap kelompok sosial tertentu. Berbagai prasangka sosial, diskriminasi dan kekerasan terhadap etnik minoritas di Indonesia menunjukkan itu semua.

#### **2.1.4 Media Sebagai Praktik**

Praktik adalah suatu sikap belum otomatis terwujud dalam suatu tindakan (overt behaviour). Faktor pendukung atau kondisi yang mendukung seperti fasilitas mampu membantu mewujudkan sikap menjadi suatu perbedaan yang terang-terangan.

Berkembangnya era sekarang yang serba digital membawa banyak perbedaan pada terjadinya praktik di kehidupan nyata, banyak hal yang sudah difasilitasi oleh perkembangan teknologi masa

kini sangatlah variatif salah satunya yang sangat terasa adalah keberadaan Internet, Internet memberikan ruang terjadinya transformasi sosial dan budaya (Thurlow et al, 2004).

Internet tentunya tidak memberikan batasan mengenai jarak dan waktu pada ruang yang disediakan, Ruang Terbuka Sosial Media juga salah satunya karena dengan adanya fasilitas seperti ini dapat memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan pengguna lain, hal ini lah yang akhirnya menjadi pemantik terjadinya praktik di media.

Meningkatnya penggunaan media baru Internet dalam kehidupan sehari-hari telah mendorong minat baru terhadap konsep ini praktik serta perluasan praktik apa yang mungkin berarti dalam konteks penggunaan media digital. Fokus telah bergeser dari pembuatan makna dan khalayak ke gagasan yang lebih luas dari ansambel praktik, atau bidang praktik seperti yang dikonseptualisasikan oleh teori praktik sosial. Seperti yang dikatakan banyak sarjana, teknologi media baru seperti ponsel telah menjadi begitu umum di banyak bagian dunia sehingga mereka telah menjadi bagian yang diterima begitu saja dan relatif tidak terlihat dalam kehidupan kita sehari-hari.

Meskipun penyebaran global tidak merata, bagi banyak orang sekarang ponsel, laptop atau tablet telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari dan untuk mereka interpersonal dan hubungan sosial yang lebih luas. Keberadaan media digital dalam kehidupan sehari-hari membuatnya sekali jelas dan mudah ditemukan, tetapi pada saat yang sama sulit untuk memisahkan cara-cara yang digunakan orang media digital dari ritme dan rutinitas kehidupan

**Chelvin Trisna, 2022**

***PRAKTIK HAMBATAN KOMUNIKASI ANTARBUDAYA: Stereotyping di OmeTV***

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

sehari-hari yang lebih luas dan perwujudan perasaan diri. (Pink, 2016)

Ketidaktepatan praktik komunikasi antarbudaya di Ruang terbuka sosial media didukung oleh teori media sebagai praktik. Hal ini dapat dilakukan karena ilmu komunikasi sebagai ilmu yang interdisipliner memanfaatkan ilmu lain dalam ilmu sosial (sosiologi, psikologi, antropologi, politik, ekonomi) dalam memecahkan masalah sosial. Gagasan gagasan teori praktik ini dapat digunakan pada disiplin yang beragam, termasuk dalam memahami apa yang kita lakukan dalam kaitannya dengan menggunakan media digital dalam kehidupan sehari-hari (Pink, 2016).

Interaksi secara langsung yang ada pada aplikasi OmeTV merupakan salah satu contoh teori praktik yang mencakup tentang kemanusiaan dan ilmu sosial tentang bagaimana dunia digital dibentuk dari kebiasaan atau kegiatan sehari-hari di dunia nyata (Pink, 2016).

OmeTV yang lahir pada era digital seperti ini juga membuatnya menjadi suatu praktik dalam ranah etnografi digital. Hal ini disebabkan karena apa-apa saja yang terjadi di OmeTV merupakan ilustrasi pada kehidupan sehari-hari yang bertransformasi ke ranah digital. Etnografi digital pendekatan praktik memungkinkan pemahaman tentang di mana media digital dan teknologi tertanam di rutinitas dan kebiasaan kehidupan kita sehari-hari, dan mengenali proses yang dilalui media digital teknologi keduanya penting bagi keberadaan kita tetapi semakin diterima begitu saja dan tidak terlihat. (Pink, 2016).

Praktik *Stereotyping* di OmeTV menjadi penting untuk dibahas karena hal ini memang terjadi di ruang terbuka sosial media sehingga menghambat berlangsungnya komunikasi antarbudaya di dalam aplikasi tersebut. Hal ini juga kerap kali merugikan salah satu pihak yang lebih direndahkan dari pihak lainnya.

### **2.1.5 Media Sosial**

Fungsi dari media sosial adalah dapat menyesuaikan dengan aktifitas sehari-hari membuat media sosial menyediakan struktur, konsep, dan pola komunikasi yang baru tanpa harus menghiraukan faktor ruang dan waktu. Media sosial menyediakan ruang digital dimana realita sosial dapat terjadi dimana saja dan kapan saja bagi para penggunanya.

Media sosial didefinisikan sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Definisi lain dari media sosial adalah platform media yang

memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi (Van Dijk, 2013). Melalui definisi tersebut, dapat dilihat bahwa media sosial memiliki peran sebagai medium atau fasilitator yang bekerja secara digital untuk mempertemukan antar pengguna. Terdapat beberapa karakteristik yang dimiliki oleh media sosial:

1) Jaringan

Struktur sosial yang terbentuk dalam suatu jaringan/internet menjadi salah satu faktor media sosial. Media sosial membantu membentuk jaringan diantara para pengguna sehingga media sosial memiliki fungsi sebagai penghubung secara mekanisme teknologi.

2) Informasi

Karakteristik lain dari media sosial yang membuat penggunaannya dapat mempermudah penggunaannya adalah perannya sebagai sumber informasi dan tingginya produksi konten yang dapat menyebabkan interaksi pertukaran informasi.

3) Arsip

Banyaknya informasi yang tersebar di media sosial membuat media tersebut bekerja sebagai arsip yang dapat menyimpan informasi yang disediakan dan dapat diakses kapanpun, dimanapun, bahkan melalui perangkat teknologi lain.

4) Interaksi

Kehadiran media sosial hadir dan memberikan bentuk dan pola komunikasi baru serta interaksi yang terjalin antara para penggunanya. Melalui media sosial, bentuk interaksi yang dapat dilakukan adalah memberikan komentar, mengikuti di Twitter, dan sebagainya.

5) Simulasi Sosial

Interaksi yang terjadi melalui media sosial adalah bentuk simulasi realita sosial yang terjadi di dunia virtual (maya). Pada dasarnya, media sosial dapat menjadi gambaran apa yang terjadi di dunia nyata (Nasrullah, 2015).

6) Konten oleh Pengguna

Konten yang tersebar di ruang digital media sosial sepenuhnya milik pengguna yang memproduksi konten tersebut. Dapat disimpulkan bahwa seluruh konten dan informasi yang tersebar di internet diproduksi oleh para pengguna lain.

## 7) Penyebaran

Konten dan informasi yang dibagikan ke media sosial dapat disebar dan dikembangkan melalui jaringan yang terkait dengan penggunanya.

Media sosial umumnya digunakan sebagai sarana interaksi sosial yang dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja, tidak terikat pada ruang tertentu maupun waktu. Hal tersebut dikarenakan oleh mudahnya akses untuk menggunakan media sosial.

### 2.1.5.1 OmeTV

OmeTV sendiri merupakan aplikasi yang memfasilitasi penggunanya untuk memiliki ruang terbuka sosial media ketika mengaksesnya, disana pengguna bisa merasakan video chat langsung yang membuat video langsung yang memungkinkan Anda melakukan diskusi obrolan video online dengan teman-teman secara acak.

OmeTV disebut mampu membuat penggunanya merasakan video chat langsung karena obrolan yang berlangsung akan sangat acak, kita akan bertemu dengan banyak orang yang tidak di kenal dari berbagai daerah atau bahkan negara, pengguna juga akan mengobrol dengan Bahasa lokal ataupun internasional.

Meskipun OmeTV terlihat sangat bebas karena segala sesuatu yang ada berlangsung secara acak namun pihak mereka mengatakan bahwa mereka selalu mengawasi apapun yang sedang berlangsung dari sudut, mereka tidak segan untuk memblokir apabila ada tindakan yang memang melenceng dari norma atau bersifat “penyalahgunaan”.

Kebebasan yang ada di OmeTV memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi dengan pengguna lain dari berbagai budaya secara acak, hal ini juga menjadi salah satu alasan peneliti mengambil aplikasi tersebut. Karena apa bila ada hambatan yang terjadi didalamnya tentu akan menghambat jalannya komunikasi, mengurangi efektifitas pertukaran pesan antar pengguna, serta kurang maksimalnya komunikasi yang berlangsung antar pengguna.

Hambatan yang peneliti ambil pada kasus ini adalah *Stereotyping*, *Stereotyping* menjadi penting untuk dibahas ketika dikaitkan dengan OmeTV karena ada kasus yang pernah terjadi di OmeTV mengenai hal tersebut. Kasus *Stereotyping* yang terjadi di xOmeTV sangat merugikan salah satu pengguna yang memang merasa rendah dibanding pengguna lainnya, hal itu sangat menghambat jalannya komunikasi yang berlangsung.

### 2.2.1 Teori Praktik Media

Dalam pemikiran yang tertuang pada jurnal *Theorizing Media as Practice* oleh Couldry bahwa dirinya mengeksplor sebuah hal baru dalam penelitian mengenai media yang tidak terfokus hanya pada teks atau proses produksi dalam suatu susunan, melainkan media sebagai wadah yang praktis atau media sebagai ruang praktik. Meski dasar yang ada tidaklah baru, tetapi Couldry mengajak kita untuk lebih luas lagi dalam melihat perkembangannya dalam cakupan sosiologi dan antropologi. Saran yang diberikan olehnya sangat lah sederhana yaitu memperlakukan media sebagai piranti praktik terbuka yang berkaitan dengan atau berorientasi pada media. Ringkasnya Couldry mengajak kita untuk memikirkan “apa yang dilakukan manusia dalam kaitannya dengan media di berbagai situasi dan konteks?? (Couldry, 2004).

Bagian yang menarik adalah ketika Couldry merujuk pada Liz Bird (2003) dimana adanya perubahan paradigma pendekatan “*beyond the audience*” dengan alasan bahwa kita tidak dapat menahan peran media dalam budaya, karena media tertanam kuat ke dalam jaringan budaya, terlebih pada komunikasi antarbudaya meskipun memang oleh tiap individu melihat dai pandangan yang berbeda, pada intinya Couldry memang meminta kita untuk membuka lensa lebih luas lagi ketika melihat media sebagai bentuk praktik. Jika pemikiran Couldry coba peneliti kaitkan dengan fenomena Praktik *Stereotyping* di OmeTV maka yang terjadi adalah bukan

membahas apa yang terjadi diantara keduanya, bagaimana komunikasinya berlangsung, melainkan kondisi apa yang mendorong seorang pengguna melakukan *Stereotyping* ataupun bagaimana persepsi dari salah satu pihak mengenai Praktik *Stereotyping* yang ada di OmeTV. Singkatnya, dengan teori dari Couldry peneliti ingin membahas konsekuensi yang memang ada ketika OmeTV sudah menjadi bagian dari Praktik Media.

Dalam penelusuran pada penelitian lain peneliti menemukan Gathi Restu Astuti (2009) meneliti tentang “Media dan stereotype terhadap perempuan (analisis semiotika tentang stereotype terhadap perempuan yang direpresentasikan dalam sitkom OB di RCTI)” yang merasa media meskipun memiliki sisi positif namun ada juga sisi negatifnya yaitu seperti praktik yang bisa disebut “mengeksplorasi” wanita pada suatu tayangan. wanita seringkali menjadi objek eksploitasi. Tak jarang eksploitasi tersebut menuju ke arah negatif. Misalnya wanita sebagai objek seksualitas dengan mengeksplorasi bentuk tubuh dan gerakan, sebagai

objek penderita yang sering ditindas atau direndahkan, atau bahkan penggambaran wanita yang jauh dari kesan baik misalnya sebagai orang yang culas, matre, atau bodoh. Hal ini sesuai dengan pemikiran Couldry bahwa praktik yang ada di media memang mencakup sosiologi dan antropologi yang kemudian membentuk stereotype di mata masyarakat.

Pada konsep media dan praktik, Couldry memberikan tiga hal yang menjadi tantangan teoritis yaitu anti fungsionalisme. Penjelasan mengenai anti fungsionalisme ini merujuk pada penolakan oleh Couldry bahwa media sebagai suatu pusat atau sentral. Hal ini memiliki dasar dari paradigma lama yang menyebut masyarakat yang memiliki fungsi tertentu (Couldry, 2004). Selain itu, Couldry juga ingin kita memahami atau membahas masyarakat atau budaya sebagai suatu sistem kesatuan bukan dengan cara yang terpisah. Relevansi pada fenomena yang peneliti angkat disini adalah tidak memandang OmeTV sebagai media yang secara fungsi gagal dalam menjalani proses komunikasi antarbudaya atau melihat adanya kepentingan di diri para pengguna OmeTV. Melainkan praktik *Stereotyping* yang ada di OmeTV berusaha dijawab dengan tepat pada detail praktik kehidupan pelaku dan korban.

## **2.2 Kerangka Pikir**

Dalam penelitian ini terdapat kerangka penelitian yang dipaparkan penelitian mengenai Praktik *Stereotyping* yang ada di ruang terbuka media sosial yaitu OmeTV kemudian peneliti menggunakan teori media sebagai praktik dari Couldry. Berdasarkan panduan tersebut, peneliti membuat kerangka pemikiran yang akan digambarkan dengan bagan di bawah ini:

Chelvin Trisna, 2022

***PRAKTIK HAMBATAN KOMUNIKASI ANTARBUDAYA: Stereotyping di OmeTV***

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

**Metode Penelitian**

Fenomenologi

**Teori Penelitian**

Theorizing Media as Practice

*Theorizing Media as Practice* oleh Couldry bahwa dirinya mengeksplor sebuah hal baru dalam penelitian mengenai media yang tidak terfokus hanya pada teks atau proses produksi dalam suatu susunan, melainkan media sebagai wadah yang praktis atau media sebagai ruang praktik. Meski dasar yang ada tidaklah baru, tetapi Couldry mengajak kita untuk lebih luas lagi dalam melihat perkembangannya dalam cakupan sosiologi dan antropologi. Saran yang diberikan olehnya sangat lah sederhana yaitu memperlakukan media sebagai piranti praktik terbuka yang berkaitan dengan atau berorientasi pada media.