

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi antarbudaya merupakan proses komunikasi yang terjadi antara orang-orang berbeda budaya seperti perbedaan ras, suku, latar belakang sosial ekonomi, atau gabungan dari semua perbedaan tersebut. Komunikasi antarbudaya terus berkembang seiring dengan kemajuan teknologi yang memungkinkan manusia dapat berkomunikasi dengan leluasa. Kebudayaan merupakan suatu cara hidup yang dikembangkan dan dimiliki oleh masyarakat dan diwariskan secara turun-menurun. Komunikasi yang terjalin dalam komunikasi antarbudaya didukung oleh perbedaan-perbedaan yang timbul dari keberagaman, perjalanan, nilai dan cara pandang masing-masing budaya.

Komunikasi antarbudaya menjadi salah satu hal penting dalam kehidupan sehari-hari guna meminimalisir terjadinya konflik dan kesalahpahaman, di mana komunikasi dilakukan untuk menciptakan saling pengertian antar pembicaranya. Selain itu, komunikasi antarbudaya memiliki tujuan agar setiap individu dapat memahami keberagaman serta menciptakan keselarasan di Indonesia yang merupakan negara kepulauan, sebagaimana yang dapat diketahui bahwa setiap daerah memiliki ciri khasnya masing-masing, dimulai dari tradisi, makanan, hingga komunikasi. Dalam komunikasi yang dilakukan masyarakat memiliki keunikan tersendiri berdasarkan dengan daerah asal mereka, seperti penggunaan nada bicara atau intonasi dan juga aksen ketika berkomunikasi.

Berdasarkan observasi tidak langsung yang dilakukan penulis, tertampak jelas perbedaan dari cara berkomunikasi dan aksen yang digunakan. Seperti Suku Batak yang kerap menggunakan nada bicara agak keras dan terkesan marah yang pada hakikatnya itulah bagaimana masyarakat Suku Batak berkomunikasi sehari-hari. Kemudian Suku Sunda yang bicaranya terkesan cepat dan Suku Jawa dengan nada bicaranya yang *medok*.

Komunikasi antarbudaya dapat terjadi di mana saja seperti di sekolah, kantor maupun pasar sebagai tempat bertransaksi. Setiap individu tidak lepas

dari yang namanya transaksi yang bertujuan untuk membentuk kesepatan bersama. Kegiatan transaksi banyak ditemukan saat menjelajahi area pasar, di mana semua orang akan melakukan komunikasi dengan cara bernegosiasi. Keunikan dari pasar bukanlah perihal bernegosiasi antara penjual dan pembeli, melainkan bagaimana para pedagang yang pada dasarnya memiliki perbedaan budaya disatukan atau dikumpulkan di lingkup yang sama untuk melakukan kegiatan mereka. Seperti negosiasi yang dilakukan, pedagang turut memerlukan adanya komunikasi dalam menciptakan interaksi baik dengan artian dari komunikasi antarbudaya tersebut dapat membangun keselarasan antar diri penjual. Pasar tradisional memiliki sifat humanis di mana para pedagangnya mampu mengutamakan keserasian pada diri masing-masing pedagang.

Di sekitar wilayah Senen, Jakarta Pusat terdapat beberapa pasar diantaranya adalah Pasar Gaplok, Pasar Senen, Pasar Gembrong Lama, dan Pasar Johar Baru. Penulis memilih Pasar Gaplok sebagai lokasi penelitian karena memiliki keunikan dari segi lokasi yang terletak tepat bersebelahan dengan rel kereta api, di mana penulis turut merasakan guncangan yang disebabkan oleh kereta api yang melintasi rel kereta api tersebut dan Pasar Gaplok juga merupakan pasar yang telah berdiri selama lebih dari 50 tahun sejak 1970.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh penulis dengan Kepala Pasar, terdapat sekitar 225 pedagang yang ada di Pasar Gaplok Jakarta Pusat, terdiri dari berbagai macam suku, yang sebagian besar adalah Suku Jawa, di lanjut dengan Suku Madura, Sunda, Minang, Batak, dan Betawi. Pasar Gaplok sama seperti pasar tradisional lainnya yang dilengkapi dengan berbagai jenis usaha pedagang, mulai dari pedagang sayur hingga pedagang kosmetik.

Berdasarkan hasil observasi langsung, penulis dapat melihat bagaimana para pedagang berinteraksi, yaitu menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa daerah ketika berkomunikasi dengan pedagang yang berasal dari budaya yang sama. Dalam berinteraksi pedagang pasar yang berbeda budaya seringkali kesulitan memahami pesan yang disampaikan lawan bicaranya karena aksen dan cara bicara unik yang menghalanginya karena budaya memiliki ciri khas komunikasinya masing-masing, di mana ketika individu yang berasal dari

suatu daerah, identitas dirinya pun turut terbawa sehingga hal tersebut yang menjadi keunikan pada diri individu. Sama halnya dengan masalah yang terjadi di Pasar Gaplok, Jakarta Pusat yang terdapat pedagang dari berbagai daerah dan budaya yang berlandaskan wawancara dengan salah satu sumber, di mana ketika para pedagang yang memiliki latar belakang budaya yang berbeda berinteraksi secara langsung akan mendapat *culture shock* dan menimbulkan kesalahpahaman pada masing-masing pedagang.

Suheri menjelaskan bahwa berdasarkan keberagaman budaya yang ada tentu setiap pedagang harus memahami makna komunikasi satu sama lain dari hal tersebut dibutuhkan adanya adaptasi dalam melakukan komunikasi. Adaptasi dan akomodasi komunikasi merupakan dua hal yang memiliki korelasi karena bahwasanya inti dari akomodasi komunikasi adalah adaptasi. (Suheri, 2019, Vol. 2, No.1, hal. 41)

Akomodasi komunikasi merupakan hal penting dalam memperkuat perbedaan antara suku yang ada di lingkungan sekitar, maka dari itu akomodasi komunikasi erat kaitannya dengan adaptasi budaya. Akomodasi budaya biasanya terjadi secara tidak sadar, karena setiap individu melakukan sesuatu atas proses internal untuk menjalin suatu hubungan dan menilai. Dengan akomodasi komunikasi, seseorang dapat berinteraksi guna menyesuaikan cara berkomunikasi *culture shock*.

Penjelasan tersebut mengartikan bahwa akomodasi merupakan bagian dari interaksi, hal tersebut mengarah pada bagaimana keompokan tersebut terbentuk guna menghindari konflik. Selain itu, akomodasi komunikasi terjadi ketika seseorang telah memilih identitas sosialnya. Akomodasi komunikasi dikatakan sebagai bagaimana dan mengapa seseorang menyesuaikan perilaku komunikasinya terhadap orang lain.

Menurut Turner (Faiz, Muhammad dan Abbyzar Aggasi, 2020, Vol. 2, No. 1, hal. 3) dan bahwa proses komunikasi dan interaksi pada tingkat interpersonal, ada kalanya timbul perbedaan terkait kelompok dan budaya, contohnya perbedaan yang timbul pada aksen dan kecepatan bicara antar kelompok suku.

Berbicara mengenai interaksi, hal tersebut tidak selalu dilakukan hanya dengan “individu yang memiliki persamaan”, maksudnya adalah interaksi tidak

selalu dilakukan oleh individu yang memiliki identitas diri yang sama. Jadi untuk permasalahan yang terjadi di Pasar Gaplok, Jakarta Pusat memerlukan adanya akomodasi komunikasi antarbudaya oleh para pedagang yang memiliki perbedaan suku untuk menciptakan interaksi yang baik, sehingga interaksi yang dilakukan turut berguna untuk proses memahami dan mengurangi sisi perbedaan.

Teori akomodasi komunikasi yang diperkenalkan oleh Howard Giles, menggambarkan kecenderungan dan kemampuan seseorang dalam menyesuaikan perilakunya untuk beradaptasi yang berkaitan dengan komunikasi dan merespon lawan bicaranya. (Suheri, 2019, Vol. 2, No.1, hal. 40)

Untuk beradaptasi dengan orang baru, pendatang tentunya harus mampu beradaptasi dengan lingkungan barunya agar dapat diterima di lingkungan sosialnya, di mana kegiatan tersebut dilakukan agar individu yang sekiranya memiliki perbedaan identitas budaya di lingkungannya dapat melakukan interaksi dengan mudah. Untuk bisa mengatasi adanya perbedaan budaya, individu tersebut perlu memahami konsep adaptasi dan penyesuaian diri terhadap identitas individu lainnya. Hal ini karena setiap individu satu dengan yang lain memiliki perbedaan, baik dari adat istiadat, bahasa, cara bicara, kebiasaan, dan aturan yang berlaku.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa segala aspek perbedaan perlu adanya akomodasi komunikasi atau penyesuaian yang ada pada diri individu dalam mengatasi perbedaan yang ada. Begitu pula Pasar Gaplok yang tedapat pedagang dengan perbedaan suku di dalamnya, hal tersebut menjadikan pokok penelitian dari penelitian yang akan dilakukan. Penulis tertarik untuk meneliti bagaimana para pedagang tersebut melakukan akomodasi komunikasi masing-masing dalam mengatasi masalah yang terjadi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah yang terbentuk ialah: Bagaimana Komunikasi Antarbudaya Pada Interaksi Pedagang Di Pasar Gaplok Jakarta Pusat?

1.3 Tujuan Penulisan

Dari rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah agar penulis dapat mengetahui Komunikasi Antarbudaya Pedagang Dalam Interaksi Antar Suku Di Pasar Gaplok Jakarta Pusat.

1.4 Manfaat Penulisan

Mengacu pada latar belakang dan rumusan masalah, maka manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu bermanfaat bagi para mahasiswa/I yang khususnya menekuni bidang ilmu komunikasi dan diharapkan dapat memperkaya ilmu pengetahuan dan penjelasan mengenai komunikasi antarbudaya yang menggunakan teori akomodasi komunikasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti, menjadi pengetahuan terbaru mengenai konsep akomodasi komunikasi yang dikemukakan oleh Howard Giles.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan pada masyarakat bahwa komunikasi antarbudaya sangat menunjang keberhasilan komunikasi antar individu yang memiliki perbedaan budaya.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Bab ini berisi mengenai latar belakang, pertanyaan penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi mengenai uraian penelitian terdahulu, kajian pustaka, dan kerangka pemikiran.

BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini berisi uraian paradigma penelitian, pendekatan penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, analisis data, lokasi dan jadwal penelitian.

BAB IV Hasil Dan Pembahasan

Bab ini berisi uraian hasil penelitian (sejarah singkat dan profil pasar) dan pembahasan penelitian.

BAB V Kesimpulan Dan Saran

Bab ini berisi uraian kesimpulan dan saran.

