**Budaya Populer Dalam Komunikasi Lintas Budaya**

**Durrotun Nafisah**

Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

[Dnafisah98@gmail.com](mailto:Dnafisah98@gmail.com)

**ABSTRAK**

Pada saat ini, media digital memainkan peran penting sebagai salah satu sumber informasi utama dan juga dapat memperkenalkan hal-hal baru kepada lingkungan sekitar. Dalam konteks ini, media digital berperan sebagai alat utama untuk menyebarluaskan budaya populer dan juga berfungsi sebagai media untuk memperkenalkan budaya populer kepada masyarakat luas. komunikasi yang melibatkan baik ekspresi verbal maupun non-verbal yang mencakup aspek-aspek antarbudaya atau lintas budaya. Kemajuan zaman yang berlangsung pesat, ditambah dengan gelombang modernisasi yang sulit untuk dihentikan, serta pergeseran gaya hidup dari yang tradisional menuju gaya hidup perkotaan, membuat semua aspek kehidupan terpengaruh oleh proses modernisasi ini. Faktor ini adalah salah satu yang menyebabkan munculnya budaya populer. Dari salah satu fenomena inilah penulis ingin mengetahui bagaimana budaya populer dilihat dari kacamata komunikasi lintas budaya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasannya budaya popular dapat mempengaruhi komunikasi lintas budaya pada saat ini, dan media mempunyai peran penting dalam berkembangnya budaya populer. maka dengan ini tentu penting untuk memahami bagaimana pesan dan informasi yang disampaikan dan diterima dapat dipilah oleh setiap individu dengan latar belakang berbagai budaya yang berbeda agar dapat meminimalisir konflik dalam komunikasi lintas budaya.

**Kata Kunci**: Budaya Populer, Komunikasi Lintas Budaya, Media**.**

*At present, digital media plays an important role as one of the main sources of information and can also introduce new things to the surrounding environment. In this context, digital media acts as the main tool for disseminating popular culture and also functions as a medium for introducing popular culture to the wider community. communication involving both verbal and non-verbal expressions that include intercultural or cross-cultural aspects. The rapid progress of the era, coupled with the wave of modernization that is difficult to stop, and the shift in lifestyle from traditional to urban lifestyle, have affected all aspects of life by this modernization process. This factor is one of the causes of the emergence of popular culture. From one of these phenomena, the author wants to know how popular culture is viewed from the perspective of cross-cultural communication. The results of this study indicate that popular culture can influence cross-cultural communication at this time, and the media has an important role in the development of popular culture. So with this it is certainly important to understand how messages and information conveyed and received can be sorted by each individual with a background of different cultures in order to minimize conflict in cross-cultural communication.*

***Keywords:*** *Popular Culture, Cross-Cultural Communication, Media.*

**PENDAHULUAN**

Keberagaman suku, bahasa, keyakinan, budaya, dan kelas sosial adalah ciri khas masyarakat Indonesia yang berada di seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia. Meskipun keragaman dapat membantu masyarakat bersatu, itu juga dapat menyebabkan konflik antara budaya, ras, etnik, agama, dan nilai hidup. (Akhmadi, 2019) Bertemunya berbagai budaya, berinteraksinya berbagai individu dan kelompok, dan perilaku yang berbeda yang dibawa oleh budaya memungkinkan keragaman budaya, juga dikenal sebagai keragaman multikultural. Namun, dalam era industri dan globalisasi saat ini, kemajuan teknologi informasi tidak hanya dapat menciptakan masyarakat global, tetapi juga mampu menciptakan dimensi baru dalam kehidupan. Manusia secara tidak sadar telah menjalani kehidupan dalam dua dunia: dunia fisik dan dunia digital. (Rudianto Nurdin, 2015)

Selain itu, kemajuan teknologi juga memiliki efek yang signifikan terhadap perubahan kebudayaan dan cara berpikir orang saat ini. Budaya tradisional beralih ke budaya populer, yang juga dikenal sebagai budaya rakyat. Budaya massa, menurut Frankfurt, diciptakan oleh industri budaya untuk stabilitas dan kesinambungan kapitalisme. (Setiawan, 2013)

Media, bersama dengan ideologi kapitalis mereka, dan kebiasaan konsumsi masyarakat adalah dasar dari munculnya dan kelangsungan hidup budaya populer. Media tidak hanya menyebarkan informasi sesuai fungsinya, tetapi mereka juga membentuk opini publik, yang pada gilirannya mengarah pada penyeragaman pendapat dan selera. Ini adalah peran media dalam proses mempopulerkan produk budaya. Oleh karena itu, publik akan menganggap apapun yang dibuat oleh suatu media sebagai nilai. Menurut konsepsi budaya, dimensi kongkrit budaya populer terdiri dari objek seperti makanan, musik, program televisi, arsitektur, pergaulan, periklanan, dll. Dimensi abstrak budaya populer terdiri dari ideologi, norma, kepercayaan, dan nilai tradisi. (Istiqomah, 2020)

Masalahnya adalah selama bertahun-tahun, budaya populer telah distigmatisasi sebagai budaya yang sering menampilkan gambaran yang tidak signifikan, sederhana, dan tidak berharga. Dalam hal ini, kekuatan media terletak pada kemampuan mereka untuk mengkonstruksi realitas. Dalam konteks ini, bagaimana budaya populer dilihat dari sudut pandang komunikasi lintas budaya, yang biasanya dipandang negatif oleh masyarakat.

**METODE**

Penelitian ini menerapkan metode deskriptif yang bertujuan untuk secara sistematis menggambarkan fakta dan karakteristik dari objek yang diteliti. Pendekatan yang diterapkan dalam studi ini adalah kualitatif, yang fokus pada pemahaman yang mendalam mengenai fenomena yang sedang diteliti. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui tinjauan pustaka. Penelitian literatur dilakukan dengan menganalisis berbagai sumber tertulis yang berkaitan dengan topik penelitian, yaitu budaya populer dalam konteks komunikasi antarbudaya. Sumber-sumber tersebut terdiri dari buku, jurnal ilmiah, artikel, serta dokumen resmi yang membahas mengenai teori-teori komunikasi, komunikasi antarbudaya, dan budaya populer.

Pemilihan studi literatur sebagai metode pengumpulan data didasari oleh sejumlah pertimbangan. Pertama, tinjauan pustaka memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi secara mendalam topik-topik yang berkaitan dengan topik penelitian. Kedua, penelitian pustaka membantu peneliti dalam mengenali tren dan sudut pandang terbaru dalam bidang komunikasi antarbudaya dan budaya populer. Ketiga, penelitian pustaka membantu peneliti dalam menyusun kerangka konseptual yang solid untuk menganalisis data dan mendapatkan kesimpulan yang sah. Dengan menggunakan metode deskriptif dan studi literatur, Penelitian ini diharapkan mampu menyajikan gambaran yang menyeluruh mengenai pengaruh budaya populer terhadap komunikasi lintas budaya.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Budaya Populer**

Istilah budaya populer, yang sering disingkat sebagai budaya pop atau dalam bahasa Inggris disebut popular culture *(pop culture),* memicu perdebatan di antara para kritikus dan ahli teori budaya. Istilah budaya populer dalam bahasa Latin secara harfiah berarti "budaya masyarakat" atau "budaya orang-orang. (Ibrahim, 2007)

Budaya populer adalah budaya yang muncul seiring dengan hubungan dengan media. Dengan kata lain, media memiliki kemampuan untuk menciptakan suatu bentuk budaya, sehingga masyarakat akan mengadopsinya dan menganggapnya sebagai salah satu wujud kebudayaan. Kepopuleran yang dibahas di sini tidak dapat dipisahkan dari pola konsumsi dan pengaruh media massa terhadap masyarakat yang berperan sebagai konsumen. Dengan ungkapan lain, media memiliki kemampuan untuk memproduksi budaya, yang kemudian diserap oleh publik dan menjadi kebudayaan. Segala sesuatu yang dibahas di sini tidak terlepas dari perilaku konsumsi, serta determinasi media terhadap masyarakat yang bertindak sebagai konsumen. Dengan begitu ideologi kapitalistik dan kebiasaan konsumsi masyarakat sangat berpengaruh membentuk budaya populer. Media dalam hal ini tentunya mempunyai pengaruh menyebarkan informasi dan membuat produk budaya populer. Akibatnya, publik akan menganggap apa yang dihasilkan oleh media sebagai nilai atau budaya, bahkan menjadi contoh bagi masyarakat. (Striani, 2007)

Budaya populer adalah jenis budaya yang menekankan pada aspek popularitas serta kesederhanaan makna atau nilai-nilai. Budaya populer muncul akibat dominasi media massa dalam berbagai ruang budaya publik. Gagasan-gagasan budaya populer muncul dari berbagai aspek budaya, baik yang dianggap tinggi maupun rendah. Selain itu, ideologi budaya juga dapat disebarluaskan melalui media massa dan berbagai sarana pendukung lainnya. Objek penelitian tentang budaya populer tidak hanya merupakan bentuk kebudayaan dalam pengertian sempit, tetapi mencakup pengertian yang lebih luas. Budaya populer juga berkaitan dengan isu-isu sehari-hari yang dapat dinikmati oleh setiap orang atau kelompok tertentu. Selain itu, budaya populer hadir dalam berbagai bentuk, seperti yang kita saksikan, dengarkan, gunakan, dan konsumsi dalam kehidupan sehari-hari. Budaya popular tidak muncul secara tiba-tiba; sebaliknya, ia berkembang dari sesuatu yang awalnya biasa dan kemudian menjadi fenomena yang dikenal luas. Dalam proses ini, media juga memiliki peran penting dalam menciptakan fenomena tersebut. (Nurul Fadhila, 2021) Dengan demikian, masyarakat telah mengadopsi fenomena budaya populer. Akhirnya, berbagai jenis yang dihasilkan dan produk dalam berbagai kondisi dapat disebarkan melalui media, sehingga dengan mudah diterima oleh masyarakat sebagai bagian dari kebudayaan. Fenomena ini kemudian berdampak pada terciptanya syarat interaksi sosial yang erat antara media dan masyarakat.

Dalam pandangan Ben Agger sebuah budaya yang terintegrasi ke dalam industri hiburan merupakan sebuah budaya yang secara umum mengorganisir elemen-elemen. dari popularitas sebuah faktor terpenting. Kebiasaan ini dapat mendapatkan power tersendiri apabila media massa ikut andil digunakan dalam upaya penyebaran dan pengaruh bagi masyarakat. (Indah Yani, 2022) Adapun beberapa bentuk-bentuk dari budaya popular antara lain seperti:

1. Trend. Sebuah budaya yang sedang populer dan diterima atau digemari oleh banyak individu berpotensi menjadi budaya yang mainstream. Gaya berpakaian yang dipilih oleh individu dapat mencerminkan cara hidup yang mereka jalani. Seseorang yang sangat berpenampilan menarik secara tidak langsung menciptakan citra diri sebagai individu yang memiliki gaya hidup kontemporer dan selalu mengikuti perkembangan tren terkini. Hal ini mengindikasikan bahwa di era modern, cara hidup berperan dalam membentuk sikap dan nilai-nilai seseorang, serta mencerminkan status sosial dan identitas pribadinya. Sebagai akibatnya, masyarakat membentuk konstruksi sosial dan mengadopsi gaya fashion individu tersebut karena dianggap diterima oleh publik, disukai oleh kalangan remaja, dan berkembang menjadi tren yang dikenal sebagai budaya populer. (Striani, 2007)
2. Keseragaman bentuk, Sebuah karya yang dibuat oleh manusia dan menjadi terkenal pada akhirnya akan diikuti oleh banyak peniru. Karya itu bisa menjadi perintis bagi karya-karya lain yang memiliki karakteristik sejenis. Sebagai ilustrasi, genre musik pop, yang diambil dari kata 'populer,' memiliki notasi melodi yang relatif sederhana, serta lirik yang mudah dipahami dan diingat.
3. Adaptabilitas, Sebuah budaya populer yang mudah diakses dan diterima oleh masyarakat cenderung menciptakan tren. Sama seperti dalam penyampaian berbagai jenis program, media massa berusaha untuk menyesuaikan diri dengan audiens yang beragam, baik dari segi sosial, ekonomi, budaya, dan lainnya. Media juga dikembangkan dengan cara yang membuatnya lebih mudah diterima oleh berbagai kalangan. Di sisi lain, media juga kerap menyajikan berita, film, dan informasi dari berbagai negara untuk menawarkan variasi yang memuaskan bagi para penontonnya. Produk media seperti berita, program keluarga, kuis, film, dan sejenisnya dapat dianggap sebagai usaha kolektif yang merupakan wujud dari karya budaya.
4. Durabilitas, Sebuah budaya populer akan dinilai berdasarkan kemampuannya bertahan seiring waktu. Pionir dalam budaya populer yang mampu mempertahankan eksistensinya meskipun ada pesaing baru yang tidak bisa menandingi keunikan tersebut, akan mampu bertahan lama, seperti halnya merek Coca-Cola yang telah ada selama puluhan tahun. (Striani, 2007)
5. Profitabilitas, Dari perspektif ekonomi, budaya populer memiliki kemampuan untuk memberikan keuntungan signifikan bagi industri yang mendukungnya. Kebudayaan populer berhubungan dengan isu-isu sehari-hari yang dapat dinikmati oleh semua orang atau oleh kelompok tertentu, seperti selebriti, kendaraan pribadi, gaya berpakaian, desain rumah, perawatan diri, dan lain-lain. (Setiawan, 2013)

**Komunikasi Lintas Budaya**

Budaya dan komunikasi dapat diumpamakan sebagai sebuah koin yang memiliki dua sisi, yang merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Edward T. Hall menyatakan bahwa "Budaya adalah komunikasi dan komunikasi adalah budaya," yang mengandung makna bahwa terdapat hubungan yang kuat dan timbal balik antara komunikasi dan budaya. Dalam kehidupan sehari-hari, budaya senantiasa menjadi bagian yang tak terpisahkan dari diri manusia, termasuk dalam setiap interaksi yang berlangsung. (Nuraeni, 2023)

Pengertian dari komunikasi lintas budaya menurut Tubbs & Moss dalam jurnal (Made Arya Astina, 2017), mengatakan bahwasannya komunikasi lintas budaya adalah sebuah proses penyampaian pesan dari anggota atau dari sebuah budaya yang tertentu kepada anggota lain dari budaya lainnya. Dalam pengertiannya lomunikasi dinyatakan sebagai suatu proses yang mempunyai kesinambungan atau berhubungan dengan sebuah perilaku individu dan sebagai upaya terpenuhinya kebutuhan dari berinteraksi dengan indiviu-individu lainnya.

Stella Ting-Toomey (1999) dalam (Didik Hariyanto, 2020) Mengartikan komunikasi lintas budaya sebagai suatu proses pertukaran makna antara individu atau dalam kelompok budaya yang berbeda (lintas budaya) dengan tujuan untuk mencapai pemahaman bersama dalam konteks interaktif. Beragam latar belakang sosial dan budaya seringkali menjadi penghalang dalam komunikasi, hal ini disebabkan karena adanya perbedaan nilai-nilai baik, buruk, benar, dan salah yang dimiliki masing-masing budaya. Oleh karena itu, mempelajari komunikasi lintas budaya sangatlah penting untuk menyesuaikan diri dengan nilai-nilai sosial dan budaya yang baru melalui interaksi dalam komunikasi.

Dalam upaya komunikasi pada konteks lintas budaya, terdapat banyak masalah atau hambatan yang dapat muncul, bahkan bisa menimbulkan konflik. Contohnya termasuk penggunaan bahasa, simbol-simbol, serta nilai dan norma masyarakat. Namun, untuk membangun sebuah hubungan, tentunya diperlukan saling pengertian dan komunikasi atau pertukaran makna antara masing-masing pihak. Saat individu dari berbagai budaya berinteraksi, sering terjadi kesalahpahaman terhadap simbol-simbol yang digunakan. Komunikasi lintas budaya bisa terjadi dalam berbagai konteks, mulai dari interaksi intim antara dua individu hingga komunikasi dalam organisasi dan komunikasi massa. (Normadaniyah, 2020)

Menghadapi tantangan dalam komunikasi antarbudaya merupakan sebuah hal yang sangat krusial. Komunikasi antarbudaya, yang merupakan suatu proses yang berkaitan dengan perilaku, tentunya akan berhasil jika dimulai dengan sebuah itikad baik dari kedua pihak. Walaupun kedua pihak memiliki niat baik, sering kali muncul reaksi negatif yang dapat menjadi penghalang dalam komunikasi antarbudaya. (Made Arya Astina, 2017)

Dengan demikian, secara umum, pengertian dari komunikasi lintas budaya adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan arti dari interaksi antar budaya, yang tidak terbatasi oleh konteks geografis, ras, atau etnis. Komunikasi antarbudaya diartikan sebagai studi perbandingan yang menekankan pentingnya relativitas dalam berbagai aktivitas budaya. Oleh karena itu, komunikasi lintas budaya lebih menekankan pada interaksi komunikasi antara bangsa-bangsa tanpa menciptakan budaya baru, yang tentunya berbeda dengan kajian komunikasi antar budaya.. (Didik Hariyanto, 2020)

**Budaya Populer dalam Komunikasi Lintas Budaya**

Menurut Fiber Luce (Mulyana, 2015), komunikasi lintas budaya merupakan penelitian yang bersifat komparatif yang bertujuan untuk menganalisis dan membandingkan variabel budaya tertentu serta dampak dari pengaruh berbagai kebudayaan dalam beberapa aspek. Komunikasi antarbudaya menitikberatkan pada perbandingan terlebih dahulu, dan jika memiliki dampak positif, bisa jadi akan diadaptasi.

Budaya populer muncul sebagai hasil dari adaptasi terhadap budaya lain, sehingga menjadi terkenal di kalangan masyarakat luas. Akibatnya, budaya populer memiliki hubungan yang kuat dengan komunikasi antarbudaya. Dikarenakan adanya perbandingan antara dua budaya dari berbagai aspek, akhirnya budaya tersebut akan diadopsi oleh kelompok tertentu. Proses penyesuaian budaya inilah yang menjadi inti dari budaya populer.

Seiring dengan kemajuan media saat ini, budaya populer dapat dengan cepat dan besar-besaran menyebar berkat media sosial. Sangat gampang bagi sesuatu untuk menjadi tren, termasuk bagaimana suatu budaya bisa cepat menjadi terkenal dan mendunia. Namun, tidak dapat disangsikan bahwa kemajuan media sosial saat ini juga berperan dalam memperluas komunikasi antarbudaya. Suatu budaya cenderung menyebar, diadaptasi, dan diterapkan lebih cepat oleh kelompok tertentu. Dari sini, kita bisa mengerti bahwa media, terutama media sosial, memiliki peran yang signifikan dalam struktur masyarakat. (Cahyono, 2017)

Budaya populer yang muncul akibat globalisasi membawa hal-hal baru bagi masyarakat Indonesia. Rasa ingin tahu yang mendalam dalam diri manusia adalah faktor utama yang menjadikan masyarakat perkotaan sebagai komunitas yang cenderung bersikap konsumtif. Budaya populer dapat menjadi salah satu tantangan bagi penguatan identitas nasional di kalangan remaja, karena mampu menggantikan panduan tradisional yang dimiliki masyarakat, seperti etnis, agama, suku, budaya, serta nilai-nilai atau filosofi hidup bangsa.

Budaya populer mendorong munculnya sikap hedonistik, konsumtif, dan pragmatis di kalangan masyarakat perkotaan. Konsumerisme mendorong munculnya sifat individualisme yang egosentris, yang dapat mengancam stabilitas identitas nasional. Sama seperti televisi, salah satu produk budaya populer yang memiliki dampak serupa karena karakteristiknya yang bersifat individualistik dan universal. Sumber tradisional yang secara kolektif diyakini dan dianggap sah, sesuai dengan nilai-nilai Pancasila, cenderung diabaikan, mengalami pengikisan, atau terfragmentasi. Seperti fenomena penggunaan bahasa campuran dalam berkomunikasi di kalangan remaja.

Dalam konteks komunikasi lintas budaya, beberapa individu kadang-kadang menghadapi sebuah konflik dengan berbagai aturan ataupun norma-norma yang terdapat di lingkungan dan juga tempat tinggal mereka. Terdapat beberapa tantangan utama yang harus di hadapi bagi para remaja saat memilih bahasa sebagai upaya berkomunikasi dalam konteks komunikasi lintas budaya. Ketiga konflik tersebut antara lain meliputi kendala yang terkait dalam perbedaan bahasa, perbedaan dalam pola perilaku budaya, dan perbedaan nilai-nilai. Banyak dari para remaja mulai merasa enggan dalam menggunakan bahasa ibu ataupun bahasa daerah asli mereka dalam berkomunikasi dengan individu lain, termasuk juga ketika berbicara dengan orang tua ataupun anggota keluarga. Fenomena yang terjadi ini tentunya dipengaruhi oleh sebuah perasaan *inferior* ataupun rendah diri dalam kalangan remaja, khususnya. Banyak para remaja merasa tidak mempunyai kepercayaan diri ataupun bahkan malu ketika di depan lawan bicaranya dan saat berbicara menggunakan bahasa daerah. Sebagai akibat dari hal tersebut, mereka lebih memilih untuk berbahasa yang lain sebagai salah satu simbol identitas diri mereka. Hal tersebut merupakan salah satu dari akibat budaya popular yang banyak dikonsumsi oleh kalangan remaja, khusunya. (Sukma, 2018)

Dampak budaya populer terhadap identitas nasional tidak boleh dianggap remeh, karena dapat memengaruhi stabilitas sikap dan kesetiaan masyarakat terhadap ideologi Pancasila. Dengan demikian, penting untuk mengambil tindakan yang diharapkan dapat memperkuat identitas nasional masyarakat saat ini (Hanif, 2011) antara lain yakni:

1. Penerapan nilai-nilai budaya masyarakat (kearifan lokal) dalam berbagai aspek kehidupan. Nilai-nilai yang muncul dari budaya masyarakat (kearifan lokal) perlu diterapkan dalam berbagai bidang kehidupan, termasuk sosial, ekonomi, dan pendidikan., agar implementasinya dapat mencerminkan semangat nilai-nilai kehidupan bangsa Indonesia. Pola pikir masyarakat juga akan secara tidak langsung mencerminkan nilai-nilai kearifan lokal tersebut, melalui proses pembiasaan dalam aktivitas sehari-hari.
2. Kedua, ada usaha untuk menyaring berbagai budaya asing yang dianggap memiliki nilai-nilai yang tidak sejalan dengan budaya Indonesia. Penduduk kota perlu memiliki mekanisme pertahanan diri yang kokoh saat berinteraksi dalam kehidupan global. Ini merupakan upaya masyarakat untuk tidak terpengaruh oleh budaya pop yang dapat membawa nilai-nilai yang mengancam identitas budaya nasional.
3. Ketiga, pendidikan multikultural bertujuan untuk memperkuat fondasi bagi setiap individu agar mereka tetap terhubung dengan akar budayanya. Pendidikan multikultural bisa didapatkan oleh individu baik di lingkungan sekolah maupun dalam masyarakat. Pendidikan multikultural mendukung individu untuk menyadari betapa pentingnya menjaga berbagai bentuk budaya dalam masyarakat serta cara menghargai keberagaman baik itu budaya sendiri, juga menghormati budaya orang lain. Individu perlu merasa bangga terhadap budayanya, karena hal ini akan menjadi dasar yang kuat agar mereka tidak mudah terbebankan dalam menghadapi tantangan nilai-nilai budaya di masyarakat global, yang pada gilirannya akan berdampak pada identitas nasional. (Istiqomah, 2020)

Berdasarkan penjelasan di atas, kita perlu tetap menjadi individu yang cerdas dan peka terhadap cepatnya perubahan informasi dan pesan di media saat ini. Oleh karena itu, kita harus lebih teliti dalam membandingkan budaya baru sebelum kita mengadopsi atau menerapkannya di lingkungan kita. Sangat penting untuk melakukan perbandingan sebelum mengadopsi budaya baru. Karena memungkinkan sebuah budaya populer justru bertentangan dengan nilai-nilai budaya atau keyakinan yang kita pegang, atau bahkan dapat membahayakan keselamatan kita. Ada beberapa langkah yang perlu diambil untuk merespons pengaruh budaya populer:

1. Pentingnya untuk meningkatkan sensitivitas terhadap berbagai budaya dan belajar bagaimana mengamati, menganalisis, serta memilih budaya baru.
2. Mendorong sikap toleransi, penghormatan, rasa ingin tahu, dan empati terhadap budaya lain tanpa perlu merendahkan budaya yang berbeda dari kita.
3. Meningkatkan pemahaman mengenai budaya, termasuk budaya populer.
4. Menggunakan kesadaran, sikap, kepekaan, dan pengetahuan tersebut untuk mengembangkan kompetensi diri agar dapat beradaptasi dan bersikap fleksibel dalam konteks komunikasi antar budaya.

Terdapat dua elemen utama dalam budaya populer ini. Pertama, budaya populer memiliki sisi buruk karena dibuat secara massal hanya untuk memenuhi keinginan pendengar atau penontonnya yang membayar. Dengan alasan bisnis atau untuk mendapatkan keuntungan finansial, unsur-unsur negatif dalam produk budaya tidak diseleksi, bahkan cenderung dibiarkan berkembang. Bisnis adalah bisnis, demikian ungkapan yang sering terdengar. Kedua, Budaya populer juga bisa menimbulkan dampak dan pengaruh yang negatif. Contohnya, ketika kita menonton televisi atau video di *YouTube*, kita sering kali terpengaruh oleh tokoh-tokoh yang muncul dalam program tersebut. Secara fundamental, cara hidup kita bisa terpengaruh atau terkontaminasi oleh gaya hidup orang lain yang berbeda. Selain itu, dampak negatif dari budaya pop juga cenderung mengarahkan kita untuk menjadi lebih mengutamakan kenikmatan. Iklan memiliki peran dalam memperlancar proses kapitalisme, dan seringkali para remaja di Indonesia menjadi sasaran dari iklan-iklan tersebut. Menurut Marcuse, iklan menghasilkan kebutuhan yang sebenarnya tidak ada, seperti keinginan untuk menjadi tipe orang tertentu, memakai jenis pakaian tertentu, mengonsumsi jenis makanan tertentu, minum minuman tertentu, serta menggunakan barang-barang tertentu. (Dewi, 2018)

Kita juga perlu menyadari bahwa budaya pop memiliki dampak positif, contohnya pada televisi yang menyiarkan acara-acara bermanfaat yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Intinya, meskipun budaya pop sering dianggap memiliki dampak negatif, hal tersebut dapat diubah menjadi positif jika dihadapi dengan cara yang tepat. Semua tergantung pada diri kita sendiri dalam bagaimana kita menghadapinya. Pengaruh menguntungkan dari masuknya budaya luar bagi bangsa Indonesia:

1. Transformasi norma serta prilaku
2. Perubahan cara berpikir kehidupan sosial lebih modern
3. Pertumbuhan ilmu teknologi dan pengembangan pengetahuan memungkinkan kehidupan secara sosial untuk mengakses informasi tentang segala aspek dunia.
4. Kualitas hidup sejahtera dan damai.
5. Prilaku mencerminkan hal positif seperti disiplin, tanggap, dan lain-lain.
6. Munculnya produksi dari hasil negara asing di Indonesia memunculkan solusi terhadap pengangguran dan menunjukkan kualitas hidup pada masyarakat.
7. Meningkatkan kekayaan keragaman yang ada di Indonesia jika digunakan secara tepat dan sesuai.

Konsekuensi negatif dari masuknya budaya luar bagi masyarakat Indonesia:

1. Gaya hidup yan cenderung mengutamakan komsumtif.
2. Pendekatan yang mementingkan diri sendiri.
3. Gaya hidup yang terpengaruh oleh budaya Barat.
4. Ketimpangan dalam bidang sosial
5. Mengenakan pakaian yang tidak berlaku di Indonesia.
6. Berorientasi pada materi.
7. Gaya hidup yan berlebihan dalam kemewahan. (Zahra, 2020)

**KESIMPULAN**

Munculnya fenomena budaya populer secara tidak sadar telah menggantikan budaya-budaya asli yang merupakan produk dari peradaban generasi sebelumnya. Saat ini, budaya populer telah menjadi sangat diminati oleh banyak orang. Dengan kemajuan media saat ini, budaya populer dapat menyebar dengan cepat dan secara luas. Tidak dapat disangsikan bahwa pertumbuhan media sosial saat ini berkontribusi pada perkembangan komunikasi antarkultural. Ini memiliki konsekuensi baik dan buruk. Masalah yang muncul akibat munculnya fenomena budaya populer dapat diatasi jika seseorang memahami maknanya. Budaya populer menawarkan sebuah bentuk budaya yang dapat diterima oleh berbagai kalangan masyarakat, serta memberikan kepuasan kepada para pelakunya. Namun semua itu tergantung pada durabilitas, yaitu suatu budaya yang akan memudar seiring waktu.

**DAFTAR PUSTAKA**

Akhmadi, A. (2019). Moderasi Beragama dalam Keragaman Indonesia. *Diklat Keagamaan*, 66.

Cahyono, A. S. (2017). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*. *Publiciana*, 144.

Dewi. (2018). *Fenomena Culture Shock dan Stereotype dalam Komunikasi Antarbudaya*. *Ultimacom*, 96.

Didik Hariyanto, F. A. (2020). *Buku Ajar Komunikasi Lintas Budaya.* Sidoarjo: Umsida Press.

Hanif, M. (2011). *Studi Media dan Budaya Populer dalam Perspektif Modern*. *KOMUNIKA*, 8.

Ibrahim, I. S. (2007). *Budaya Populer Sebagai Komunikasi: Dinamika dan Mediascape di Indonesia Kontemporer.* Yogyakarta: Jalasutra.

Indah Yani, I. Y. (2022). *Konflik Kepentingan dan Budaya Populer di Masyarakat*. *JIKEM*, 1482.

Istiqomah, A. (2020). *Ancaman Budaya Pop (Pop Culture) Terhadap Penguatan Identitas Nasional Masyarakat Urban.* *Jurnal Politik Walisongo*, 48.

Made Arya Astina, K. M. (2017). K*omunikasi Lintas Budaya Antara Pedagang Lokal dengan Wisatawan Asing di Pantai Sanur*. *Journal Communication Spectrum : Capturing New Perspectives in Communication*, 7.

Mulyana, D. (2015). *Komunikasi Lintas Budaya.* Bandung: Remaja Rosdakarya.

Normadaniyah, S. S. (2020). *Peran Komunikasi Lintas Budaya dalam Fungsi Sosial (Studi Kasus Alumni Mahasiswa Pertukaran Pelajar UNISKA Banjarmasin Tahun 2019)*. *Jurnal Uniska*, 2.

Nuraeni. (2023). K*omunikasi dalam Organisasi dan Komunikasi Bisnis Lintas Budaya*. *Komunikasi Bisnis*, 24.

Nurul Fadhila, T. H. (2021). *Ekspresi Keberagaman Komunitas Terang Jakarta dalam Perspektif Popular Culture. Interaksi Peradaban*, 42.

Rudianto Nurdin, T. S. (2015). *Komunikasi LIntas Budaya Wisata Asing dan Penduduk Lokal di Bukit Lawang.* *Simbolika*, 12.

Setiawan, R. (2013). *Kekuatan Media dalam Membentuk Budaya Populer di Indonesia*. *Ilmu Komunikasi Mulawarman*, 36.

Striani, D. A. (2007). *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer.* Yogyakarta: Bentang.

Sukma, R. (2018). *Realitas Komunikasi Lintas Budaya di Indonesia: Studi Kasus Pemilihan Bahasa Remaja Era Kekinian Di Jakarta. Unika Atma Jaya*, 419.

Zahra, F. (2020). *Kekuatan Media Digital pada Pembentukan Budaya Populer: Studi pada Komunitas Moarmy Pekanbaru.* *Komunikasiana*, 112.