



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

No. 6082/KOM-D/SD-S1/2023

**ANALISIS MODEL KOMUNIKASI ANTARBUDAYA PADA  
KANAL YOUTUBE NIHONGO MANTAPPU ( STUDI KASUS  
KONTEN WASEDABOYS SEHARIAN JADI ORANG  
JAWA DAN BELAJAR BUDAYA JOGJA )**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

**WINDA EKA PRASETYANINGSIH**  
**NIM. 11643202828**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM  
RIAU  
2023**



- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**ANALISIS MODEL KOMUNIKASI ANTARBUDAYA PADA KANAL  
YOUTUBE NIHONGO MANTAPPU (STUDI KASUS KONTEN WASEDA  
BOYS SEHARIAN JADI ORANG JAWA DAN BELAJAR BUDAYA  
JOGJA)**

Disusun Oleh:

**Winda Eka Prasetyaningsih**

**11643202828**

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal 24 Juli 2023.

Pembimbing,

**Dr. Titi Antin, S.Sos, M.Si**  
**NIP. 19700301 199903 2 002**

Mengetahui :  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

**Dr. Muhammad Badri, M.Si**  
**NIP. 19810313 201101 1 004**



- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

### LEMBAR PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah penguji pada ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Winda Eka Prasetyaningsih  
NIM : 11643202828  
Judul : Analisis Model Komunikasi Antarbudaya Pada Kanal Youtube Nihongo Mantappu (Studi kasus Konten Waseda Boys Sehari jadi Orang Jawa dan Belajar Budaya Jogja).

Telah dimunaqasyahkan pada pada sidang ujian sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Rabu  
Tanggal : 26 Juli 2023

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 26 Juli 2023

Dekan



Prof. Dr. Imron Rosidi, S. Pd., M.A  
NIP. 19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Artis, M. I.Kom  
NIP.19680607 200701 1 047

Penguji III,

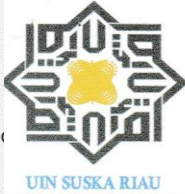
Dr. Usman, M.I.Kom  
NIK. 130 417 119

Sekretari/ Penguji II,

Edison, S. Sps.M.I.Kom  
NIK. 130 417 082

Penguji IV,

Assyari Abdullah, M.I.Kom  
NIK. 130 417 023



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

### PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Winda Eka Prasetyaningsih  
NIM : 11643202828  
Judul : Analisis Model Komunikasi Antarbudaya pada Kanal Youtube Nihongo Mantappu (Studi Kasus Konten Waseda Boys Sehari Jadi Orang Jawa dan Belajar Budaya Jogja)

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Jumat  
Tanggal : 21 Juli 2023

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 21 Juli 2023

**Penguji Seminar Proposal,**

Penguji I,

**Firdaus El Hadi, M. Sos., Sc**  
NIP. 19761212 20031 2 1004

Penguji II,

**Rafdeadi, M.A**  
NIP. 1982122 520110 1 1001





2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Lampiran Surat:

Nomor : Nomor 25/2021

Tanggal : 10 September 2021

### SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Winda Eka Prasetyaningsih

NIM : 11643202828

Tempat/ Tgl. Lahir : Malang, 29 Agustus 1998

Fakultas/Pascasarjana : Dakwah dan Komunikasi

Prodi : Ilmu Komunikasi

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* **Analisis Model Komunikasi Antarbudaya Pada kanal Youtube Nihongo Mantappu (Studi Kasus Waseda Boys Sehari Jadi Orang Jawa dan Belajar Budaya Jogja)**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya:

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* dengan judul sebagaimana disebutkan diatas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* saya ini, saya sampaikan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya\*) saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 18 Juli 2023

Yang membuat pernyataan



**Winda Eka Prasetyaningsih**  
**NIM. 11643202828**



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

Pekanbaru, 24 Juli 2023.

No. : Nota Dinas  
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar  
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,  
**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi**  
di-

Tempat.

*Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Winda Eka Prasetyaningsih

NIM : 11643202828

Judul Skripsi : Analisis Model Komunikasi Antarbudaya Pada Kanal Youtube Nihongo Mantappu (Studi kasus Konten Waseda Boys Sehari jadi Orang Jawa dan Belajar Budaya Jogja).

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Uiniversitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

*Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Mengetahui :  
Pembimbing,

Dr. Titi Antin, S.Sos, M.Si  
NIP. 19700301 199903 2 002

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

**Nama** : Winda Eka Prasetyaningsih  
**Nim** : 11643202828  
**Judul** : Analisis Model Komunikasi Antarbudaya Pada Kanal Youtube Nihongo Mantappu (Studi Kasus Konten Wasedaboys Sehariang Jadi Orang Jawa Dan Belajar Budaya Jogja)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengizinkan dan melakukan penyalinan dan menyalinnya dengan cara apapun.  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Komunikasi antarbudaya pada dasarnya dapat menciptakan suatu pemahaman serta kebersamaan dengan saling memahami adanya perbedaan latar budaya. Seiring berkembang nya waktu komunikasi kini bisa dilakukan menggunakan media sosial salah satunya adalah youtube.. Dengan adanya media sosial, manusia di berbagai belahan dunia dapat saling berkomunikasi tanpa adanya hambatan serta batasan jarak. Maka dengan adanya media sosial ini, dapat mengakibatkan terjadinya komunikasi antar orang-orang yang memiliki latar belakang negara dan kebudayaan yang berbeda. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui model komunikasi antarbudaya pada konten yang ditayangkan melalui youtube Nihonggo Mantappu. Konten tersebut berisi tentang belajar kebudayaan Jawa daerah Jogjakarta. Nihonggo Mantappu sendiri merupakan sebuah channel youtube yang dimiliki oleh seorang youtuber Indonesia yang bernama Jerome Polin.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Teori yang digunakan adalah teori model komunikasi antarbudaya Gudykunst dan Kim, model ini juga memiliki empat faktor konseptual yakni budaya, sosial budaya, psikobudaya dan lingkungan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dimana data diambil dari beberapa video dalam kanal Youtube Nihongo Mantappu. Dari hasil penelitian, di dalam konten tersebut terjadi adanya komunikasi yang setara, jadi antara pengirim dan penerima pesan sama-sama saling bertukar pesan.

**Kata Kunci** : *Komunikasi antarbudaya, media sosial , youtube nihongo mantappu*





UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau  
Siti Islah University of Sultan Syarif Kasim Riau

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengizinkan penyaluran ke publikasi lain.
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRACT

**Winda Eka Prasetyaningsih**

**11643202828**

### **Analysis of the Intercultural Communication Model on the Nihongo Mantappu Youtube Channel (Case Study of Wasedaboys Content for a Day of Being Javanese and Learning Jogja Culture).**

Intercultural communication can basically create an understanding and togetherness by understanding each other's different cultural backgrounds. As time develops, communication can now be done using social media, one of which is youtube. With the existence of social media, people in various parts of the world can communicate with each other without any barriers and distance limitations. So with this social media, it can lead to communication between people who have different country and cultural backgrounds. This research aims to find out the intercultural communication model on the content aired through youtube *Nihonggo Mantappu*. The content contains learning about Javanese culture in Jogjakarta. *Nihonggo Mantappu* itself is a youtube channel owned by an Indonesian youtuber named Jerome Polin.

This type of research is qualitative research. The theory used is the theory of Gudykunst and Kim's intercultural communication model, this model also has four conceptual factors namely culture, socio-culture, psycho culture and environment. The method used in this research is descriptive analysis method where the data is taken from several videos in *Nihonggo Mantappu* youtube channel. From the results of the study, in the content there is equal communication, so between the sender and receiver of the message both exchange messages.

**Keywords:** *Intercultural communication, social media, youtube nihongo mantappu*



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya dan menyalin dalam bentuk apa pun untuk tujuan komersial tanpa izin dari Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

*Alhamdulillah* segala puji syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat dan hidayah serta atas petunjuk-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dengan Judul “**Analisis Model Komunikasi Antarbudaya Pada Kanal Youtube Nihongo Mantappu (Studi Kasus Konten Wasedaboys Seharian jadi Orang Jawa dan Belajar budaya logja)**” Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata-1 (S1) Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Broadcasting Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Selain itu skripsi ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para pembaca maupun peneliti dalam hal memberikan kontribusi pengetahuan terutama dalam ilmu komunikasi.

Pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan rasa ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membimbing dan mendukung penulis baik dengan moral maupun materi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Maka dalam kesempatan ini tidak lupa penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Orang tua tercinta, Bapak Hari Prasetya dan Ibu Winarsih, yang senantiasa dengan tulus memberikan motivasi, do’a, keikhlasan dan kesabaran serta pengorbanan dan perhatian yang tak henti-hentinya mengalir untuk penulis dan memberikan dukungan baik moral dan materi dalam memfasilitasi segala kebutuhan perkuliahan sehingga penulis termotivasi menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baik nya. Serta kepada adikku tersayang (Almh.) Amira Regita Cahyani ku persembahkan rasa sayang dan do’a yang terbaik ku kepadamu.
2. Bapak Prof. Dr. Khairunnas, M.Ag, selaku Rektorat Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd., MA.,Ph.d, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Prof. Dr. Masduki, M.Ag selaku wakil dekan I Bidang Akademik Dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Toni Hartono, M.Si selaku wakil dekan II Administrasi Umum, Perencanaan Dan Keuangan, Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag selaku wakil dekan III Bidang Kemahasiswaan Dan

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
5. 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  6. a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  7. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  8. 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kerjasama Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

5. Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi yang telah banyak memberikan fasilitas dalam perkuliahan kepada peneliti selama mengikuti pendidikan serta dalam menyelesaikan skripsi.

6. Bapak Artis M.I.Kom selaku sekretaris program studi Ilmu Komunikasi yang banyak memberikan kemudahan dan semangat kepada peneliti.

7. Ibu Dr. Titi Antin, S.Sos,M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan bimbingan, dukungan serta arahan sehingga Skripsi ini dapat di selesaikan.

8. Ibu Dewi Sukartik, M.Sc, selaku pembimbing akademik yang telah memberikan nasehat dan saran bagi kelancaran perkuliahan ini.

9. Seluruh dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Syarif Kasim Riau yang telah membantu dan memberikan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan tugas skripsi.

10. Penulis juga sangat berterima kasih kepada teman-teman dan segenap pihak atas bantuannya yang tidak bisa di sebutkan satu per satu. Akhirnya penulis berharap semoga Skripsi ini bermanfaat.

penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan, sehingga penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan dan perbaikan ke depannya. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang Broadcasting.

Pekanbaru, 20 Juli 2023  
Penulis

UIN SUSKA RIAU

**Winda Eka Prasetyaningsih**  
**NIM 11643202828**

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Penegasan Ilmiah.....	5
C. Rumusan Masalah .....	8
D. Tujuan Penelitian .....	8
E. Kegunaan Penelitian .....	9
E. Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....	11
A. Kajian Terdahulu.....	11
B. Kajian Teori.....	13
C. Kerangka Berfikir.....	22
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	24
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	24
B. Waktu Penelitian .....	24
C. Sumber Data Penelitian .....	24
D. Teknik Pengumpulan Data.....	25
E. Validitas Data .....	26
F. Teknik Analisis Data.....	26
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN</b> .....	28
A. Sejarah Youtube Nihongo Mantappu.....	28
B. Penyajian Data .....	32
Model Komunikasi Antarbudaya Gudykunts dan Kim dalam kanal Youtube Nihongo Mantappu .....	35

Hak Cipta dan Dinding Kertas ini dilindungi Undang-Undang. Hak Cipta dan Dinding Kertas ini dilindungi Undang-Undang. Hak Cipta dan Dinding Kertas ini dilindungi Undang-Undang.

1. Dilindungi hak cipta dan dinding kertas ini dilindungi undang-undang.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





UIN SUSKA RIAU

<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>39</b>
A. Hasil Penelitian .....	39
B. Pembahasan .....	50
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>56</b>
A. Kesimpulan.....	56
B. Saran .....	56

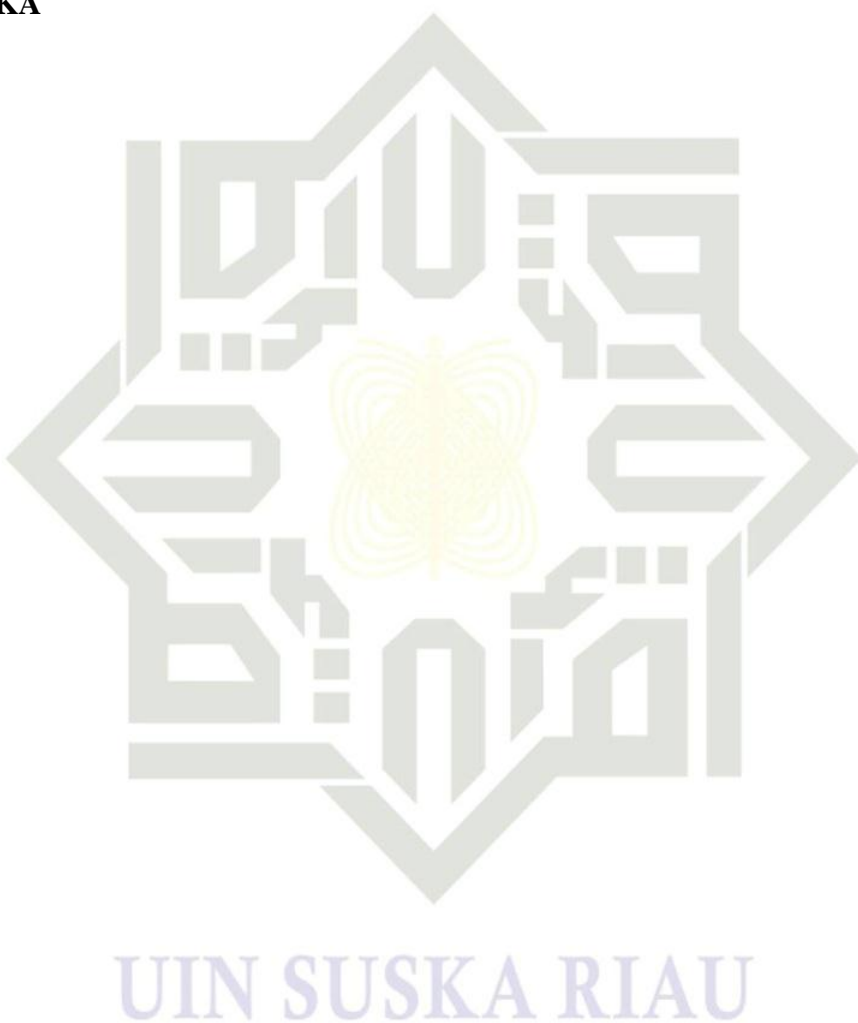
**DAFTAR PUSTAKA**

**SAMPIRAN**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

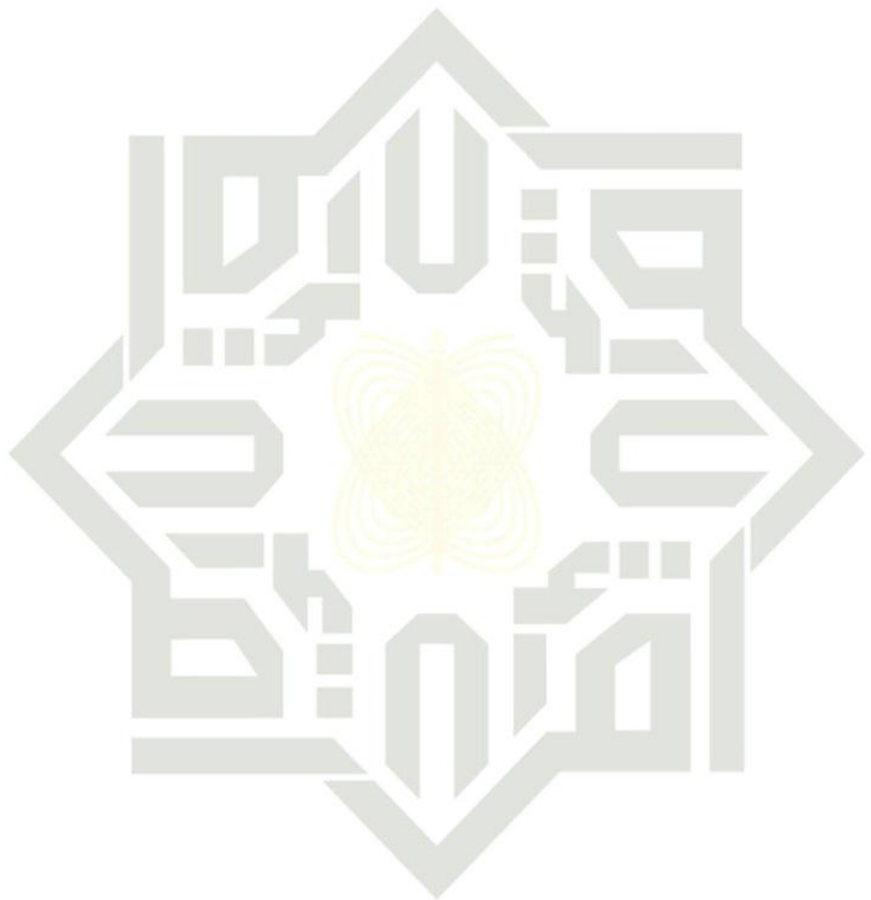
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



## DAFTAR TABEL

1.	Proses terjadinya komunikasi .....	15
2.	Kelebihan dan Kekurangan Model Guddykunts dan Kim .....	20
3.	Proses Komunikasi Antarbudaya dalam konten Waseda Boys seharian jadi orang Jawa dan belajar budaya Jogja .....	36



UIN SUSKA RIAU



© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau  
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang menyalin, menduplikasi, atau melakukan tindakan lain yang merugikan tanpa izin dari UIN Suska Riau.  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Model proses Komunikasi Antarbudaya Gudykunts dan Kim	19
Gambar 2	Logo Media Sosial Youtube .....	20
Gambar 3	Data peringkat Pengguna Youtube Dunia .....	20
Gambar 4	Kerangka Pikir .....	21
Gambar 5	Logo Youtube Nihonggo Mantappu .....	23
Gambar 6	Video Konten Pertama Nihongo Mantappu .....	28
Gambar 7	Video Konten Vlog Pertama dengan Waseda Boys .....	28
Gambar 8	Tampilan kanal Youtube Nihongo Mantappu .....	30
Gambar 9	Konten Video Waseda Boys seharian jadi orang Jawa .....	31
Gambar 10	Pengenalan Budaya di Hotel Ambarrukmo .....	32
Gambar 11	Pemakaian Baju adat tradisonal .....	33
Gambar 12	Waseda Boys memakai baju adat Batik .....	34
Gambar 13	Lorong museum .....	39
Gambar 14	Jerome menjelaskan tentang sri sultan hamengkubuwono vii	40
Gambar 15	Menjelaskan tentang lukisan .....	40
Gambar 16	Waseda boys sedang mengintip ruang kerja .....	41
Gambar 17	Lukisan prajurit belanda .....	41
Gambar 18	Senjata keris .....	42
Gambar 19	Tour guide menjelaskan tentang keris.....	42
Gambar 20	Wayang kulit .....	42
Gambar 21	Pengenalan batik .....	43
Gambar 22	Batik sri sultan hamengkubuwono vii .....	43
Gambar 23	Jemparingan .....	44
Gambar 24	Posisi duduk budaya jemparingan .....	44
Gambar 25	Tour guide mencontoh kan budaya Jemparingan .....	45
Gambar 26	Waseda Boys mencoba budaya Jemparingan .....	45
Gambar 27	Waseda Boys mengunjungi tempat budaya Patehan .....	46
Gambar 28	Proses Budaya Patehan .....	46
Gambar 29	Proses Budaya patehan .....	47





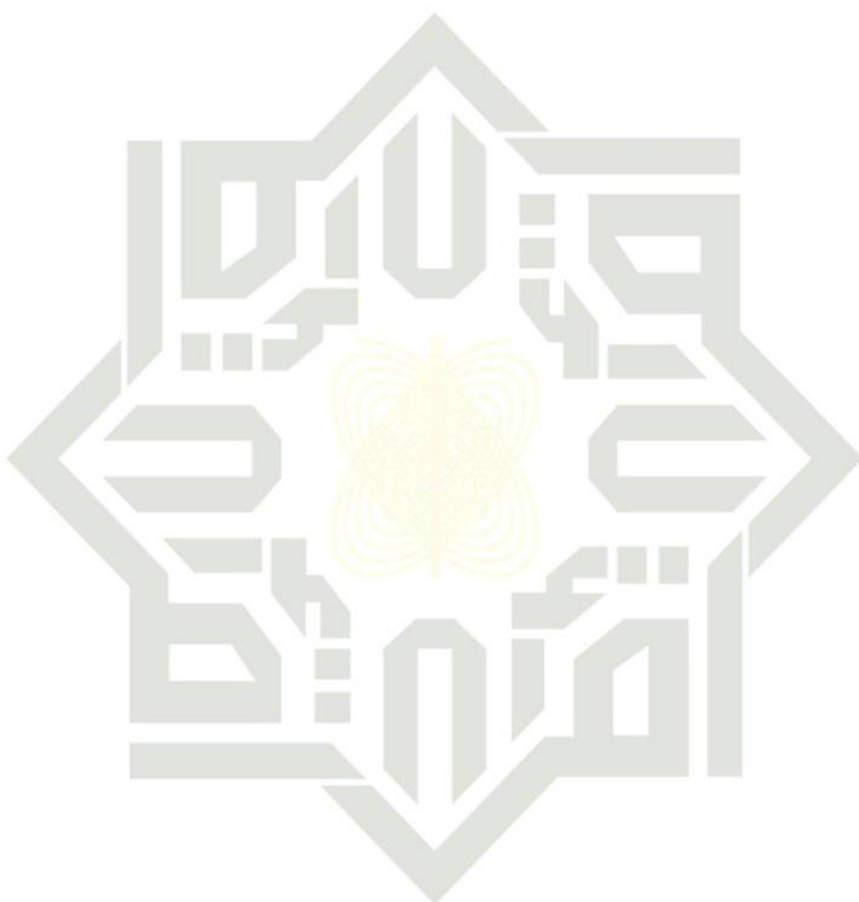
UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**  
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Gambar 30.	Proses menuangkan minuman teh .....	47
Gambar 31.	Proses Budaya patchan .....	48
Gambar 32.	Proses menuangkan minuman teh .....	48
Gambar 33	Waseda Boys menikmati Budaya Patehan .....	49



UIN SUSKA RIAU

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Komunikasi merupakan salah satu bagian terpenting pada saat menyampaikan suatu pesan, ide, ataupun gagasan dari satu pihak kepada pihak lainnya (komunikator kepada komunikan). Everett M. Rogers & Lawrence Kincaid menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu sama lain, yang pada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam.<sup>1</sup>

Walija menyatakan bahwa komunikasi yang paling lengkap dan efektif untuk menyampaikan ide, pesan, maksud, perasaan dan pendapat kepada orang lain. Dengan kata lain, bahasa tidak dapat dipisahkan dari fungsinya sebagai alat komunikasi yang berhubungan dengan orang lain (sosial).<sup>2</sup> Dengan begitu komunikasi merupakan proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang dapat menimbulkan efek tertentu serta menghendaki adanya tiga unsur yang berupa sumber (*Source*), pesan (*Message*), dan sasaran (*destination*).<sup>3</sup> Untuk berinteraksi sesama manusia komunikasi sangatlah dibutuhkan, sehingga tanpa adanya komunikasi kehidupan manusia tidak akan berjalan dengan sempurna. Karena itulah komunikasi memiliki peranan yang sangat penting, dibuatlah suatu model komunikasi.

Komunikasi antarbudaya didefinisikan sebagai proses pertukaran simbolis dimana individu dari dua (atau lebih) komunitas budaya yang berbeda menegosiasikan makna bersama dalam situasi interaktif. Ada yang menarik dari definisi Ting-Toomey di atas, bahwa komunikasi antarbudaya memerlukan empat unsur yakni dua orang (atau dua kelompok), dari budaya yang berbeda, dalam interaksi, dan yang menegosiasikan makna umum. Unsur yang keempat menggaris bawahi pentingnya tidak hanya mencoba berkomunikasi tetapi juga untuk memahami, hal ini terasa lebih sulit dan rumit.<sup>4</sup>

Setiap individu manusia selalu membawa identitas budaya pada dirinya. Maka, pada saat berkomunikasi, manusia selalu tidak lepas dari identitas budayanya itu sendiri. Identitas merupakan sebuah keniscayaan bagi setiap manusia karena setiap orang pasti menjadi bagian dari suatu etnik, suku, agama,

Marhaeni Fajar, *Ilmu Komunikasi & Praktek Edisi Pertama*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), hlm. 32.

Walija, *Bahasa Indonesia dalam perbincangan*, (Jakarta: IKIP Muhammadiyah Jakarta Press, 1996), hlm 4.

Abdul Karim, "Komunikasi AntarBudaya Di Era Modern", *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol .3, No.2, 2015. hlm. 321.

Wahidah, "Komunikasi AntarBudaya: Berbagi Budaya Berbagi Makna". *Jurnal Farabi*, Vol.10, No.1, 2013. hlm. 6.



bahasa dan tradisi dalam sistem kebudayaan tertentu. Faktor-faktor yang membentuk identitas suatu budaya adalah bahasa, kepercayaan serta pola perilaku. Selain itu, Liliweri berpendapat bahwa komunikasi lintas budaya dapat terjalin apabila pelaku komunikasi dapat beradaptasi dengan konteks kebudayaan tertentu.

Dengan adanya media sosial yang populer pada era teknologi ini, manusia dapat berkomunikasi dengan siapapun, kapanpun dan di manapun dengan jangkauan yang sangat luas. Intinya, maraknya komunikasi di media sosial ini membuat fenomena komunikasi antar budaya dari berbagai belahan dunia. Youtube merupakan salah satu sosial media yang menarik karena disana siapapun dapat membagikan video dan dapat memberikan komentar atau feedback pada video kiriman orang lain. Media sosial youtube memungkinkan penggunanya untuk menonton film, mendengarkan dan menonton musik, berita hangat, video game, dan lain sebagainya. Dibandingkan dengan unggahan dalam bentuk tulisan, misalnya di Facebook, atau foto di Instagram, video lebih mudah menyebarkan informasi dan menarik minat masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh We Are Social yang merupakan perusahaan media di Inggris bahwa pada tahun 2021, Youtube digunakan oleh 93,8 persen dari total keseluruhan pengguna internet Indonesia diikuti WhatsApp, Instagram dan Facebook.<sup>6</sup>

Sedangkan Definisi komunikasi antarbudaya menurut Gudykuns adalah *intercultural communication involves communication between people from different cultures*. Komunikasi Antarbudaya melibatkan komunikasi antara orang-orang dari budaya yang berbeda.<sup>7</sup> Komunikasi antar budaya merupakan proses pembagian informasi, gagasan, atau perasaan di antara orang-orang yang memiliki perbedaan latar belakang budaya. Proses pembagian informasi yang dilakukan secara lisan maupun tulisan, serta melalui bahasa tubuh, gaya, atau tampilan pribadi serta bantuan hal lain di sekitarnya yang memperjelas pesan-pesan.<sup>8</sup>

Seiring dengan berkembangnya zaman teknologi, kini komunikasi dapat dilakukan menggunakan media baru dalam bentuk internet serta adanya media sosial dalam penyampaian informasi. Media sosial bisa diakses kapan dan dimana saja serta sumber yang tidak terbatas sehingga membuat posisinya lebih mendominasi. salah satunya adalah youtube, saluran ini merubah cara seseorang untuk berkomunikasi, yang mana youtube mengizinkan penggunanya untuk

<sup>6</sup> Ibid. hlm. 6.

<sup>7</sup> Rulli Nasrullah, Teori dan Riset Media Siber (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), hlm. 15-16.

<sup>8</sup> Ibid.

<sup>9</sup> Alo Liliweri, *Dasar-dasar Komunikasi Antarbudaya*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), hal. 9.





2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengunggah dan membagikan isi, ide, pesan serta materi mereka kepada pihak lain. Hubungan antara budaya dan komunikasi merupakan suatu permasalahan yang kompleks, karena sebuah perspektif dialektika berasumsi bahwa budaya dan komunikasi merupakan sangat berhubungan dan bersifat timbal balik, seperti yang dikatakan oleh Martin dan Nakayama bahwa budaya mempengaruhi komunikasi, sebaliknya.<sup>9</sup> Dalam perkembangannya, ternyata budaya tidak hanya mempengaruhi komunikasi melainkan juga memainkan peranannya melalui komunikasi, sehingga ketika budaya tersebut masuk dalam ranah komunikasi, budaya juga dipengaruhi oleh komunikasi. Dengan kata lain budaya dipaksa menyesuaikan dengan berbagai aturan komunikasi yang bermain di dalam suatu komunitas budaya tertentu. Komunikasi antarbudaya mendeskripsikan bagaimana berbagai aspek budaya memainkan peranannya dalam perbincangan komunitas di suatu tempat, maksudnya dalam suatu konteks tertentu. Dengan kata lain aspek-aspek budaya tersebut mencoba untuk mengerti pola komunikasi yang dikondisikan secara sosial dan memberikan suara pada identitas sosial. Secara singkat, aspek-aspek budaya menganalisis bagaimana bentuk dan kerangka budaya (yaitu terminology, ritual, mitos, dan drama sosial) memainkan peranannya melalui norma-norma yang terstruktur dari suatu perbincangan dan interaksi.<sup>10</sup>

YouTube adalah sebuah basis data berisi konten video yang mempunyai fungsi untuk mencari suatu informasi. YouTube merupakan media yang populer di kalangan generasi muda. Salah satu kanal YouTube yang membahas tentang budaya Indonesia serta budaya Jepang adalah Nihongo Mantappu. Nihongo Mantappu sendiri merupakan sebuah kanal YouTube yang dimiliki oleh seorang YouTuber bernama Jerome Polin. Jerome adalah seorang mahasiswa dari Indonesia yang berkuliah di Jepang. Dalam kanal YouTube-nya, Jerome membahas mengenai berbagai hal tentang Jepang. Kelebihan YouTube channel milik Jerome Polin terletak pada detail gambar serta penjelasan yang mudah dimengerti oleh siapa pun serta tidak bersifat menggurui penonton. Tayangan dalam YouTube channel milik Jerome Polin tentang kebudayaan Jepang isinya sangat menghibur dan tidak membosankan. Penjelasan mengenai wujud budaya.<sup>11</sup> Di dalam konten “Waseda Boys Sehari jadi Orang Jawa dan Belajar budaya Jogja” diawali dari mereka yang memperkenalkan bahwa adanya budaya Indonesia yang dapat dipelajari dari situ muncul lah adanya sikap saling menghormati adanya perbedaan dari segi bahasa serta budayanya.

<sup>9</sup> Nikmah, *Komunikasi Lintas Budaya*, (Surabaya: CV. Putra Media Nusantara, 2019), hal 29.

<sup>10</sup> Ibid, hal 30

<sup>11</sup> Budi Mulyadi, Alif, “*Pengenalan Budaya Jepang Dalam Kanal Youtube Nihongo Mantappu Jerome Polin*”, *Jurnal Fakultas Ilmu Budaya*, Vol. 29, No. 1, hlm. 47

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Penelitian hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Budaya merupakan suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sebuah kelompok orang dan diwariskan dari generasi ke generasi. Budaya terbentuk dari banyak nya unsur yang rumit, termasuk system agama dan politik, adat istiadat, bahasa, pakaian, bangunan, dan karya seni sebagaimana juga budaya, merupakan bagian tak terpisahkan dari diri manusia sehingga banyak yang cenderung menganggapnya diwariskan secara genetis.<sup>12</sup> Salah satu nya adalah budaya Jawa. Budaya Jawa adalah budaya yang dianut oleh masyarakat Jawa yang terdiri dari Jawa Barat, Jawa Tengah (*Yogyakarta*) serta Jawa Timur.

Di konten Youtube Nihongo Mantappu kali ini Jerome Polin dan Waseda Boys akan melakukan perjalanan dunia dan salah satu nya adalah negara Indonesia. Jerome menjelaskan dengan adanya perjalanan ini kita bakal dapat pengetahuan, perbedaan budaya serta cara berkomunikasi. Karena tidak semua negara yang akan dikunjungi dapat berbicara bahasa Inggris, jadi komunikasi menjadi tantangan yang baru bahkan kita juga bisa kolaborasi dengan influencer disana baik orang lokal maupun dengan orang Indonesia yang tinggal disana.<sup>13</sup>

Pada konten berjudul “Waseda Boys seharian jadi orang Jawa dan belajar budaya Jogja” yang mana video dengan berdurasi 19 menit 28 detik ini sudah ditonton sebanyak 1,52 tayangan dan jumlah like sebanyak 86 ribu. Di awal pembukaan mereka ber empat sudah berada di Hotel Royal Ambarrukmo dengan dilanjutkan memakai baju batik Jogja (*Dentotekina Fuku*) yang arti nya pakaian adat, lalu berkeliling museum yang memperlihatkan sebuah budaya wayang kulit dan keris senjata tradisional atau juga dalambahasa jepang disebut (*Buki*). Lalu dilanjutkan dengan adanya tradisi minum teh atau disebut juga patehan. Patehan berasal dari bahasa Jawa yang artinya teh atau penyedia teh. Bukan berasal dari kata “patih” seperti banyak asumsi banyak orang. Patehan berarti menyajikan minuman atau minuman kepada Sultan. Upacara Patehan telah berlangsung sejak Kraton Jogja berdiri. Nama Patehan ini diambil dari sebuah gedhong yang berada di sisi selatan Bangsal Srimanganti, yaitu Gedhong Patehan. Pada zaman dahulu, prosesi pemberian teh untuk Sultan dilakukan 2 kali dalam sehari, yaitu pada pukul 2 siang dan 4 sore. Tetapi sekarang dilakukan setiap hari satu kali pada pukul 1 siang.<sup>14</sup>

Jadi, Tradisi Patehan yang ada di Kraton Jogja merupakan salah satu tradisi yang penting untuk dikenalkan kepada masyarakat. Tidak hanya sebagai sebuah ritual biasa, tetapi Patehan juga memiliki makna. Tradisi Patehan tidak kalah dengan tradisi minum teh yang dimiliki oleh negara lain, tata cara penyajian

Rudolf, Apri, Ely, “Aplikasi pengenalan Budaya Jawa Tengah menggunakan Virtual reality Berbasis Android”, Jurnal of DINDA, Vol. 1, No.2, hml.64

<https://www.viva.co.id/showbiz/gossip/1617901-merayakan-budaya-dunia-jerome-polin-dan-waseda-boys-akan-lakukan-world-trip>

Gabby Thanissia, dkk, “Perancangan Buku Tentang Tradisi Patehaan di Kraton Jogjakarta”, Jurnal Desain Komunikasi Visual, Vol. 5 , No. 1, hlm. 4



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

dan aturannya juga memiliki keunikan tersendiri, dan tradisi ini masih dilakukan sampai sekarang. Sayangnya, tradisi ini masih kurang dikenal oleh masyarakat Indonesia. Masyarakat lebih mengenal tradisi minum teh milik negara lain. Kemudian budaya Jogja yang dipelajari adalah Jemparingan. Jemparingan dalam bahasa Jawa berarti busur panah. Olahraga ini merupakan seni memanah tradisional dengan gaya Mataram dimana digunakan sebagai media latihan oleh prajurit keraton.

Dengan adanya konten video tersebut yang mana dapat memberikan dampak yang positif bagi yang menonton, channel youtube Nihongo mantappu menjadi salah satu konten yang berisikan edukasi tentang perbedaan berbagai budaya yang ada di seluruh dunia. Dan masyarakat dapat lebih mengenal perbedaan dari segi komunikasi maupun segi budaya serta dapat mempelajari kebudayaan yang berbeda, tidak hanya budaya luar tetapi budaya Indonesia yang beragam juga bisa dipahami.

Oleh karena itu dari penjelasan komunikasi kebudayaan yang telah dijelaskan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap konten video youtube dengan judul **“Analisis Model Komunikasi Antar Budaya pada kanal Youtube Nihongo Mantappu (Studi kasus konten Waseda Boys sehari-hari jadi orang Jawa dan belajar Budaya Jogja)**.

## 5. Penegasan Istilah

Adapun penegasan istilah disini adalah untuk menghindari dalam memahami istilah yang tercantum pada judul, maka peneliti perlu menjelaskan istilah-istilah sebagai berikut :

### 1. Analisis

Analisis merupakan suatu upaya dalam menguraikan suatu masalah atau focus kajian menjadi bagian-bagian sehingga susunan dan tatanan bentuk yang diuraikan tersebut tampak dengan jelas dan mudah diterima atau ditangkap maknanya.<sup>15</sup>

### 2. Model Komunikasi Antar Budaya

Model dapat berupa gambaran dari proses, struktur, definisi, bahkan teori yang dapat dengan mudah dipahami sehingga bisa dijadikan sebagai acuan kerangka kerja. Model secara umum, terbagi menjadi dua, yaitu model operasional dan model fungsional. Model operasional memberikan gambaran mengenai proses dengan cara mengukur kemungkinan operasional yang berpengaruh dalam proses itu sendiri. Sedangkan model fungsional Upaya

Helaluddin, Hengki Wijaya, *“Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktik edisi pertama”*.( Jakarta: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2019), hlm. 99.





2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

menjelaskan secara spesifik mengenai hubungan-hubungan dari suatu proses dan kemudian menggeneralisasikan menjadi hubungan dalam bentuk yang baru.<sup>16</sup>

Komunikasi antarbudaya menurut Devito ini menggambarkan bahwa budaya merupakan bagian dari setiap tindakan komunikasi. Lebih spesifik lagi model ini menggambarkan bahwa pesan-pesan yang dikirim dan pesan yang diterima akan dipengaruhi oleh kepercayaan, nilai-nilai dan sikap. Tumpang tindih lingkaran menggambarkan bahwa bagaimanapun dua orang itu mempunyai budaya berbeda, akan berada hal-hal yang similar atau sama bersamaan dengan perbedaan-perbedaan.<sup>17</sup>

Adapun tujuan komunikasi antarbudaya lainnya adalah:

- Memahami bagaimana perbedaan latar belakang sosial budaya mempengaruhi praktik komunikasi.
- Mengidentifikasi kesulitan-kesulitan yang muncul dalam komunikasi antar budaya.
- Meningkatkan keterampilan verbal dan nonverbal dalam berkomunikasi
- Menjadikan kita mampu berkomunikasi efektif

Maka dapat dikatakan bahwa model komunikasi antarbudaya adalah gambaran sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan komunikasi dengan kaitan yang lainnya.

Komunikasi dan budaya tidak memiliki batasan karena orang mempelajari budaya melalui komunikasi. Karena budaya memberi indikasi kepada sekelompok orang, maka cara agar dapat mengidentifikasi aspek-aspek budaya yang menjadikan sekelompok orang sangat berbeda adalah dengan menelaah aspek-aspeknya sebagai berikut:

- Komunikasi dan Bahasa Sistem komunikasi verbal dan nonverbal membedakan suatu kelompok dengan kelompok lainnya. Sejumlah bangsa memiliki lima belas atau lebih bahasa utama. Meskipun bahasa nonverbal mungkin bersifat universal tetapi perwujudannya berbeda secara lokal. Hal ini tidak dapat dipungkiri bahwa alat utama komunikasi adalah bahasa. Kita dapat memulai sebuah komunikasi dengan menyapa baik melalui bahasa verbal maupun nonverbal.<sup>18</sup>

<sup>16</sup> Hafied Cangara, *Pengantar ilmu Komunikasi* (Jakarta: Rajagrafiendo Persada, 2012), hlm. 43.

<sup>17</sup> Ibid, hlm. 15

<sup>18</sup> Deddy Mulyana dan Jalaludin Rahmat, *Komunikasi Antarbudaya*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), hlm. 58.



b) Pakaian dan Penampilan Pakaian dan bentuk tubuh yang terlihat berbeda secara kultural. Misalnya ada penutup kepala khas Afrika, pakaian kimono dari Jepang, Hanbuk dari Korea Selatan dan Payung Inggris.<sup>19</sup>

c) Kepercayaan dan sikap Klasifikasi yang paling sulit adalah memastikan tema-tema kepercayaan utama sekelompok orang, dan bagaimana faktor ini beserta faktor-faktor lainnya mempengaruhi sikap mereka sendiri dan orang lain dan apa yang terjadi terhadap dunia mereka.<sup>20</sup>

d) Proses Mental dan Belajar Beberapa budaya menekankan aspek pengembangan otak dibandingkan dengan aspek lainnya. Sehingga orang-orang dapat mengamati perbedaan-perbedaan yang mencolok dalam cara orang-orang berpikir dan belajar. Kehidupan dalam suatu tempat tertentu menetapkan pahala dan hukum-hukum untuk mempelajari atau tidak mempelajari informasi tertentu dan ini ditegaskan dan diperkuat oleh budaya disana. Yang tampak universal adalah bahwa setiap budaya mempunyai proses berpikir namun setiap budaya mewujudkannya dengan cara yang berbeda.<sup>21</sup>

### 3. Youtube Nihongo Mantappu

Youtube adalah sebuah basis data berisi konten video yang mempunyai fungsi untuk mencari suatu informasi.<sup>22</sup> Youtube menjadi salah satu media sosial yang paling populer yang mana berbagai jenis konten yang spesifik di dalamnya mulai dari konten hiburan, olahraga, kesehatan, edukasi serta budaya. Nihongo Mantappu merupakan sebuah kanal Youtube yang membuat konten tentang matematika, Jepang serta budaya yang dimiliki oleh seorang Youtuber bernama Jerome Polin. Jerome adalah seorang lulusan mahasiswa dari Indonesia yang berkuliah di salah satu universitas di Jepang.<sup>23</sup> Menurut Jerome sendiri kata Nihongo memiliki arti “Bahasa Jepang” lalu kata Mantappu memiliki arti “mantap” yang kalau diucapkan dalam Bahasa Indonesia dan jika ditulis ke dalam Bahasa Jepang menjadi Mantappu. Di dalam channel tersebut Jerome tidak hanya sendiri melainkan bersama teman-temannya yang di juluki sebagai WASEDABOYS yang mana nama itu sendiri dibentuk oleh Jerome Polin saat berkuliah di Waseda University

<sup>19</sup> Ibid, hlm. 58

<sup>20</sup> Ibid, hlm. 58

<sup>21</sup> Ibid, hlm. 58

<sup>22</sup> Budi Mulyadi, Alif, ” Pengenalan Budaya Jepang Dalam kanal Youtube Nihongo Mantappu Jerome Polin”, Jurnal Fakultas Ilmu Budaya, Vol. 29 , No. 1, hlm. 47

<sup>23</sup> Ibid, hlm. 47

Jepang. Grup yang terdiri dari 4 orang ini terdiri dari Jerome Polin, Tomohiro Yamashita, Yusuke Sakazaki, dan Ryoma Otsuka.

Saat ini channel Nihongo Mantappu memiliki jumlah kurang lebih 10,1 juta ribu subscriber. Channel Nihongo Mantappu ini sudah bergabung dengan youtube pada 12 Desember 2017 dan saat ini sudah mengupload 1,1 ribu video. Pada penelitian kali ini peneliti akan membahas salah satu konten WASEDABOYS INDONESIA TRIP 14 Sehari jadi orang Jawa dan belajar budaya Jogja, dengan jumlah penayangan sebanyak 1.552.399 orang yang menonton dan mendapatkan 142 ribu jumlah like.

#### 4. Budaya Jogja

Budaya Jogjakarta adalah budaya yang sudah terikat dengan adat istiadat setempat dan Jawa merupakan salah satu budaya terlama di Indonesia. Banyak nya budaya Jogjakarta kali ini di dalam youtube Nihonggo Mantappu konten Waseda Boys sehari jadi orang jawa dan belajar budaya Jogja ada dua budaya yang ditampilkan yaitu tradisi minum teh yang dikenal dengan “Patehan” dan juga olahraga tradisonal panahan dari Jogjakarta yaitu “Jemparingan”. Jemparingan telah ada sejak masa Kerajaan Mataram dan merupakan olahraga panahan trandisional yang dahulu kala dimainkan oleh para bangsawan kerajaan dan keluarganya. Oleh Raja Mataram pada masa itu, permainan ini dijadikan sebagai perlombaan wajib dengan tujuan supaya para prajurit dapat melatih fisik, jiwa dan ketajaman konsentrasi dalam meleatkan anak panah.

Setiap negara atau golongan masyarakat memiliki kebiasaan tersendiri dalam meminum teh, begitu juga dengan Indonesia. Di Jogja sendiri kebiasaan minum teh terbagi menjadi dua, yaitu di golongan masyarakat dan di lingkungan Kraton. Tradisi minum teh yang ada di Kraton disebut Patehan.

#### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas peneliti merumuskan permasalahan dalam penelitian adalah “Bagaimanakah Model Komunikasi Antarbudaya pada Konten Waseda Boys Sehari jadi Orang Jawa dan Belajar Budaya Jogja?”

#### D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Model Komunikasi antarbudaya pada Konten Waseda Boys Sehari jadi Orang Jawa dan Belajar Budaya Jogja.



## E. Kegunaan Penelitian

### 1. Secara Akademis

Pada penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi kalangan akademik pada khususnya serta dapat sebagai bahan rujukan dan bacaan tentang bagaimana menganalisa model komunikasi antarbudaya pada kanal youtube Nihongo Mantappu ( studi kasus konten Wasedaboys seharian jadi orang Jawa dan belajar budaya Jogja ) dengan menggunakan metode model komunikasi antarbudaya Gudykusnt, dan dapat memberikan ilmu pengetahuan di bidang Ilmu komunikasi kepada mahasiswa ilmu komunikasi jurusan Broadcasting.

### 2. Secara Praktis

Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan masukan serta rujukan dan menambah informasi bagi peneliti selanjutnya. Dan juga diharapkan dapat berguna serta bermanfaat bagi masyarakat luas yang ingin mencari informasi model komunikasi antarbudaya.

### 3. Untuk Peneliti

Untuk peneliti melalui penelitian ini, diharapkan dapat menjadi orang yang mengerti tentang komunikasi antarbudaya dan dapat mengaplikasikan ilmunya serta dari hasil penelitian ini peneliti mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

## 4. Sistematika Penulisan

### BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab ini diuraikan langsung tentang latar belakang, penegasan istilah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

### BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

Pada Bab ini menguraikan tentang beberapa kajian terdahulu, beberapa landasan teori, dan konsep beserta kerangka pikir yang melandasi penulisan dengan penelitian ini.

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada Bab ini menguraikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, teknik pengumpulan data, validitas dan teknik analisa data.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang Youtube Nihongo Mantappu konten WasedaBoys sehari-hari jadi orang Jawa dan Belajar Budaya Jogja. Terkait dengan sejarah Youtube Nihongo Mantappu, penyajian data serta model komunikasi antarbudaya Gudykunts dan Kim.

## BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti mengemukakan analisis Model Komunikasi Antarbudaya pada kanal Youtube Nihongo Mantappu (Studi kasus konten WasedaBoys sehari-hari jadi orang Jawa dan Belajar Budaya Jogja).

## BAB VI PENUTUP

Bab ini menjelaskan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran terhadap Model Komunikasi AntarBudaya pada kanal Youtube Nihongo Mantappu (Studi kasus konten WasedaBoys sehari-hari jadi orang Jawa dan Belajar Budaya Jogja).

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Kajian Terdahulu

Berikut ini beberapa kajian terdahulu yang dijadikan penulis sebagai rujukan dalam melakukan penelitian.

Pertama, Jurnal “*Analisis Model komunikasi antarbudaya: Studi kasus komunikasi mahasiswa Papua dan Jawa*” Universitas Brawijaya yang disusun oleh Ima Hidayati, Darsono, Zulkarnain. Tujuan penelitian nya dalah untuk menganalisis serta menemukan model komunikasi Antarbudaya yang berlangsung diantara mereka. Metode Penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus dan teori yang digunakan model komunikasi antarbudaya Gudykuns dan Kim. Adapun hasil penelitian ada dua yang pertama, ditinjau dari aspek budaya yang mana mahasiswa Papua mengalami hambatan dalam berkomunikasi. Kedua, ada nya dua buah model yang pertama komunikasi antarbudaya mahasiswa Jawa sebagai mediator untuk beradaptasi, yang kedua model komunikasi antarbudaya mahasiswa Jawa dan Papua tanpa adanya mediator.<sup>24</sup>

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah pada subjek penelitian nya. Subjek penelitian tersebut adalah mahasiswa papua, sedangkan peneliti membahas konten Youtube sebagai alat komunikasi antarbudaya Indonesia dan Jepang. persamaan nya terletak pada objek penelitian yaitu model komunikasi antarbudaya.

Kedua, Imanuel Virginia, jurnal penelitian “*Model Komunikasi AntarBudaya Ekspatriat Guangdong Machinery Exp.Co.Ltd (GMC) Cina dengan orang Indonesia dalam rangka menjalin Kerjasama dengan orang Indonesia di Surabaya*”. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, dengan begitu Sebagian besar penelitian ini menunjukkan hasil studi yang bersifat eksploratif. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, model komunikasi antar budaya ekspatriat dari perusahaan Guangdong Machinery Imp. & Exp. Ltd. Cina dengan orang Indonesia dalam rangka menjalin Kerjasama dengan orang Indonesia di Surabaya terbangun atas faktor, yang pertama adalah penggunaan bahasa sebagai alat komunikasi verbal. Faktor kedua adalah sikap para ekspatriat ini, baik terhadap sesama ekspatriatnya maupun terhadap orang Indonesia.

---

1. Ima Hidayati, dkk, *Analisis Model Komunikasi AntarBudaya: Studi kasus Komunikasi mahasiswa Papua dan Jawa Universitas Brawijaya*, (Malang: Universitas Brawijaya, 2014), hlm.



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Penelitian ini cukup banyak memiliki persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis yaitu meneliti tentang model komunikasi antarbudaya. Namun, Immanuel menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif.

Ketiga, jurnal komunikasi yang diteliti oleh Aminullah, dkk. Yang berjudul "*Model Komunikasi AntarBudaya Etnik Madura dan Etnik Melayu*". Tujuan penelitian adalah untuk menemukan model komunikasi antarbudaya dan hambatan-hambatan komunikasi antarbudaya antara etnik Madra dan etnik Melayu di Roban, Singkawang Kalimantan Barat. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, teknik pengumpulan data menggunakan observasi, kajian dokumen, dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model komunikasi antarbudaya Madura dan Melayu yaitu saling menghormati dan menghargai adat kebiasaan etnik Madura begitu juga sebaliknya. Sedangkan faktor penghambat dalam komunikasi antarbudaya yaitu masyarakat reandahnya keinginan untuk mengikuti adat istiadat dan tradisi masyarakat setempat, serta frekuensi interaksi dengan masyarakat tergolong rendah.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis yaitu meneliti tentang model komunikasi antarbudaya, dan menggunakan teori komunikasi Gudykunst. Namun, objek penelitiannya berupa resolusi konflik sedangkan penulis akan meneliti tentang model komunikasi melalui media sosial youtube.

Keempat, jurnal ASPIKOM yang diteliti oleh Zikri Fachrul, dkk. Dengan judul "*Model Komunikasi AntarBudaya keluarga mixed marriage di wilayah Budapest-Hungaria*". Tujuan penelitian adalah untuk menemukan motif, pengalaman, makna atau komunikasi Antarbudaya yang dilakukan oleh pasangan keluarga Mixed marriage di wilayah Budapest-Hungaria. metode penelitian yang digunakan yaitu metode fenomenologi Alfred Schutz atau Husserl yang mengkaji bentuk-bentuk pengalaman orang yang mengalami secara langsung. Pengumpulan data dilakukan secara observasi, wawancara melalui media sosial atau studi Pustaka. Hasil dari penelitian menemukan model komunikasi antarbudaya para pelaku mixed marriage terkait dengan motif pengalaman, makna atau komunikasi antarbudaya yang beragam yang didasari oleh banyaknya perbedaan budaya, bahasa, pola pikir, serta ditemukan stereotip terhadap agama tertentu namun para pelaku mixed marriage dapat beradaptasi dengan situasi tersebut.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan penulis sama-sama membahas mengenai model komunikasi antarbudaya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan Zikri menggunakan teori



2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

tertentu sedangkan penulis akan menggunakan teori model komunikasi antarbudaya Gudykunst dan Kim sebagai alat analisis.

Kelima, Penelitian Daniel Kurniawan Salamoon dalam artikel yang berjudul *Instagram, Ketika Foto Menjadi Mediator Komunikasi Lintas Budaya di Dunia Maya* 14 pada tahun 2013.<sup>25</sup> Artikel ini mengkaji tentang proses komunikasi antar budaya melalui foto-foto yang diunggah di media sosial Instagram. Artikel tersebut juga menjelaskan bahwa adanya pola komunikasi lintas budaya yang baru akibat perkembangan teknologi. Pola komunikasi yang awalnya hanya bersifat nyata, sekarang ada pola komunikasi yang bersifat maya.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan penulis sama-sama membahas mengenai komunikasi antarbudaya melalui media sosial. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah Daniel meneliti media sosial Instagram sedangkan penulis akan meneliti media sosial Youtube. Dalam artikel tersebut, Daniel tidak menggunakan teori tertentu sedangkan penulis akan menggunakan model komunikasi antarbudaya Gudykunst dan Kim sebagai alat analisis.

## 2. Kajian Teori

### 1. Komunikasi

Everett M. Rogers mendefinisikan komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu sama lain, yang pada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam.<sup>26</sup> Kata komunikasi berasal dari bahasa Latin *Communicare* yang artinya memberitahukan. Kata tersebut kemudian berkembang dalam bahasa Inggris *Communication* yang artinya proses pertukaran informasi, konsep, ide, gagasan, perasaan, dan lain-lain antara dua orang atau lebih. Secara sederhana dapat dikemukakan pengertian komunikasi ialah proses pengiriman pesan atau simbol. Simbol yang mengandung arti dari seorang sumber atau komunikator kepada seorang penerima atau komunikan dengan tujuan tertentu.<sup>27</sup> Komunikasi menurut Sarah Trenholm dan Arthur Jensen (1992:8), menyatakan komunikasi adalah proses di mana manusia secara kolektif menciptakan dan meregulasikan realitas sosial (*communication is the process whereby humans collectively create and regulate social reality*). Defenisi ini menguraikan beberapa hal penting yang berkaitan dengan pengertian komunikasi sebagai berikut:

<sup>25</sup> Daniel Kurniawan Salamoon, *Instagram, Ketika Foto Menjadi Mediator Komunikasi Lintas Budaya*, (Surabaya: Universitas Airlangga, 2013)

<sup>26</sup> Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi Kesehatan* (Jakarta: Gramedia, 2004), hlm. 6.

<sup>27</sup> Susanto Aw, *Komunikasi Sosial Budaya* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 1.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- a. Komunikasi sebagai proses (*communication as process*).
- b. Komunikasi sebagai ciri khas manusia yang unik (*communication as uniquely human*).
- c. Komunikasi sebagai aktivitas kolektif (*communication as collective activity*).
- d. Komunikasi sebagai usaha kreatif (*communication as creative endeavor*).
- e. Komunikasi sebagai pengatur (*communication as regulatory*). (Trenholm dan Jensen, 1992: 8-10).<sup>28</sup>

Komunikasi adalah suatu proses memindahkan informasi atau pengertian berbentuk gagasan kepada orang lain dari seseorang.<sup>29</sup>

Dalam komunikasi, terdapat beberapa syarat agar komunikasi dapat terjadi, yakni sebagai berikut:

- a. Sumber (*Source*), yakni asal atau dasar dalam penyampaian informasi atau pesan yang bertujuan untuk memperkuat isi pesan. Terdapat beberapa sumber komunikasi, yaitu: surat kabar, buku, lembaga, pendapat dari tenaga ahli, mengunduh informasi dari jejaring seperti *Google*, jurnal internasional yang terpublikasi, dan sebagainya.
- b. Komunikator, yakni perantara yang menyampaikan pesan (penyampai pesan atau informasi) kepada pihak lain. Yang bertindak sebagai penyampai informasi ini dapat diampu oleh individu atau kelompok yang dapat bertindak sebagai penulis, pembicara, blogger, atau organisasi komunikasi seperti radio, televisi, surat kabar, majalah, media sosial, dan lain-lain.
- c. Komunikan, yakni pihak yang menerima pesan atau informasi yang berasal dari komunikator. Pelaku penerima informasi ini bisa seorang individu, kelompok, maupun organisasi.
- d. Pesan, yakni semua informasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Pesan yang disampaikan bertujuan dapat memberikan pengaruh, mengubah sikap dan perilaku orang, kelompok atau organisasi lainnya. Komunikasi yang baik adalah yang memiliki pesan untuk diterima oleh pihak lain yang berkaitan.
- e. Saluran, yakni saluran formal maupun informal merupakan media yang dimanfaatkan komunikator sebagai sarana untuk menyampaikan pesan kepada pihak lain.

<sup>28</sup> *Ibid.*, hal. 7.

<sup>29</sup> Suci R. Mar'ih Koesomowidjojo, *Dasar-dasar Komunikasi*, (Jakarta: Penerbit Bhuana Ilmu Populer, 2021), hal. 2-3.

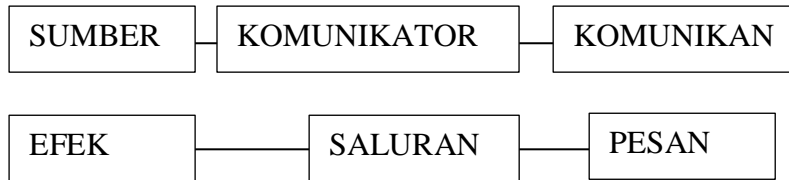




Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

- f. Efek (*effect*), yakni tahap akhir dari komunikasi yang berbentuk perubahan perilaku dan sikap dari komunikan baik individu maupun kelompok. Perubahan yang terjadi dapat sesuai atau tidak sesuai dengan harapan komunikator.<sup>30</sup>



**Tabel 1. Proses terjadinya komunikasi.**

Jadi komunikasi itu sebagai sebuah aktivitas, proses, atau kegiatan terbentuk oleh karena adanya unsur-unsur komunikasi.<sup>31</sup> Unsur-unsur komunikasi adalah sebagai berikut:

1. Komunikator  
 adalah individu atau orang yang mengirim pesan. Pesan tersebut diproses melalui pertimbangan dan perencanaan dalam pikiran. Proses dan perencanaan tersebut berlanjut kepada proses penciptaan pesan. Dengan demikian penciptaan pesan, untuk selanjutnya mengirimkannya dengan saluran tertentu kepada orang atau pihak lain.
2. Komunikan  
 Komunikan adalah penerima pesan. Sebenarnya komunikan tidak hanya sekedar menerima pesan, melainkan juga menganalisis dan menafsirkannya sehingga dapat memahami makna pesan tersebut.
1. Pesan  
 Pesan merupakan sebuah komponen yang menjadi isi komunikasi. Pada dasarnya bersifat abstrak. Untuk membuatnya konkret agar dapat dikirim dan diterima oleh komunikan.
2. Media  
 Media ialah suatu sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari seorang komunikator kepada komunikan. Terdapat dua jalan agar pesan komunikator sampai ke komunikannya, yaitu tanpa media (*nonmediated communication* yang berlangsung secara *face to face*, tatap muka), atau dengan media.<sup>32</sup>

<sup>30</sup> Ibid., hal. 3-4.  
<sup>31</sup> Effendy Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi Tori dan Praktek*.(Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006), hlm. 5.  
<sup>32</sup> Dani vardiansyah, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Bogor selatan : Ghalia Indonesia, 2004), hlm. 25

3. Efek

Efek Komunikasi adalah pengaruh yang ditimbulkan pesan komunikator dalam diri komunikannya. Terdapat tiga tataran pengaruh dalam diri komunikannya:

- a. Kognitif (seseorang menjadi tahu tentang sesuatu)
- b. Afektif (sikap seseorang terbentuk, misalnya setuju atau tidak setuju terhadap sesuatu)
- c. Psikomotorik (tingkah laku, yang membuat seseorang bertindak melakukan sesuatu).<sup>33</sup>

4. Umpan Balik

Umpan balik atau *feedback*, merupakan respon atau tanggapan seorang komunikator setelah mendapatkan terpaan pesan. Dalam komunikasi dinamis, sebagaimana diutarakan, komunikator dan momunikan terus menerus saling bertukar peran. Model adalah suatu gambaran yang sistematis dan abstrak, dimana menggambarkan potensi-potensi tertentu yang berkaitan dengan berbagai aspek dari sebuah proses.<sup>34</sup> Model dibangun agar kita dapat mengidentifikasi, menggambarkan atau mengategorisasikan komponen-komponen yang relevan dari suatu proses. Sebuah model dapat dikatakan sempurna, jika ia mampu memeperlihatkan aspek-aspek yang mendukung terjadinya sebuah proses. misalnya, dapat melakukan spesifikasi dan menunjukkan kaitan antara satu komponen dengan komponen lainnya dalam suatu proses, serta keberadaannya dapat ditunjukkan secara nyata.<sup>35</sup>

Model komunikasi adalah sebuah model konseptual untuk menjelaskan proses komunikasi manusia dan memperlihatkan proses komunikasi dengan menggunakan berbagai simbol. Model komunikasi juga merupakan suatu bentuk gambaran untuk mempermudah kita memahami fenomena. Model komunikasi diklasifikasikan dalam tiga jenis model sebagai berikut :

- a) Model komunikasi linear  
Model yang menggambarkan terjadinya komunikasi satu arah.
- b) Model komunikasi transaksional  
Model komunikasi yang pengirim dan penerima nya bertanggung jawab atas dampak dan efektivitas komunikasi.
- c) Model komunikasi interaksi

Model yang menekankan proses komunikasi dua arah diantara komunikator.

Ujang Saefullah, *Kapita Selekta Komunikasi: Pendekatan Agama dan Budaya* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), hlm. 60

Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 43.

Ibid. hlm. 44

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## 2. Model Komunikasi AntarBudaya

Komunikasi antarbudaya yaitu proses komunikasi yang melibatkan orang-orang yang berasal dari latar belakang sosial budaya yang berbeda, karenanya ikut menentukan tujuan hidup yang berbeda, juga menentukan cara berkomunikasi yang dipengaruhi oleh bahasa, aturan norma yang ada pada masing-masing budaya.<sup>36</sup> Model ini mengasumsikan dua orang yang sejajar dalam berkomunikasi, sebagai pengirim sekaligus penerima atau keduanya sebagai penyandi (encoding) dan penyandi balik (decoding).

Komunikasi antarbudaya yaitu proses komunikasi yang melibatkan orang-orang yang berasal dari latar belakang sosial budaya yang berbeda. Dalam keadaan ini komunikator dan komunikan sering dihadapkan pada kesalahan penafsiran pesan, karena masing-masing individu memiliki budaya berbeda, karenanya ikut menentukan tujuan hidup yang berbeda, juga menentukan cara berkomunikasi kita yang sangat dipengaruhi oleh bahasa, aturan dan norma yang ada pada masing-masing budaya. Dalam komunikasi antarbudaya menggunakan komunikasi verbal (bahasa) yaitu lambang terpenting yang dapat disampaikan secara langsung dengan berbicara ataupun tertulis, bahasa merupakan sarana dalam melakukan interaksi untuk mengkomunikasikan pikiran dan perasaan kita. Perbedaan persepsi tentang suatu hal dapat disepakati bersama dengan menggunakan sarana bahasa dan bahasa hanya dapat digunakan bila ada kesepakatan di antara pengguna bahasa.<sup>37</sup> Menurut Sereno dan Mortensen adalah gambaran yang ideal tentang apa yang dibutuhkan untuk berlangsungnya proses komunikasi. Model komunikasi memaparkan komponen-komponen penting dari komunikasi dan membuang bagian-bagian yang tidak perlu.<sup>38</sup>

Komunikasi antar orang yang berlatar belakang berbeda tentu memiliki problematika dalam proses komunikasi. Dengan kebiasaan-kebiasaan yang berbeda, bahkan bahasa yang berbeda, selera cita rasa makanan yang berbeda dapat membuat seseorang merasa tidak nyaman. Berikut ini adalah hambatan yang menjadi penyebab munculnya permasalahan dalam proses komunikasi antarbudaya sebagai berikut:

Persepsi Persepsi merupakan suatu situasi tertentu lebih banyak dipengaruhi oleh faktor dalam perilaku psikologi, biasanya akan selalu

Marselina lagu, "Komunikasi AntarBudaya di Kalangan Mahasiswa Etnik Papua dan Etnik Manado di universitas Sam Ratulangi Manado", e-journal acta diurnal, Vol. 5, No. 3, hlm.2.

<sup>37</sup> Ibid, 2.

<sup>38</sup> Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Cet. XIV (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 132.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengartikan apa yang diamati. Perbedaan persepsi inilah yang seri menjadi penyebab munculnya persepsi negatif terhadap kelompok lain yang memiliki latar belakang yang berbeda. Pada tataran inilah persepsi negatif menjadi kawasan problematika dalam komunikasi antarbudaya.<sup>39</sup>

B) Pola-pola pikir Dalam setiap komunikasi yang dilakukan tidak jarang terjadi benturan perbedaan pola pikir. Pola pikir yang berbeda-beda di setiap budaya kemudian menjadi pola-pola pikir yang kolektif dan kemudian inilah yang menjadi referensi atau pedoman bagi individu yang ada dalam budaya tersebut untuk bertindak dan berperilaku.<sup>40</sup>

C) Stereotipe Stereotipe sebagai pandangan umum dari suatu kelompok terhadap kelompok lainnya. Pandangan umum ini biasanya bersifat negatif. Hal ini karena pandangan yang bersifat negatif tersebut sering kali ditempelkan terhadap suatu kelompok sebagai stempel yang harus melekat tanpa melihat perubahan yang terjadi pada kelompok tersebut. Bahkan tidak jarang stempel negatif ini ditempelkan pada setiap anggota kelompok tertentu tanpa pandang bulu. Jika stereotipe ini diterapkan atau terbawa dalam komunikasi antarbudaya, maka akan menimbulkan problematika terhadap komunikasi antarbudaya tersebut.<sup>41</sup>

### 3. Model Komunikasi AntarBudaya Gudykunts dan Kim

Berdasarkan William B. Gudykunst dan Young Yun Kim, model komunikasi antarbudaya, yaitu interaksi antara individu atau kelompok yang berasal dari budaya berbeda, atau komunikasi dengan orang asing. Model ini mengasumsikan dua orang yang sejajar dalam berkomunikasi, sebagai pengirim sekaligus penerima atau keduanya sebagai penyandi (*encoding*) dan penyandi balik (*decoding*). Perspektif model proses komunikasi antarbudaya William B. Gudykunst dan Young. Model komunikasi antarbudaya adalah gambaran sederhana dari proses komunikasi yang terjadi antara satu sama lain yang memiliki latar belakang budaya berbeda. Ada beberapa model komunikasi antarbudaya yang bisa dipahami, salah satunya adalah model Gudykunts dan Kim.<sup>42</sup>

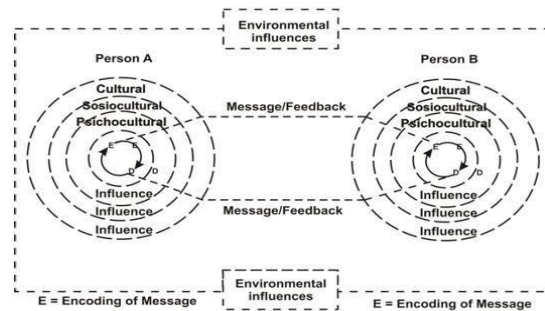
<sup>39</sup> Rini Darmastuti, *Mindfulness dalam Komunikasi Antarbudaya*, (Yogyakarta: Buku Litera, 2013), hlm 68.

<sup>40</sup> Ibid, 68

<sup>41</sup> Ibid, 68

<sup>42</sup> Ade dan Pundra, *Komunikasi Antarbudaya Panduan Komunikasi Efektif Antar Manusia Berbeda Budaya*, (Banyumas:ZahiraMedia publisher,2021),hal 14





**Gambar 1. Model proses Komunikasi Antarbudaya Gudykunts dan Kim**

Model Gudykunts dan Kim, menggambarkan proses komunikasi antarbudaya sebagai interaksi timbal balik antarindividu yang bisa berperan sebagai pengirim dan penerima pesan secara bergantian. Model ini dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti,

- (1) Faktor budaya, terdiri dari konsep nilai-nilai pandangan, norma agama, budaya, sosial dan adat istiadat yang mempengaruhi perilaku manusia.
- (2) Faktor sosial budaya, berkaitan dengan proses penataan sosial yang terbentuk dan interaksi dengan orang lain. Faktor ini berkaitan dengan konsep diri dan peran seseorang dalam masyarakat.
- (3) Faktor psikobudaya merupakan faktor berkaitan dengan penataan pribadi, seperti etnosentrisme, xenosentrisme, prasangka, stero tipe dan lainnya.
- (4) Faktor lingkungan yang terdiri dari lingkungan fisik, geografis dan sejenisnya yang mempengaruhi persepsi kita terhadap kontak budaya.<sup>43</sup>

Perkembangan teknologi dan informasi kian pesat dan kini telah menjadi bagian dari kehidupan manusia. Hal ini menyediakan peluang terhadap berlangsungnya komunikasi antarbudaya melalui internet yang terbentuk dari adanya teknologi informasi tersebut. Internet menjadi suatu sarana untuk meningkatkan komunikasi antarbudaya terhadap penyaluran respons-respons berisikan kebutuhan pengembangan dari berbagai masyarakat di seluruh belahan dunia. Seperti yang diungkapkan Dedy Mulyana bahwa fenomena komunikasi antarbudaya akan kita alami setiap saat, baik disengaja atau tidak, bahkan tanpa

meninggalkan negeri sendiri. Adapun Kelebihan dan kekurangan model Komunikasi Gudykunst dan Kim dijelaskan pada tabel berikut :

Kelebihan	Kekurangan
Memberikan Banyak Ilmu Budaya	Menyebabkan Timbul nya Kesalahpahaman
Memperluas Sikap Toleransi Antarbudaya	Menyebabkan Terjadinya Perselisihan Antarbudaya
Mempebesar Relasi Pergaulan Antarbudaya	Tidak adanya Media yang Digunakan

**Tabel 2 . Kelebihan dan Kekurangan Model Guddykunts dan kim**

Sumber: Mulyana<sup>44</sup>

#### 4. Youtube



**Gambar 3. Logo Media Sosial Youtube**

Youtube adalah sebuah situs media sosial yang memfasilitasi para penggunanya untuk mengunggah, menonton serta berbagi video maupun audio, ini menjadikan youtube menjadi salah satu platform menonton video yang paling populer. Di dalam youtube terdapat berbagai macam video seperti video tutorial, musik, vlog, animasi, berita dan masih banyak lagi. Youtube pertama kali didirikan pada 14 februari 2005 dan dibuat oleh tiga mantan karyawan *payPal* yaitu Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Kemudian pada tanggal 13

Mulyana, *Ilmu Komunikasi: suatu Pengantar*. (Bandung: PT, Remaja Rosda, 2003).



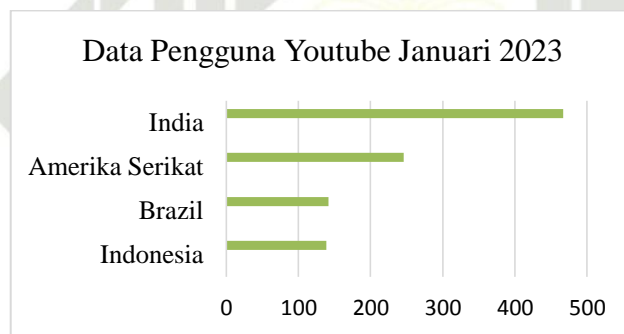
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

November 2006, Google membeli situs tersebut dengan biaya 1,65 Triliyun Dolar AS dari @Pusat yang berada di San Bruno, California.<sup>45</sup>

Video pertama yang diunggah ke YouTube berjudul “Me at the zoo”. Video yang diunggah pukul 20:27 hari Sabtu, 23 April 2005 oleh Jawed Karim, salah satu pendiri situs ini, dengan nama pengguna "jawed", yang mana pada saat itu kualitas video ini sangat rendah. Yakov Lapitsky yang merekam video tersebut di San Diego Zoo dan menampilkan Karim di depan gajah. Ia di situ menjelaskan betapa menariknya "belalai gajah yang sangat, sangat panjang". Video dengan durasi sekitar 19 detik, ini merupakan video pertama yang ada di YouTube.

Hingga saat ini youtube masih menempati peringkat kedua dalam media sosial sebagai pengguna terbanyak di dunia, setelah Facebook. Berdasarkan laporan data Business of Apps, ada sekitar 2,68 miliar pengguna Youtube aktif di seluruh dunia pada akhir Januari 2023 serta Indonesia berada di peringkat keempat dengan 139 juta pengguna Youtube aktif dan akan kemungkinan bertambah seiring dengan berjalannya waktu.



**Gambar 4. Data peringkat Pengguna Youtube Dunia**

**Sumber : Business of Apps**

Youtube adalah sebuah portal website yang menyediakan layanan video sharing. Pengguna yang telah mendaftar bisa mengunggah video miliknya ke server youtube agar dapat dilihat oleh khalayak internet di seluruh dunia. Video yang diunggah biasanya merupakan video-video pribadi para penggunanya. Bukan itu saja, bahkan dari video klip artis Hollywood, Bollywood, dan video dari seluruh mancanegara dapat ditemukan di sini.<sup>46</sup>

<sup>45</sup> Dwi, Ulfa Solikhah. Mei 2018. “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengguna Menjadi Youtube Sebagai Sumber Penghasilan”.

<sup>46</sup> Asdani Kindarto. *Belajar Sendiri Youtube*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2008), hlm. 2.





2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Youtube merupakan bagian dari layanan jejaring sosial, dan pengguna jejaring sosial ini akan berinteraksi melalui internet. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa pengguna Youtube adalah pengguna internet. Youtube adalah situs web yang menyediakan berbagai macam video mulai dari video klip sampai film, serta audio-video yang dibuat oleh pengguna youtube sendiri. Youtube memiliki beberapa manfaat bagi para penggunanya. Disamping memiliki manfaat, seperti; hiburan serta berbagi ilmu dengan mengupload bermacam-macam tutorial yang sangat berguna, Youtube juga menjadi salah satu sarana untuk memasarkan produk, dengan cara mengupload video produk atau usaha menggunakan website sehingga bisa dibilang sebagai sarana iklan gratis.<sup>47</sup>

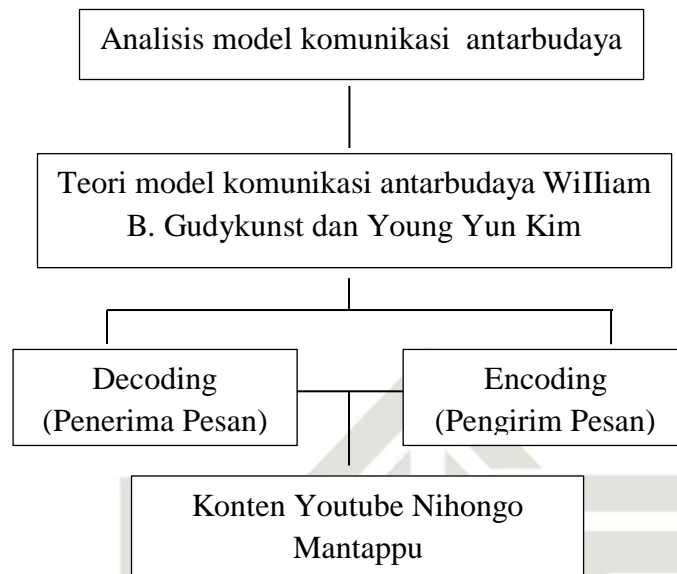
Youtube sebagai media komunikasi massa menyediakan beragam informasi dan berita yang dibutuhkan oleh setiap orang sehingga sekarang ini semua orang dipermudah dalam pencarian berita karena tidak perlu lagi jauh-jauh keluar rumah untuk membeli koran. Bukan hanya itu, youtube juga sering dijadikan sebagai hiburan karena ada banyak jenis konten video yang menghibur.

### 3.3 Kerangka Pikir

Dengan di latarbelakangi kajian teoritis, peneliti membuat sebuah kerangka berpikir yang nanti nya akan menjadi tolak ukur bagi peneliti sehingga dapat memudahkan peneliti dalam memahami kajian yang diteliti. Untuk mempermudah dan memahami kerangka pikir penelitian, maka penelitian membuat ringkasan dalam bentuk model kerangka berpikir sebagai berikut:

---

<sup>47</sup> Tri Weda Raharjo, *Respon Terhadap Merk Karena Pengaruh Gangguan Penayangan Iklan di Youtube*, (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2020), hal 8.



**Gambar 5. Kerangka pikir penelitian**

**Sumber: Nurmaisarah.<sup>48</sup>**

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

Secara harfiah, metode memiliki arti “cara”. Metode atau metodik ini berasal dari Bahasa Yunani yaitu metha yang berarti melalui atau melewati dan logos yang artinya jalan atau cara. Jadi metode dapat diartikan sebagai jalan atau prosedur yang harus dilalui untuk mencapai tujuan.<sup>49</sup> Sedangkan penelitian menurut Whitney adalah pencarian terhadap sesuatu dengan langkah-langkah yang sistematis dengan ketentuan bahwa pencarian tersebut adalah berupa masalah yang harus dipecahkan. Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa metode penelitian adalah kajian terhadap suatu teori yang membahas tentang langkah-langkah dalam melakukan penelitian.<sup>50</sup>

#### A. Jenis dan Pendekatan penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang mana menggambarkan, menganalisis berbagai kelompok budaya yang bertujuan untuk menjelaskan berbagai pola perilaku, keyakinan dan bahasa.

Penelitian ini menggunakan metode model komunikasi antarbudaya William B. Gudykunst dan Young Yun Kim yang merupakan model komunikasi antara orang-orang yang berasal dari budaya yang berlainan serta sesuai untuk komunikasi tatap muka.

#### B. Lokasi dan Waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan pada channel Youtube Nihongo Mantappu dan peneliti terlibat langsung dalam menganalisis model komunikasi antarbudaya dari video konten “Waseda Boys seharian jadi orang jawa dan belajar budaya Jogja”. Waktu yang dibutuhkan penelitian sekitar 6 bulan yang dimulai dari bulan Januari sampai Juni 2023 .

#### C. Sumber Data Penelitian

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah data dari analisis model komunikasi antarbudaya, data berupa audio dan visual serta dokumentasi. Data audio dan visual yang dimaksud adalah konten Nihongo Mantappu dengan video berdurasi 19 menit 28 detik dari media sosial youtube.

Sedangkan data sekunder peneliti menggunakan (*Library Research*) yang di maksud ini teknik pengumpulan data yang dapat

<sup>49</sup> Sugiono, Metode Penelitian Kualitatif dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2006) hlm. 2

<sup>50</sup> Sugeng Pujiliksono, Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif, (Malang: Kelompok Intrans Publishing, 2015). Hlm. 3.





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bersumber dari buku, jurnal serta website. Yang mana bertujuan mendapatkan data khususnya tentang teori analisis model komunikasi antarbudaya, ilmu komunikasi serta media sosial.

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik penelitian ini mengumpulkan data dengan cara menganalisis video konten youtube dan studi Pustaka, menggunakan analisis model komunikasi antarbudaya Gudykunts dan Kim melalui media sosial youtube berupa visual dan audio dan dokumentasi.

##### a. Analisis Model Komunikasi Antarbudaya William B. Gudykunst dan Young Yun Kim

Model komunikasi ini dapat mempresentasikan komunikasi antara siapa saja, karena pada dasarnya tidak ada dua orang di dunia ini memiliki budaya, budaya sosial, budaya psikologi yang sama persis. Model ini mengasumsikan dua orang yang sejajar dalam berkomunikasi, sebagai pengirim sekaligus penerima atau keduanya sebagai penyandi (encoding) dan penyandi balik (decoding)

##### b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang ditujukan kepada subjek penelitian. Data dapat berupa buku, laporan kerja, rekaman video dan audio, foto yang berkaitan dengan penelitian.<sup>51</sup>

Dokumentasi primer peneliti dapat menggambarkan model komunikasi antarbudaya yang ada di konten video youtube Nihongo Mantappu Waseda Boys seharian jadi orang Jawa dan Belajar budaya Jawa. Lalu data sekunder peneliti dapat sumber melalui buku-buku komunikasi antarbudaya, jurnal, skripsi, serta dari website internet.

<sup>51</sup> Sukadarrumidi, "metodologi penelitian: petunjuk praktis untuk peneliti pemula". Yogyakarta Gajah Mada, 2012, hlm. 100-101.



## E. Validitas Data

Dalam menjamin akurasi data, maka peneliti perlu melakukan validitas data. Data yang salah akan memberikan hasil yang salah pula dalam penelitian dan data yang benar akan memberikan hasil yang sesuai dengan penelitian ini sehingga dapat ditarik kesimpulan yang benar di akhir penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis validitas isi (*content validity*) yang mana penelitian ini mengandalkan kejutuan dari suatu konten yang ditinjau dari isi konten tersebut. Suatu tes dapat dikatakan valid, apabila materi konten tersebut benar-benar terisi materi representatif terhadap materi penelitian. Validitas isi dari suatu tes isi konten dapat diketahui dengan jalan membandingkan isi yang terkandung dalam setiap konten dengan tujuan khusus yang telah ditentukan.<sup>52</sup>

## F. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif digunakan bila data yang terkumpul dalam riset adalah data kualitatif. Menurut Moleong, proses analisis data kualitatif dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar foto, dan sebagainya. Setelah ditelaah, langkah selanjutnya adalah reduksi data, penyusunan satuan, kategorisasi dan yang terakhir adalah penafsiran data.

Proses analisis data kualitatif ini cukup rumit dan terjadi tumpang tindih dalam tahapannya. Untuk memudahkan, maka proses analisis data dapat diuraikan sebagai berikut:

### 1. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Reduksi data bisa dilakukan dengan jalan melakukan abstraksi. Abstraksi merupakan usaha membuat rangkuman yang inti, proses dan pernyataan-pernyataan yang perlu dijaga sehingga tetap berada dalam data penelitian. Dengan kata lain, proses reduksi data ini dilakukan oleh peneliti secara terus menerus saat melakukan penelitian untuk menghasilkan catatan-catatan inti dari data yang diperoleh dari hasil penggalan data.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), hal. 85.

Tujuan dari reduksi data ini adalah untuk menyederhanakan data yang diperoleh selama penggalan data di lapangan. Data yang diperoleh dalam penggalan data sudah tentu merupakan data yang rumit dan juga sering dijumpai data yang tidak ada kaitannya dengan tema penelitian tetapi data tersebut bercampur baur dengan data yang ada kaitannya dengan penelitian. Maka, dengan kondisi seperti ini, peneliti perlu menyederhanakan data dan membuang data yang tidak ada kaitannya dengan tema penelitian. Sehingga, tujuan penelitian tidak hanya untuk menyederhanakan data, tetapi juga untuk memastikan data yang diolah itu merupakan data yang tercakup dalam scope penelitian.<sup>53</sup>

## 2. Penyajian Data

Menurut Miles dan Huberman, penyajian data adalah sekumpulan informasi yang tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Langkah ini dilakukan dengan menyajikan sekumpulan informasi yang tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Hal ini dilakukan dengan alasan data yang diperoleh selama proses penelitian kualitatif biasanya berbentuk naratif, sehingga memerlukan penyederhanaan tanpa mengurangi isinya.

Penyajian data dilakukan untuk dapat melihat gambaran keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari gambaran keseluruhan. Pada tahap ini peneliti berupaya mengklasifikasikan dan menyajikan data sesuai dengan pokok permasalahan yang diawali dengan pengkodean pada setiap subpokok permasalahan.<sup>54</sup>

## 3. Kesimpulan atau Verifikasi

Kesimpulan atau verifikasi adalah tahap akhir dalam proses analisa data. Pada bagian ini peneliti mengutarakan kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh. Kegiatan ini dimaksudkan untuk mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan. Penarikan kesimpulan bisa dilakukan dengan jalan membandingkan kesesuaian pernyataan dari subyek penelitian dengan makna yang terkandung dengan konsep-konsep dasar dalam penelitian.<sup>55</sup>

<sup>53</sup> Ibid., hal. 122

<sup>54</sup> Ibid., hal. 123.

<sup>55</sup> Ibid., hal. 124.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN

### A. Sejarah Youtube Nihongo Mantappu



**Gambar 6. Logo Youtube Nihongo Mantappu**

Nihongo Mantappu merupakan channel youtube dari seorang mahasiswa Indonesia yang berkuliah di salah satu Universitas yang ada di Jepang, yang awalnya hanya iseng memulai petualangannya di negara Jepang dan pemilik dari channel youtube tersebut bernama Jerome Polin Sijabat. Awal mulanya di tahun 2017 Jerome sudah punya keinginan untuk membuat channel youtube nya, bahkan saat itu juga sudah memikirkan nama channel nya yaitu “Nihongo Mantappu”, kenapa dinamakan Nihongo Mantappu karena kata Nihongo sendiri mempunyai arti yaitu “Bahasa Jepang” dan kata Mantappu adalah cara orang Jepang mengucapkan kata “Mantap”. Bahkan Jerome juga sudah memikirkan sebuah kata yaitu “konjijwa” yang bakal diucapkan nya saat opening dan kata “Mantappu jiwa” untuk closing channel youtube nya.<sup>56</sup> Di dalam channel tersebut Jerome tidak sendirian melainkan bersama temannya yang bernama Kevin, Kevin dan Jerome pertama kali bertemu di sebuah acara perayaan Natal untuk orang Manado yang mana acara tersebut di selenggarakan di SRIT (*Sekolah Republik Indonesia Tokyo*), setelah sekitar satu minggu bertemu Jerome dan Kevin memutuskan untuk

<sup>56</sup> Jerome Polin, “Buku Latihan Soal Mantappu Jiwa”. ( Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2019), hlm. 174

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

shooting video pertamanya yang berisi perkenalan dan penjelasan singkat tentang bahasa Jepang.<sup>57</sup>

Jerome berpendapat bahwa melalui youtube dia bisa membagikan ilmu bahasa Jepang nya kepada teman-teman yang berada di Indonesia. Akhirnya pada tanggal 23 bulan Desember di tahun 2017 Jerome dan Kevin mengunggah video pertama mereka yang di unggah ke dalam channel youtube Nihongo Mantappu dengan judul “*Selamat Datang Di Nihongo Mantappu*” video dengan durasi sekitar 4 menit 49 detik, saat ini video nya sudah ditonton sebanyak 929.075 kali dan sudah disukai juga sebanyak 59 ribuan. Tidak hanya itu sebanyak 4,5 ribu komentar dari warga-net membanjiri konten video tersebut yang secara keseluruhan memberikan dampak positif dan meminta Jerome dan Kevin untuk membuat konten selanjutnya yang berkaitan dengan bahasa dan budaya Jepang, dan sampai saat ini opening dengan kata “*Konni Jiwa*” serta closing “*Mantappu Jiwa*” sudah tidak asing lagi bagi para penonton setia channel youtube Nihongo Mantappu.



**Gambar 7. Video Konten Pertama Nihongo Mantappu**

Tidak berselang lama di bulan Juni tahun 2018 Kevin memutuskan untuk mengundurkan diri dari Nihongo Mantappu karena berbagai alasan, ini terlihat dalam konten video yang berjudul “*Terima kasih, Kevin!*” dirilis di youtube Nihongo Mantappu pada tanggal 8 Agustus 2018, sebanyak 507.711 kali ditonton dan disukai sebanyak 31 ribu. Kabar tersebut membuat para warga-net banyak yang merasa sedih atas keputusan Kevin meninggalkan youtube Nihongo Mantappu tapi di sisi



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lain banyak juga yang mendukung kesuksesan buat Kevin untuk kedepannya.

Seiring dengan bergantinya tahun channel youtube Nihongo Mantappu sudah memiliki berbagai konten-konten video mulai dari belajar bahasa Jepang, vlog keseharian Jerome Polin di negara Jepang, Q&A Math serta ada kuis battle mahasiswa biasa nya di konten ini Jerome kerap mengundang teman-temannya yang juga berkuliah di Jepang untuk sekedar sharing pengalaman maupun berdiskusi dan yang terakhir adalah konten Jerome bersama teman-teman kuliah nya di Waseda University yang diberi nama “*Waseda Boys*”, Waseda Boys ini terdiri dari Jerome, Tomohiro, Yusuke dan yang terakhir Otsuke. Video pertama yang diunggah pada tanggal 11 agustus 2018 ini berjudul “*Belom Buka Udah Ngantri!!Ramen Terenak Di Tokyo!?*” di konten ini pertama kali nya Waseda Boys ngevlog bareng dengan konten makan ramen yang terenak di Tokyo. Hingga saat ini Waseda Boys akan melakukan berbagai konten perjalanan keliling Jepang serta ke berbagai negara yang ada di dunia dengan mempelajari perbedaan bahasa serta budaya yang ada di negara tersebut.



**Gambar 8. Video Konten Vlog Pertama dengan Waseda Boys**

Ciri khas dari Youtube Nihongo Mantappu terletak pada cara penyampaian Jerome yang santai serta tidak ketinggalan logat medok khas Jawa Timur saat Jerome berbicara dengan menggunakan bahasa Jepang. Ditambah tingkah laku Jerome, Tomo, Yusuke dan Otsuke yang sangat aktif, seru dan lucu dapat membuat penonton menikmati konten video nya, serta adanya penambahan teks atau subtitle terjemahan berbahasa Indonesia yang dapat dipahami saat menonton konten video tersebut.

Hingga saat ini jumlah subscribe Youtube Nihongo Mantappu telah mencapai 10,1 juta dan sebanyak 1,1 ribu video telah terunggah, berbagai jenis konten video yang bermula dari pengenalan bahasa serta budaya





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jepang kini bertambah battle challenge, vlog keseharian, tes matematika Nihongo, dan konten vlog travelling bersama Waseda Boys.



### Nihongo Mantappu ✓

@nihongomantappu 10,1 jt subscriber 1,2 rb video

#### Gambar 9. Tampilan kanal Youtube Nihongo Mantappu

Dilansir dari wawancara dengan liputan6.com, dalam wawancara tersebut Jerome membicarakan tentang adanya proyek besar yaitu perjalanan keliling dunia bersama Waseda Boys yang akan berangkat pada bulan Agustus dimulai dari negara Cina, Taiwan, dan Hong kong. Kemudian pada bulan Oktober dilanjutkan perjalanan ke Timur Tengah, termasuk Mesir, Dubai, Turki dan bisa juga Kenya. Serta bulan November masih melanjutkan perjalanannya ke wilayah Eropa dan perjalanan terakhir akan menuju Amerika dengan New York sebagai tujuannya. Proyek keliling dunia ini merupakan proyek terbesar bagi Waseda Boys tahun ini. Mereka memulainya sejak bulan Maret dan diperkirakan akan berakhir pada bulan Januari 2024.

*“Ini itu merupakan project paling besar di tahun ini, dan udah mulai sejak bulan maret kemarin. Perkiraanannya sih trip ini akan berakhir di bulan Januari 2024. Jadi kalau di total, durasi dari world trip ini kurang lebih hampir setahun lah, pasti bakalan seru sih tripnya. Terus pasti bakal ada culture shock atau pengetahuan baru yang akan di dapatkan, baik buat aku ataupun temen-temen yang bakal nonton juga nanti. Dan bakal ada banyak kenalan-kenalan baru juga nanti. Soalnya di tiap negara kita punya rencana untuk collab bareng, entah itu sama influencer disana, orang lokal, ataupun orang Indonesia yang ada disana,”* kata Jerome Polin.<sup>58</sup>

<https://www.liputan6.com/showbiz/read/5346963/jerome-polin-lanjutkan-project-keliling-dunia-bersama-waseda-boys-siap-kolab-dengan-konten-kreator-di-berbagai-belahan-dunia>

## B. Penyajian Data



Berdasarkan data yang disajikan dalam penelitian ini akan mengacu kepada rumusan masalah penelitian yang menanyakan bagaimana model komunikasi antarbudaya pada kanal youtube Nihongo Mantappu, yang mana proses analisis ini pengirim (encoding) dan penerima (decoding) pesan berlangsung dengan komunikasi yang setara dan juga adanya faktor konseptual yang terdiri dari faktor budaya, faktor sosial budaya. Faktor psiko budaya dan faktor lingkungan. Dari pembahasan diatas dan sesuai dengan judul, objek penelitian yang akan dianalisa adalah konten video Indonesia Trip episode 14 yang berjudul “*Waseda Boys sehari-hari jadi orang Jawa dan belajar budaya Jogja*”.



**Gambar 10. Konten Video Waseda Boys sehari-hari jadi orang Jawa**

Dari konten video tersebut menampilkan tentang Waseda Boys yang akan belajar budaya Jawa tepatnya budaya Jogjakarta. Waseda Boys sendiri terdiri dari Jerome Polin, Tomohiro Yamashita, Ryoma Otsuka, dan Yusuke Sakazaki. Video berdurasi 19 menit 29 detik ini akan menayangkan perbedaan komunikasi antarbudaya. Video opening dimulai dari Waseda Boys yang sudah berada di Hotel Ambarukmo, menariknya ciri khas dari hotel tersebut pengunjung bisa merasakan langsung dua kebudayaan tradisional yang ada di Jogjakarta. kemudian karena judul konten video nya sehari-hari menjadi orang Jawa, Waseda Boys menggunakan pakaian adat tradisional Jogja atau bahasa Jepang nya 伝統的な服 (*Dentotekina Fuku*). Sepanjang perjalanan menuju tempat belajar budaya Jogja, mereka melewati museum yang dulu nya ditinggali oleh Sultan Hamengkubuwono VII. Ada juga senjata tradisional bahasa Jepang nya 武器 (*Buki*), berupa Keris yang sudah tercatat di UNESCO (United Nations Educational Scientific and Cultural Organization). Ada juga

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak cipta

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Wayang Kulit yang merupakan seni permainan bayangan.<sup>59</sup> Ada dua budaya yang akan dipelajari oleh Waseda Boys sebagai berikut :

## 1. Jemparingan

Budaya yang pertama mereka pelajari adalah budaya Jemparingan. Jemparingan adalah olahraga panahan khas dari Kerajaan Mataram, orang pertama yang mengenalkan olahraga panahan ini adalah Sri Sultan Hamengkubuwono I (1755-1792), beliau adalah raja pertama Yogyakarta yang mendorong pengikutnya untuk belajar memanah sebagai sarana membentuk watak ksatria. Watak ksatria yang dimaksud ada empat nilai yaitu Sawiji (Konsentrasi), Greget (Semangat), Sengguh (Percaya diri), dan Ora Mingkuh (Tanggung Jawab). Pada awalnya olahraga ini hanya dilakukan dikalangan keluarga Kerajaan Mataram, dan dijadikan sebagai perlombaan di kalangan prajurit kerajaan. Namun seiring berjalannya waktu, seni memanah ini semakin diminati oleh banyak orang.<sup>60</sup>

Versi lain dari sejarah terbentuknya budaya Jemparingan yaitu bermula dari kebiasaan leluhur Mataram pada masa silam. Keahlian memanah ini digunakan untuk berburu hewan, berperang, dan juga sebagai sarana mempertahankan diri. Perlu diingat bahwa masyarakat Jogjakarta sangat setia dalam menjaga adat istiadat . sehingga, tradisi ini tetap lestari hingga masa kini.<sup>61</sup>



**Gambar 11. Budaya Jemparingan**

- <https://budaya.jogjaprovo.go.id/artikel/detaiwayang-kulit>  
<https://indonesia.go.id/kategori/keanekaragaman-hayati/931/jemparingan-seni-panahan-sli-yogyakarta-yang-sarat-arti?lang=1>  
<https://id.wikipedia.org/wiki/Jemparingan>.





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2. Patehan



Budaya yang kedua adalah Patehan, Patehan adalah tradisi meminum teh, nama Patehan sendiri berasal dari kata “teh” salah satu jenis minuman seduh. Tradisi Patehan ini menjadi bagian keraton yang bertugas menyiapkan minuman, baik untuk upacara adat maupun untuk kebutuhan sehari-hari. Cara penyajian minuman di *Patehan* tidak sederhana. Masing-masing bahan memiliki takarannya sendiri. Ada juga cara-cara khas yang diberlakukan dengan tujuan tertentu. Misalnya, tidak mengaduk-aduk teh saat menyeduhnya agar kualitas rasa tidak berkurang.<sup>62</sup>

Kebudayaan minum teh ini Jepang juga memiliki nya, upacara minum teh di Jepang disebut *sadō* (茶道) atau *chanoyu* (茶の湯). Ini adalah cara seremonial untuk menyiapkan dan menikmati teh hijau di ruang teh tradisional berlantai *tatami*. Selain menyajikan dan menerima teh, salah satu tujuan utama dari upacara minum the adalah agar para tamu dapat menikmati keramahan tuan rumah dalam suasana yang berbeda dari kehidupan sehari-hari.<sup>63</sup>



**Gambar 12. Budaya Patehan**

Dari penjelasan tentang dua budaya tersebut dapat disimpulkan, bahwa dengan adanya perbedaan budaya, masyarakat dapat memahami serta mendapatkan suatu ilmu pelajaran yang mana dari situlah dapat mempererat persaudaraan antar masyarakat. Ikatan inilah yang nantinya tumbuh agar saling menghormati dan saling menghargai satu sama lain. Artinya, tidak ada yang merasa budayanya jauh lebih baik dibanding budaya daerah lainnya.

<sup>62</sup> <https://www.kratonjogja.id/kagungan-dalem/11-patehan-tempat-minuman-keraton-yogyakarta-berasal/>.

<sup>63</sup> <https://japanesestation.com/culture/tradition/begini-sejarah-upacara-minum-teh-jepang>



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Harapan Jerome dari adanya konten Indonesia Trip Youtube Nihongo Mantappu ini yang pertama adalah orang Indonesia yang menonton bisa merasakan bahwa Indonesia itu luas dari budaya, kuliner, dan lain-lain. Dan masyarakat harus bangga sama Indonesia. Yang kedua adalah orang-orang luar negeri yang menonton, khususnya Jepang, bisa melihat keindahan Indonesia, dan suatu saat bisa berkunjung atau datang ke Indonesia. Dengan demikian, pariwisata Indonesia dapat berkembang juga.

**C. Model Komunikasi Antarbudaya Gudykunts dan Kim dalam kanal Youtube Nihongo Mantappu**

Untuk mendapatkan hasil Analisa gambaran model komunikasi antarbudaya dalam kanal Youtube Nihongo Mantappu perlu adanya menganalisa terhadap konten video kanal youtube Nihongo Mantappu “Waseda Boys seharian jadi orang Jawa dan belajar budaya Jogja”. Dari Proses dan faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi antarbudaya berdasarkan model komunikasi Gudykunst dan kim. Berikut adalah proses komunikasi antarbudaya dalam kanal youtube Nihongo Mantappu.

Judul Konten Video	Encoding 1	Decoding 1
		Encoding 2
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau Waseda Boys seharian jadi orang Jawa dan belajar budaya Jogja	Encoder : Jerome Polin (orang Indonesia) Pesan : a. ciri khas hotel ini bisa merasakan dua kebudayaan tradisonal yang berupa budaya Patehan dan satu lagi Jemparingan. b. Kita memakai baju tradisional dari Jogjakarta	Encoder a : Tomo, Ryoma, Yusuke ( orang Jepang) Pesan a: a. Oh budaya nya hampir sama seperti belajar panahan atau nama nya kyudo di Jepang. Encoder b : Maki24 (orang Jepang) b. Baju tradisonal itu seperti 伝統的な服 (Dentotekina Fuku)



<p>© Hak cipta milik UIN Suska Riau</p>	<p>yaitu Batik.</p> <p>c. Senjata keris ini mempunyai bentuk yang bergelombang seperti ini. dan alat ini digunakan buat menusuk.</p> <p>d. Sikap dalam tradisi patehan ternyata harus lembut dan sopan.</p>	<p>atau pakaian adat ya kalau di Jepang.</p> <p>Encoder c: Kimmy (orang Jepang)</p> <p>c. Jadi keris ini apa memang seperti ini dan ternyata bukan digunakan buat menusuk tapi untuk memotong ya.</p> <p>Encoder d : Rommy (orang Jepang)</p> <p>Pesan d : sebenarnya secara budaya orang asia timur masih mirip dalam kebiasaan sopan dan penggunaan bahasa yang lembut juga.</p>
---	---	--

**Tabel 2. Proses Komunikasi Antarbudaya dalam konten Waseda Boys sehari jadi orang Jawa dan belajar budaya Jogja**

Dari tabel diatas dapat di simpulkan bahwa Jerome mendominasi sebagai pengirim pesan (Encoding), ini di simpulkan bahwa sebagai pengirim pesan pertama adalah Jerome Polin sebagai pemilik dari konten youtube tersebut, Pesan yang dikirim oleh encoder 1 kemudian diterima (decoding) dan dibalas lagi (encoding) oleh penonton konten youtube Nihonggo Mantappu. Jadi sesuai dengan model komunikasi yang dipakai bahwa penerima pesan pada kanal Youtube Nihonggo Mantappu berperan sebagai decoder sekaligus encoder yang artinya pelaku komunikasi berperan dalam pengirim sekaligus penerima pesan. Dan juga model Gudykunts dan Kim ini membuat komunikasi menjadi setara.

Selain itu, dalam model komunikasi antarbudaya Gudykunst dan Kim, komunikasi antarbudaya juga dilatar belakangi oleh faktor budaya, sosiobudaya, psikobudaya dan lingkungan. Faktor budaya berkaitan dengan kemiripan dan perbedaan budaya misalnya bahasa, pandangan dunia (agama) dan sikap kita

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan n
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Jika karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

171

terhadap manusia, apakah kita harus peduli terhadap individu atau terhadap kelompok. Pengaruh sosiobudaya menyangkut proses penataan sosial. Penataan sosial ini berkembang berdasarkan interaksi dengan orang lain ketika pola perilaku menjadi konsisten dengan berjalannya waktu. Terdapat empat faktor utama yang mempengaruhinya yakni konsep diri, keanggotaan dalam kelompok sosial, ekspektasi peran dan definisi mengenai hubungan antarpribadi. Faktor psikobudaya menyangkut penataan pribadi yakni meliputi stereotipe dan sikap. Faktor lingkungan meliputi lokasi geografis, iklim, situasi arsitektural dan persepsi terhadap lingkungan tersebut.<sup>64</sup> Dalam konten “*Waseda Boys seharian jadi orang Jawa dan belajar budaya Jogja*” tersebut terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi antarbudaya menurut model Gudykunts dan Kim antara lain :

#### a) Faktor Budaya

Di dalam faktor budaya ini meliputi faktor-faktor yang menjelaskan adanya kemiripan dan perbedaan budaya, sikap, bahasa, dan lainnya. Di dalam konten “*Waseda Boys seharian jadi orang Jawa dan belajar budaya Jogja*”, terdapat adanya perbedaan serta persamaan dari dua budaya Indonesia serta Jepang seperti olahraga panahan jemparingan yang berasal dari Indonesia dan Kyudo seni bela diri Jepang yang menggunakan panahan. Lalu, adanya perbedaan bahasa yang ditampilkan dalam video konten tersebut yang mana Jerome menjelaskan kepada Waseda boys menggunakan bahasa Jepang dan Ketika menyampaikan kepada penonton Jerome Kembali menggunakan bahasa Indonesia.

#### b) Faktor Sosial Budaya

Faktor sosial budaya disini mempunyai maksud dalam adanya pengaruh yang mengangkut proses penataan sosial salah satunya adanya konsep diri. Pada konten ini ditemukan adanya komentar dari penonton konten video “*Waseda Boys seharian jadi orang Jawa dan belajar budaya Jogja*”, penonton yang berkomentar di video tersebut mengatakan bahwa mereka bangga dengan Jerome yang mengenalkan budaya Indonesia kepada teman nya yang latar budaya nya berbeda.

Dedy Mulyana, Ilmu Komunikasi Suatu Penantar (Bandung: Rosdakarya, 2011) hlm.



### c) Faktor Psiko Budaya



Faktor ini dapat mempengaruhi proses penataan pribadi serta adanya etnosentrisme yaitu menafsirkan perilaku orang lain agar berlaku sama dengan kita. Dalam konten tersebut ditemukan nya sikap dalam berkomentar yang mana sebagian menunjuk kan

### d) Faktor Lingkungan

Di konten ini penulis mengamati bahwa faktor lingkungan di konten video tersebut berbeda dengan faktor model komunikasi antarbudaya Gudykunts dan Kim, karena menurut Gudykunts dan Kim faktor lingkungan meliputi lokasi geografis, iklim, sitasi arsitektual, serta persepsi lingkungan. Melainkan adanya faktor lingkungan di dalam dunia maya di konten video "*Waseda Boys seharian jadi orang Jawa dan belajar budaya Jogja*". Faktor lingkungan dalam dunia maya meskipun tampak tidak nyata namun memang mempengaruhi berlangsungnya komunikasi. Faktor lingkungan dunia maya ini ditampilkan dalam video serta komentar dari penonton.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari Analisis Model Komunikasi Antarbudaya pada Kanal Youtube Nihongo Mantappu (Studi Kasus Konten Wasedaboys Seharian jadi Orang Jawa dan Belajar Budaya Jogja). Dapat disimpulkan bahwa dari penyajian data serta hasil penelitian ditemukan adanya kesetaraan dalam berkomunikasi. Yaitu saling bertukar pesan informasi baik dari pengirim (Encoding) dan penerima (Decoding) pesan. Kesetaraan komunikasi disini juga terkait dengan teori model komunikasi antarbudaya Gudykunts dan Kim yang menjadi teori penelitian oleh penulis, faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi antar budaya seperti faktor budaya, sosial budaya, psikobudaya, dan lingkungan dalam video pengenalan budaya ini dapat terlihat dari sikap skeptikal yang ditunjukkan oleh Waseda Boys dalam setiap video konten yang memperkenalkan budaya-budaya di Indonesia. Model komunikasi antarbudaya dalam channel youtube Nihongo Mantappu berupa komunikasi yang setara. Artinya encoder dan decoder saling bertukar pesan. Namun, komunikasi yang terjadi dalam channel youtube Nihongo Mantappu cenderung statis karena pertukaran pesan hanya sampai pada encoder 3. Model komunikasi dalam channel youtube Nihongo Mantappu juga dipengaruhi oleh faktor budaya, sosiobudaya, psikobudaya dan lingkungan. Faktor budaya yakni perbedaan dan persamaan antara budaya Indonesia dan Jepang, faktor sosial budaya berupa konsep diri orang Indonesia dan Orang Jepang pada saat berkomunikasi, faktor psikobudaya berupa stereotipe dan sikap orang Indonesia terhadap orang Jepang maupun sebaliknya dan faktor lingkungan berupa lingkungan dunia maya.

#### B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki kekurangan maka dapat di berikan saran pada konten video tersebut Jerome menerangkan kepada Tomo, Ryoma, Yusuke serta kepada penonton tentang pengenalan budaya Jogjakarta yang ada di salah satu Hotel yang berada di Jogjakarta. Alangkah baiknya dalam mempelajari suatu budaya tidak hanya disitu saja akan tetapi, mencoba lebih banyak lagi budaya-budaya yang berada di Jogjakarta seperti mengunjungi peninggalan sejarah, budaya tarian, musik, kuliner,

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



dan lain-lain. Agar penonton yang berasal dari luar Indonesia khusus nya Jepang dapat dan bisa melihat keindahan budaya Indonesia dari konten video yang disajikan dalam youtube Nihongo Mantappu lain nya. Dan kendala dalam berkomunikasi disini agak nya dapat ditingkatkan lagi supaya tidak terjadi adanya kesalah pahaman dalam menyampaikan informasi atau pesan kepada orang lain.



UIN SUSKA RIAU



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## DAFTAR PUSTAKA

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. **Buku:**  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak cipta dilindungi Undang-Undang  
 UIN Suska Riau  
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- dan Pundra, *Komunikasi Antarbudaya Panduan Komunikasi Efektif Antar Manusia Berbeda Budaya*, (Banyumas: Zahira Media publisher, 2021).
- Liliwari, *Dasar-dasar Komunikasi Antarbudaya*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013).
- Sani Kindarto. *Belajar Sendiri Youtube*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2008).
- Nani vardiansyah, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Bogor selatan : Ghalia Indonesia, 2004).
- Pedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010).
- Effendy Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi Tori dan Praktek*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006).
- Hafied Cangara, *Pengantar ilmu Komunikasi* (Jakarta: Rajagrafiendo Persada, 2012).
- Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012).
- Melaluddin, Hengki Wijaya, “*Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktik edisi pertama*”. ( Jakarta: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2019).
- Merome Polin, “*Buku Latihan Soal Mantappu Jiwa*”. ( Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2019).
- Marhaeni Fajar, *Ilmu Komunikasi & Praktek Edisi Pertama*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009).
- Nikmah, *komunikasi lintas Budaya*, (Surabaya: CV. Putra Media Nusantara, 2019).
- Suci R. Mar’ih Koesomowidjojo, *Dasar-dasar Komunikasi*, (Jakarta: Penerbit Bhuna Ilmu Populer, 2021).
- Susanto Aw, *Komunikasi Sosial Budaya* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010).
- Tri Weda Raharjo, *Respon Terhadap Merk Karena Pengaruh Gangguan Penayangan Iklan di Youtube*, (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2020).
- Ujang Saefullah, *Kapita Selekt Komunikasi: Pendekatan Agama dan Budaya* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007).
- Walija, *Bahasa Indonesia dalam perbincangan*, (Jakarta: IKIP Muhammadiyah Jakarta Press, 1996).



Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi Kesehatan* (Jakarta: Gramedia, 2004).

#### Jurnal:

Abdul Karim, "Komunikasi AntarBudaya Di Era Modern", *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol .3, No.2, 2015.

Sudi Mulyadi, Alif," *Pengenalan Budaya Jepang Dalam kanal Youtube Niongo Mantappu Jerome Polin*", *Jurnal Fakultas Ilmu Budaya*, Vol. 29 , No. 1.

Daniel Kurniawan Salamoon, *Instagram, Ketika Foto Menjadi Mediator Komunikasi Lintas Budaya* , (Surabaya: Universitas Airlangga, 2013).

Gabby Thanissia, dkk, "Perancangan Buku Tentang Tradisi Patehaan di Kraton Jogjakarta", *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, Vol. 5 , No. 1.

Ima Hidayati, dkk, *Analisis Model Komunikasi AntarBudaya: Studi kasus Komunikasi mahasiswa Papua dan Jawa Universitas Brawijaya*, (Malang: Universitas Brawijaya, 2014).

Marselina lagu, "Komunikasi AntarBudaya di Kalangan Mahasiswa Etnik Papua dan Etnik Manado di universitas Sam Ratulangi Manado", *e-journal acta diurnal*, Vol. 5, No. 3.

Rudolf, Apri, Ely,"*Aplikasi pengenalan Budaya Jawa Tengah menggunakan Virtual reality Berbasis Android*", *Jurnal of DINDA*, Vol. 1, No.2.

Wahidah,"*Komunikasi AntarBudaya:Berbagi Budaya Berbagi Makna*".*Jurnal Farabi*, Vol.10, No.1, 2013.

#### Skripsi:

Al Sahidah, *Komunikasi Antarbudaya melalui Media Sosial ( Analisis Model Komunikasi Antarbudaya Gudykunts dan Kim dalam Channel Youtube Bandung Oppa )*, *Skripsi* (Purwekerto: IAIN Purwekerto, 2021).

Nurmaisarah, *Komunikasi Lintas Budaya dalam Iklan Youtube (Analisi Semiotika Representasi Budaya Tionghoa dalam Iklan Youtube Bukalapak Emang Cincai*, *Skripsi* (Medan: Universitas Sumatra Utara, 2017).

<https://budaya.jogjaprovo.go.id/artikel/detaiwayang-kulit> diakses pada tanggal 2 Juli pada pukul 02:10 WIB

<https://codepolitan.com/blog/apa-itu-encoding-obfuscation-hashing-dan-encryption> diakses pada tanggal 2 Juli pada pukul 02:10 WIB

<https://id.wikipedia.org/wiki/Jemparingan> diakses pada tanggal 24 Juni pada pukul 01:28 WIB





UIN SUSKA RIAU

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<https://indonesia.go.id/kategori/keanekaragaman-hayati/931/jemparingan-seni-panahan-asli-yogyakarta-yang-sarat-arti?lang=1> diakses pada tanggal 24 Juni pada pukul 01:16 WIB

<https://japanesestation.com/culture/tradition/begini-sejarah-upacara-minum-teh-jepang> diakses pada tanggal 24 Juni pada pukul 01:26 WIB

<https://lms-paralel.esaunggul.ac.id> diakses pada tanggal 2 Juli pada pukul 02:10 WIB

<https://www.kratonjogja.id/kagungan-dalem/11-patehan-tempat-minuman-keraton-yogyakarta-berasal/>. diakses pada tanggal 2 Juli pada pukul 02:15 WIB

<https://www.liputan6.com/showbiz/read/5346963/jerome-polin-lanjutkan-project-keliling-dunia-bersama-waseda-boys-siap-kolab-dengan-konten-kreator-di-berbagai-belahan-dunia> diakses pada tanggal 3 Juli pada pukul 01:46 WIB

<https://www.viva.co.id/showbiz/gossip/1617901-merayakan-budaya-dunia-jerome-polin-dan-waseda-boys-akan-lakukan-world-trip> diakses pada tanggal 10 Juli 2023 pada pukul 01:16 WIB

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

## BIOGRAFI PENULIS



**Winda Eka Prasetyaningsih**, lahir pada 29 Agustus 1998 di Malang, Jawa Timur. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara oleh pasangan Bapak Hari Prasetya dan Ibu Winarsih. Penulis pertama kali menempuh pendidikan di TK Raudhatul Athfal Darussalam, Kecamatan Batu Aji, Kota Batam dan lulus pada tahun 2004. Penulis kemudian melanjutkan pendidikan Sekolah Dasar Islam Terpadu Darussalam 01 Batu Aji, Kota Batam dan lulus pada tahun 2010. Dan melanjutkan jenjang pendidikan berikutnya ke Sekolah Menengah Pertama Negeri 27 Sagulung, Kota Batam, dan lulus pada tahun 2013. Di tahun itu juga, penulis melanjutkan pendidikan menengah atas di Madrasah Aliyah Negeri Batam dan lulus pada tahun 2016.

Setahun setelah kelulusan, penulis melanjutkan pendidikan nya dan dinyatakan lulus menjadi Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Penulis mengenyam pendidikan selama tujuh tahun, dimunaqasahkan dalam Sidang Panitia Ujian Sarjana (S1) Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada 15 Juli 2023. Penulis dinyatakan LULUS dengan judul skripsi **“ANALISIS MODEL KOMUNIKASI ANTARBUDAYA PADA KANAL YOUTUBE NIHONGO MANTAPPU (STUDI KASUS KONTEN WASEDABOYS SEHARIAN JADI ORANG JAWA DAN BELAJAR BUDAYA JOGJA)”** dan resmi menyandang gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom). Penulis menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan baik dan mengucapkan rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa serta kepada berbagai pihak yang berkontribusi dalam penyelesaian skripsi tersebut.

- Hak
1. Dengan mengangap sebagai etika dan menghormati hak-hak penulis dan tidak mencantumkan dan menyalin atau menyalin sumber.
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.