

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

YouTube merupakan media sosial yang populer di kalangan anak muda untuk mengakses berbagai konten video (Setiadi, Azmi, dan Indrawadi, 2019: 313). YouTube telah menjadi salah satu platform media paling berpengaruh dan populer di era digital saat ini, memberikan akses yang luas terhadap informasi, hiburan, dan peluang berbagi konten kepada miliaran pengguna di seluruh dunia. Popularitas YouTube salah satunya adalah terkait dengan fakta bahwa konten di media digital dalam bentuk video sedang menjamur (Nielsen, 2016; Vollmer, 2017; We Are Social, 2017). Salah satu manfaat YouTube adalah dari YouTube semua orang dapat melihat budaya luar yang berbeda dari budaya di negaranya sendiri. Konten budaya autentik konten kreator dari berbagai belahan dunia dapat mengunggah video yang menampilkan budaya mereka secara autentik, seperti kebiasaan sehari-hari, tradisi, makanan, kesenian, dan lain-lain. Ini memungkinkan penonton untuk melihat budaya luar secara langsung dari perspektif orang-orang yang hidup di dalamnya.

Budaya adalah kata yang cukup rumit dan sering diperdebatkan karena konsep ini tidak mewakili sebuah entitas yang berdiri terpisah dari dunia objek objek. Menurut Lebra (1976:42), kebudayaan adalah serangkaian simbol-simbol abstrak, umum, atau ideasional dan perilaku adalah serangkaian gerak organisme yang bertenaga, bersifat khusus dan bisa diamati. Dalam hal ini, perilaku adalah manifestasi dari budaya atau kebudayaan yang memberi arti bagi manusia tersebut. Orang-orang di dalam daerah tersebut kemudian selalu berperilaku dan melekatkan apa yang menjadi kebiasaannya di daerahnya sehingga kebiasaan tersebut dapat mencerminkan budayanya sendiri dimanapun ia akan berada nantinya. Hal itulah yang menyebabkan seseorang ketika pergi meninggalkan daerah asalnya budayanya pun akan ikut melekat.

Menurut Rogers, dan Steinfatt (1999: 79), kemampuan berkomunikasi antar budaya merupakan kemampuan seseorang untuk bertukar informasi secara efektif dan tepat dengan orang yang berlatar belakang budaya berbeda. Lingkup kehidupan mencakup pandangan hidup, agama, etika, norma hukum, teknologi, sistem pendidikan, dan hasil kebudayaan yang bersifat materi maupun non materi.

Dari paparan budaya yang berbeda melalui konten YouTube, seseorang terpapar dengan budaya yang sangat berbeda dari budaya mereka sendiri. Hal-hal seperti ini membuat seseorang dapat mengalami pertukaran budaya atau *Cross YouTube*. Pertukaran budaya atau *Cross Cultural* sebagai , dan transaksi pesan antara individu atau kelompok yang ng budaya yang berbeda, seperti ras, etnis, bahasa, agama, a komunikasi, dan persepsi terhadap realitas. Menurut William ung Yun Kim dalam bukunya "*Communicating with Strangers*" *Cultural* melibatkan proses transaksi pesan dimana pengirim



pesan adalah anggota suatu budaya dan penerima pesannya adalah anggota budaya lain.

Perkembangan teknologi informasi saat ini telah memunculkan budaya-budaya populer di kalangan masyarakat global, termasuk masyarakat Indonesia. YouTube, sebagai media hiburan alternatif baru, mampu menempatkan dirinya sebagai platform yang sangat penting, sehingga keberadaannya dapat dikategorikan sebagai sumber penghasilan bagi sebagian masyarakat. YouTube, yang pada dasarnya merupakan media baru sebagai saluran informasi dari seluruh dunia, terbukti tidak hanya mampu menjadi media penyampaian pesan yang cukup efektif, tetapi juga sumber mata pencaharian bagi mereka yang memanfaatkan media ini sebagai lahan penghasil uang. Eksistensi, keuntungan, dan popularitas inilah yang tampaknya memunculkan fenomena baru di kalangan masyarakat dalam dunia hiburan dan media baru di tanah air. Platform media tersebut bertransformasi menjadi saluran investasi sekaligus eksistensi dan popularitas instan bagi anak muda di Indonesia.

Pada platform YouTube, banyak orang yang dapat memamerkan kemahiran berbahasa mereka, misalnya saat seseorang menguasai beberapa bahasa seperti Jerome Polin Sijabat, yang lebih dikenal sebagai Jerome. Remaja kelahiran 2 Mei 1998 itu memulai kariernya sebagai YouTuber pada tahun 2016 dengan iseng membuat *vlog* saat bermain di Dufan. Setelah itu Jerome melanjutkan membuat konten edukasi belajar bahasa Jepang dan Matematika. Selain menguasai bahasa Indonesia dan bahasa Inggris, Jerome juga mahir dalam bahasa Jepang yang dikuasainya ketika diterima di Universitas Waseda, Jepang dengan beasiswa.

Selama di Jepang, Jerome memulai kanal YouTube-nya sendiri bernama Nihonggo Mantappu. Awalnya kanal ini digunakan untuk belajar bahasa Jepang, namun berkembang menjadi kanal yang menampilkan keseharian Jerome bersama teman-temannya dari Jepang, yaitu Otsuka, Tomo, dan Yusuke. Kanal YouTube Nihonggo Mantappu kini mencapai 10,4 juta *subscriber* dan 1,3 ribu video yang rutin diuploadnya setiap hari. Nihonggo Mantappu memiliki 15 *playlist* yang berbeda, mulai dari belajar bahasa Jepang, Tes matematika, World Trip, Goes to school, hingga *Behind The Scene* Nihonggo Mantappu.





**Gambar 1. 1 Kanal YouTube Nihongo Mantappu
(Sumber : Kanal YouTube Nihongo Mantappu diperoleh pada 16/03/2024)**

Nihongo Mantappu memiliki tema budaya yang unik. Berbeda dengan tema budaya lainnya yang hanya memfokuskan ke satu tema saja. Nihongo Mantappu dihiasi dengan konten fakta, analisis dan solusi atas permasalahan faktual negara baik bidang politik, ekonomi, sosial sampai tema budaya yang banyak dimuat dalam kanalnya. Kanal ini pertama kali mengunggah videonya pada tanggal 23 Desember 2017. Pada awalnya Jerome membuat kanal ini bersama temannya yang bernama Kevin, namun seiring berjalannya waktu Kevin mengundurkan diri dari Nihonggo Mantappu dan Jerome melanjutkan kontannya di Jepang sendirian hingga akhirnya bertemu dengan Waseda Boys. Jerome mengatakan bahwa ia dan Kevin menamakan kanal ini Nihonggo Mantappu karena Nihonggo adalah Bahasa Jepang dari "Bahasa Jepang," dan Mantappu adalah cara orang Jepang mengucapkan kata "Mantap."

Nihongo Mantappu memiliki konten yang edukatif dan menarik serta gaya penyampaian yang menyenangkan dan lucu mampu menaikkan namanya sebagai content creator yang mengedukasi. Saat ini Jerome telah memiliki jutaan suscriber pada kanal YouTubanya yang berhasil mencapai 10,4 juta *subscribers* dalam kurunwaktu tujuh tahun. Meskipun bukan dari kalangan artis, kanal Nihongo Mantappu dapat menarik lebih dari satu juta *subscribers* dalam waktu singkat.

Kanal Nihonggo Mantappu juga memberikan pengaruh kepada *viewers* nya tentang budaya Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya *subscribers* *Nihonggo Mantappu* sebanyak 10,4 juta dan *viewers* nya mencapai 1.748.496. Sehingga kanal ini menjadi salah satu media yang digunakan untuk bertukar budaya.

anggapan positif dari *viewers* kanal Nihonggo Mantappu yang anggapan positif tentang konten YouTube Nihongo Mantappu.





Gambar 1. 2 Komentar positif viewers tentang konten Nihonggo Mantappu Sumber Kanal YouTube Nihonggo Mantappu Diakses pada 28/05/24)

Salah satu *playlist* dalam kanal YouTube Nihonggo Mantappu yang menarik perhatian peneliti adalah Waseda Boys World Trip. Waseda Boys World Trip berisi 88 video, namun peneliti hanya mengambil beberapa video yang menurut peneliti terdapat aspek *Ibunka rikai (Cross Cultural)* di dalamnya. Dalam *playlist* tersebut menampilkan Waseda Boys ketika melakukan trip keliling 21 negara seperti Thailand, Bangkok, Vietnam, India, China, Hongkong, Taiwan, Turki, Dubai, Yunani, London, Spanyol, Italia, Vatikan, Milan, Prancis, Belanda, Swiss, New York, dan Amerika. Kemudian dalam penelitian ini memunculkan sebuah masalah yaitu bagaimana bentuk-bentuk aspek *Ibunka rikai (Cross Cultural)* yang direpresentasikan oleh Waseda Boys dalam konten video mereka di kanal YouTube Nihonggo Mantappu. Hal ini menjadi salah satu alasan kuat penulis ingin melakukan penelitian terkait Analisis aspek *Ibunka rikai (Cross Cultural)* oleh Waseda Boys dalam kanal YouTube NihonggoMantappu.

Dari hasil pengamatan yang telah dilakukan peneliti, terdapat banyak pembahasan mengenai *Ibunka rikai (Cross Cultural)*, maupun mengenai kanal YouTube Nihonggo Mantappu baik dalam bentuk karya tulis seperti jurnal, buku, hingga skripsi dengan berbagai pendekatan. Berikut ini merupakan beberapa penelitian terdahulu yang relevan terkait penelitian aspek *Cross Cultural* Dalam Konten YouTube Nihonggo Mantappu *playlist* Waseda Boys World Trip. Penelitian pertama oleh Besse Mutmainnah Deru pada Tahun 2022 Universitas Hasanuddin Fakultas Ilmu Budaya, dengan judul penelitian Representasi Budaya Jepang Dalam Kanal YouTube Nihonggo Mantappu oleh Jerome Polin (Studi Analisis Konten Nihonggo Mantappu). Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan representasi budaya Jepang oleh Jerome Polin dalam kanal YouTube dan menjelaskan apakah representasi Jerome Polin hanya merupakan fakta yang disajikan secara kritis mengenai budaya Jepang yang disajikan dalam kanal YouTube Nihonggo Mantappu. Dari hasil penelitian terdahulu dikategorikan lima tema budaya Jepang dalam *vlog* kanal



Nihongo Mantappu yakni makanan, rumah tradisional, ekonomi, teknologi, dan transportasi yang kemudian direpresentasikan oleh Jerome Polin. Dari kelima tema budaya Jepang yang kemudian di analisis oleh penulis berdasarkan *vlog* video yang diunggah dalam kanal Nihongo Mantappu dapat memberikan pengaruh terhadap para viewers-nya untuk mengikuti gaya hidup atau pun budaya masyarakat Jepang yang banyak ditampilkan dalam beberapa media sosial utamanya pada anak muda di Indonesia. Adapun penelitian ini menjadi relevan karena memiliki objek penelitian yang sama yaitu Kanal YouTube Nihongo Mantappu.

Penelitian kedua oleh Andi Ainun Fathira pada Tahun 2022, Universitas Hasanuddin, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dengan judul Analisis Resepsi Kanal YouTube Nihongo Mantappu Sebagai Media Edukasi dan Traveling. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemaknaan khalayak terhadap konten edukasi dan travel yang diterima oleh penonton atau pengikut kanal YouTube tersebut melalui konten *vlog* yang dilakukan oleh Jerome Polin, serta untuk mengeksplorasi pengetahuan khlayak tentang budaya Jepang yang dikemas dalam bentuk travel *vlog*. Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif dan teori Analisis Resepsi Stuart Hall yang dibagi menjadi tiga yaitu, Hegemoni Dominan, Negosiasi, dan Oposisi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemaknaan yang dilakukan oleh informan menghasilkan jawaban yang beragam. Para informan menerima begitu banyak pesan dari berbagai konten yang ada. Adapun penelitian ini menjadi relevan karena objek pembahasan yang sama yaitu Kanal YouTube Nihongo Mantappu.

Penelitian ketiga dengan judul Dampak Budaya Asing Pada Gaya Hidup Remaja Kota Makassar oleh Nur Islamiah, universitas UIN Alauddin Makassar pada tahun 2015. Penelitian ini mengkaji sejauh mana budaya asing membawa dampak negatif pada gaya hidup remaja Kota Makassar. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui: 1). Kecenderungan gaya hidup remaja Kota Makassar. 2) Upaya dalam meminimalisir dampak negatif budaya asing yang terjadi pada remaja Kota Makassar. Hasil penelitian ini menggambarkan tentang dampak negatif budaya asing terhadap kecenderungan gaya hidup remaja kota Makassar menurut pandangan Masyarakat. Adapun penelitian ini menjadi relevan karena sama-sama membahas terkait dampak budaya asing dimana budaya asing sebagai pola komunikasi, perilaku, kepercayaan, nilai-nilai, dan asumsi-asumsi yang dianut oleh kelompok budaya lain yang berbeda dengan budaya seseorang. Penelitian keempat oleh Meliana Pratiwi, Sigit Surahman, Annisarizki dengan judul penelitian *Cross Cultural* Generasi Milenial dalam Film “*My Generation*” dari Program Studi Ilmu s Ilmu Sosial, Ilmu Politik, dan Ilmu Hukum Universitas elitian ini bertujuan untuk menggali tanda-tanda yang *Cross Cultural* generasi milenial dalam film “*My Generation*” rianto. Dari penelitian ini ditunjukkan bahwa *Cross Cultural* presentasikan dengan berbagai scene yang menggambarkan ter yang berbeda dari generasi sebelumnya. *Cross Cultural* unjukkan dalam perbedaan norma sosial yang tidak peduli



terhadap nilai kesopanan, stereotipe generasi milenial, perbedaan perspektif hidup yang cenderung bebas atau liberal, lebih luas, terbuka serta berani menunjukkan perbedaan, dan pola pikir yang kuat dan optimis. Adapun penelitian ini menjadi relevan dengan penelitian sebelumnya karena sama-sama membahas tentang *Cross Cultural* meskipun dengan objek penelitian yang berbeda. Penelitian ini juga menggunakan metode analisis pendekatan deskriptif kualitatif serta paradigma konstruktivis. Teori yang dipakai adalah teori representasi Stuart Hall.

Berdasarkan yang telah peneliti paparkan di atas, dapat dipahami bahwa penelitian mengenai pertukaran budaya telah banyak dilakukan sebelumnya, namun penelitian ini memiliki beberapa perbedaan pada penelitian sebelumnya. Perbedaan utama dalam penelitian ini dengan penelitian pertama adalah perbedaan objek yang digunakan serta tujuan penelitian yang berbeda pula. Selanjutnya pada penelitian kedua, terdapat perbedaan dalam permasalahan yang akan diteliti, meskipun menggunakan objek penelitian yang sama yaitu Kanal YouTube Nihongo Mantappu. Pada penelitian ketiga juga terdapat perbedaan yaitu dalam fokus pembahasan penelitian. Sementara pada penelitian keempat memiliki perbedaan objek penelitian, meskipun membahas fokus yang sama yaitu *Cross Cultural*. Dalam penelitian ini, peneliti memutuskan untuk memfokuskan objek penelitian pada Kanal YouTube Nihongo Mantappu, menggunakan teori Co-cultural Communication oleh Mark Orbe dan metode deskriptif kualitatif. Pendekatan ini meliputi pengumpulan data berupa cuplikan dalam *vlog* Waseda Boys World Trip Kanal YouTube Nihongo Mantappu.

Setelah melakukan identifikasi permasalahan pada objek yang akan dibahas, maka dapat ditemukan beberapa masalah yang berasal dari objek yang akan diteliti, yaitu mengapa aspek *ibunka rikai (Cross Cultural)* dapat muncul ketika Waseda Boys melakukan trip keliling dunia. Waseda Boys banyak menemukan budaya-budaya yang berbeda dengan budaya Jepang dan direpresentasikan dalam bentuk *vlog* dalam Kanal YouTube Nihongo Mantappu. Selain itu, peneliti juga akan lebih dalam meneliti mengenai apa saja aspek *ibunka rikai (Cross Cultural)* yang dialami Waseda Boys dalam *Playlist* Waseda Boys World Trip.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah ditulis di atas, peneliti tertarik untuk menganalisis permasalahan dalam Kanal YouTube Nihongo Mantappu *Playlist* Waseda Boys World Trip dengan rumusan masalah apakah aspek *ibunka rikai (Cross Cultural)* terdapat dalam konten video Waseda Boys di kanal YouTube Nihongo Mantappu dan apa saja bentuk aspek *ibunka rikai (Cross Cultural)* yang ditemukan oleh Waseda Boys dalam konten video mereka di kanal



antappu.

Peneliti juga akan menggunakan beberapa jurnal, skripsi, buku, dan rujukan dalam melakukan penelitian ini yang masih berhubungan dengan objek penelitian. Dalam mengkaji dan menganalisis *Playlist* World Trip peneliti hanya akan berfokus pada aspek-aspek *ibunka rikai* yang direpresentasikan oleh Waseda Boys selama melakukan trip di beberapa

1.2 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah terdapat aspek *Ibunka rikai* (lintas budaya) dalam konten video Waseda Boys di kanal YouTube Nihongo Mantappu dan apa saja bentuk aspek *Ibunka rikai* yang ditemukan oleh Waseda Boys dalam konten video mereka di kanal YouTube Nihongo Mantappu. Adapun manfaat dari penelitian ini, yaitu memberikan informasi kepada pembaca mengenai bagaimana aspek *Ibunka rikai* direpresentasikan dalam konten *vlog* Waseda Boys World Trip kanal YouTube Nihongo Mantappu. Dan juga memberikan informasi kepada pembaca mengenai bagaimana bentuk-bentuk *Ibunka rikai* direpresentasikan oleh Waseda Boys dalam konten *vlog* Kanal YouTube Nihongo Mantappu.

Dalam konteks pendidikan, penelitian ini menawarkan berbagai manfaat praktis yang dapat diimplementasikan dalam sistem pembelajaran. Analisis terhadap aspek makanan, sistem pendidikan, dan tradisi atau adat istiadat dari berbagai negara yang dieksplorasi oleh Waseda Boys dapat menjadi sumber referensi yang kaya untuk pengembangan materi pembelajaran lintas budaya. Penggunaan platform YouTube sebagai medium pembelajaran menunjukkan bagaimana teknologi digital dapat dimanfaatkan secara efektif untuk memfasilitasi pemahaman antarbudaya dan menciptakan pengalaman pembelajaran yang lebih *engaging* bagi generasi *digital native*.



BAB II

TINJUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Landasan teori dapat diartikan sebagai dasar atau fondasi konseptual yang menjadi pijakan untuk memahami dan menjelaskan suatu fenomena atau masalah penelitian. Landasan teori berisi hasil telaah dari berbagai referensi yang tersedia dalam bentuk fisik maupun secara daring yang memuat teori, temuan, serta pemikiran para ahli terkait isu atau persoalan yang dikaji dalam suatu penelitian. Menurut Sugiyono (2010: 54) bahwa landasan teori adalah alur jalur pikiran yang masuk akal dan merupakan serangkaian konsep, definisi, dan proporsi yang disusun secara sistematis.

2.1.1 Teori Co-Cultural Communication

Co-cultural communication adalah sebuah konsep dalam komunikasi lintas budaya yang merujuk pada pola komunikasi dan negosiasi identitas olehkelompok-kelompok yang kurang beruntung atau termarginalkan dalam masyarakat dominan. Teori *co-cultural* dikemukakan oleh Mark Orbe. *Co-cultural* merupakan pemikiran teoritik yang menjelaskan tentang perlunya kesetaraan budaya. Mark Orbe dan kawan-kawan memilih kata *co-cultural* daripada terminology *subcultural*, *subordinate*, dan *minority*, karena istilah *co-cultural* ingin menunjukkan bahwa tidak ada satu pun budaya dalam masyarakat yang lebih unggul terhadap budaya yang lain. Teori *co-cultural* dilandasi oleh pemikiran teoritik Muted Group (Cheris Kramarae) dan Standpoint. Teori Muted Group (Miller, West & Turner, 2007) menjelaskan bahwa bahasa memberikan kepada para penciptanya (dan orang yang mempunyai kelompok yang sama seperti penciptanya) kondisi yang lebih baik daripada orang dari kelompok lain yang harus mempelajari menggunakan bahasa sebaik yang mereka bisa. Kelompok yang dibisukan menciptakan bahasa mereka sendiri untuk mengkompensasikan persoalan-persoalan mereka.

Fokus dari teori *co-cultural* adalah memberikan sebuah kerangka dimana para anggota *co-cultural* menegosiasikan usaha-usaha untuk menyampaikan suara diam mereka dalam struktur masyarakat dominan. Ada dua premis teori, yaitu pertama, para anggota kelompok *co-cultural* di dalam struktur masyarakat dominan. Kedua, para anggota *cultural* memakai gaya komunikasi tertentu untuk mencapai ketika dihadapkan pada struktur masyarakat dominan yang



Co-cultural Communication melihat bagaimana komunikasi a kelompok minoritas dan kelompok mayoritas, terkhusus dari g kelompok *co- cultural* (Griffin, Ledbetter, & Sparks, 2019).

Secara singkat Mark Orbe mengartikan *Co- cultural Communication* sebagai komunikasi antara anggota kelompok “dominan” dan “non- dominan” (Orbe, 1998).

Ada tujuan fungsional ketika mereka beradaptasi antar budaya. Sesuai dengan proposisi-proposisi teori adaptasi antar budaya, maka komunikasi yang beradaptasi secara fungsional dan setara dalam adaptasi dapat memberi fasilitas pada penyelesaian tugas. Sementara, komunikasi yang tidak adaptif fungsional membawa pada invokasi perbedaan kultural dan memperlambat penyelesaian tugas. Ketika para komunikator harus bekerjasama, ada kesetaraan dalam mengadaptasi komunikasi. Penggunaan strategi persuasif dapat membawa pada adaptasi komunikasi. Ketika situasi mendukung salah satu komunikator atau satu komunikator lebih berkuasa, maka komunikator lainnya akan memiliki beban untuk beradaptasi. Sementara itu, ketika lebih banyak perilaku adaptif para komunikator, maka lebih banyak keyakinan kultural (Gudykunst, 2002).

Mark Orbe mengembangkan teori *co cultural communication* pada tahun 1998 untuk memahami bagaimana kelompok yang terpinggirkan atau minoritas berkomunikasi dalam struktur dominan masyarakat. Dalam konteks *co-cultural*, Orbe menjelaskan bahwa anggota kelompok *co-cultural* (non-dominan) mengembangkan berbagai strategi komunikasi ketika berinteraksi dengan kelompok dominan. Teori ini mengidentifikasi tiga orientasi utama yang dapat dipilih oleh anggota kelompok *co-cultural*.

Orientasi pertama adalah asimilasi, dimana individu dari kelompok *co-cultural* memilih untuk beradaptasi dan menyesuaikan diri dengan budaya dominan. Dalam orientasi ini, individu berusaha menghilangkan perbedaan kultural yang ada dengan mengadopsi perilaku, bahasa, atau cara berpakaian dari budaya dominan. Strategi ini sering digunakan ketika individu ingin diterima dan diakui oleh kelompok dominan, meskipun hal tersebut berarti harus mengorbankan sebagian identitas budaya asli mereka (Orbe, 1998: 85-87).

Orientasi kedua adalah akomodasi, yang merupakan pendekatan lebih seimbang di mana individu berusaha mempertahankan identitas budayanya sambil membangun hubungan yang efektif dengan budaya dominan. Dalam orientasi ini, individu menggunakan strategi komunikasi yang bertujuan untuk menciptakan pemahaman bersama dan mengajarkan



tentang keunikan budaya mereka. Pendekatan ini mencerminkan
tuk menciptakan ruang dialog antarbudaya yang saling
di mana perbedaan budaya tidak dilihat sebagai hambatan
sumber kekayaan dalam interaksi sosial (Orbe, 1998: 87-89).

asi ketiga adalah separasi, di mana anggota kelompok *co-
lih untuk mempertahankan jarak dan memisahkan diri dari
an. Dalam orientasi ini, individu secara sadar mempertahankan*

identitas budaya mereka dan bahkan mungkin membentuk komunitas tersendiri yang terpisah dari kelompok dominan. Strategi ini mungkin dipilih ketika individu merasa perlu untuk melindungi dan melestarikan nilai-nilai budaya mereka, atau ketika mereka menganggap interaksi dengan budaya dominan tidak menguntungkan atau bahkan berpotensi merugikan identitas budaya mereka (Orbe, 1998: 89-90). Orbe juga mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan strategi komunikasi di antaranya;

Field of experience (pengalaman hidup): Pengalaman hidup seseorang sangat mempengaruhi cara mereka berkomunikasi. Setiap individu memiliki latar belakang, budaya, dan pengalaman yang unik, yang membentuk perspektif dan gaya komunikasi mereka. Pengalaman masa lalu dapat mempengaruhi bagaimana seseorang menafsirkan pesan dan memilih strategi komunikasi yang dianggap paling efektif berdasarkan pengalaman mereka sebelumnya. Orbe, M. P. (1998).

Abilities (kemampuan): Kemampuan komunikasi seseorang, baik verbal maupun non-verbal, memainkan peran penting dalam pemilihan strategi komunikasi. Ini mencakup keterampilan berbahasa, kemampuan mendengarkan, dan pemahaman terhadap isyarat non-verbal. Seseorang dengan kemampuan komunikasi yang baik cenderung memiliki lebih banyak pilihan strategi dan dapat menyesuaikan gaya komunikasi mereka dengan lebih efektif. Orbe, M. P., & Spellers, R. E. (2005).

Situational context (konteks situasi): Konteks di mana komunikasi terjadi sangat mempengaruhi pemilihan strategi. Ini termasuk faktor-faktor seperti tempat, waktu, hubungan antara komunikator, dan tujuan komunikasi. Strategi yang efektif dalam satu situasi mungkin tidak sesuai dalam situasi lain. Memahami konteks membantu komunikator memilih pendekatan yang paling tepat. Orbe, M. P. (1998).

Perceived costs and rewards (pertimbangan untung rugi): Sebelum memilih strategi komunikasi, individu sering mempertimbangkan potensi keuntungan dan kerugian dari setiap pendekatan. Mereka mungkin mempertimbangkan dampak jangka pendek dan jangka panjang dari pilihan mereka, termasuk bagaimana hal itu dapat mempengaruhi hubungan, reputasi, atau tujuan mereka. Strategi yang dipilih biasanya adalah yang dianggap memberikan keuntungan terbesar dengan risiko minimal. Orbe, M. P., & Roberts, T. L. (2012).

Communication approach (pendekatan komunikasi): Ini mengacu pada gaya komunikasi umum yang dipilih yang dapat berkisar dari sangat langsung hingga tidak langsung, nodatif hingga agresif. Pendekatan ini sering dipengaruhi oleh hal-hal seperti pengalaman, kemampuan, dan konteks. Pemilihan yang tepat dapat meningkatkan efektivitas komunikasi dan mencapai tujuan komunikasi. Orbe, M. P. (2005).



2.1.2 Teori Cross Cultural Understanding

Cross Cultural understanding atau pemahaman lintas budaya dari sudut pandang orang Jepang, yang dikenal sebagai 異文化理解 (Ibunka rikai), merupakan konsep penting dalam wacana sosial dan akademis Jepang. Konsep ini merujuk pada proses memahami dan menghargai budaya yang berbeda dari budaya sendiri, dengan penekanan khusus pada bagaimana orang Jepang berinteraksi dengan dan memahami budaya lain. *Cross Cultural understanding* mengacu pada kemampuan untuk mengenali, menafsirkan, dan menanggapi dengan tepat orang, kejadian, dan situasi yang rentan terhadap kesalahpahaman karena perbedaan budaya. Hal ini melibatkan pengembangan kesadaran dan penghargaan terhadap keberagaman budaya dan cara-cara di mana budaya membentuk perilaku, keyakinan, dan gaya komunikasi orang.

Definisi tentang komunikasi perspektif Indonesia dapat kita ambil ruhnya seperti apa yang diungkap oleh Yoshitaka Miike (2002) dan Littlejohn (2009). Yoshitaka Miike melihat teori komunikasi di Asia sebagai: *“a theoretical sistem or a school of thought in communication where concepts, postulates and resources are rooted in, or derived from the cumulative wisdom of diverse Asian cultural traditions (hal.2). Sedangkan Littlejohn melihatnya sebagai the body of literature covering concepts and theories derived from rereading of Asian classical treatises, non-Eurocentric comparisons, East-West theoretical syththese, explorations into AsianCultural concepts, and critical reflections on Western Theory.”* Terdapat penekanan yang saling mengisi antara dua definisi ini. Pertama, Miike menjelaskan untuk teori komunikasi dengan perspektif Asia harus berakar pada kearifan lokal budaya-budaya setempat dan Littlejohn secara berani mengatakan bahwa teori ini juga dapat merupakan kritik terhadap teori-teori yang dikembangkan di Barat.

Yoshitaka Miike (2002:1) melihat bahwa *“conventional academic views of communication have been skewed by Western frames of 4 reference. They have no represented a sample of all possible conceptual positions from which the knowledge of communication can be constructed.”* Dengan kata lain bahwa pemikiran teoritik Komunikasi Barat ini memiliki berbagai keterbatasan. Teori-teori ini kadang tidak dapat menggambarkan, menjelaskan dan memprediksi fenomena-fenomena komunikasi di suatu wilayah karena perbedaan-perbedaan pola komunikasi yang terbentuk.

Studi dari Cottberg (1985) memperlihatkan beberapa pola komunikasi di Asia tidak dapat dijelaskan secara mudah dengan teori-teori Barat karena terdapat perbedaan latar belakang filosofis dan Lawrence Kincaid (Littlejohn, 1996: 5) memperlihatkan adanya perbandingan dasar antara pemikiran teoritik tentang komunikasi dengan dunia barat dan timur.



2.2 Definisi *Ibunka rikai* (Pemahaman Lintas Budaya)

Ibunka rikai (pemahaman lintas budaya) merujuk pada proses pertukaran informasi, negosiasi makna, dan interaksi antara individu atau kelompok yang memiliki latar belakang budaya yang berbeda, mencakup perbedaan dalam pola perilaku, bahasa, gestur, hubungan ruang, persepsi terhadap realitas, dan cara pandang dunia. Adanya budaya asing yang ditemukan, kemudian terjadilah lintas budaya (*Cross Cultural*).

Cross Cultural berasal dari kebutuhan untuk menggambarkan studi perbandingan dan pertukaran lintas budaya yang dilakukan oleh para antropolog dan sosiolog pada masa awal perkembangan ilmu-ilmu sosial. Ketika digabungkan, kata *Cross Cultural* menunjukkan makna melintasi, menyeberangi, atau menggabungkan perbedaan-perbedaan budaya. Istilah ini pertama kali digunakan dalam konteks studi antropologi dan sosiologi pada abad ke-19 dan awal abad ke-20.

Para antropolog dan sosiolog menggunakan istilah *Cross Cultural* untuk membandingkan dan mempelajari perbedaan budaya antar kelompok masyarakat atau suku bangsa di berbagai belahan dunia. Misalnya, membandingkan sistem kekerabatan, kepercayaan, tradisi, dan norma sosial yang ada di budaya yang berbeda.

Dengan berkembangnya studi lintas budaya, istilah *Cross Cultural* kemudiandigunakan secara luas dalam berbagai bidang seperti komunikasi, manajemen, pendidikan, dan lainnya untuk merujuk pada interaksi, pertukaran, atau pertemuan antara individu atau kelompok yang memiliki latar belakang budaya yang berbeda.

Pertukaran budaya membawa dampak positif dan negatif. Di satu sisi, hal ini memupuk rasa saling menghargai dan memahami perbedaan budaya, menumbuhkan toleransi, dan memperkaya keanekaragaman budaya global. Namun, di sisi lain, pertukaran budaya juga dapat memicu konflik dan erosi identitas budaya lokal jika tidak dikelola dengan baik. Untuk meminimalisir dampak negatif tersebut, diperlukan upaya untuk membangun kesadaran dan pemahaman lintas budaya. Pendidikan multikultural, program pertukaran pelajar atau mahasiswa, serta kolaborasi akademik dan penelitian lintas negara dapat memfasilitasi dialog dan apresiasi terhadap keragaman budaya.

Pada akhirnya, pertukaran budaya adalah sebuah keniscayaan di era globalisasi saat ini. Tantangannya terletak pada bagaimana mengelola dinamika jaksana, sehingga dapat menciptakan hubungan saling ing memperkaya di antara bangsa-bangsa di dunia.

