

**KOMUNIKASI ANTARBUDAYA MELALUI MEDIA SOSIAL  
(Analisis Model Komunikasi Antarbudaya Gudykunst dan Kim  
dalam Channel Youtube Bandung Oppa)**



**IAIN PURWOKERTO**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri  
Purwokerto

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Sosial (S. Sos)

Oleh:  
**AI SAHIDAH**  
NIM. 1717102047

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO**

**2021**

# **KOMUNIKASI ANTARBUDAYA MELALUI MEDIA SOSIAL (Analisis Model Komunikasi Antarbudaya Gudykunst dan Kim dalam Channel Youtube Bandung Oppa)**

**AI SAHIDAH**

**NIM. 1717102047**

Email: [aisahidah99@gmail.com](mailto:aisahidah99@gmail.com)

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas Dakwah

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

## **ABSTRAK**

Manusia merupakan makhluk sosial maka, manusia tidak pernah terlepas dari kegiatan komunikasi. Dengan adanya media sosial, manusia di berbagai belahan dunia dapat berkomunikasi tanpa adanya batasan jarak. Maka dengan media sosial ini, dapat mengakibatkan terjadinya komunikasi antar orang-orang yang memiliki latar belakang negara dan kebudayaan yang otomatis berbeda. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana model komunikasi antarbudaya dalam media sosial youtube khususnya dalam *channel* youtube Bandung Oppa. Konten dalam *channel* youtube Bandung Oppa membahas mengenai budaya Indonesia dan Korea Selatan. Jenis penelitian dalam penelitain ini adalah kualitatif. Teori yang digunakan adalah teori model komunikasi antarbudaya Gudykunst dan Kim yang memiliki empat faktor konseptual yakni budaya, sosiobudaya, psikobudaya dan lingkungan.

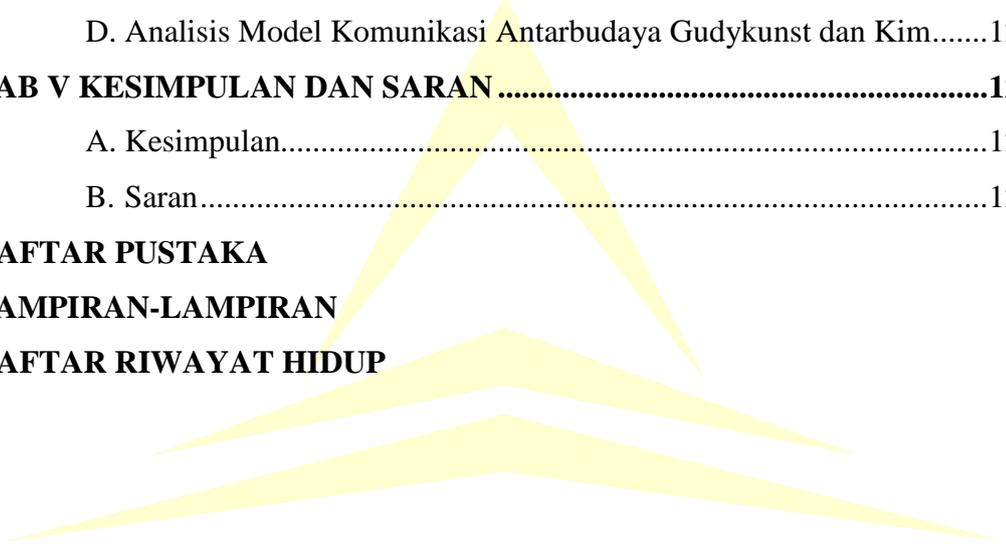
Hasil dari penelitian ini adalah model komunikasi antarbudaya dalam *channel* youtube Bandung Oppa berupa komunikasi yang setara. Artinya encoder dan decoder saling bertukar pesan. Namun, komunikasi yang terjadi dalam *channel* youtube Bandung Oppa cenderung statis karena pertukaran pesan hanya sampai pada encoder 3. Model komunikasi dalam *channel* youtube Bandung Oppa juga dipengaruhi oleh faktor budaya, sosiobudaya, psikobudaya dan lingkungan. Faktor budaya yakni perbedaan dan persamaan antara budaya Indonesia dan Korea Selatan, faktor sosiobudaya berupa konsep diri orang Indonesia dan Orang Korea Selatan pada saat berkomunikasi, faktor psikobudaya berupa stereotipe dan sikap orang Indonesia terhadap orang Korea Selatan maupun sebaliknya dan faktor lingkungan berupa lingkungan dunia maya.

**Kata kunci:** komunikasi, media sosial, *channel* youtube bandung oppa

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK .....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Penegasan Istilah.....	5
C. Rumusan Masalah .....	7
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	8
F. Telaah Pustaka.....	9
G. Sistematika Penulisan.....	12
<b>BAB II KOMUNIKASI ANTARBUDAYA MELALUI MEDIA SOSIAL ....</b>	<b>14</b>
A. Komunikasi Antarbudaya.....	14
B. Model-model Komunikasi .....	26
C. Macam-macam Media Komunikasi .....	37
D. Internet Sebagai Media Komunikasi Antarbudaya .....	40
E. Kelebihan dan Kelemahan Komunikasi Antarbudaya melalui Media Sosial .....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	46
B. Sumber Data.....	47

C. Subjek dan Objek Penelitian .....	47
D. Teknik Pengumpulan Data .....	48
E. Teknik Analisis Data .....	49
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
A. Gambaran Umum Channel Youtube Bandung Oppa.....	51
1. Sejarah Channel Youtube Bandung Oppa.....	51
2. Konten-kinten dalam Channel Youtube Bandung Oppa.....	52
B. Penyajian Data.....	54
C. Model Komunikasi Antarbudaya Gudykunst dan Kim dalam Channel Youtube Bandung Oppa .....	55
D. Analisis Model Komunikasi Antarbudaya Gudykunst dan Kim.....	121
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>123</b>
A. Kesimpulan.....	123
B. Saran.....	123
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	



**IAIN PURWOKERTO**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Manusia merupakan makhluk sosial maka, manusia tidak pernah terlepas dari kegiatan komunikasi. Manusia selalu ingin membangun hubungan dengan manusia lainnya, serta adanya berbagai kebutuhan sehingga berbagai keinginan dalam dirinya terpenuhi. Menurut Raymond S. Ross, komunikasi merupakan suatu kegiatan memilih dan mengirimkan tanda atau simbol kemudian penerima pesan memberikan *feedback* atau balasan dengan pandangan yang serupa dengan yang dimaksud pengirim pesan.<sup>1</sup> Dengan berkomunikasi, manusia dapat memberikan dan memperoleh informasi, mengajak dan mempengaruhi orang lain, serta menghibur orang lain.<sup>2</sup>

Agar informasi dapat tersampaikan dengan efektif, dan inti dari informasi dapat sampai kepada penerima informasi maka, komunikasi antar individu diperlukan struktur simbol dan cara pengaturan kerja yang disebut dengan model. Model komunikasi merupakan konstelasi dari proses komunikasi yang memaparkan hubungan antara komponen komunikasi.<sup>3</sup> Model komunikasi ini adalah alat yang sangat krusial untuk memahami sebuah proses komunikasi yang lebih kompleks. Model komunikasi ini juga sangat vital karena komunikasi yang dilakukan setiap individu memang memiliki proses yang kompleks.

---

<sup>1</sup>Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Cet. XIV (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), hal. 69.

<sup>2</sup>Onong Uchjana Effendi, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung, PT Citra Aditya Bakti, 1993), hlm. 55.

<sup>3</sup>Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2012), hlm, 50.

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, 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 erat apabila pelaku komunikasi dapat beradaptasi dengan konteks kebudayaan tertentu.<sup>4</sup>

Di era digital ini, muncul sebuah fenomena yang disebut dengan fenomena *global village*. Menurut McLuhan, *global village* yaitu fenomena maraknya masyarakat yang bergantung pada kecanggihan alat elektronik, sehingga menciptakan gambaran bahwa masyarakat dunia berada dalam satu desa besar.<sup>5</sup> Terciptanya fenomena *global village* ini tidak lepas dari adanya pengaruh dari berkembangnya media sosial. Media sosial adalah salah satu *platform* yang muncul di media siber.<sup>6</sup> Media siber atau *cybermedia* adalah media komunikasi yang melibatkan aspek telekomunikasi, data komunikasi, dan komunikasi massa dalam satu medium serta adanya media interaktif yang

---

<sup>4</sup> Dedy Mulyana, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, dalam Isna Budi Andani, Komunikasi Mualaf Tionghoa dengan Masyarakat Banyumas (Analisis Model Komunikasi Antar Budaya Gudykunst dan Kim), *Skripsi*, hlm. 4.

<sup>5</sup> Cahyo Pamungkas, Global Village dan Globalisasi dalam Konteks Ke-Indonesiaan, Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI), *Global dan Strategis*, Th. 9, No. 2. Hlm. 246.

<sup>6</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), hlm. 1.

memungkinkan pemberi informasi dan penerimanya dapat saling menanggapi.<sup>7</sup> Interaksi di media siber ini tidak dibatasi ruang dan waktu.

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 penggunaannya 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>8</sup>

Melalui *video blogging* atau biasa disingkat *vlog*, semua orang dapat melihat bagaimana keadaan orang lain di berbagai tempat. Dengan demikian, otomatis dapat menimbulkan terjadinya pengiriman informasi serta tanggapan

---

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

<sup>8</sup> Kompas.com <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/17020027/pengguna-medsos-di-indonesia-habiskan-25-jam-per-bulan-untuk-nonton-youtube> Pukul 09.47 WIB.

terhadap informasi yang disampaikan. Ketika yang menyampaikan informasi dan penerima informasi memiliki perbedaan budaya, yang dimungkinkan menimbulkan terjadinya komunikasi antarbudaya.

Indonesia dan Korea Selatan memiliki kultur yang sangat berbeda. Mulai dari bahasa, gaya hidup, agama mayoritas yang dianut, dan norma-norma yang berlaku. Model komunikasi memiliki cara penerapan yang berbeda-beda, hal ini disesuaikan dengan kebutuhan informan dan kebutuhan *audience* atau khalayak. Oleh karena itu, model komunikasi yang diaplikasikan dalam mengemas informasi untuk *viewer* yang memiliki latar belakang budaya yang berbeda merupakan sesuatu yang menarik untuk diteliti. Selain itu, penelitian mengenai komunikasi antar budaya di media sosial merupakan topik yang relevan dengan era sekarang. Dan masih jarang peneliti yang melakukan penelitian mengenai hal tersebut.

Sejauh ini, penelitian yang membahas tentang model komunikasi antarbudaya, kebanyakan adalah model komunikasi secara tatap muka sedangkan saat ini, komunikasi antarbudaya juga terjadi melalui media masa atau media sosial. Sehingga model komunikasi antarbudaya melalui media sosial belum diketahui. Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk meneliti bagaimana model komunikasi antarbudaya melalui sosial media yakni Youtube. Salah satu youtuber yang menyajikan video mengenai perbedaan dan persamaan budaya adalah Han Jongdae dengan nama channel Bandung Oppa. *Vlogger* asal Korea Selatan ini membuat konten khusus untuk masyarakat Indonesia dan Korea Selatan. Selain itu, ia juga pernah di undang ke stasiun TV Korea Selatan, Inspira

TV di Bandung dan KBS Radio di Korea Selatan untuk membahas tentang *vlognya* yang berisi konten tentang Indonesia dan Korea Selatan. Penulis tertarik untuk meneliti *channel* Youtube tersebut karena memuat banyak hal yang berkaitan tentang pembahasan budaya Indonesia dan Korea Selatan dibandingkan dengan *channel* Youtube lain dengan tema pembahasan serupa. Selain itu, konten yang berkaitan dengan budaya Korea Selatan dan budaya Indonesia, dibahas secara seimbang dalam *channel* Youtube tersebut.

## **B. Penegasan Istilah**

### **1. Model Komunikasi Antar Budaya**

Model merupakan kerangka kerja dengan konsep yang dapat menggambarkan penerapan teori-teori dari kasus tertentu. Secara umum, model terbagi menjadi dua, yaitu model operasional dan model fungsional. Model operasional memberikan gambaran mengenai proses dengan cara mengukur kemungkinan-kemungkinan operasional yang berpengaruh pada berlangsungnya proses itu sendiri. Sedangkan, model fungsional merupakan upaya menjelaskan secara lebih spesifik mengenai hubungan-hubungan dari suatu proses dan kemudian menggeneralisaskannya menjadi hubungan-hubungan dalam bentuk yang baru.<sup>9</sup>

Model komunikasi menurut Sereno dan Mortensen adalah gambaran yang ideal tentang apa yang dibutuhkan untuk berlangsungnya proses komunikasi. Model komunikasi memaparkan komponen-komponen penting

---

<sup>9</sup>Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2012), hlm. 43.

dari komunikasi dan membuang bagian-bagian yang tidak perlu.<sup>10</sup> Menurut Gordon Wiseman dan Larry Barker, model komunikasi ini berfungsi untuk menggambarkan komunikasi, menunjukkan hubungan visual, dan membantu dalam mendeteksi dan memperbaiki gangguan komunikasi.<sup>11</sup> Dengan adanya model komunikasi, maka berbagai proses komunikasi yang bersifat kompleks dapat dideskripsikan. Maka dapat dikatakan bahwa model komunikasi antar budaya merupakan gambaran dari proses terjadinya suatu komunikasi.

## 2. Channel Youtube Bandung Oppa

Salah satu media sosial yang populer di era teknologi ini adalah Youtube. Youtube merupakan situs web dengan fitur utama berbagi video serta memungkinkan bagi penggunanya untuk menonton, mengunggah, mengomentari dan membagikan video dengan gratis.<sup>12</sup> Untuk dapat mengunggah video, maka dapat menggunakan akun google sehingga dengan akun google tersebut akan menjadi akun Youtube atau channel Youtube.

Setiap channel Youtube yang profesional akan memiliki jenis konten yang spesifik, misalnya bergenre hiburan, edukasi, kesehatan, dan lain sebagainya. Salah satu konten yang menarik adalah yang membahas tentang budaya. Salah satu *channel* Youtube yang memuat konten budaya adalah *channel* Youtube Bandung Oppa.

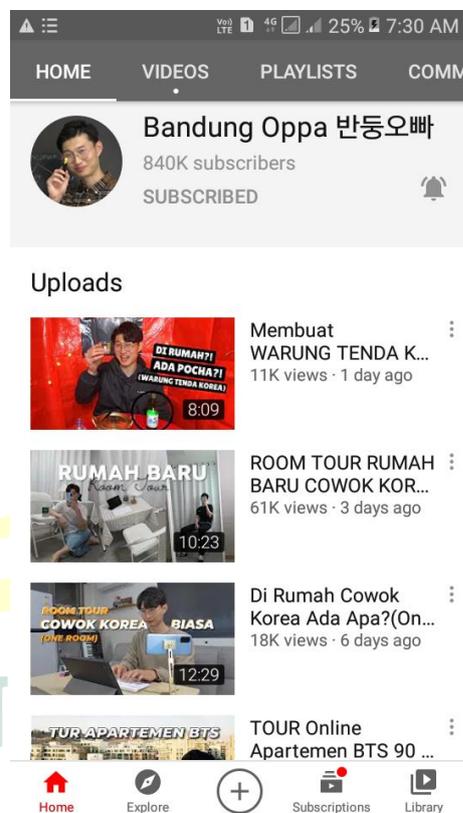
---

<sup>10</sup>Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Cet. XIV (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 132.

<sup>11</sup>Ardianto, Elvinaro, dkk, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), hlm. 68.

<sup>12</sup>Tjanatjantia Widika dalam Fattym Faiqah, Muh.Najib dan Andi Subhan Amir, Youtube Sebagai Sarana Komunikasi bagi Komunitas Makassar vidgram, *Jurnal Komunikasi KAREBA*, Vol. 5 No.2 Juli – Desember 2016, hlm. 259.

*Channel* Youtube Bandung Oppa saat ini memiliki kurang lebih 841 ribu *subscriber*. Pemilik *channel* ini bernama Han Jongdae. *Channel* Youtube ini ada sejak 22 Juli 2018 dan saat ini sudah mengunggah 314 video per Januari 2021. Isi kontennya berupa memberikan informasi tentang budaya Korea Selatan kepada *viewer* Indonesia dan melihat serta menanggapi Budaya Indonesia dari perspektif orang Korea Selatan.



**Gambar 1. Channel Youtube Bandung Oppa**

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka, masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah: Bagaimana model komunikasi antarbudaya dalam *channel* Youtube Bandung Oppa?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan Rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk: Mendalami model komunikasi antarbudaya dalam *channel* Youtube Bandung Oppa.

## **E. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Manfaat Teoritis**

- a. Bagi para akademisi, penelitian ini dapat menyajikan informasi mengenai model komunikasi antar budaya dalam channel Youtube Bandung Oppa.
- b. Bagi para pembaca, penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan untuk menambah pengetahuan dan wawasan model komunikasi antar budaya dalam channel Youtube Bandung Oppa.

### **2. Manfaat Praktis**

- a. Sebagai sumbangan referensi untuk pustaka Institut Agama Islam Negeri Purwokerto khususnya Fakultas Dakwah jurusan Komunikasi Penyiaran Islam.
- b. Menjadi bahan rujukan bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian mengenai model komunikasi antar budaya melalui media sosial.

## **F. Telaah Pustaka**

Telaah pustaka ini guna untuk menghindari kesamaan serta untuk menghindari plagiasi dengan penelitian lain yang sejenis. Penelitian yang sejenis diantaranya: pertama, penelitian yang dilakukan oleh Nurmaisarah dalam skripsinya yang berjudul *Komunikasi Lintas Budaya dalam Iklan Youtube (Analisi Semiotika Representasi Budaya Tionghoa dalam Iklan Youtube*

*Bukalapak Emang Cincai*<sup>13</sup> pada tahun 2017. Skripsi ini membahas tentang bagaimana representasi komunikasi lintas budaya yaitu budaya Tionghoa dalam iklan bukalapak emang cincai.

Penelitian ini cukup banyak memiliki persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis. Beberapa persamaan tersebut diantaranya, skripsi tersebut meneliti tentang komunikasi antar budaya, namun penulis akan fokus membahas model komunikasi antar budayanya. Selain itu, skripsi tersebut menjadikan media sosial Youtube sebagai subjek penelitiannya namun, penulis akan khusus membahas video dalam *channel* Youtube Bandung Oppa sedangkan skripsi tersebut tentang iklan bukalapak. Perbedaannya juga terletak pada teknik analisis yang digunakan. Skripsi tersebut menggunakan teknik analisis semiotika Roland Barthes, sedangkan penulis menggunakan teknik analisis model komunikasi antarbudaya Gudykunst dan Kim.

Kedua, Penelitian Daniel Kurniawan Salamoon dalam artikel yang berjudul *Instagram, Ketika Foto Menjadi Mediator Komunikasi Lintas Budaya di Dunia Maya*<sup>14</sup> pada tahun 2013. 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.

---

<sup>13</sup>Nurmaisarah, Komunikasi Lintas Budaya dalam Iklan Youtube (Analisi Semiotika Representasi Budaya Tionghoa dalam Iklan Youtube Bukalapak Emang Cincai, *Skripsi* (Medan: Universitas Sumatra Utara, 2017)

<sup>14</sup>Daniel Kurniawan Salamoon, *Instagram, Ketika Foto Menjadi Mediator Komunikasi Lintas Budaya*, (Surabaya: Universitas Airlangga, 2013)

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.

Ketiga, Ima Hidayati Utami, Darsono Wisadirana, dan Zulkarnain Nasution dalam Jurnal yang berjudul *Analisis Model Komunikasi Antar Budaya: Studi Kasus Komunikasi Mahasiswa Papua dan Jawa di Universitas Brawijaya*<sup>15</sup>. Penelitian ini mengkaji tentang bagaimana komunikasi mahasiswa yang berasal dari Papua di lingkungan kampus Universitas Brawijaya.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah pada subjek dan metode analisis data. Subjek pada penelitian tersebut adalah mahasiswa yang berasal dari Papua sedangkan penulis akan meneliti ranah media sosial Youtube sebagai alat komunikasi antar budaya *vlogger* Korea Selatan dengan penonton dari Indonesia. Persamaannya terletak pada objek penelitiannya yaitu model komunikasi antar budaya.

Keempat, Yohanes Bahari dalam Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 6, Nomor 2, Mei-Agustus 2008 yang berjudul *Model Komunikasi Lintas Budaya dalam Resolusi Konflik Berbasis Pranata Adat Melayu dan Madura di*

---

<sup>15</sup>Ima Hidayati Utami, Darsono Wisadirana, dan Zulkarnain Nasution Analisis Model Komunikasi Antar Budaya: Studi Kasus Komunikasi Mahasiswa Papua dan Jawa di Universitas Brawijaya, *Jurnal*, (Malang: Universitas Negeri Malang,....)

*Kalimantan Barat*.<sup>16</sup> Penelitian ini membahas tentang penggunaan model komunikasi lintas budaya yang tepat untuk resolusi konflik yang berbasis adat melayu dan Madura.

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

Kelima, Mr. Muhammad Lapsee Chesoh dalam skripsinya yang berjudul *Komunikasi Antar Budaya (Studi Model Komunikasi Mahasiswa Pattani UIN Sunan Kalijaga terhadap Masyarakat Gowok Yogyakarta)*<sup>17</sup> yang dilakukan pada tahun 2016. Skripsi ini membahas tentang model komunikasi yang digunakan mahasiswa Pattani terhadap masyarakat Gowok Yogyakarta.

Persamaan skripsi ini dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah sama-sama membahas tentang model komunikasi antar budaya. Selain itu, skripsi tersebut juga sama-sama menggunakan teori komunikasi antar budaya Gudykunst. Sementara perbedaan skripsi ini dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah pada subjek penelitian dan metode penelitiannya. Subjek penelitian pada skripsi tersebut adalah mahasiswa Pattani dan masyarakat Gowok Yogyakarta dengan metode penelitian *field research*.

---

<sup>16</sup>Yohanes Bahari, Model Komunikasi Lintas Budaya dalam Resolusi Konflik Berbasis Pranata Adat Melayu dan Madura di Kalimantan Barat, *Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 6, Nomor 2, Mei-Agustus*, (Pontianak: FKIP Universitas Tanjungpura, 2008)

<sup>17</sup>Mr. Muhammad Lapsee Chesoh, Komunikasi Antar Budaya (Studi Model Komunikasi Mahasiswa Pattani UIN Sunan Kalijaga terhadap Masyarakat Gowok Yogyakarta), *Skripsi*, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2016).

Sedangkan subjek penelitian penulis adalah *vlogger* asal Korea Selatan dan *viewer* Indonesia.

### **G. Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah pembaca memahami penelitian ini, maka penulis akan menyajikan sistematika penulisan yang merupakan kerangka dari penelitian dalam bentuk bab per bab. Sistematika penulisan ini terdiri dari:

BAB I yang berisi pendahuluan, yang menyajikan latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, telaah pustaka dan sistematika penulisan.

BAB II akan menyajikan kerangka teori, di dalamnya menjelaskan secara rinci mengenai Komunikasi, Komunikasi Lintas Budaya, Media Sosial dan Channel Youtube.

BAB III akan membahas Metode penelitian terdiri dari jenis penelitian, objek penelitian, pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV berisi Pembahasan mengenai hasil analisis terhadap model komunikasi lintas budaya dalam channel Youtube Bandung Oppa.

Terakhir BAB V Penutup yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian, dan saran-saran.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis tentang model komunikasi antarbudaya Gudykunst dan Kim dalam *channel* Youtube Bandung Oppa maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: Model komunikasi antarbudaya dalam *channel* youtube Bandung Oppa berupa komunikasi yang setara. Artinya encoder dan decoder saling bertukar pesan. Namun, komunikasi yang terjadi dalam *channel* youtube Bandung Oppa cenderung statis karena pertukaran pesan hanya sampai pada encoder 3.

Model komunikasi dalam *channel* youtube Bandung Oppa juga dipengaruhi oleh faktor budaya, sosiobudaya, psikobudaya dan lingkungan. Faktor budaya yakni perbedaan dan persamaan antara budaya Indonesia dan Korea Selatan, faktor sosiobudaya berupa konsep diri orang Indonesia dan Orang Korea Selatan pada saat berkomunikasi, faktor psikobudaya berupa stereotipe dan sikap orang Indonesia terhadap orang Korea Selatan maupun sebaliknya dan faktor lingkungan berupa lingkungan dunia maya.

#### **B. Saran**

Berkaitan dengan penelitian yang telah dilakukan, penulis mencoba memberikan beberapa saran sebagai bentuk sumbangsih pemikiran dan masukan terhadap *channel* youtube Bandung Oppa terkait proses berlangsungnya komunikasi antarbudaya Korea Selatan dan Indonesia dalam *channel* youtube tersebut. Sarannya adalah sebagai berikut:

1. Han Jongdae sebagai pemilik *channel* Youtube Bandung Oppa hendaknya lebih aktif dalam memberikan tanggapan terhadap komentar-komentar penonton. Terutama komentar yang sifatnya pertanyaan sebaiknya dijawab dengan komentar bukan hanya diberi ikon *love*.
2. Konten yang disajikan hendaknya diberi terjemah bahasa Korea sehingga komunikasi antarbudaya Korea Selatan dan Indonesia tidak hanya komunikasi antara pemilik *channel* dan netizen Indonesia tetapi juga antara netizen Korea Selatan dan Netizen Indonesia.



## DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan terjemahnya.

Amirin, Tantang. *Menyusun Rencana Penelitian*. (1998). Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Ardianto, Elvinaro, dkk. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penulisan Suatu Pendekatan Praktik*. (2006). Jakarta: Rineka Cipta.

Budi, Isna Andani. (2019). *Komunikasi Mualaf Tionghoa dengan Masyarakat Banyumas (Analisis Model Komunikasi Antar Budaya Gudykunst dan Kim)*. *Skripsi*. Purwokerto: IAIN Purwokerto.

Budi, Rayudaswati. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Makassar : KRETAKUPA Print.

Cangara, Hafied. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.

Departemen Agama RI. (2015). *Al-Qur'an Terjemah Al-Muhaimin*. Depok: Al-Huda kelompok Gema Insani.

Edy, Tito Priandono. *Komunikasi Keberagaman*. (2016). Bandung; PT Remaja Rosdakarya.

Effendy, Mukhtar. (2010). Peranan Internet sebagai Media Komunikasi. *Jurnal Komunika Vol.4 No.1 Jaanuari-Juni 2010 pp.130-142*. Purwokerto: Jurusan Dakwah, STAIN Purwokerto.

- Fattym Faiqah, Muh.Najib dan Andi Subhan Amir. Youtube Sebagai Sarana Komunikasi bagi Komunitas Makassar vidgram. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, Vol. 5 No.2 Juli – Desember 2016.
- Hamzah, A. (2008). *Delik-delik Pers Indonesia*. Jakarta: Media Sarana.
- Hidayati, Ima Utami., Darsono Wisadirana, dan Zulkarnain Nasution. Analisis Model Komunikasi Antar Budaya: Studi Kasus Komunikasi Mahasiswa Papua dan Jawa di Universitas Brawijaya. *Jurnal*. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Koentjaraningrat, *Kamus Istilah Antropologi*. (1984). Jakarta: Depdikbud.
- Kompas.com <https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/tekno/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia> diakses pada Kamis, 12 Februari 2020 Pukul 09.47.
- Lapsee, Muhammad Chesoh. (2016). Komunikasi Antar Budaya (Studi Model Komunikasi Mahasiswa Pattani UIN Sunan Kalijaga terhadap Masyarakat Gowok Yogyakarta). *skripsi*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.
- Liliweri, Alo. (2003). *Dasar-Dasar Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta: Puataka Pelajar.
- McQuail, Denis. (1992). *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, Lexy J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy dan Jalaludin Rahmat. (2005). *Komunikasi Antarbudaya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Mulyana, Dedy dan Jalaluddin Rakhmat. (2001). *Komunikasi Antar Budaya Panduan Komunikasi dengan Orang-orang Berbeda Budaya*. Bandung: Mukhlis.
- Mulyana, Dedy. (2011). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. (2017). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, Rulli. *Teori dan Riset Media Siber*. (2014). Jakarta: Prenadamedia Group.
- Ngurah, Gusti Aditya Lesmana. Analisis Pengaruh Media Sosial Twitter terhadap Pembentukan Brand Attachment (Studi PT. XL AXIATA). *Tesis*. (Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia).
- Pamungkas, Cahyo. Global Village dan Globalisasi dalam Konteks Ke-Indonesiaan, Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI), *Global dan Strategis*, Th. 9, No. 2.
- Prakapiene, Dalia dan Romas Prakapas. (2016). *The Impact of Social Media on Intercultural Communication*, General Jonas Zemaitis Military Academy of Lithuania, Mykolas Romeris University.
- Pujiliksono, Sugeng. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Kelompok Intrans Publishing.
- Salamoon, D. K. (2013). *Instagram, ketika foto menjadi mediator komunikasi lintas budaya di dunia maya*. Doctoral dissertation, Petra Christian University.

Stephen W. Little John dan Karen A.Foss. (2009). *Teori Komunikasi*. Jakarta:

Salemba Humanika.

Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. (2006). Bandung: Alfabeta.

Syaodih, Nana Sukmadinata. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT

Remaja Rosdakarya.

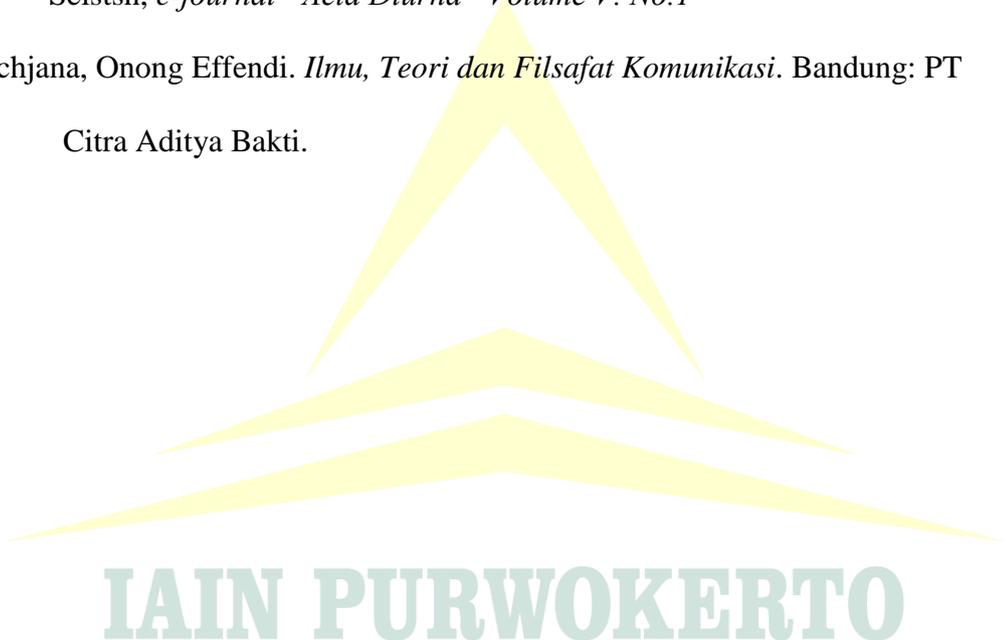
Trafena Talika, Febi. (2016). Manfaat Internet sebagai Media Komunikasi Bagi

Remaja di Desa Air Mangga Kecamatan Laiwui Kabupaten Halmaheta

Selstsn, *e-journal "Acta Diurna" Volume V. No.1*

Uchjana, Onong Effendi. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT

Citra Aditya Bakti.



IAIN PURWOKERTO

