

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

Dalam bertahan hidup manusia harus memenuhi beberapa kebutuhannya, kebutuhan yang dimaksud ialah kebutuhan pangan, sandang, tempat tinggal, dan hiburan. Dalam proses pemenuhan kebutuhan terjadilah komunikasi. Selain kebutuhan yang berbentuk fisik, komunikasi juga dapat memenuhi kebutuhan emosional seseorang manusia seperti kasih sayang, rasa aman, empati, apresiasi, dan lain-lain. Hal inilah yang membuat komunikasi dan manusia merupakan dua aspek yang tak bisa dipisahkan, karena pada dasarnya kebutuhan manusia akan terus “meminta” untuk dipenuhi selama manusia tersebut hidup.

Berasal dari Bahasa latin *communicatio* yang berasal dari kata *communis*, memiliki arti sama dengan maksud memiliki makna yang sama. Selain itu ada yang menyebut berasal dari kata *communico* yaitu berbagi. Komunikasi menurut Stewart L. Tubss dan Silvia Moss ialah sebuah proses penciptaan makna antara dua orang atau lebih. Sedangkan menurut Onong komunikasi merupakan penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan. Dikutip dari buku Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar karya Deddy Mulyana (2000), disebutkan Harold Laswell mendefinisikan komunikasi melalui pertanyaan “Who says what in which channel to whom with what effect?” yang memiliki arti ‘Siapa mengatakan apa dan dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh yang seperti apa?’.

Dalam definisi yang dikemukakan oleh Laswell dapat ditemukan lima unsur komunikasi yaitu:

1. Komunikator (*Who?*)
2. Pesan (*Says what?*)
3. Media (*In which channel?*)
4. Komunikan (*To whom?*)
5. Efek (*With what effect?*)

Komunikasi bukan sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga memiliki dimensi psikologis, sosiologis, dan kultural. Ia berlangsung dalam konteks tertentu dan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti persepsi, pengalaman, nilai, sikap, hingga latar belakang budaya individu atau kelompok yang terlibat. Hal ini menegaskan bahwa komunikasi tidak pernah netral, selalu terjadi dalam struktur sosial dan budaya tertentu. Oleh karena itu, komunikasi berperan penting dalam membangun hubungan antar manusia, menyebarkan ide, menyelesaikan konflik, hingga mempertahankan tatanan masyarakat.

2.2 Budaya

Budaya adalah sebuah istilah yang berasal dari disiplin antropologi yang berasal dari bahasa sansekerta *buddhi* yaitu budi dan akal. Di dalam Bahasa Inggris disebut *culture* yang berasal dari kata *colere* yang memiliki arti mengolah atau mengerjakan, dengan maksud mengolah tanah atau bertani. Kata *culture* ini diadaptasi oleh Bahasa Indonesia sebagai “Kultur”. Menurut Sagala (2013: 111) budaya adalah pola pikir yang menjadi dasar manusia yang berkelompok yang diturunkan dari generasi ke generasi selanjutnya dengan berbagai proses

pembelajaran dalam menciptakan cara hidup yang paling nyaman dengan lingkungan hidupnya.

Kultur juga dapat diartikan sebagai sistem makna yang kompleks, suatu kelompok sosial menganut nilai, keyakinan, norma, serta simbol yang dimana hal itu membentuk cara mereka dalam melihat dunia dan berinteraksi di dalamnya. Individu atau kelompok yang terpapar pada budaya baru dapat mengalami perubahan dalam sistem makna, baik menambahkan elemen-elemen atau menyesuaikan diri terhadap sistem budaya yang sudah ada.

Dalam individu dan kelompok, budaya menjadi sebuah identitas kolektif yang menimbulkan rasa kepemilikan dan keanggotaan dalam suatu kelompok sosial. Identitas ini terbentuk oleh sejarah, bahasa, agama, dan pengalaman yang akhirnya mengkotak-kotakkan kelompok satu dengan kelompok lainnya. Faktor pembentuk tersebut sering kali mendasari moralitas, hukum, dan etika dalam suatu masyarakat.

Budaya tidak bersifat statis, melainkan senantiasa berkembang dan mengalami transformasi. Perubahan budaya bisa terjadi melalui proses difusi (penyebaran unsur budaya dari satu masyarakat ke masyarakat lain), asimilasi (pembauran budaya baru dengan budaya lokal hingga tidak lagi dibedakan), dan akulturasi (penerimaan budaya asing tanpa menghilangkan unsur budaya asli).

Budaya memiliki peran yang sangat mendasar dalam membentuk struktur sosial dan membangun identitas kolektif suatu masyarakat. Ia tidak hanya menjadi warisan dari generasi sebelumnya, tetapi juga menjadi acuan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat modern. Sebagai sistem nilai yang terinternalisasi, budaya

berfungsi sebagai panduan yang membentuk cara pandang, cara berpikir, dan cara berperilaku individu maupun kelompok dalam masyarakat. Pertama, budaya berperan sebagai penunjuk identitas sosial. Melalui budaya, sekelompok individu memiliki ciri khas yang membedakan mereka dari kelompok lain, baik dalam hal bahasa, adat istiadat, pakaian, makanan, maupun praktik keagamaan. Identitas budaya ini menjadi dasar dalam membangun rasa kebersamaan dan solidaritas di dalam komunitas tersebut. Kedua, budaya berfungsi sebagai pedoman normatif dalam berperilaku. Nilai-nilai dan norma yang tertanam dalam budaya berperan sebagai kompas moral bagi individu untuk bertindak sesuai dengan harapan dan standar masyarakat. Dalam konteks ini, budaya menjadi alat pengatur sosial yang memastikan adanya keteraturan dalam interaksi sosial. Ketiga, budaya juga bertindak sebagai pemersatu sosial, yaitu sebagai unsur yang menyatukan beragam individu dengan latar belakang berbeda menjadi satu kesatuan masyarakat yang kohesif. Melalui simbol, bahasa, tradisi, dan ritus yang dipahami bersama, budaya memperkuat rasa memiliki dan menciptakan kesamaan makna dalam kehidupan bersama. Keempat, budaya menjadi mekanisme adaptasi yang memungkinkan manusia menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan, baik fisik maupun sosial. Dalam proses ini, budaya berperan sebagai alat yang fleksibel dalam menghadapi tantangan zaman, menjaga keberlangsungan nilai-nilai lokal, sembari terbuka terhadap pengaruh baru.

Selain memiliki fungsi-fungsi penting tersebut, budaya juga bersifat dinamis dan senantiasa mengalami perubahan. Budaya tidak kaku atau statis, melainkan mampu menyesuaikan diri dengan kondisi dan perkembangan zaman. Proses perubahan budaya dapat terjadi melalui interaksi dengan budaya lain

(akulturasi), proses difusi, atau sebagai respon terhadap perkembangan teknologi dan globalisasi. Di era digital saat ini, arus komunikasi global yang ditopang oleh media baru seperti internet, media sosial, dan platform digital seperti YouTube telah menciptakan ruang baru bagi transformasi budaya.

2.3 Akulturasi Budaya

2.3.1 Definisi Akulturasi Budaya

Sebagai makhluk yang berakal serta berbudi, manusia memiliki keterkaitan yang erat dengan budaya. Menurut E.B Tylor (1871) budaya adalah keseluruhan aktivitas manusia, termasuk pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, hukum, adat-istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan lain yang didapat oleh manusia sebagai anggota masyarakat. Sifat dari budaya adalah dinamis dan selalu berubah karena budaya akan terus berkembang seiring dengan perkembangan zaman (Sri Rahayu: 2013).

Salah satu faktor pendukung perubahan budaya adalah masuknya budaya asing ke dalam ruang lingkup masyarakat, budaya asing yang masuk dan diterima baik oleh masyarakat setempat akan mengalami proses akulturasi. Akulturasi budaya ialah sebuah proses sosial yang timbul bila suatu kelompok manusia dengan kebudayaan tertentu dihadapkan dengan unsur-unsur kebudayaan asing dan lambat laun diterima serta diolah ke dalam kebudayaan masyarakat setempat, tanpa menghilangkan kepribadian kedua budaya itu sendiri (Soerjono: 1990). Sedangkan menurut Koentjaraningrat akulturasi budaya ialah proses kelompok orang dengan budaya tertentu yang sedang menghadapi elemen budaya asing, elemen ini

akan diterima dan diproses menjadi budaya mereka sendiri tanpa menghilangkan kepribadian budaya itu sendiri.

2.3.2 Faktor Penyebab Akulturasi

Terjadinya akulturasi budaya dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah ketika dua budaya atau lebih bertemu dan saling mempengaruhi. Di bawah ini adalah beberapa penyebab atau faktor mengapa akulturasi budaya bisa terjadi:

1. Migrasi

Berpindahnya seseorang atau sekelompok orang dari satu daerah ke daerah yang lain.

Contoh: berpindahnya seseorang ke negara lain untuk bekerja.

2. Perdagangan

Aktivitas jual beli yang diikuti dengan ide dan praktik budaya.

Contoh: Rumah makan Jepang yang menyajikan makanan-makanan khas Jepang dan menyambut pelanggannya dengan bahasa Jepang.

3. Penjajahan

Penjajah akan membawa budaya-budaya mereka ke tempat jajahan mereka.

Contoh: Belanda membangun rumah-rumah dengan arsitektur

Belanda di Indonesia.

4. Globalisasi

Dengan canggihnya teknologi saat ini, penyebaran informasi antar negara akan cepat dan mudah tersebar ke seluruh dunia.

Contoh: Musisi dari Amerika yang terkenal di negara lain karena lagunya yang meledak di sebuah platform aplikasi.

5. Pariwisata

Adanya interaksi diantara wisatawan dan penduduk asli dapat menyebabkan terjadinya pertukaran budaya.

Contoh: Adanya pesta air dalam merayakan Festival Songkran, pesta air ini baru saja ditambahkan dengan tujuan menarik wisatawan.

6. Pendidikan

Pelajar dari luar negeri kerap kali memperkenalkan budaya mereka ke tempat mereka belajar.

Contoh: Membuat festival perayaan budaya dalam lingkup universitas, dengan maksud memperkenalkan budaya mereka sehingga mereka bisa lebih diterima di negara tersebut.

2.3.3 Strategi Akulturasi

Strategi akulturasi merujuk pada pendekatan atau pilihan sikap yang diambil oleh individu atau kelompok ketika mereka menghadapi kontak budaya yang intens dengan kelompok budaya lain, terutama dalam konteks migrasi, globalisasi, atau interaksi multikultural. Strategi ini mencerminkan bagaimana seseorang menavigasi identitas budayanya sendiri ketika berada dalam lingkungan yang didominasi oleh budaya yang berbeda.

Ketika individu mengalami proses akulturasi, mereka dihadapkan pada dua pertanyaan penting:

1. Apakah saya ingin mempertahankan budaya asli saya?
2. Apakah saya ingin menjalin hubungan dan berinteraksi dengan budaya baru?

Jawaban atas dua pertanyaan inilah yang kemudian membentuk empat strategi utama dalam akulturasi menurut John W. Berry (1997), yaitu:

1. Asimilasi

Individu atau kelompok meninggalkan budaya asli mereka dan mengadopsi secara keseluruhan budaya baru di lingkungan. Hal ini terjadi ketika budaya baru dianggap lebih penting dan berpengaruh dibandingkan mempertahankan budaya asli.

2. Separasi

Individu menolak budaya asing dalam rangka menjaga budaya asli yang dimiliki. Separasi umumnya terjadi pada imigran terhadap etnis minoritas.

3. Integrasi

Individual dapat menerima budaya asing, dan dapat pula menjaga kelestarian dari budaya asalnya, integrasi sering juga disebut sebagai bikulturalisme.

4. Marginalisasi

Individu menolak kedua budaya yaitu budaya asing maupun budaya asalnya. Hal ini terjadi ketika individu atau kelompok mengalami diskriminasi dari kedua budaya.

2.3.4 Fokus Perubahan dalam Akulturasi

Dalam proses akulturasi budaya, perubahan tidak hanya terjadi pada permukaan seperti gaya hidup atau bahasa, melainkan bisa menyentuh aspek yang lebih dalam seperti nilai, kepercayaan, dan identitas diri. Menurut John W. Berry, pakar psikologi budaya yang banyak meneliti tentang migrasi dan akulturasi, fokus perubahan dalam akulturasi merujuk pada dimensi-dimensi utama yang terdampak ketika individu atau kelompok budaya terlibat dalam proses akulturasi.

Berry (1997) mengemukakan bahwa perubahan budaya yang terjadi dalam akulturasi dapat bersifat internal maupun eksternal, dan memengaruhi baik struktur sosial maupun fungsi psikologis dari individu yang mengalami akulturasi. Dengan kata lain, fokus perubahan tidak hanya tampak dari perilaku yang terlihat (seperti cara berpakaian atau berbicara), tetapi juga dari aspek-aspek yang lebih tersembunyi, seperti orientasi nilai, cara pandang terhadap dunia, hingga cara individu merespon perbedaan.

Secara umum, Berry membagi fokus perubahan dalam akulturasi ke dalam empat lapisan utama:

1. Nilai

Nilai adalah keyakinan atau prinsip yang dianggap penting dan dijunjung tinggi oleh kelompok atau masyarakat. Nilai-nilai ini membentuk landasan moral, etika, dan pandangan tentang apa yang dianggap penting dalam kehidupan.

Contoh: Seseorang yang berasal dari budaya kolektivistik (mengutamakan kepentingan kelompok) mulai mengadopsi nilai

individualistik setelah lama terpapar budaya asing melalui pendidikan atau media, seperti lebih mengutamakan kebebasan pribadi dan pengembangan diri.

2. Kepercayaan

Kepercayaan mencakup keyakinan spiritual, agama, atau filosofis yang diyakini oleh individu atau kelompok dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Kepercayaan ini mempengaruhi pandangan tentang dunia, cara individu berinteraksi dengan alam, dan praktek keagamaan.

Contoh: Seseorang yang terbiasa dengan keyakinan bahwa nasib sudah ditentukan bisa mulai percaya bahwa usaha dan kerja keras menentukan masa depan, karena terpengaruh sistem nilai budaya lain yang menekankan pada *self-determination*.

3. Tradisi

Tradisi mencakup praktik-praktik, ritual, atau kebiasaan yang diturunkan dari generasi ke generasi dalam suatu kelompok atau masyarakat. Ini termasuk cara hidup sehari-hari, upacara adat, dan pengetahuan yang diteruskan untuk mempertahankan identitas budaya.

Contoh: Seseorang yang biasanya merayakan tahun baru dengan ritual lokal seperti doa bersama, mulai beralih ke perayaan modern seperti pesta kembang api atau makan malam bergaya luar negeri karena terpengaruh budaya populer dari media.

4. Norma

Norma adalah aturan atau standar perilaku yang diharapkan atau dianggap tepat dalam suatu budaya. Norma-norma ini mengatur interaksi sosial, aturan dalam kelompok, dan ekspektasi tentang cara individu seharusnya bertindak.

Contoh: Misalnya, di masyarakat tertentu perempuan sebelumnya dianggap hanya cocok bekerja di rumah, namun setelah terpapar budaya yang lebih terbuka, norma tersebut bergeser dan perempuan mulai dianggap wajar berkarier di ruang publik atau memimpin organisasi.

2.4 Akulturasi dalam Media Sosial

Banyak konten yang berada di Media Sosial yang memuat hal seputar negara lain. Melalui media sosial, para pendatang dapat membuat dan memiliki koneksi dengan warga asli dari suatu budaya, melatih dan mengembangkan kefasihan Bahasa asing, dan mencari serta mendapat informasi dari negara dimana kebudayaan tersebut berasal (Forbush & Foucault-Welles, 2016). Dalam sisi imigran atau pendatang yang menetap di sebuah daerah yang baru, media sosial dapat membantu mereka dalam mempertahankan koneksi dengan sanak-saudara dari daerah asal mereka, memperkuat identitas budaya/etnis, dan membangun hubungan dengan orang-orang yang memiliki kesamaan identitas dan budaya yang menetap di daerah yang sama. (S. Hu, Liu, Zhang, & Wang, 2020).

Salah satu manfaat Youtube dalam aspek ini adalah dapat mempelajari dan mendapatkan informasi berkaitan dengan budaya serta Bahasa dari negara lain. Konten video dengan tema daerah atau negara asing akan mempermudah penonton

yang memiliki ketertarikan dengan negara lain untuk mendapatkan informasi seperti keadaan jalanan kota, mata uang, Bahasa dan aksen, dan berita terbaru yang terjadi di negara tersebut.

2.5 Media Baru

New media merupakan sebuah kata yang berasal dari bahasa Inggris, *new* memiliki arti baru dan *media* yaitu perantara sehingga jika di bahasa Indonesiakan adalah perantara baru. Denis McQuail mengatakan media baru ialah media tematik berupa perangkat teknologi elektronik yang berbeda dengan penggunaan yang berbeda pula. Sedangkan pengertiannya menurut Mondry (2008:13) ialah media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, memiliki karakter fleksibel, mempunyai potensi interaktif, dan berfungsi secara privat maupun publik.

Munculnya media baru ke dalam kehidupan saat ini karena adanya media lama yang mengawali, akan tetapi karena semakin populer pemakaian *new media* maka media lama pun semakin jarang diminati dan hampir terlupakan. Namun inovasi ini tidak semata-mata menghapus media lama, hal ini terbukti dengan dapat ditemui surat kabar cetak dan radio yang masih beroperasi. Perkembangan ke teknologi digital yang mampu menjangkau audiens lebih banyak membuat industri media berbondong-bondong untuk mengikuti teknologi demi memperluas jangkauan khalayak.

Di dalam bukunya Teori Komunikasi Massa, Denis McQuail (2011:43) menyebutkan ciri-ciri utama dari media baru yaitu saling berhubung, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim informasi,

interaktivitas, kegunaan yang beragam sebagaimana karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada dimana-mana. Sedangkan Martin Lister dan kawan-kawannya menyebutkan ciri-ciri media baru yaitu:

1. Digital

Digital merupakan sebuah bentuk pembaharuan teknologi yang berhubungan dengan kemunculan internet dan komputer.

2. Interaktif

Interaktif menurut Warsita (20018:156) adalah sesuatu yang terkait dengan komunikasi dua arah. Yang dimaksud dengan komunikasi dua arah adalah komunikasi yang aktif antara komunikator dan komunikan.

3. Hiperteks

Hiperteks adalah potongan teks yang jika diakses akan merujuk pada sebuah halaman situs lainnya. Hal ini bisa dengan mudah ditemui di halaman situs Google, yang dimana memunculkan sepotong kalimat yang jika diakses akan membawa penggunanya ke halaman utama dengan kata kunci tersebut.

4. Jaringan

Media baru merupakan jaringan yang membagi konsumen ke tingkat-tingkat sesuai konsumsinya, sehingga akan terlihat segmentasinya.

5. Virtual

Sebuah dunia di dalam internet yang terasa nyata dan dihasilkan melalui perangkat lunak komputer. Dalam dunia ini penggunaanya dapat berinteraksi layaknya seperti bertemu langsung.

6. Simulasi

Simulasi adalah sebuah konsep imitasi atau perwakilan dalam media baru.

Seperti yang sudah dijelaskan diatas, media baru adalah media yang penyampaiannya melalui teknologi elektronik atau yang sering kita sebut komputer. Namun sekarang dengan berkembangnya jaman maka teknologi elektronik yang tersebar di khalayak umum juga semakin berbagai macam seperti telepon genggam, telepon pintar, android, dan tablet dengan syarat terhubungan internet. Dengan kefleksibelitasan ini maka media baru memiliki beberapa manfaat menurut Setiawan, R (2013:362) antara lain:

1. Informasi diakses dengan mudah, cepat, dimana saja, dan kapan saja.
2. Dapat menjadi media transaksi jual beli
3. Dapat menjadi media penghibur seperti media sosial, *streaming* video, *game online*.
4. Komunikasi semakin efisien, karena dapat terhubung dengan kerabat walaupun berbeda tempat dan waktu.

Dengan kemudahan terkadang beberapa orang merasa aman untuk berbagi terlalu banyak informasi yang tanpa disadari mengundang marabahaya bagi diri sendiri. Pemakaian yang kurang bijak mengundang adanya pencurian data pribadi yang dimanfaatkan oleh pihak tak bertanggung jawab untuk hal-hal yang dapat

merugikan orang lain dan pemilik data seperti pemalsuan dokumen, manipulasi data, menimbulkan ancaman dan teror. Selain itu akses internet yang tidak disaring terlebih dahulu dapat menimbulkan virus. Virus adalah data atau aplikasi yang menyebabkan kerusakan perangkat lunak maupun keras pada komputer. Dibeberapa kasus virus ini dimanfaatkan oleh pembuatnya untuk mengancam dan memeras pemilik komputer. Dan yang terakhir penggunaan media baru yang berlebihan dapat mengakibatkan kecanduan berseluncur di internet seperti *game online*, situs judi daring, dan situs pornografi.

Dengan penjelasan diatas dapat kita tarik kesimpulannya bahwa media baru adalah sebuah digitalisasi teknologi yang dimana informasi dapat diakses dengan cepat dan mudah. Perkembangan ini membawa udara baru yang bermanfaat bagi hampir di seluruh aspek kehidupan. Tak hanya bermanfaat, media baru juga memiliki celah yang dapat dimanfaatkan oleh pihak tak bertanggung jawab untuk melakukan kejahatan di dunia internet.

2.6 Media Sosial

Manusia adalah makhluk hidup yang berkomunikasi untuk menyampaikan pesan. Pada jaman dahulu penyampaian informasi kepada massa hanya terjadi satu arah, yaitu dari industri media ke audiens yang sering disebut komunikasi massa. Komunikasi massa ini memiliki kelemahan yaitu tidak mudah untuk audiens berinteraksi langsung menanggapi acara yang sedang ditayangkan. Acara yang ditayangkan pula telah diolah dan dipertimbangkan secara matang oleh profesional-profesional dibidangnya dalam industri media. Tetapi internet datang dan memberikan angin segar untuk komunikasi, dan melahirkan media sosial.

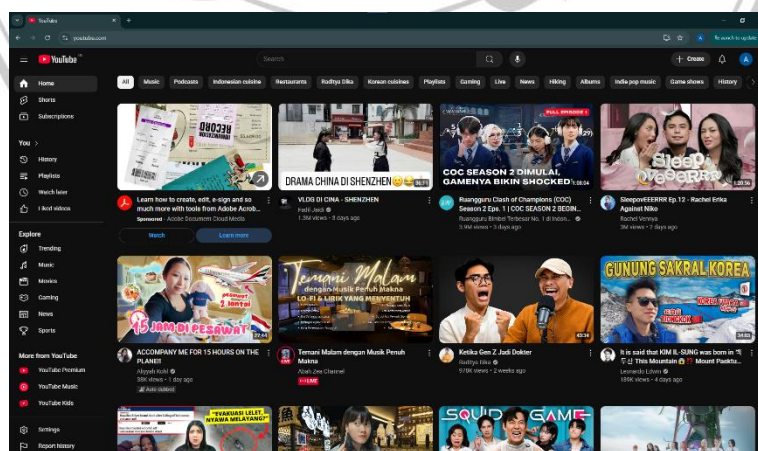
Media sosial merupakan salah satu bentuk perkembangan teknologi dalam bidang komunikasi serta salah satu bukti nyata dari media baru. Menurut Weber (2009) komunikasi melalui media sosial sifatnya dua arah yang dimana penerima informasi atau audiens dapat ikut andil dalam memberikan opininya secara langsung, sedangkan komunikasi tradisional seperti radio, surat kabar, atau televisi memiliki sifat yang berkebalikan yaitu komunikasi satu arah karena penerima informasi tidak dapat mengutarakan opininya secara langsung. Sedangkan menurut Chris Borgan, media sosial merupakan teknologi komunikasi yang sebelumnya tidak biasa digunakan oleh manusia yang dapat menimbulkan interaksi yang berbagai macam.

Interaksi yang terjadi pada media sosial sangatlah tinggi, masyarakat dapat dengan mudah melakukan aktivitas sosialnya melalui *platform* ini. Aktivitas sosial yang dapat dilakukan seperti berbagi foto, berbagi video, bertukar opini, memberikan kritik dan saran, serta memberikan informasi. B.K Lewis (2010) mengatakan media sosial adalah label yang mengarah kepada teknologi digital yang memiliki potensi untuk membuat orang saling terhubung, hubungan yang memunculkan interaksi, produksi, dan berbagai pesan.

2.7 Anjungan Digital Youtube

Youtube merupakan salah satu *platform* sosial media yang sangat digemari oleh masyarakat saat ini. Didirikan pada tahun 2005 oleh tiga orang mantan karyawan *Paypal* Steve Chen, Chad Hurley, dan Jawed Karim. Pada awalnya Youtube merupakan situs kencana luring berbasis video, akan tetapi hanya segelintir orang yang tertarik menggunakannya. Mencari jalan keluar, ketiga pemuda tersebut

akhirnya memasang iklan disebuah *platform* iklan baris dengan menjanjikan 20 dolar Amerika Serikat bagi yang mau mengunggah video di Youtube. Namun rencana tersebut tidak sesuai dugaan, masih sedikit orang yang tertarik menggunakan Youtube sebagai situs kencan luring. Hal ini membawa sebuah kebijakan baru yaitu siapa saja dapat mengunggah video di Youtube. Video pertama diunggah oleh salah satu pendiri Youtube yaitu Jawed Karim, di dalam videonya yang berjudul “*Me at the Zoo*” berisikan penjelasan Karim tentang gajah dengan latar belakang kandang gajah di kebun binatang. Hingga 2023 video pertama di Youtube ini mencapai 257 juta penonton, 13 juta tanda suka, dan kurang lebih 8.600 komentar telah diujarkan. Sejak adanya kebijakan baru, jumlah pengunjung di situs berlogo merah putih ini mengalami kenaikan yang signifikan. Hingga tahun 2006 terdapat 65.000 video telah terunggah dan mencapai 100 juta pengunjung dalam sehari. Hal ini mengundang ketertarikan investor untuk menginvestasikan uangnya kepada Youtube, hingga di bulan November 2006 Youtube resmi dibeli oleh Google senilai 1,65 miliar dolar Amerika Serikat dan beroperasi dibawah naungan Google.



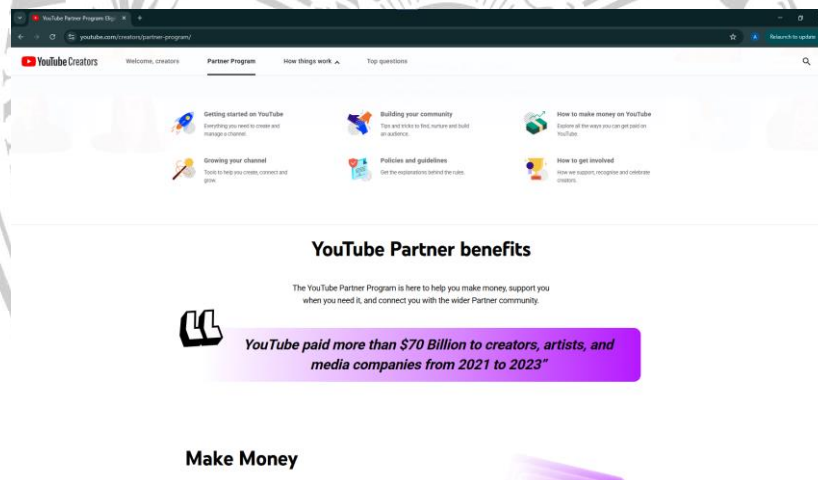
Gambar II.1 Halaman Depan Youtube

Dilansir dari halaman Youtube sendiri, jutaan orang setiap harinya mengakses situs web Youtube secara gratis untuk mendapatkan informasi serta mencari hiburan. Tak hanya menonton, tetapi audiens dapat membagikan opininya dalam kolom komentar, memberikan tanda suka, serta dapat melaporkan ke pihak Youtube jika dirasa video mengandung unsur yang tidak baik untuk ditonton. Youtube memiliki fitur yang dapat memudahkan penggunaannya dalam memilih video, seperti kolom rekomendasi yang akan memunculkan konten video berdasarkan kategori video yang sering ditonton dan disukai oleh pengguna, serta kolom tren terkini yang merekomendasikan konten video yang sedang trending di sekitar kita secara *real-time*.

Dalam rangka melindungi penggunaannya, Youtube membuat daftar pedoman komunitas agar penggunaannya tetap merasa aman dan nyaman dalam berselancar di Youtube. Pedoman ini berlaku untuk semua jenis interaksi seperti video, komentar, link, dan foto sampul video (*thumbnail*). Beberapa kategori yang dilarang oleh *platform* milik Google ini adalah spam dan praktik penipuan yang terdiri dari interaksi palsu, identitas tiruan, link eksternal, spam, praktik penipuan, *scam*, daftar putar (*playlist*). Konten sensitif yang berisi keselamatan anak, foto sampul video, konten seksual dan ketelanjangan, tindakan menyakiti diri sendiri, bunuh diri, dan kata-kata vulgar. Konten kekerasan dan berbahaya yaitu pelecehan, perisakan dunia maya, ujaran kebencian, organisasi kejahatan, konten kekerasan dan vulgar. Barang yang diatur oleh hukum berisi senjata api dan penjualan barang ataupun jasa ilegal yang terdapat pada undang-undang, dan yang terakhir adalah misinformasi, misinformasi pemilu, dan misinformasi Covid-19.

Youtube juga bekerja sama dengan label musik, studio film atau lembaga-lembaga lainnya dalam rangka melindungi hak cipta para artis dan memerangi pembajakan. Video yang mengandung konten dengan karya kreatif seseorang dari suatu lembaga tanpa seijin lembaga tersebut akan dihapus oleh pihak Youtube sebagai pelanggaran hak cipta.

Sebagai bentuk dukungan Youtube terhadap konten kreator, Youtube menawarkan para youtuber sebagai partner dalam Program Partner Youtube (YPP). Keuntungan sebagai salah satu anggota YPP ialah dapat memonetisasi, sehingga kreator dapat mengumpulkan pundi-pundi uang dari setiap views yang terkumpul. Selain itu anggota YPP juga dapat mengakses ke mesin hak cipta Youtube untuk melindungi keoriginalitasan kontennya.



Gambar II.2 Youtube Partner Program

2.8 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dilampirkan dengan maksud untuk mendapatkan perbandingan serta acuan penelitian yang dilakukan peneliti. Selain itu untuk

menghindari adanya plagiasi penelitian terdahulu dengan penelitian peneliti. Maka dari itu peneliti menyertakan penelitian terdahulu yang serupa dengan penelitian ini, yaitu:

Nama Peneliti	Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Fokus Penelitian
- Adilla Zahra Putri - Farida Hariyati - Andys Tiara	2025	Praktik Sharenting Lintas Budaya: Studi Analisis Isi Konten Q&A Pada Akun Youtube Kimbab Family	Analisis praktik <i>sharenting</i> yang dilakukan oleh keluarga lintas budaya Korea- Indonesia dalam konten Q&A.

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Putri, Hariyati, dan Tiara (2025) dengan judul “Praktik Sharenting Lintas Budaya: Studi Analisis Isi Konten Q&A Pada Akun Youtube Kimbab Family” menjadi salah satu referensi penting dalam mengkaji fenomena budaya dalam media digital, khususnya melalui *platform* YouTube. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi untuk menelusuri praktik *sharenting* yang dilakukan oleh keluarga lintas budaya Indonesia-Korea, yaitu Kimbab Family, dalam konten Q&A yang diunggah di kanal mereka.

Fokus utama penelitian ini adalah melihat bagaimana nilai-nilai budaya dari dua negara Indonesia dan Korea Selatan dimunculkan dalam komunikasi orang tua dan anak, serta bagaimana praktik membagikan kehidupan anak (*sharenting*) dilakukan melalui media sosial secara terbuka. Hasil dari penelitian ini

menunjukkan bahwa praktik *sharenting* tidak hanya berperan dalam membentuk citra keluarga ideal, tetapi juga menjadi ruang representasi budaya lintas negara melalui komunikasi yang direkam dan disiarkan ke publik secara digital.

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, terdapat beberapa kesenjangan (gap) yang dapat dijadikan dasar dalam menyusun penelitian ini:

1. Perbedaan tokoh dan latar belakang

Penelitian terdahulu berfokus pada Kimbab Family dengan konten Q&A bertema keluarga dan anak-anak, sedangkan penelitian ini berfokus pada Jang Hansol (Korea Reomit) dengan topik yang lebih luas terkait budaya Korea-Indonesia dari perspektif individu..

2. Perbedaan fokus

Penelitian sebelumnya menitikberatkan pada *sharenting* dan relasi orang tua-anak, sedangkan penelitian ini akan fokus pada analisis isi bentuk akulturasi budaya dan bagaimana proses akulturasi terjadi melalui vlog personal.

2.9 Kerangka Teori

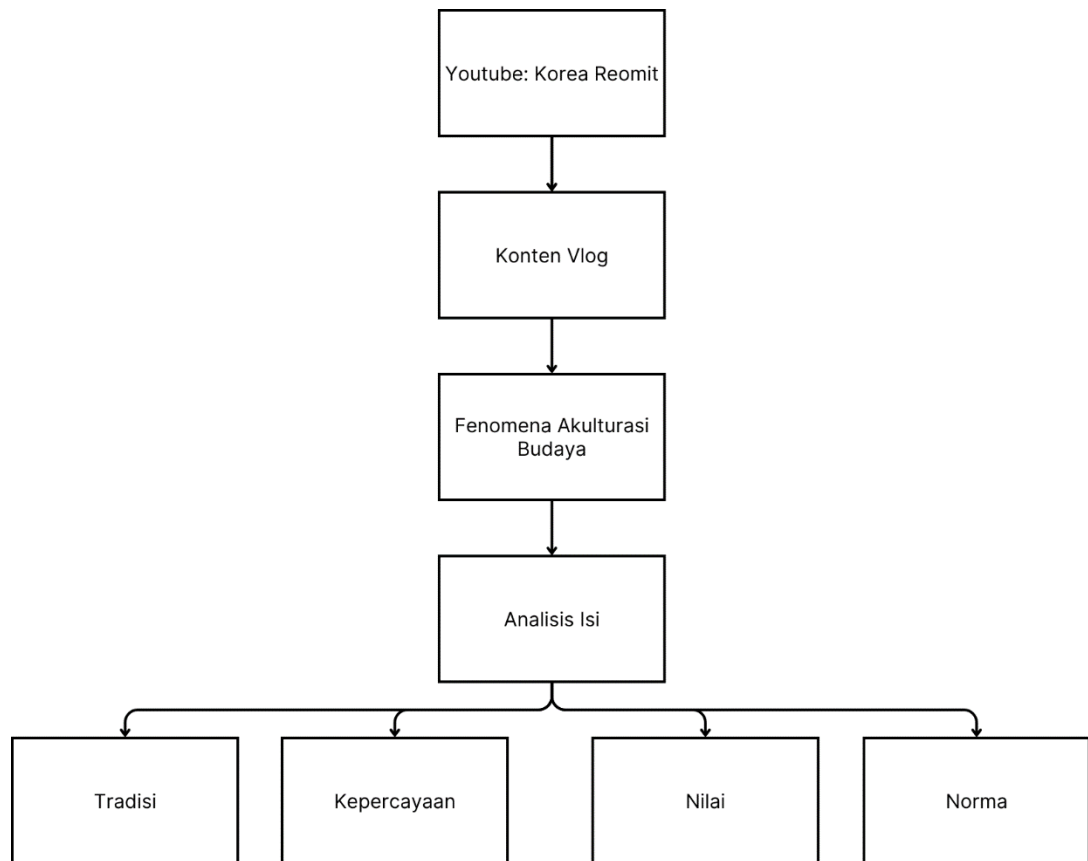
Kerangka konsep merupakan bagian penting dalam sebuah penelitian karena berfungsi untuk menghubungkan secara teoritis antara variabel-variabel yang diteliti, baik variabel bebas (independen) maupun variabel terikat (dependen). Menurut Sugiyono (2014), kerangka konsep adalah struktur pemikiran yang menjelaskan hubungan logis antar variabel, dan menjadi dasar dalam pengamatan atau pengukuran yang dilakukan selama proses penelitian. Dengan kata lain,

kerangka konsep menggambarkan bagaimana teori yang telah dibahas sebelumnya dapat diterapkan secara konkret dalam kegiatan penelitian untuk menjawab rumusan masalah. Tujuan utama dari penyusunan kerangka konsep adalah untuk memberikan arah dan batasan yang jelas terhadap fokus pembahasan dalam penelitian. Kerangka ini tidak hanya membantu peneliti dalam merumuskan langkah-langkah analisis, tetapi juga memudahkan pembaca untuk memahami bagaimana konsep-konsep teoritis dioperasionalkan dalam konteks penelitian yang spesifik.

Berdasarkan teori-teori di atas, penelitian ini berpijak pada pandangan bahwa media vlog bukan sekadar hiburan, tetapi sarana yang dapat memperlihatkan bagaimana dua budaya bertemu yang potensial dalam membentuk pemahaman antarbudaya. Korea Reomit sebagai kanal Youtube yang mengangkat tema lintas budaya menjadi ruang akulturasi yang mempertemukan nilai-nilai budaya Indonesia dan Korea.

Peneliti menggunakan metode analisis isi deskriptif kualitatif untuk mengkaji bagaimana akulturasi budaya antara Korea dan Indonesia ditampilkan secara eksplisit dalam konten vlog YouTube Korea Reomit. Melalui pendekatan ini, peneliti akan mengidentifikasi dan mengklasifikasikan unsur-unsur budaya yang tampak jelas, seperti nilai, norma, kepercayaan, dan tradisi yang mencerminkan proses percampuran budaya kedua negara. Fokus utama analisis ini bukan pada bagaimana budaya direpresentasikan secara simbolik atau implisit,

melainkan pada bentuk-bentuk akulturasi yang tampak secara langsung di dalam vlog.



Tabel II.2 Kerangka Berpikir

