

ANALISIS KUALITATIF KOMUNIKASI LINTAS BUDAYA PADA TAYANGAN DI CHANNEL YOUTUBE UENO FAMILY JAPAN

Sakinah Al Fitri¹, Muhammad Najih Farihanto²

Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta^{1,2}

2200030349@webmail.uad.ac.id¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik komunikasi lintas budaya yang ditampilkan pada channel YouTube Ueno Family Japan serta mengkaji penerapan teori Cultural Proximity dalam membangun kedekatan budaya antara kreator dan audiens. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan objek penelitian berupa tayangan video pada channel YouTube Ueno Family Japan periode Februari–Juni 2025. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi non-partisipatif dan dokumentasi, sedangkan analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik komunikasi lintas budaya dalam keluarga Ueno ditandai oleh penggunaan bahasa Indonesia, Jepang, dan Jawa secara bergantian sebagai bentuk adaptasi komunikasi antaranggota keluarga. Selain itu, ditemukan adanya persamaan budaya berupa nilai sopan santun, rasa syukur, menghormati, dan kerja sama yang berasal dari budaya Indonesia maupun Jepang. Penelitian ini juga menemukan adanya pembentukan ikatan sosial dalam konteks diaspora melalui interaksi dengan sesama warga Indonesia di Jepang, serta representasi budaya universal seperti kekeluargaan, toleransi, dan saling menghargai yang dapat diterima oleh audiens lintas budaya. Simpulan, bahwa konten YouTube Ueno Family Japan merepresentasikan komunikasi lintas budaya secara alami dalam kehidupan keluarga multikultural, serta memperlihatkan bahwa teori cultural proximity relevan dalam menjelaskan kedekatan budaya yang terbentuk melalui persamaan bahasa, budaya, ikatan sosial, dan nilai universal pada media digital.

Kata Kunci: Komunikasi Lintas Budaya, Cultural Proximity, Youtube, Keluarga Multikultural

ABSTRACT

This study aims to analyze the cross-cultural communication practices displayed on the "Ueno Family Japan" YouTube channel and to examine the application of Cultural Proximity theory in establishing cultural closeness between the creator and the audience. A descriptive qualitative research method was employed, focusing on videos from the "Ueno Family Japan" channel published between February and June 2025. Data collection involved non-participant observation and documentation, while data analysis utilized the Miles and Huberman model, comprising data reduction, data display, and conclusion drawing. The results indicate that cross-cultural communication within the Ueno family is characterized by the alternating use of Indonesian, Japanese, and Javanese as a form of communicative adaptation among family members. Furthermore, cultural commonalities—such as values of politeness, gratitude, respect, and cooperation—were identified, stemming from both Indonesian and Japanese cultures. The study also reveals the formation of social bonds within a diaspora context through interactions with fellow Indonesians in Japan, as well as the representation of universal cultural themes—such as family ties, tolerance, and mutual respect—that resonate with a cross-cultural audience. In conclusion, the "Ueno Family Japan" YouTube content naturally represents cross-cultural communication within a multicultural family setting and demonstrates the relevance of Cultural Proximity theory in explaining the cultural closeness fostered through shared language, culture, social bonds, and universal values in digital media.

Keywords: Cross-Cultural Communication, Cultural Proximity, YouTube, Multicultural Family

PENDAHULUAN

Perkembangan platform digital, khususnya YouTube, telah mendorong perubahan signifikan dalam praktik komunikasi publik. YouTube tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai ruang produksi dan distribusi konten yang merepresentasikan kehidupan sosial, budaya, dan keluarga. Salah satu bentuk konten yang mengalami peningkatan popularitas adalah *family vlog*, yakni konten video yang menampilkan keseharian keluarga dan dikonsumsi oleh khalayak luas. *Family vlog* tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi memori keluarga, tetapi juga sebagai medium komunikasi yang membangun relasi antara kreator dan audiens (Rachmah, 2023). Fenomena *family vlog* menjadi semakin menarik ketika dikaitkan dengan konteks keluarga multikultural. Keluarga dengan latar belakang budaya berbeda memiliki pola komunikasi yang khas, terutama dalam hal penggunaan bahasa, ekspresi nonverbal, serta nilai-nilai budaya yang menyertai interaksi sehari-hari. Perbedaan budaya tersebut berpotensi memunculkan dinamika komunikasi lintas budaya, termasuk proses adaptasi, negosiasi makna, hingga terjadinya *culture shock* yang sering kali ditampilkan secara natural dalam konten video.

Salah satu kanal YouTube yang merepresentasikan fenomena tersebut adalah Ueno Family Japan, sebuah kanal *family vlog* yang menampilkan kehidupan keluarga dengan latar pernikahan campuran antara warga negara Jepang dan Indonesia. Kanal ini menampilkan interaksi antara anggota keluarga yang menggunakan lebih dari satu bahasa, yakni bahasa Jepang, bahasa Indonesia, dan bahasa Jawa, dalam berbagai situasi keseharian. Sejak aktif memproduksi konten secara konsisten mulai tahun 2022 hingga 2025, Ueno Family Japan telah mengunggah lebih dari seribu video dan memperoleh perhatian publik yang luas, termasuk melalui platform media sosial lain seperti TikTok. Keunikan konten Ueno Family Japan terletak pada praktik komunikasi lintas budaya yang ditampilkan secara spontan dan apa adanya. Perbedaan latar budaya dan bahasa antaranggota keluarga sering kali memunculkan ketidaksalingpahaman dalam komunikasi, yang kemudian dimaknai sebagai humor oleh audiens. Situasi ini tidak hanya menjadi daya tarik konten, tetapi juga berpotensi memengaruhi cara pandang penonton terhadap perbedaan budaya, toleransi, serta proses adaptasi dalam keluarga multikultural.

Dalam konteks kajian komunikasi, fenomena tersebut relevan untuk dianalisis menggunakan Teori Akomodasi Komunikasi yang diperkenalkan oleh Howard Giles. Teori ini menjelaskan bagaimana individu menyesuaikan gaya komunikasi mereka—baik secara verbal maupun nonverbal—dalam interaksi dengan pihak lain yang memiliki latar belakang berbeda, guna mencapai komunikasi yang efektif (Astria & Liana, 2023). Penyesuaian tersebut dapat berupa konvergensi maupun divergensi, tergantung pada konteks sosial dan tujuan komunikasi. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa akomodasi komunikasi berperan penting dalam interaksi lintas budaya karena mampu memengaruhi pemahaman, penerimaan, serta hubungan antarindividu (Prastiwi & Haryanti, 2025). Meskipun konten *family vlog* semakin banyak dikaji, penelitian yang secara spesifik menelaah praktik komunikasi lintas budaya dalam konteks keluarga multikultural di media YouTube masih relatif terbatas, khususnya dalam konteks Indonesia–Jepang. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk mengkaji bagaimana proses akomodasi komunikasi lintas budaya ditampilkan dalam konten Ueno Family Japan, serta bagaimana praktik komunikasi tersebut membentuk ciri khas konten dan memengaruhi interaksi dengan audiens. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis dalam pengembangan studi komunikasi lintas budaya pada media digital, khususnya dalam konteks *family vlog*.

KAJIAN TEORI

Komunikasi Lintas Budaya

Secara etimologis, komunikasi berasal dari kata *communicatio* atau *communis* yang bermakna kesamaan, yaitu kesamaan makna antara pengirim dan penerima pesan (Nurlela et al., 2024). Dalam konteks terminologis, komunikasi dipahami sebagai proses penyampaian pesan dari satu pihak kepada pihak lain dengan tujuan membangun pemahaman bersama. DeVito mendefinisikan komunikasi sebagai tindakan pengiriman dan penerimaan pesan oleh satu orang atau lebih yang dipengaruhi oleh konteks, gangguan (*noise*), tujuan tertentu, serta memungkinkan terjadinya umpan balik. Definisi tersebut menegaskan bahwa komunikasi tidak hanya berfokus pada pesan, tetapi juga pada proses, konteks, dan interpretasi makna yang bersifat dinamis. Komunikasi lintas budaya merujuk pada proses pertukaran makna antara individu atau kelompok yang memiliki latar budaya berbeda (Mudrik et al., 2024). Stella Ting-Toomey (1999) mendefinisikan komunikasi lintas budaya sebagai proses negosiasi makna antarindividu dari komunitas budaya yang berbeda dalam situasi interaktif. Sejalan dengan itu, Samovar (2009) menyatakan bahwa komunikasi lintas budaya merupakan interaksi antarindividu yang memiliki sistem simbol, nilai, dan pemahaman budaya yang berbeda dalam proses komunikasi. Berdasarkan definisi tersebut, komunikasi lintas budaya menekankan pada perbedaan latar belakang budaya sebagai faktor yang memengaruhi cara individu memproduksi, menyampaikan, dan menafsirkan pesan. Komunikasi lintas budaya dipengaruhi oleh sejumlah komponen yang saling berkaitan. Komponen utama yang paling menonjol adalah bahasa verbal dan nonverbal. Bahasa verbal mencakup komunikasi lisan maupun tulisan yang digunakan untuk mengekspresikan pikiran, emosi, dan gagasan. Sementara itu, bahasa nonverbal meliputi ekspresi wajah, gerak tubuh, intonasi suara, serta tindakan simbolik lainnya yang menyertai pesan verbal. Selain itu, komunikasi lintas budaya juga dipengaruhi oleh nilai, norma, dan kepercayaan yang dianut individu (Muhtarom et al., 2024). Perbedaan komponen-komponen tersebut berpotensi menimbulkan kesalahpahaman, tetapi juga membuka ruang terjadinya adaptasi dan penyesuaian komunikasi.

Teori Cultural Proximity (Kedekatan Budaya)

Konsep Cultural Proximity

Teori cultural proximity diperkenalkan oleh Joseph Straubhaar pada tahun 1991 untuk menjelaskan kecenderungan audiens memilih media atau konten yang memiliki kesamaan budaya dengan dirinya. Kedekatan budaya dipahami sebagai perasaan keterikatan audiens terhadap konten yang merepresentasikan nilai, bahasa, norma, dan pengalaman sosial yang serupa dengan budaya mereka sendiri, Setijadi (2005). Straubhaar menegaskan bahwa audiens tidak semata-mata memilih konten berdasarkan kualitas produksi, tetapi lebih pada sejauh mana konten tersebut terasa dekat secara kultural. Kesamaan budaya membuat audiens lebih mudah memahami pesan, merasa terwakili, dan membangun keterlibatan emosional dengan media yang dikonsumsi. Dalam konteks media, kedekatan budaya terbentuk melalui beberapa komponen utama (Jin, 2025), yaitu:

- 1) Persamaan Bahasa

Bahasa menjadi elemen fundamental dalam membangun kedekatan budaya. Penggunaan bahasa yang dipahami audiens mempermudah proses komunikasi dan meningkatkan rasa keterikatan, meskipun terdapat perbedaan latar belakang budaya.

- 2) Persamaan Budaya

Kesamaan nilai, kebiasaan, dan simbol budaya memudahkan audiens untuk mengidentifikasi diri dengan konten. Budaya berfungsi sebagai identitas yang merepresentasikan jati diri individu maupun kelompok.

- 3) Ikatan Sosial

Ikatan sosial merujuk pada kedekatan yang terbentuk melalui kesamaan lingkungan, pengalaman, dan relasi sosial. Audiens cenderung merasa dekat dengan konten yang merefleksikan pengalaman sosial yang serupa dengan kehidupan mereka.

4) Budaya yang Bersifat Universal

Ikatan sosial merujuk pada kedekatan yang terbentuk melalui kesamaan lingkungan, pengalaman, dan relasi sosial. Audiens cenderung merasa dekat dengan konten yang merefleksikan pengalaman sosial yang serupa dengan kehidupan mereka

Keempat komponen tersebut saling berkelindan dalam membentuk persepsi audiens terhadap konten media.

Cultural Proximity dalam Konteks Media Digital

Dalam era media digital dan media sosial, teori cultural proximity tetap relevan. Audiens dihadapkan pada beragam konten dalam waktu singkat, sehingga mereka cenderung memilih konten yang sesuai dengan identitas budaya dan pengalaman sosialnya (Azeharie, 2023). Straubhaar menegaskan bahwa audiens akan lebih menerima konten yang mengandung kesamaan bahasa, nilai, adat, dan simbol budaya, meskipun disajikan melalui platform global. *Beberapa studi menunjukkan bahwa fenomena budaya populer lintas negara, seperti gelombang Korea (Hallyu), dapat diterima secara global karena mengandung unsur budaya lokal yang dikombinasikan dengan nilai universal. Kedekatan budaya inilah yang memungkinkan audiens lintas negara membangun keterikatan emosional dengan konten tersebut (Kanozia & Ganghariya, 2021).*

Relevansi Teori Cultural Proximity dalam Penelitian

Teori cultural proximity digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis praktik komunikasi lintas budaya dalam konten YouTube Ueno Family Japan. Konten tersebut menampilkan penggunaan berbagai bahasa, penerapan nilai budaya Indonesia dan Jepang, pembentukan ikatan sosial diaspora, serta nilai-nilai universal dalam kehidupan keluarga. Keberadaan unsur-unsur tersebut menunjukkan bahwa kedekatan budaya menjadi faktor penting dalam membangun daya tarik konten dan keterlibatan audiens. Dengan demikian, teori cultural proximity memberikan kerangka konseptual yang relevan untuk memahami bagaimana komunikasi lintas budaya direpresentasikan, dinegosiasikan, dan diterima oleh audiens melalui media digital.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian secara ilmiah dapat diartikan sebagai jalan atau cara yang disusun untuk memecahkan serta memahami suatu objek kajian dalam ilmu pengetahuan (Erlianti et al., 2024). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena penelitian ini bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan secara mendalam praktik komunikasi lintas budaya yang ditampilkan dalam konten media digital. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti menafsirkan makna, pola, serta konteks komunikasi berdasarkan data empiris yang ditampilkan secara alami (Agus Salam, 2023). Objek penelitian ini adalah konten video pada kanal YouTube *Ueno Family Japan* dalam rentan waktu Februari-Juni 2025. Penelitian dilakukan secara daring (*online research*) dengan menjadikan tayangan video sebagai sumber utama data penelitian. Penelitian ini dilaksanakan selama empat bulan, yaitu pada April hingga Juli 2025. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini disesuaikan dengan pendekatan kualitatif dan fokus kajian komunikasi lintas budaya, yaitu sebagai berikut observasi non-partisipatif dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan secara bertahap dengan mengacu pada model analisis interaktif Miles dan Huberman, yang meliputi tiga

tahap utama yaitu reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan. Teknik Keabsahan Data untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Penelitian ini menerapkan triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan data yang diperoleh dari berbagai video pada kanal YouTube *Ueno Family Japan*. Triangulasi teknik, yaitu dengan membandingkan hasil observasi non-partisipatif dengan data dokumentasi berupa gambar dan teks pendukung.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Persamaan Bahasa dalam Praktik Komunikasi Keluarga

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik komunikasi dalam konten YouTube *Ueno Family Japan* ditandai oleh adanya persamaan bahasa sebagai strategi utama dalam membangun pemahaman antaranggota keluarga yang memiliki latar budaya berbeda. Persamaan bahasa dalam konteks ini tidak dimaknai sebagai penggunaan satu bahasa yang sama secara konsisten, melainkan kemampuan anggota keluarga untuk menyesuaikan pilihan bahasa agar pesan dapat dipahami secara efektif oleh lawan bicara.



Gambar 1. Natsuki Bahasa Indonesia



Gambar 2. Vlog full Bahasa Jepang

Temuan data menunjukkan bahwa bahasa Jepang, bahasa Indonesia, dan bahasa Jawa digunakan secara bergantian sesuai dengan konteks interaksi dan partisipan komunikasi. Ibu (Umma) kerap menggunakan bahasa Jepang saat berkomunikasi dengan suami maupun anak-anak dalam situasi tertentu, khususnya yang berkaitan dengan aktivitas domestik dan keseharian di Jepang. Sebaliknya, ayah (Pak Bambang) terlihat berupaya menggunakan bahasa Indonesia saat berkomunikasi dengan istri, meskipun dengan struktur dan pelafalan yang belum sepenuhnya sempurna. Upaya ini menunjukkan adanya proses akomodasi linguistik untuk mencapai kesepahaman pesan. Selain itu, anak-anak (Natsuki dan Ritsuki) juga memperlihatkan kemampuan menggunakan bahasa campuran dalam interaksi sehari-hari. Mereka menggunakan bahasa Indonesia dalam percakapan dengan ibu dan sesama saudara, serta bahasa Jepang saat berinteraksi dengan ayah. Temuan ini menunjukkan bahwa persamaan bahasa terbentuk melalui proses adaptasi timbal balik, bukan melalui dominasi satu bahasa tertentu. Dengan demikian, persamaan bahasa berperan sebagai fondasi terbentuknya komunikasi yang efektif dalam keluarga multibudaya.

Persamaan Budaya dalam Kehidupan Sehari-hari

Selain persamaan bahasa, hasil penelitian juga menunjukkan adanya persamaan budaya yang diterapkan dalam kehidupan keluarga Ueno. Persamaan budaya dimaknai sebagai praktik nilai dan kebiasaan yang memiliki tujuan serupa meskipun berasal dari latar budaya yang berbeda. Dalam konteks ini, budaya Indonesia dan Jepang tidak saling

meniadakan, melainkan saling melengkapi dalam pola asuh dan interaksi keluarga. Salah satu bentuk persamaan budaya yang ditemukan adalah praktik sebelum makan, yaitu berdoa dan mengucapkan ungkapan syukur. Dalam keluarga Ueno, tradisi berdoa yang berasal dari budaya Indonesia dipadukan dengan kebiasaan Jepang mengucapkan *itadakimasu*. Meskipun berasal dari latar budaya yang berbeda, kedua praktik tersebut memiliki tujuan yang sama, yaitu menanamkan rasa syukur dan penghormatan terhadap makanan.



Gambar 3. budaya Jepang sebelum makan



Gambar 4. posisi terima kasih

Selain itu, budaya menyapa dan berterima kasih juga menjadi nilai yang ditanamkan kepada anak-anak. Penggunaan sapaan kepada orang sekitar serta kebiasaan mengucapkan terima kasih dan tolong dalam berbagai situasi menunjukkan adanya internalisasi nilai kesopanan yang bersifat lintas budaya. Temuan ini memperlihatkan bahwa persamaan budaya dalam keluarga Ueno dibangun melalui penyelarasan nilai, bukan sekadar pelestarian budaya asal secara terpisah.

Pembentukan Ikatan Sosial dalam Konteks Diaspora

Hasil penelitian selanjutnya menunjukkan bahwa konten Ueno Family Japan juga merepresentasikan pembentukan ikatan sosial, khususnya dalam konteks komunitas Indonesia di Jepang. Ikatan sosial ini berfungsi sebagai sarana adaptasi sosial sekaligus upaya mempertahankan identitas budaya, terutama bagi anggota keluarga yang berasal dari Indonesia.



Gambar 5. liwetan



Gambar 6. buka bersama WNI

Beberapa aktivitas yang ditampilkan dalam konten, seperti kegiatan makan bersama dengan konsep tradisional Indonesia, buka puasa bersama saat bulan Ramadan, serta

pertemuan dengan sesama warga Indonesia, menunjukkan adanya upaya membangun dan mempertahankan relasi sosial. Aktivitas-aktivitas tersebut tidak hanya bersifat seremonial, tetapi juga menjadi ruang berbagi pengalaman dan dukungan sosial dalam kehidupan perantauan. Ikatan sosial yang terjalin melalui kegiatan tersebut berkontribusi pada keberlanjutan adaptasi keluarga Ueno dalam lingkungan multikultural. Dengan demikian, konten yang ditampilkan tidak hanya merepresentasikan kehidupan keluarga, tetapi juga menggambarkan relasi sosial lintas individu yang memperkuat identitas kolektif.

Representasi Budaya Universal dalam Konten Family Vlog

Hasil penelitian juga menemukan bahwa konten Ueno Family Japan mengandung nilai-nilai budaya universal yang dapat diterima oleh audiens lintas budaya. Budaya universal tersebut antara lain budaya kekeluargaan, kerja sama, dan sikap saling menghormati. Nilai-nilai ini ditampilkan melalui interaksi sehari-hari seperti makan bersama, berbagi cerita, serta pembagian peran dalam pekerjaan rumah tangga.



Gambar 7. keharmonisan Ueno family



Gambar 8. Natsuki belajar memasak

Pembagian tugas domestik yang dilakukan secara adil antara ayah, ibu, dan anak-anak menunjukkan tidak adanya dominasi peran berbasis gender. Praktik ini merepresentasikan nilai kesetaraan dan kerja sama yang bersifat universal. Selain itu, sikap hormat dan sopan santun yang ditunjukkan dalam interaksi antaranggota keluarga memperkuat citra keluarga harmonis yang mudah diterima oleh publik. Dengan menghadirkan nilai-nilai budaya universal tersebut, konten Ueno Family Japan tidak hanya relevan bagi audiens dengan latar budaya tertentu, tetapi juga mampu menjangkau penonton yang lebih luas. Hal ini menjadi salah satu faktor yang berkontribusi terhadap daya tarik dan popularitas kanal tersebut.

Persamaan bahasa dalam Ueno family berdasarkan teori cultural proximity

Dalam teori cultural proximity, persamaan bahasa diartikan sebagai bentuk penggunaan bahasa asal seseorang yang tetap digunakan dalam lingkungan baru. Konteksnya secara sederhana apabila seseorang dengan latar belakang berbeda hidup di lingkungan baru maka mereka akan tetap menggunakan bahasa asalnya untuk berkomunikasi. Hanin (2024) mengemukakan bahwa penggunaan bahasa lokal secara signifikan meningkatkan kedekatan interaksi (Af et al., 2025). Konteks tersebut termasuk dalam konten Ueno family karena ada beberapa konten yang menjelaskan bagaimana persamaan bahasa terjadi dalam komunikasi lintas budaya Ueno family Japan. Melihat dari latar belakang Ueno Family yang berasal dari Jepang dan Indonesia maka persamaan bahasanya terbagi menjadi 2 lingkup.

1) Penggunaan bahasa Indonesia Ueno Family.

Konten YouTube Ueno Family Japan menyajikan hampir rata-rata menggunakan bahasa Indonesia karena pemegang utama YouTube mereka adalah Umma yang

berasal dari Indonesia. Dari beberapa konten yang telah diambil melalui YouTube mereka, penggunaan bahasa Indonesia digunakan juga oleh Pak Bambang, Natsuki dan Ritsuki untuk memudahkan komunikasi dengan Umma . Berdasarkan bukti tersebut, meskipun bahasa Indonesia mereka masih belum fasih tetapi demi membuat Umma mengerti maksudnya mereka tetap menggunakan bahasa Indonesia.

2) Penggunaan bahasa Jepang Ueno Family.

Selain menggunakan bahasa Indonesia, Ueno family juga tetap menggunakan bahasa Jepang. Hal tersebut tidak dapat ditinggalkan karena ayah mereka (Pak Bambang) adalah warga negara asli Jepang. Berdasarkan pengambilan bukti dari konten YouTube mereka ada beberapa konten dari komunikasi sehari-hari yang menggunakan bahasa Jepang, terlihat dari mulai Umma hingga ke anak-anaknya saat berbicara dengan Pak Bambang berusaha menggunakan bahasa Jepang. Melihat dari latar belakang yang berbeda, adanya penggunaan bahasa Jepang cukup fasih dalam Ueno family meskipun untuk Umma hanya memahami dasarnya saja. Dari penjelasan diatas diartikan bahwa dalam teori cultural proximity menjelaskan jika persamaan bahasa muncul untuk menciptakan kedekatan seorang individu dengan bahasa aslinya sehingga dalam lingkungan baru individu tersebut dapat tetap merasakan lingkup bahasanya dan mempertahankan identitas mereka. Berdasarkan teori tersebut penerapannya tercantum dalam konten YouTube Ueno family Japan bahwa persamaan bahasa tersebut diciptakan agar mereka tidak menghilangkan identitas diri mereka masing-masing sehingga pada anaknya Natsuki dan Ritsuki adanya penggunaan bahasa campuran ditunjukkan agar identitas mereka dari pernikahan campuran budaya dapat terlihat.

Bentuk persamaan budaya dalam Ueno family.

Budaya asli seseorang akan selalu dibawa ke mana saja bahkan saat mereka menemukan lingkungan baru, meskipun beberapa individu beradaptasi dengan lingkungan baru tetapi budaya asli mereka tetap dimiliki dalam kehidupannya. Berdasarkan teori cultural proximity, budaya seseorang selalu dibawa dilingkungan manapun mereka berada karena mereka bisa merasakan kedekatan dengan budaya aslinya dengan menerapkan budaya tersebut dilingkungannya, sehingga budaya dasar sekalipun akan tetap dapat menunjukkan identitas asli seseorang (Karisga et al., 2025). Penerapan konsep tersebut dalam konten YouTube Ueno Family Japan ditandai dengan beberapa budaya untuk tetap digunakan dari segi budaya Indonesia dan Jepang, kemudian disalurkan kepada anak-anak mereka sehingga budaya campuran menjadi terbentuk. Konteks persamaan budaya ini berdasarkan hasil penelitian pada YouTube Ueno family dengan menerapkan budaya terima kasih, budaya menolong, budaya menghormati bahkan budaya gotong royong. Bahkan dari segi budaya Jepang, Ueno family menerapkan budaya hormat, menghargai serta sopan santun dalam kehidupan sehari-harinya. Persamaan budaya yang dibuat adalah untuk menciptakan lingkungan yang sesuai dari latar belakang keluarga mereka, sehingga mereka dapat merasakan keterikatan antara keluarga serta budaya mereka dalam lingkungan baru sesuai dengan tujuan dari teori tersebut.

Ikatan sosial Ueno family dalam konteks diaspora.

Lingkungan sangat berpengaruh terhadap adaptasi dari individu, maka setiap lingkungan harus memiliki lingkup pribadi dimana individu dapat merasakan ikatan sosial mereka. Menurut teori cultural proximity, ikatan sosial individu akan lebih efektif terjalin apabila satu sama lain memiliki keterikatan dari beberapa sisi maupun sudut pandang. Ikatan

sosial yang terbentuk seperti ini bertujuan agar individu dapat mengembalikan identitas asli mereka dan menciptakan ruang pribadi diluar dari lingkungan baru mereka (Mona, 2020). Ueno family merupakan salah satu keluarga yang memiliki pernikahan campuran, sehingga adanya perbedaan dari segi bahasa dan budaya yang diajarkan membuat mereka membentuk ikatan sosial baru di lingkungannya. Akan tetapi untuk menciptakan ruang pribadi mereka dalam membentuk ikatan sosial yang diinginkan, Ueno family mengumpulkan beberapa individu yang memiliki latar belakang yang sama terutama Mama Mega (Umma). Alasan utama Umma membentuk ikatan sosial tersendiri karena dia sedang beradaptasi dengan lingkungan barunya sehingga dia juga membutuhkan lingkup pribadi untuk menyalurkan identitas asli dirinya. Ikatan sosial yang dibentuk oleh Umma merupakan kegiatan berkumpul sesama WNI (Warga Negara Indonesia) serta mengadakan acara yang mempererat ikatan sosial sesama mereka. Konteks keluarga tersebut jika digambarkan sesuai dengan apa yang telah dijelaskan dalam teori cultural proximity sehingga tujuan dari ikatan sosial ini dapat digambarkan dengan jelas melalui konten Ueno family.

Budaya universal Ueno family Japan.

Budaya universal bermakna budaya yang tidak hanya dimiliki beberapa negara, kelompok, ras dan sebagainya, melainkan budaya yang juga dimiliki dari kebanyakan individu. Konten YouTube Ueno family Japan ketertarikan terhadap konten mereka karena dapat diterima dari kebanyakan individu yang memiliki latar budaya berbeda sehingga hal tersebut membuat ikatan mereka terjalin dari berbagai sisi. Teori cultural proximity menjelaskan bahwa budaya universal cenderung lebih mampu mendekatkan individu satu sama lain karena mereka terhubung dari budaya yang beragam. Sehingga dari konteks tersebut masyarakat mudah menerima konten YouTube Ueno family karena mereka merasakan kecocokan dengan budaya mereka (Syaifani, n.d.,2020). Budaya yang diterapkan Ueno family yang juga dimiliki oleh budaya lain yaitu budaya kerja sama, budaya menghargai, budaya patriarki bahkan budaya kekeluargaan. Adanya keterkaitan fenomena ini dengan teori cultural proximity menjadikan momen yang diambil sebagai bagian dari komponen dari individu dalam komunikasi lintas budaya. Berdasarkan pembahasan diatas dapat diartikan jika teori cultural proximity yang memiliki komponen persamaan bahasa, persamaan budaya, ikatan sosial dan memiliki budaya yang bersifat universal semuanya ada dalam konten YouTube Ueno family Japan. Selain itu, dalam konten yang disajikan adalah kehidupan sehari-hari keluarga mereka maka komponen tersebut juga diterapkan dalam kehidupan sehari-harinya. Keterkaitan antara teori cultural proximity dan hasil yang telah didapatkan bisa dikatakan jika kedua hal ini memiliki hubungan yang saling menjelaskan konteks serta penerapan yang lebih jelas.

SIMPULAN

Bahwa tayangan pada channel YouTube Ueno Family Japan merepresentasikan praktik komunikasi lintas budaya yang berlangsung secara alami dalam kehidupan keluarga multikultural. Praktik komunikasi tersebut terlihat melalui penggunaan bahasa Indonesia, Jepang, dan Jawa secara bergantian sebagai bentuk adaptasi dan akomodasi komunikasi antaranggota keluarga. Selain itu, terdapat penerapan persamaan budaya berupa nilai sopan santun, rasa syukur, menghormati, dan kerja sama yang berasal dari budaya Indonesia maupun Jepang dan dipadukan dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini juga menemukan adanya pembentukan ikatan sosial dalam konteks diaspora melalui interaksi dengan sesama warga Indonesia di Jepang sebagai upaya mempertahankan identitas budaya dan memperkuat proses adaptasi sosial. Di samping itu, konten Ueno Family Japan mengandung nilai-nilai

budaya universal seperti kekeluargaan, toleransi, dan saling menghargai sehingga mudah diterima oleh audiens lintas budaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Af, F., Mariska, K. D., Paramadhina, S. A., & Hernadi, T. T. (2025). Musik dari Seberang : Perbandingan Band Indonesia dan Malaysia 90-an – 2000-an Awal dari Perspektif Komunikasi Antarbudaya. 9–23.
- Agus Salam, M. P. (2023). Metode Penelitian Kualitatif. Cv. Azka Pustaka. <https://books.google.co.id/books?id=ainKEAAAQBAJ>
- Astria, D. N., & Liana, C. (2023). Pengaruh Keterampilan Komunikasi Mahasiswa terhadap Keberhasilan Melaksanakan Program Pejuang Muda Kementerian Sosial: Studi Kasus pada Mahasiswa Peserta Program Pejuang Muda Tahun 2021. *Dawatuna Journal Of Communication And Islamic Broadcasting*, 3(1), 143–157. <https://doi.org/10.47476/dawatuna.v3i1.2318>
- Azeharie, S. (2023). Cultural Proximity of Korean and Indonesian in Korean Dramas. *Wacana: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 22(1), 131–141. <https://doi.org/10.32509/wacana.v22i1.2440>
- Erlianti, D., Hijeriah, E. M., Suryani, L., Wahyuni, L., Sari, N., Hartutik, D., Sepriano, S., Efitra, E., & Safitri, N. (2024). Metodologi Penelitian : Teori dan Perkembangannya. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. https://books.google.Co.Id/Books?Id=_2qbeqaaqbaj
- Jin, D. Y. (2025). Globalization And Media In The Digital Platform Age. Taylor & Francis. <https://books.google.co.id/books?id=5tffeqaaqbaj>
- Kanozia, R., & Ganghariya, G. (2021). Cultural proximity and hybridity: popularity of Korean pop culture in India. *Media Asia*, 48(3), 219–228. <https://doi.org/10.1080/01296612.2021.1902079>
- Karisga, A., Mustika, S., & Corliana, T. (2025). Kepuasan Followers Akun X @ KDRAMA _ MENFESS terhadap Film " My Annoying Brother " Versi Korea Selatan dan Indonesia Abstrak. 6(2), 1050–1060.
- Mona, N. (2020). Jurnal Sosial Humaniora Terapan Konsep Isolasi Dalam Jaringan Sosial Untuk Meminimalisasi Efek Contagious (Kasus Penyebaran Virus Corona Di Indonesia) Indonesia). 2(2).
- Mudrik, N., Enji, Z., & Fawwaz, I. (2024). Komunikasi Lintas Budaya : Konsep , Tantangan , Dan Strategi Pengembangannya. 4(2), 168–181.
- Muhtarom, D. A., Widiyanarti, T., Junistian, F., Karyana, Y. P., Saronta, S., & Baihaq, A. A.-R. (2024). Peran Komunikasi Antar Budaya dalam Meningkatkan Pemahaman dan Toleransi Antar Bangsa. *Interaction Communication Studies Journal*, 1(3), 12. <https://doi.org/10.47134/interaction.v1i3.3289>
- Nurlela, L., Laksono, R. D., Judijanto, L., Batubara, R. P., Sakti, R. M., Nataly, F., Saktisya Putra, S., Rachmawati, R. D., & Setyadi, V. (2024). Pengantar Komunikasi. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=z9EKEQAAQBAJ>
- Prastiwi, A. R. D., & Haryanti, Y. (2025). Akomodasi Komunikasi Mahasiswa Kalimantan Tengah Yang Mengalami Culture Shock Saat Menghadapi Hambatan Proses Belajar Bahasa Jawa. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Rachmah, F. (2023). Interjeksi Dalam Konten Youtube Food Vlogger Farida Nurhan. Institut Agama Islam Negeri Madura.
- Syaifani, S. (2020). Popularitas Hallyu Di Arab Saudi.