

**KOMUNIKASI LINTAS BUDAYA DALAM CHANNEL YOUTUBE DALE  
PHILIPS “BULE MAKAN RUJAK DI JALANAN JAKARTA”**

Yudha Arta Mukti  
UIN Walisongo Semarang

---

Correspondence

---

Email: yudhaartamukti@gmail.com

No. Telp:

Submitted: 25 Agustus 2023

Accepted: 2 September 2023

Published: 4 September 2023

---

**ABSTRACT**

Kekayaan budaya bangsa Indonesia merupakan hal yang menjadi suatu keunggulan sebagai daya tarik orang-orang untuk datang dan berkunjung ke Indonesia. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi membuat budaya Indonesia semakin mendunia dan menguatkan eksistensinya sebagai identitas lokal bangsa. Media telah menjadi saluran untuk mengkomunikasikan budaya Indonesia ke dunia Internasional. Salah satu media yang menjadi saluran komunikasi lintas budaya ialah media sosial Youtube. Dimana terdapat sebuah Channel Youtube yang didalamnya memuat budaya Indonesia dalam unggahannya dengan judul “Bule makan rujak di jalanan Jakarta”. Penelitian ini akan mengkaji bagaimana Channel Youtube menjadi sebuah saluran komunikasi lintas budaya untuk mengkomunikasikan budaya Indonesia ke dunia global. Penelitian menggunakan metode kepustakaan dengan sumber datanya berasal dari dokumen berupa video di Channel Youtube Dele Pilips. Hasil penelitian menunjukkan bahwa melalui konten video tersebut terinterpretasikan budaya Indonesia dalam hal fashion atau cara berpakaian dan kuliner. Dalam fashion atau cara berpakaian meliputi songkok dan baju sepakbola Indonesia serta adanya pengakuan dari pembuat konten yang tertarik dengan batik sebagai suatu kekayaan budaya Indonesia. Sedangkan dalam hal kuliner terdapat jajanan lokal Indonesia berupa rujak sebagai manifestasi dari budaya lokal.

**Kata kunci:** Komunikasi, Lintas Budaya, Channel Youtube

**PENDAHULUAN**

Indonesia merupakan negara yang memiliki keragaman budaya yang melimpah. Hal inilah yang menjadi salah satu daya tarik bagi para wisatawan mancanegara untuk datang dan berkunjung di Indonesia. Apalagi di era globalisasi dan keterbukaan informasi sekarang ini, setiap orang dengan mudah mengakses dan menyebarkan budaya melalui beragam platform media massa sehingga budaya-budaya lokal bisa ter-*ekspose* ke dunia global. Budaya merupakan sebuah pola-pola maupun tindakan dan perilaku atas bentuk dari penyesuaian diri dan gaya komunikasi dimana hal tersebut dapat memungkinkan setiap orang untuk dapat tinggal dan menetap dalam suatu lingkup masyarakat dalam lingkungan geografis tertentu, tingkat perkembangan teknis tertentu serta pada saat dan waktu tertentu pula.<sup>1</sup> Dengan adanya interaksi antara satu budaya dengan budaya lain yang di era sekarang bersifat tak terbatas oleh ruang dan waktu membuat tingkat penyebaran budaya juga akan

---

<sup>1</sup> Deddy Mulyanan & Jalaludin Rakhmat. *Komunikas Antar Budaya Panduan Berkomunikasi dengan Orang-Orang Berbeda Budaya* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006), 58-63.



semakin tinggi. Oleh karena itu, secara *intrinsic* budaya bersifat *konstitutif* terhadap globalisasi.

Adanya globalisasi budaya membuat budaya-budaya lokal Indonesia bisa lebih mendunia dan sekaligus mempertahankan identitasnya sebagai budaya yang murni berasal dari kearifan lokal bangsa. Globalisasi budaya merupakan sebuah penetrasi kekuatan dan superioritas budaya barat yang merambah ke berbagai sendi kehidupan masyarakat yang berakibat pada pembentukan pola konsumsi masyarakat, gaya hidup dan bahkan memengaruhi cara berpikir masyarakat.<sup>2</sup> Hal ini mengisyaratkan adanya penguatan identitas budaya lokal Indonesia agar tetap memiliki nama di tengah gempuran budaya-budaya barat melalui beragam media massa.

Salah satu bentuk paling nyata dalam persebaran dan pola komunikasi antar budaya di tengah arus globalisasi saat ini ialah melalui platform digital dan media sosial. Media sosial *Youtube* menjadi paling relevan karena memuat konten berupa audiovisual yang paling banyak diminati masyarakat. Berdasarkan data survei pada tahun 2022 ini pengguna aktif media sosial *Youtube* mencapai angka 2,41 Miliar.<sup>3</sup> Sedangkan Indonesia sendiri merupakan pengguna terbesar ketiga di dunia setelah India dan Amerika Serikat. Dengan angka yang sangat tinggi tersebut memungkinkan kanal YouTube bisa menjadi sarana pertukaran informasi termasuk sarana pertukaran dan penyebaran budaya. Salah satu channel YouTube yang baru-baru ini mendapat banyak perhatian ialah Dele Pilips, dimana ia menampilkan sebuah video yang merepresentasikan budaya-budaya lokal Indonesia, baik dalam hal penampilan atau cara berpakaian hingga kuliner khas Indonesia. Hal ini menjadi sebuah fenomena menarik untuk dituangkan dalam bentuk karya tulis atau penelitian ilmiah dengan menggunakan sudut pandang lintas budaya. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk menuangkan hasil pengamatan dan analisis fenomena tersebut ke dalam sebuah penelitian. Yang mana sejauh ini, penulis belum menemukan penelitian lain yang secara spesifik membahas tentang fenomena tersebut secara terperinci dan mendalam. Akan tetapi ada beberapa penelitian yang memiliki relevansi dengan penelitian ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Sri Utami yang membahas mengenai kuliner sebagai identitas budaya dengan menggunakan perspektif lintas budaya. Penelitian tersebut berupaya untuk menelusuri bagaimana sebuah kuliner bisa merepresentasikan identitas budaya dalam

---

<sup>2</sup> Suyanto, *Sosiologi Ekonomi*, (Kencana, 2013), 87

<sup>3</sup> Shilvina Widi, *Pengguna Youtube di Dunia Capa 2,41 Miliar pada Kuartal II/2022*, <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-youtube-di-dunia-capai-241-miliar-pada-kuartal-ii2022/>, diakses 8 November 2022

komunikasi lintas budaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kuliner tidak bisa dipandang remeh sebagai sebuah identitas budaya, sebab melalui kuliner dapat memberi wawasan dalam cakupan perubahan pada konteks sosial, budaya, politik dan ekonomi dalam masyarakat global. Kuliner merupakan sumber yang relevan dari penandaan dan bentuk komunikasi yang efektif dari budaya yang khas, dengan karakter nasional yang kuat dan keragaman fitur. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman kuliner dari segi perbedaan dan konotasi budaya yang mendalam, mengeksplorasi warisan budaya mereka, dan mempromosikan pertukaran budaya pada lingkup global.<sup>4</sup>

Selanjutnya penelitian yang dilakukan Rochmad Effendy yang berupaya mengkaji cara kerja media sosial Nex Carlos dalam mempopulerkan makanan tradisional ke mancanegara. Metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pengamatan, dokumen, wawancara dengan informan. Hasilnya adalah Youtube Nex Carlos berfungsi efektif mengglobalkan makanan lokal secara interaktif dan intim. Interaksi sosial membuat penonton memandangnya sebagai model panutan, konselor dan penghibur sehingga mengadopsi rekomendasinya. Sebagai produk budaya, konsumsi kuliner lokal dipandang sebagai tandingan atas propaganda makanan global. Hal ini melahirkan kesadaran ekologis, sosial dan politik-pedagogi makanan untuk tetap mempertahankan eksistensi pangan lokal yang berkelanjutan.<sup>5</sup>

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian pustaka (*library research*) yang dilakukan dengan mengumpulkan data atau informasi dari berbagai sumber kepustakaan seperti buku, laporan, dokumen, artikel, website, internet dan lain sebagainya. Oleh karena penelitian ini menjadikan kepustakaan sebagai sumber utamanya, maka kualitas dari penelitian sangat tergantung pada kualitas dokumen-dokumen yang dikumpulkan dan dikaji. Kualitas dokumen yang baik dan otentik akan sangat menunjang kualitas penelitian.<sup>6</sup> Adapun sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari dokumen video di channel YouTube Dele Philip dengan judul “*Bule Makan Rujak di Jalanan Jakarta*”. Sedangkan sumber sekunder diperoleh dari buku, artikel maupun website yang memiliki kaitan dengan tema dan objek yang diteliti. Data yang telah diperoleh oleh penulis melalui internet kemudian diteliti dan dianalisis menggunakan teori-teori dan pendekatan komunikasi lintas budaya sehingga

---

<sup>4</sup> Sri Utami, *Kuliner Sebagai Identitas Budaya: Perspektif Komunikasi Lintas Budaya*, Cover Age: Jurnal of Strategic Communication 8 (2) 2018: 36-44

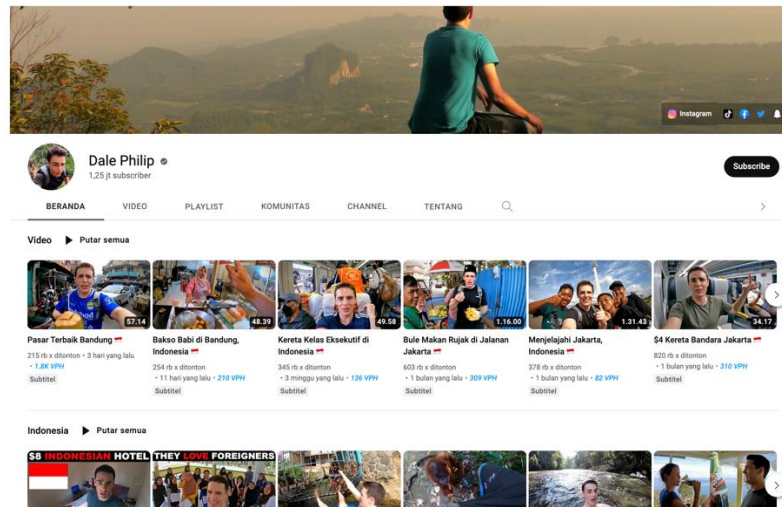
<sup>5</sup> Rochmad Effendy, *Mengglobalkan Makanan Tradisional Lewat Media Sosial Youtube Sebagai Budaya Tandingan (Studi Food Vlogger Nex Carlos Sebagai Media Promosi Kuliner Lokal)*, Jurnal Nomosleca 7 (1) 2021: 148-159

<sup>6</sup> Prasetya Wirawan, *Logika dan Prosedur Penelitian* (Jakarta: CV Infomedika, 2000), 65

melahirkan kesimpulan mengenai peranan media sosial *Youtube* sebagai sebuah sarana untuk menyebarkan budaya lokal ke kancah global.

## CHANNEL YOUTUBE DALE PHILIPS

Dhale Philips adalah youtuber dari skotlandia lahir di Edinburgh, skotlandia pada 17 januari 1995. Dulunya ia adalah seorang mantan pemain poker dan telah menorehkan beberapa prestasi dalam permainan poker online. Selain itu dia juga pernah berkerja sebagai IT/Software sampai dia sukses di poker, dan dia memutuskan berhenti di poker pada tahun 2010. Channel Youtube Dale Philips dibuat pada 3 Januari 2007 hingga saat ini jumlah subscriber yang diperolehnya sebesar 1,25 juta pada 15 November 2022. Sedangkan dalam videonya dia sudah mengupload video dengan publikasi sebanyak 175 video, dalam pembuatan video vlog jalan-jalan Dale rata-rata durasi video yang ia buat adalah 40-60 menit. Platfom media sosial yang digunakannya bukan hanya YouTube saja melainkan facebook, twitter dan tiktok juga ia gunakan sebagai sarana mempopulerkan konten video vlognya.



Gambar 1.0 Channel Youtube Dale Philip

Dale telah berpergian ke 50 negara mulai dari Eropa, Asia Pakistan, Nepal, Mesir, Kamboja, India dan lain-lain. Dalam kunjungannya ke Indonesia dale telah datang ke Indonesia pertama kali pada 2019 ke medan. Di sana dia membuat konten video ke Medan dan menjelajah Sumatera. Dalam konten video Dale melakukan kegiatan berkunjung ke tempat sejarah, wisata dan kuliner Indonesia. Selain itu dia juga sering *review* makanan hotel, fasilitas hoten, transportasi dan kearifan atau kebudayaan masyarakat lokal. Setiap momen dalam kegiatan ketika ia berkeliling berbagai daerah di dunia dia selalu merekamnya dengan tujuan selain untuk konten dia juga untuk berhati-hati jika ada penipuan yang dia alami.

Sebagai saran kepada turis asing yang berkunjung ke negara tersebut agar berhati-hati ketika berada disana. Pada video vlog “berkeliling Jakarta” Dale memberikan sebuah interaksi antar budaya dalam jalan jalannya ke Masjid Istiqlal Jakarta dan mencicipi berbagai macam kuliner yang ada disekeliling Masjid kemudian dia memerikan sebuah komentar terhadap apa yang dia rasakan.

### **KOMUNIKASI LINTAS BUDAYA DALE PHILIPS**

Dalam definisi komunikasi lintas budaya memang mempunyai beberapa adalah sebuah komunikasi yang dilakukan orang yang mempunyai kebudayaan yang saling berbeda. Komunikasi Lintas Budaya (*cross culture*) sering digunakan untuk menyebut makna Komunikasi Antar Budaya (*interculture*), tanpa dibatasi konteks geografis, ras dan etnik.<sup>7</sup> Komunikasi bisa terfokus kepada hubungan antar pribadi yang berbeda kebangsaan dan tidak membentuk sebuah kebudayaan baru, sebagaimana dalam komunikasi antar budaya.

Secara umum komunikasi lintas budaya merupakan istilah yang sering dipakai untuk menjelaskan makna dari komunikasi antar budaya, yang tidak terbatas oleh konteks geografis, ras dan etnik. Komunikasi lintas budaya didefinisikan sebagai analisis perbandingan yang memprioritaskan relativitas kegiatan kebudayaan. Oleh karenanya, komunikasi lintas budaya lebih terfokus pada hubungan komunikasi antar bangsa dengan tidak memunculkan kultur baru seperti dalam kajian komunikasi antar budaya.<sup>8</sup>

Hakikatnya komunikasi lintas budaya merupakan sebuah kajian komparatif yang mempunyai tujuan untuk membandingkan; budaya tertentu, konsekuensi atau akibat dalam pengaruh budaya dari dua konteks kebudayaan atau lebih, dengan demikian komunikasi lintas budaya hanya dapat terjadi jika masing-masing individu mengetahui kebudayaan yang di milikinya dan kebudayaan orang lain.

Menurut Stella Ting-Toomey mendefinisikan komunikasi lintas budaya sebagai proses pertukaran makna antar individu atau dalam komunitas budaya yang berbeda (lintas budaya) untuk menegosiasikan makna bersama dalam situasi interaktif. Perbedaan latar belakang sosial budaya seringkali menjadi hambatan dalam proses komunikasi, karena adanya standar baik, buruk, benar, dan salah yang berbeda di tiap budaya. Menurut Ting-Toomey senada dengan pendapat Samovar yang menyatakan definisi komunikasi antar budaya sebagai

---

<sup>7</sup> Nikmah Suryandari, *Komunikasi Lintas Budaya* (Surabaya: CV. Putra Media Nusantara (PMN), 2019), 13.

<sup>8</sup> Didik Hariyanto dan Ferry Adhi Dharma, *Buku Ajar Komunikasi Lintas Budaya* (Sidoharjo: Umsida Press, 2020), 2.

interaksi antar individu-individu yang memiliki pengetahuan budaya dan sistem simbol kebudayaan yang berbeda untuk mengubah kegiatan komunikasi.<sup>9</sup>

Komunikasi Lintas Budaya menurut Williams (1966) dalam Samovar dan Porter (1976) berkisar pada perbandingan perilaku Komunikasi antar budaya dengan menunjukkan persamaan dan perbedaan :

1. persepsi dari pengalaman, peran lingkungan sosial dan fisik,
2. kognisi terdiri unsur-unsur khusus kebudayaan, proses bahasa dan cara berpikir
3. sosialisasi
4. kepribadian seperti tipe-tipe budaya pribadi yang mempengaruhi etos, tipologi karakter atau watak bangsa.

Tujuan dari pembelajaran komunikasi lintas budaya ini adalah untuk :

- a. Mengembangkan kepekaan antarbudaya, dan kesadaran, belajar untuk melihat, menganalisis, dan menyelesaikan masalah dari perspektif perbedaan budaya.
- b. Menumbuhkan sikap antar budaya, yang meliputi sikap toleran, hormat, ingin tahu, dan empati terhadap budaya lain
- c. Memperoleh pengetahuan budaya, baik budaya umum dan budaya tertentu, memberikan perhatian khusus pada unsur- unsur budaya yang tak terlihat, yang seperti bagian tersembunyi dari gunung es.
- d. Mengubah kesadaran, sikap, dan pengetahuan kita menjadi kompetensi, dan untuk mengembangkan fleksibilitas dan kemampuan beradaptasi dalam komunikasi antar budaya.<sup>10</sup>

Jadi, dalam kajian komunikasi lintas budaya dapat dipahami bahwa titik fokus terberat dari komunikasi lintas budaya adalah dari pelaku individu yang berbeda kebudayaan dan tidak menciptakan sebuah kebudayaan yang baru. Teori *co-cultural Communication* ini mencoba mengungkapkan bagaimana bahasa bekerja di antara kelompok dominan dan non dominan, atau grup budaya. Kelompok yang mendominasi kekuasaan akan lebih menciptakan suatu sistem komunikasi yang mendukung persepsi mereka tentang dunia. Hal ini berarti, minoritas harus berfungsi dalam suatu sistem yang sering kali tidak merepresentasi kelompok mereka.<sup>11</sup> Oleh Karena itu sebuah kebudayaan, termasuk keadaan

<sup>9</sup> Didik Hariyanto dan Ferry Adhi Dharma, 3.

<sup>10</sup> Larry A. Samovar dkk., *Communication between Cultures*, 8th ed (Boston, MA: Cengage Learning, 2013).

<sup>11</sup> Bernard Realino Danu Kristianto dan Rustono Farady Marta, "Monetisasi Dalam Strategi Komunikasi Lintas Budaya Bayu Skak Melalui Video Blog Youtube," *LUGAS Jurnal Komunikasi* 3, no. 1 (9 Juli 2019): 49, <https://doi.org/10.31334/ljk.v3i1.415>.

sosial budaya, keadaan psikologi budaya, berpengaruh terhadap cara-cara seseorang berkomunikasi. Aspek ini antara lain merupakan objek yang di pelajari oleh komunikasi lintas budaya maupun komunikasi antar budaya.<sup>12</sup>

Dale Philip dalam membuat konten yang berlokasi di Jakarta menunjukkan bahwa dirinya sedang mengeksplorasi kota Jakarta, mulai dari budaya, makanan, dan lain-lain. Dalam sebuah adegan pembukaan awal video pertama kali dia menyapa penontonnya dengan memberi tahu lokasinya saat itu hal ini bertujuan untuk membuat penonton menarik perhatian terhadap lokasi yang dituju. Selain itu dia juga mencoba memanfaatkan transportasi publik dalam berpergian menjelajah kota Jakarta, seperti naik kereta bandara dan naik bus.

Dalam video *“bule makan rujak di jalanan Jakarta”* dia menyapa pertama kali dengan kata-kata *“hello from Jakarta Indonesia”* dan mulai mengunjungi tempat publik di Jakarta. Tempat yang pertama di kunjungi dalam video tersebut adalah Pasar Baru, Mall, pasar tradisional. Selain itu, ketika Dale Philip berjalan-jalan di sekeliling pedangang pasar ia mencoba mencari barang-barang yang identik dengan budaya lokal di Indonesia seperti songkok, batik, jersey pemain sepak bola lokal.

#### **ANALISIS KOMUNIKASI LINTAS BUDAYA**

Dalam analisis kajian komunikasi lintas budaya bahwa Dale Philip ketika membuat konten video di Jakarta ditemukan komunikasi budaya yang terjadi antara Dale dan penduduk Indonesia.

##### **1. Songkok**

Songkok merupakan sebuah penutup kepala yang familiar di Kawasan asia tenggara seperti Brunei, Malaysia, Singapura dan Indonesia. Songkok biasanya digunakan sebagai penutup kepala laki-laki, selain itu songkok dapat juga dijadikan simbol nasionalis perjuangan. Dalam video tersebut Dale Philip mencari songkok yang pernah ia lihat pada foto presiden RI pertama Sukarno. Dimana di dalam segmen awal Dale bertanya kepada masyarakat lokal untuk menunjukkan lokasi yang menjual songkok.

*“peci songkok”, “hey brother, I’am looking for songkok, peci, peci songkok same like Sukarno”*

---

<sup>12</sup> Rinjani Bahri, Subhani, *Komunikasi Lintas Budaya* (Sulawesi: Unimal Press, 2017), 29, <https://repository.unimal.ac.id/4207/1/%5BRinjani,%20Subhani%5D%20%20Komunikasi%20Lintas%20Budaya.pdf>.



Gambar 1.2 dale membeli songkok

Dalam segmen tersebut, Dale Philip mencoba untuk mengenakan salah satu bagian dari tradisi yang biasa dikenakan di Indonesia. Meskipun terkadang peci diasosiasikan penutup kepala oleh seorang muslim yang biasa digunakan laki-laki ketika salat namun dalam hal ini peci merepresentasikan budaya di Indonesia. Ketika mencari sebuah songkok dia memberikan contoh kepada tokoh yang dikenal di Indonesia presiden Sukarno “*songkok same sukarno*”. Selain itu Dale yang mempunyai perbedaan latar belakang budaya dengan Indonesia mendapat tawaran dari pedagang untuk membeli lambang Garuda Pancasila untuk ditempel pada pecinya. Adapun kopiah, songkok atau peci bagi umat Islam khususnya di Indonesia lazim dikenakan sebagai bagian pelengkap pakaian saat beribadah, bahkan di zaman era Soeharto mewajibkan semua menteri (kabinetnya) untuk yang pria memakai songkok/peci, apa pun agamanya dan songkok/peci itu pun menjadi penutup kepala (kostum nasional) yang dipopulerkan oleh presiden Republik Indonesia (RI) pertama yakni Soekarno.<sup>13</sup>

## 2. Makanan Tradisional

Kuliner merupakan elemen budaya dari suatu bangsa yang sangat mudah dikenali sebagai identitas suatu masyarakat. Kuliner merupakan salah satu unsur dari budaya dan menunjukkan adanya hubungan sosial. Apa yang kita makan, dengan siapa kita makan, dan bagaimana penyajian makanan menunjukkan peranan yang penting dalam

<sup>13</sup> Ahmad Ubaidillah dan Misbahul Khoir, “Tradisi Dan Budaya Islam Lokal Sebagai Basis Ketahanan Usaha Kerajinan Tangan Songkok, Pecut, Dan Tampar Di Desa Serah Panceng Gresik,” *Sosial Humaniora* 1, no. 1 (16 November 2018): 37.

memaknai relasi sosial.<sup>14</sup> Selain itu rujak merupakan sebuah warisan budaya tak benda yang dimiliki oleh Indonesia.<sup>15</sup>

Makanan tradisional yang Dale tunjukkan adalah rujak dan sup buah dan rujak. Sop buah merupakan dengan menggunakan buah-buahan yang mempunyai ciri khas Indonesia yakni dijual dipinggir jalan dan dibuat dari berbagai macam campuran buah dan dipadukan air es dan sirup. Rujak merupakan campuran dari beberapa buah yang biasanya berisi berbagai macam buah seperti buah mentimun, bengkuang, mangga muda, nanas, kedondong dan kerahi.<sup>16</sup> Semuanya kemudian di kupas, diiris tipis-tipis dan dikasih bumbu halus sambal dan gula merah.



Gambar 1.3 dale mencicipi rujak

### 3. Fashion

Dalam sebuah bagian dalam video pada menit ke 58 Dale Philip menginginkan sebuah jersey clup sepak bola Indonesia yang ia cari adalah jersey timnas nasional yang mempunyai logo garuda Pancasila mirip seperti apa yang ia kenakan dalam songkoknya. Hal ini tentunya Dale setidaknya telah mengetahui sedikit banyak mengenai terjadinya komunikasi lintas budaya antara budaya Indonesia. Melalui pakaian pula, dapat menjadi sebuah representasi dari kearifan lokal budaya melalui fashion. Ada beberapa cara yang berbeda di mana *fashion* dapat bertindak sebagai alat

<sup>14</sup> Sri Utami, "Kuliner Sebagai Identitas Budaya; Perspektif Komunikasi Lintas Budaya," *Journal of Strategic Communication* 8, no. 2 (2018): 37.

<sup>15</sup> "Rujak Uleg Warisan Budaya Tak Benda | Radar Surabaya," diakses 17 November 2022, <https://radarsurabaya.jawapos.com/surabaya/kota-lama/18/05/2022/rujak-uleg-warisan-budaya-tak-benda/>.

<sup>16</sup> "Warisan Budaya Takbenda | Beranda," diakses 17 November 2022, <https://warisanbudaya.kemdikbud.go.id/?newdetail&detailCatat=6751>.

komunikasi, termasuk peran *fashion* sebagai penanda ekspresi individu, artikulasi politik, dan sebagai penentu peran sosial dalam budaya.<sup>17</sup>

Komunikasi dengan penggunaan atribut dan *fashion* membuat individu menjadi anggota suatu komunitas, dalam artian komunikasi sebagai “interaksi sosial melalui pesan” membuat individu menjadi anggota suatu kelompok. Dalam hal ini pesan yang ingin disampaikan oleh Dale adalah untuk mencintai budaya lokal melalui pakaian. Selain itu, dia juga agak tertarik terhadap pakaian batik yang ada dalam Mall, dan berjanji dia akan membelinya karena dia tahu bahwa itu adalah pakaian tradisional Indonesia.



Gambar 1.4 Dale membeli Jersey timnas Indonesia

## KESIMPULAN

Dari analisis komunikasi lintas budaya yang dilakukan Dale Philips dalam kunjungannya ke Jakarta dapat di temukan beberapa pesan komunikasi lintas budaya yang dilakukan melalui peci songkok yang merupakan kearifan ciri khas budaya Indonesia yang dipopulerkan oleh Presiden Sukarno, makanan tradisional melalui soup buah dan rujak yang merupakan warisan budaya tak benda dan fashion melalui jersey tim nas indonesia.

<sup>17</sup> Katarina Kuruc, “Fashion as Communication: A Semiotic Analysis of Fashion on ‘Sex and the City,’” *Semiotica* 2008, no. 171 (Januari 2008): 199, <https://doi.org/10.1515/SEMI.2008.074>.

## DAFTAR PUSTAKA

- Didik Hariyanto dan Ferry Adhi Dharma. *Buku Ajar Komunikasi Lintas Budaya*. Sidoharjo: Umsida Press, 2020.
- Kristianto, Bernard Realino Danu, dan Rustono Farady Marta. "MONETISASI DALAM STRATEGI KOMUNIKASI LINTAS BUDAYA BAYU SKAK MELALUI VIDEO BLOG YOUTUBE." *LUGAS Jurnal Komunikasi* 3, no. 1 (9 Juli 2019): 45–56. <https://doi.org/10.31334/ljk.v3i1.415>.
- Kuruc, Katarina. "Fashion as Communication: A Semiotic Analysis of Fashion on 'Sex and the City.'" *Semiotica* 2008, no. 171 (Januari 2008). <https://doi.org/10.1515/SEMI.2008.074>.
- Nikmah Suryandari. *Komunikasi Lintas Budaya*. Surabaya: CV. Putra Media Nusantara (PMN), 2019.
- Rinjani Bahri, Subhani. *Komunikasi Lintas Budaya*. Sulawesi: Unimal Press, 2017. <https://repository.unimal.ac.id/4207/1/%5BRinjani,%20Subhani%5D%20%20Komunikasi%20Lintas%20Budaya.pdf>.
- "Rujak Uleg Warisan Budaya Tak Benda | Radar Surabaya." Diakses 17 November 2022. <https://radarsurabaya.jawapos.com/surabaya/kota-lama/18/05/2022/rujak-uleg-warisan-budaya-tak-benda/>.
- Samovar, Larry A., Richard E. Porter, Edwin R. McDaniel, dan Carolyn S. Roy. *Communication between Cultures*. 8th ed. Boston, MA: Cengage Learning, 2013.
- Sri Utami. "Kuliner Sebagai Identitas Budaya; Perspektif Komunikasi Lintas Budaya." *Journal of Strategic Communication* 8, no. 2 (2018).
- Ubaidillah, Ahmad, dan Misbahul Khoir. "TRADISI DAN BUDAYA ISLAM LOKAL SEBAGAI BASIS KETAHANAN USAHA KERAJINAN TANGAN SONGKOK, PECUT, DAN TAMPAR DI DESA SERAH PANCENG GRESIK." *Sosial Humaniora* 1, no. 1 (16 November 2018): 34–40.
- "Warisan Budaya Takbenda | Beranda." Diakses 17 November 2022. <https://warisanbudaya.kemdikbud.go.id/?newdetail&detailCatat=6751>.