

HAMBATAN KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA DALAM REPRESENTASI BUDAYA INDONESIA DI YOUTUBE: STUDI KASUS CHANNEL YUNILEISURE

Evi Lestari¹, Suryani Musi², Israyanti³, Rizki Fitriani Sahra⁴, Nur Imam⁵
evilstr19@gmail.com¹, suryani.musi@uin-alaududdin.ac.id², israyanti2005@gmail.com³,
rizkifitrianisahra3@gmail.com⁴, nurimamhamka15@gmail.com⁵

UIN Alauddin Makassar

ABSTRAK

Di era globalisasi digital, platform seperti YouTube berperan penting dalam penyebaran budaya lintas negara. Kanal YouTube Yunileisure dengan video “Terlalu Cantik untuk Dimakan, Nasi Tumpeng Jadi Pusat Perhatian di Pesta Musim Panas” menjadi contoh bagaimana budaya Indonesia diperkenalkan kepada audiens internasional melalui media digital. Namun, komunikasi lintas budaya menghadapi berbagai hambatan seperti perbedaan persepsi, bahasa, stereotip, dan komunikasi nonverbal yang dapat menimbulkan miskomunikasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan analisis isi untuk mengkaji hambatan komunikasi antar budaya yang muncul dalam video tersebut dan komentar audiensnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minimnya konteks budaya dan penjelasan makna simbolik nasi tumpeng menyebabkan kesalahpahaman dan reaksi beragam dari audiens asing. Hambatan bahasa dan stereotip juga memperkuat kesulitan pemahaman budaya. Oleh karena itu, kreator konten perlu meningkatkan sensitivitas budaya dengan memberikan narasi yang komprehensif agar pesan budaya dapat diterima secara lebih efektif dan membangun jembatan antarbudaya di media digital.

Kata Kunci: Komunikasi Antar Budaya, Media Digital.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi digital, platform seperti YouTube memainkan peran signifikan dalam menyebarkan budaya lintas negara. Konten yang menampilkan elemen budaya lokal, seperti makanan tradisional, kini dapat menjangkau audiens internasional secara luas dan memicu beragam reaksi. Salah satu contoh nyata adalah video dari kanal YouTube Yunileisure yang menampilkan nasi tumpeng sebagai pusat perhatian dalam sebuah pesta musim panas. Video ini mencerminkan bagaimana budaya Indonesia diperkenalkan kepada dunia melalui media digital.

Namun, penyampaian budaya melalui media digital tidak selalu berjalan tanpa hambatan. Perbedaan interpretasi, nilai, dan norma antara pembuat konten dan audiens dari latar belakang budaya yang berbeda kerap menimbulkan tantangan dalam komunikasi prasangka dan stereotip yang melekat pada kelompok etnis tertentu dapat memperburuk miskomunikasi dalam interaksi lintas budaya.

Komunikasi merupakan hal yang paling mendasar dalam kehidupan manusia. Hampir semua manusia di dunia ini memiliki kebutuhan akan hubungan sosial dengan manusia lainnya. Tentu kita ingin menguasai dan dikendalikan, kita ingin dicintai dan mencintai. Kebutuhan tersebut dapat terpenuhi melalui suatu pertukaran pesan. Di sinilah pesan bertindak sebagai jembatan yang mempersatukan hubungan antar manusia. Masalahnya orang-orang yang kita ajak bicara maupun orang yang kita ajak berinteraksi mereka memiliki latar belakang yang berbeda-beda.

Hambatan komunikasi antarbudaya dapat muncul dalam berbagai bentuk, seperti perbedaan bahasa, simbol, dan ekspresi nonverbal. Dalam konteks video Yunileisure, penggunaan simbol-simbol budaya Indonesia seperti nasi tumpeng tidak selalu dapat dipahami secara utuh oleh audiens internasional. Hal ini dapat menimbulkan misinterpretasi

bahkan ketidaknyamanan. perbedaan bahasa dan budaya sering kali menjadi penyebab utama terjadinya gegar budaya (culture shock) dalam interaksi multikultural.

Selain itu, perbedaan dalam konteks komunikasi juga menjadi salah satu sumber hambatan. Budaya konteks tinggi seperti Indonesia cenderung mengandalkan komunikasi yang implisit dan nonverbal, sedangkan budaya konteks rendah seperti negara-negara Barat lebih menekankan komunikasi verbal dan eksplisit. Perbedaan ini dapat menyebabkan pesan yang disampaikan melalui media digital tidak diterima sebagaimana mestinya oleh audiens dari budaya lain.

Media sosial seperti YouTube juga berpotensi memperkuat prasangka sosial dan etnosentrisme apabila tidak digunakan secara bijak. Dianto (2020) menyoroti bahwa prasangka sosial dan kecenderungan menarik diri dari interaksi dapat menjadi hambatan komunikasi lintas budaya, terutama ketika individu merasa nilai-nilai budayanya diabaikan atau disalahpahami.

Dalam konteks video Yunileisure, respons audiens terhadap penyajian nasi tumpeng mencerminkan dinamika ini. Sebagian penonton mungkin mengapresiasi keunikan budaya Indonesia, namun tidak menutup kemungkinan sebagian lain melihatnya sebagai sesuatu yang asing atau tidak familiar. Perbedaan persepsi ini menunjukkan pentingnya sensitivitas budaya dalam produksi dan distribusi konten digital.

Untuk mengatasi hambatan komunikasi lintas budaya, pembuat konten perlu memahami karakteristik audiens internasional dan menyampaikan informasi dengan pendekatan yang dapat diterima secara universal. Hal ini mencakup penyediaan konteks yang memadai, penggunaan bahasa yang jelas, serta penghormatan terhadap nilai-nilai budaya audiens. Adnan, Widyanarti, dan Wibisono (2024) menekankan bahwa hambatan komunikasi berupa prasangka dapat diminimalkan melalui peningkatan kesadaran budaya dan empati lintas budaya.

Dengan memahami dan mengatasi hambatan komunikasi antarbudaya, kreator konten seperti Yunileisure dapat menyampaikan pesan mereka secara lebih efektif serta berkontribusi dalam membangun jembatan antarbudaya. Oleh karena itu, studi ini bertujuan untuk menganalisis hambatan komunikasi lintas budaya yang muncul dalam video “Terlalu Cantik untuk Dimakan, Nasi Tumpeng Jadi Pusat Perhatian di Pesta Musim Panas”, serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan efektivitas komunikasi antarbudaya dalam media digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis isi (content analysis) untuk mengkaji hambatan komunikasi antarbudaya yang muncul dalam video kanal YouTube Yunileisure berjudul “Terlalu Cantik untuk Dimakan, Nasi Tumpeng Jadi Pusat Perhatian di Pesta Musim Panas”. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk memahami fenomena komunikasi budaya dalam konteks media digital secara mendalam dan menyeluruh. Data utama diperoleh melalui observasi langsung terhadap konten video, dengan fokus pada elemen verbal dan nonverbal yang merepresentasikan simbol budaya Indonesia, terutama nasi tumpeng sebagai objek budaya. Selain itu, komentar audiens pada video tersebut juga dianalisis untuk menangkap persepsi dan reaksi lintas budaya yang muncul terhadap penyajian budaya Indonesia dalam konteks internasional. Analisis dilakukan dengan mencermati berbagai indikator komunikasi lintas budaya seperti simbol, ekspresi wajah, penggunaan bahasa, serta respons yang mencerminkan kemungkinan adanya stereotip, prasangka, atau ketidaksesuaian interpretasi budaya antara pembuat konten dan audiens.

Data pendukung dalam penelitian ini diperoleh dari studi pustaka yang mencakup

teori-teori komunikasi lintas budaya, konteks komunikasi tinggi dan rendah, serta hambatan komunikasi antarbudaya. Teknik analisis data dilakukan secara tematik dengan mengidentifikasi pola-pola makna dan hambatan komunikasi dalam video dan komentar audiens, kemudian diinterpretasikan menggunakan kerangka teori yang relevan. Untuk menjamin keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber, yaitu membandingkan data dari konten video, tanggapan penonton, dan teori dalam literatur ilmiah. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami dinamika komunikasi budaya dalam konteks globalisasi digital serta memberikan gambaran menyeluruh mengenai bagaimana konten budaya lokal dapat memicu beragam reaksi dan potensi miskomunikasi dalam lingkungan multikultural.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Channel Youtube Yunileisure

Channel Youtube YuniLeisure merupakan salah satu kanal kreatif yang dikelola oleh seorang warga negara Indonesia bernama Yuni Arsih yang kini menetap di Inggris. Kanal ini telah aktif sejak tahun 2015 dan menampilkan berbagai konten yang berfokus pada pengenalan budaya Indonesia, khususnya kuliner tradisional, kepada audiens internasional. Hingga Mei 2025, kanal ini memiliki lebih dari 537.000 pelanggan dan lebih dari 189 juta total penayangan. Capaian ini menunjukkan tingginya minat audiens global terhadap konten yang berkaitan dengan budaya Indonesia.

Konten dalam kanal YuniLeisure didominasi oleh video yang mendokumentasikan kegiatan memasak makanan khas Indonesia, seperti nasi tumpeng, rendang, jajan pasar, dan berbagai hidangan tradisional lainnya. Uniknya, Yuni tidak hanya menampilkan proses memasak, tetapi juga interaksi langsung dengan masyarakat lokal di negara tempat ia tinggal, termasuk Jepang dan Inggris, sehingga memperlihatkan bagaimana respons lintas budaya terhadap makanan Indonesia. Salah satu video populernya, berjudul “Terlalu Cantik untuk Dimakan, Nasi Tumpeng Jadi Pusat Perhatian di Pesta Musim Panas”, menampilkan bagaimana hidangan nasi tumpeng disajikan dalam sebuah acara sosial di Jepang dan mendapatkan berbagai reaksi dari masyarakat setempat. Kanal ini tidak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga sarana edukasi budaya dan komunikasi lintas budaya yang efektif.

Melalui pendekatan yang autentik dan visual yang menarik, kanal YuniLeisure menjadi contoh nyata pemanfaatan media digital dalam membangun pemahaman lintas budaya, serta menjadi ruang representasi budaya Indonesia dalam konteks global. Dalam penelitian ini, kanal YuniLeisure dijadikan objek kajian untuk menganalisis bagaimana hambatan komunikasi antar budaya muncul dalam proses penyampaian konten budaya melalui platform digital, dan bagaimana audiens dari budaya berbeda memberikan tanggapan terhadap konten tersebut.

Analisis Hambatan Komunikasi Antar Budaya Channel Youtube Yunileisure

Hambatan Komunikasi Antar Budaya yang Terjadi dalam Channel Youtube Yunileisure

a. Hambatan Persepsi dan Interpretasi budaya

Hambatan persepsi dan interpretasi budaya menjadi salah satu tantangan utama dalam komunikasi lintas budaya yang ditampilkan dalam video Yunileisure. Masyarakat Amerika memiliki konstruksi budaya sendiri dalam memaknai makanan dan estetika kuliner. Saat nasi tumpeng disajikan dalam bentuk kerucut dengan beragam lauk-pauk khas Indonesia, masyarakat Amerika yang hadir dalam pesta tampak kebingungan. Mereka lebih dahulu memotret dan mengagumi tampilannya, namun terlihat ragu untuk menyantapnya. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan pemaknaan—apa yang oleh masyarakat Indonesia dianggap sebagai simbol rasa syukur dan perayaan, oleh masyarakat Amerika

justru dilihat sebagai sesuatu yang eksotik, bahkan “terlalu cantik untuk dimakan.” perbedaan latar belakang budaya dapat menciptakan perbedaan persepsi terhadap simbol-simbol budaya, yang pada akhirnya menimbulkan potensi miskomunikasi.

Nasi tumpeng dalam budaya Indonesia bukan sekadar sajian makanan, tetapi sarat dengan simbolisme. Bentuknya yang kerucut melambangkan hubungan manusia dengan Tuhan dan sesama, sedangkan lauk-pauknya mencerminkan keberagaman dan kemakmuran. Namun, tanpa penjelasan kontekstual dalam video, makna ini tidak dapat diterjemahkan oleh audiens asing. persepsi budaya sangat dipengaruhi oleh latar belakang pengalaman dan kebiasaan individu, sehingga tanpa narasi yang memadai, audiens asing hanya akan menafsirkan berdasarkan pengalaman mereka sendiri. Dalam kasus ini, penonton pesta di Amerika cenderung mengasosiasikan bentuk visual tumpeng sebagai dekorasi pesta, bukan makanan utama.



Minimnya penjelasan dalam video membuat tumpeng kehilangan konteks budaya yang seharusnya menyertainya. Meskipun secara visual menarik dan menggugah selera, tanpa penjelasan makna simbolik atau tradisi penyajiannya, audiens asing cenderung tidak dapat menangkap pesan budaya yang ingin disampaikan. penyampaian simbol budaya melalui media digital membutuhkan narasi yang memperkaya makna agar tidak menimbulkan penyempitan makna atau bahkan disinformasi. Tanpa penyertaan informasi kultural, proses transfer makna menjadi tidak utuh, dan berpotensi menimbulkan penolakan atau kesalahpahaman budaya.

Kondisi ini menunjukkan pentingnya sensitifitas budaya dalam setiap bentuk komunikasi, terutama dalam media digital yang menjangkau audiens global. Kreator konten seperti Yunileisure perlu menyadari bahwa simbol budaya yang dikenalkan kepada masyarakat lintas budaya memerlukan konteks tambahan agar dapat diterima dan dimaknai dengan benar. Dalam komunikasi lintas budaya, konteks dan makna adalah dua aspek yang tak bisa dipisahkan. Persepsi terhadap simbol budaya bisa menjadi sumber kekaguman maupun penolakan, tergantung bagaimana simbol tersebut dikomunikasikan dan dipahami oleh khalayak yang berbeda budaya.

b. Hambatan Bahasa dan Penjelasan

Bahasa merupakan salah satu penghalang utama dalam komunikasi lintas budaya, terutama saat penyampaian makna simbolik dari elemen budaya yang tidak dikenal oleh audiens asing. Dalam video, Yuni sudah berupaya menjelaskan bahan-bahan nasi tumpeng dalam bahasa Inggris. Namun istilah seperti tempe orek, abon, atau urap tidak hanya asing secara linguistik, tetapi juga secara budaya. Meskipun kata-kata ini diterjemahkan secara literal, makna budayanya tidak serta-merta dipahami oleh tamu-tamu dari Amerika. komunikasi antarbudaya, penggunaan istilah lokal yang tidak diiringi konteks budaya dapat menyebabkan kebingungan atau bahkan kehilangan makna asli dari simbol budaya tersebut.

Budaya Amerika dikenal sebagai budaya low-context, di mana informasi cenderung

dikomunikasikan secara eksplisit dan langsung. Sebaliknya, budaya Indonesia termasuk dalam kategori high-context, yang banyak menyandarkan pemaknaan pada konteks sosial dan budaya yang tersirat. Dalam konteks ini, ketika Yuni menyebut bahwa “tumpeng ini untuk syukuran,” audiens Amerika mungkin belum memahami kedalaman simbolik yang dimaksud, karena penjelasan tidak mencakup asal-usul atau filosofi di balik bentuk kerucut dan penyusunan lauk-pauk secara melingkar. Masyarakat dari budaya konteks rendah memerlukan penjabaran logis dan runtut dalam memahami nilai-nilai budaya asing agar pesan tidak terputus di tengah.

Ketiadaan narasi tambahan mengenai filosofi tumpeng menyebabkan elemen budaya tersebut hanya tampil sebagai bentuk visual yang indah, tetapi kehilangan makna ritual dan spiritual yang menyertainya. Padahal dalam budaya Indonesia, tumpeng bukan hanya makanan—ia adalah bentuk doa, rasa syukur, dan pengharapan atas kebaikan. Jika tidak dijelaskan bahwa bentuk kerucut menyimbolkan hubungan manusia dengan Tuhan, serta bagaimana setiap lauk memiliki filosofi masing-masing (misalnya urap melambangkan kerukunan, atau telur sebagai lambang harapan), maka fungsi tumpeng sebagai “media komunikasi budaya” tidak tercapai. Kegagalan menyampaikan konteks budaya secara eksplisit dalam komunikasi lintas budaya bisa berdampak pada pemaknaan yang menyimpang atau sekadar apresiasi estetis tanpa nilai budaya.



Dengan demikian, diperlukan kesadaran bagi kreator konten untuk menjembatani perbedaan konteks ini dengan menyisipkan penjelasan budaya yang lebih komprehensif. Hal ini penting tidak hanya untuk meningkatkan pemahaman audiens internasional, tetapi juga untuk menjaga keutuhan representasi budaya Indonesia di ruang digital global. Komunikasi lintas budaya melalui media seperti YouTube membutuhkan keseimbangan antara penggunaan bahasa global dan pelurusan makna lokal. Penggunaan istilah lokal harus diimbangi dengan strategi translasi kultural agar informasi tidak sekadar tersampaikan secara verbal, tetapi juga dapat dimaknai secara substansial oleh audiens dari latar belakang budaya berbeda.

c. Hambatan Stereotip dan Ekspektasi

Dalam komunikasi lintas budaya, stereotip kerap menjadi hambatan awal yang membentuk ekspektasi sempit terhadap budaya lain. Sebagian masyarakat Amerika, misalnya, memiliki referensi terbatas mengenai ragam kuliner Asia. Makanan Asia yang umum dikenal biasanya berasal dari budaya populer seperti masakan China (dimsum, chow mein), Korea (bulgogi, kimchi), atau Thailand (pad thai, tom yum). Ketika nasi tumpeng disajikan—dengan nasi kuning berbentuk kerucut, dihias lauk-pauk warna-warni seperti sambal goreng, serundeng, dan telur balado—banyak tamu tampak bingung, bahkan curiga apakah hidangan ini memang bisa dimakan atau hanya ornamen. Hal ini menunjukkan bahwa stereotip dapat memengaruhi cara individu memaknai simbol budaya yang baru mereka temui.

Dalam video terlihat jelas reaksi tamu-tamu dari Amerika saat pertama kali melihat

tumpeng. Beberapa mengambil gambar dengan ekspresi takjub, tetapi tampak ragu saat harus mencicipi. Ketika mulai mencoba lauk seperti serundeng yang kering atau sambal goreng kentang yang pedas, mereka tampak canggung dan memperlihatkan reaksi spontan yang menunjukkan ketidakterbiasaan terhadap rasa dan tekstur. Ini mencerminkan adanya culture gap yang ditandai oleh ketidaksesuaian antara ekspektasi rasa berdasarkan stereotip makanan Asia dengan realita hidangan tradisional Indonesia yang kompleks. Dalam konteks ini, rasa pedas, gurih, dan manis yang berpadu dalam satu piring bisa menjadi kejutan yang tidak semua orang siap untuk nikmati secara langsung.

Dalam interaksi antarbudaya, stereotip sering menjadi filter awal dalam memproses pengalaman budaya baru. Ketika seseorang memiliki gambaran tertentu tentang 'apa itu makanan Asia', maka segala sesuatu yang tidak sesuai dengan gambaran tersebut bisa menimbulkan kebingungan, kecurigaan, atau bahkan penolakan. Stereotip juga membuat budaya Indonesia seringkali tertutupi oleh dominasi budaya Asia Timur yang lebih dikenal secara global. Padahal, kuliner Indonesia memiliki keragaman rasa dan nilai budaya yang khas, namun membutuhkan media yang efektif dan narasi yang tepat agar bisa dikenali secara luas oleh masyarakat dunia.

d. Hambatan Non-verbal

Komunikasi nonverbal memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan budaya, khususnya dalam interaksi yang melibatkan latar belakang berbeda. Dalam video tersebut, terlihat adanya perbedaan mencolok antara gaya komunikasi nonverbal Yuni sebagai representasi budaya Indonesia yang cenderung hangat, terbuka, dan penuh ekspresi, dengan tamu-tamu asal Amerika yang lebih berhati-hati, menjaga jarak, dan bersikap observatif sebelum terlibat secara aktif. Beberapa tamu tampak berdiri agak menjauh ketika nasi tumpeng disajikan, menunjukkan gestur keraguan, bahkan ada yang menunggu inisiatif ajakan langsung sebelum berinteraksi. Hal ini mencerminkan adanya hambatan dalam interpretasi ekspresi tubuh yang berbeda antara budaya kolektifis dan individualis.

Budaya Indonesia dikenal dengan pendekatan komunikatif yang penuh keakraban, termasuk melalui kontak mata, senyuman lebar, sapaan hangat, serta bahasa tubuh yang inklusif. Yuni dalam video tersebut tampak bersemangat dan ramah menyambut setiap tamu, menunjukkan semangat keterbukaan budaya. Namun, gaya tersebut tidak selalu mendapatkan respons setara dari audiens yang berasal dari latar budaya Amerika, yang mengedepankan prinsip personal space dan seringkali menunjukkan ekspresi antusiasme secara lebih tertahan. Dalam konteks ini, perilaku nonverbal seperti sedikit mengangguk atau tersenyum singkat dari tamu bisa jadi sudah dianggap bentuk kesopanan dan penerimaan, meskipun bagi orang Indonesia mungkin terasa kurang hangat.

Perbedaan budaya dalam menafsirkan bahasa tubuh sering kali menjadi penyebab miskomunikasi antarbudaya. Misalnya, dalam budaya Barat, menjaga jarak dalam interaksi fisik dianggap sebagai bentuk penghormatan terhadap privasi, sementara dalam budaya Timur seperti Indonesia, kedekatan fisik dan keterbukaan gestur menjadi penanda keramahan dan keakraban. Ketika tidak ada pemahaman mendalam terhadap perbedaan tersebut, maka ekspresi seperti ragu-ragu mendekat atau lambat merespons ajakan bisa disalahartikan sebagai sikap tidak sopan atau tidak tertarik.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa hambatan komunikasi lintas budaya dalam video kanal YouTube Yunileisure muncul terutama dari perbedaan persepsi dan interpretasi budaya, keterbatasan penjelasan bahasa, stereotip audiens, serta perbedaan gaya komunikasi nonverbal. Simbol budaya nasi tumpeng yang sarat makna ritual dan spiritual tidak sepenuhnya dipahami oleh audiens internasional karena minimnya konteks dan narasi yang

mendukung. Perbedaan budaya konteks tinggi dan rendah memperparah kesenjangan pemahaman, di mana audiens dari budaya low-context seperti Amerika membutuhkan penjelasan eksplisit yang lebih lengkap.

Stereotip mengenai kuliner Asia juga memengaruhi ekspektasi dan penerimaan audiens, sementara perbedaan dalam komunikasi nonverbal menimbulkan kesan keraguan dan jarak sosial. Untuk mengatasi hambatan tersebut, kreator konten seperti Yunileisure perlu mengadopsi pendekatan komunikasi yang lebih inklusif dan sensitif budaya dengan menyediakan konteks budaya yang memadai, penggunaan bahasa yang jelas, serta mengelola ekspektasi audiens lintas budaya. Dengan demikian, media digital dapat berfungsi sebagai sarana efektif dalam memperkenalkan dan membangun pemahaman budaya secara global, sekaligus meminimalkan potensi miskomunikasi dan prasangka antarbudaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, S. R., Karim, D. A., & Fitria, S. (2024). Peran Dan Fungsi Bahasa Sebagai Komponen Utama Dalam Komunikasi Bisnis. *Jurnal Pendidikan Islam Dan Manajemen Ekonomi*, 2(1), 53-59.
- Adnan, Fahri, Tantry Widyanarti, and Wahyu Wibisono, 'Prasangka Sebagai Hambatan Komunikasi Antarbudaya', 1.3 (2024), pp. 1–6
- Ahmadi, Dadi, 'Interaksi Simbolik', *Jurnal Mediator*, 9.2 (2008), pp. 301–16
- Ananda, Lingga Detia, and Sarwititi Sarwoprasodjo, 'Pengaruh Hambatan Komunikasi Antarbudaya Suku Sunda Dengan Non-Sunda Terhadap Efektivitas Komunikasi', *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 15.2 (2017), pp. 144–60, doi:10.46937/15201723614
- Haris, Aidil, and Asrinda Amalia, 'Hambatan Hambatan Lintas Budaya (Sebuah Tinjauan Komunikasi)', *Jurnal Dakwah Risalah*, 29.1 (2018), p. 16
- I Nengah, Mileh, 'Makna Bahasa Tubuh: Suatu Kajian Lintas Budaya 1945-1950', *KULTURISTIK: Jurnal Bahasa Dan Budaya*, 4.2 (2020), pp. 37–43, doi:10.22225/kulturistik.4.2.1885
- Komunikasi, Magister Ilmu, and others, 'Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora (AJSH) Pengaruh Komunikasi Nonverbal Dalam Meningkatkan Efektivitas', 4.3 (2024)
- Purnomo, Eko, and others, 'Peran Penting Komunikasi Bisnis Antarbudaya Dalam Era Globalisasi', *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9.17 (2023), pp. 239–45 <<https://doi.org/10.5281/zenodo.8300488>>
- Ridwan, Aang, 'Komunikasi Antarbudaya Mengubah Persepsi Dan Sikap Dalam Meningkatkan Kreativitas Manusia', *CV Pustaka Setia*, 44.1 (2016), pp. i–Vi
- Sanjaya, Alvin, 'ANTARA STAF MARKETING DENGAN PENGHUNI BERKEWARGANEGARAAN AUSTRALIA DAN KOREA SELATAN DI APARTEMEN X SURABAYA Abstrak Pendahuluan', *Jurnal E-Komunikasi*, 1.3 (2013)
- Siahaan, N. U. Q., Rahardjo, T., & Luqman, Y. (2021). Komunikasi Antarbudaya dalam Kancan Global: Kompetensi Komunikasi Antarbudaya Pelajar Indonesia di Amerika. *Interaksi Online*, 9(4), 64-83.
- Sumarna, Maya Meilan, and Rosalia Prismarini Nurdiarti, 'Makanan Sebagai Media Komunikasi Interpersonal', *Jurnal Komunikasi Korporasi Dan Media (JASIMA)*, 1.2 (2021), pp. 108–27, doi:10.30872/jasima.v1i2.14
- Rombean, C., Rahmadi, P., & Appulembang, O. D. (2021). Pentingnya penyampaian informasi yang tepat untuk membangun komunikasi efektif kepada siswa kelas iii sekolah dasar [the importance of delivering information appropriately in building effective communication to grade 3 of primary students]. *JOHME: Journal of Holistic Mathematics Education*, 5(1), 13.
- Yanti, A., & Fajri, M. (2023). Hambatan Komunikasi Antarbudaya Dalam Menjalani Kerukunan Antar Etnis (Masyarakat Batak Toba Dan Masyarakat Minangkabau Di Nagari Panti Kabupaten Pasaman). *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi*, 3(1), 138-145.