

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Setiap orang memiliki gaya komunikasi yang berbeda-beda. Hal itulah yang menjadi keunikan seorang komunikator dengan komunikator lainnya. Mempelajari gaya komunikasi seseorang sangatlah membantu dalam membentuk gaya komunikasi sendiri untuk menciptakan kesan yang bertahan lama bagi orang lain. Menurut Sherman, menyadari gaya komunikasi sendiri akan membuka peluang terbaik untuk sukses dalam hasil dan kehidupan (Bocar, 2017). Secara lebih detail, Pânișoară, dkk, mendefinisikan gaya komunikasi sebagai berikut:

*Communication style is defined as the set of speech characteristics of a person in the act of communication. Style means specific ways of receiving the message, personal ways of interpreting the messages; specific ways of expressing the response, feedback. Communication style is an indicator of how a person structures the world of social relations. Second, communication style is an indicator of how to interpret the information and transform that information into active behaviour in social judgments (Pânișoară et al., 2015).*

Gaya komunikasi didefinisikan sebagai seperangkat ciri bicara seseorang dalam tindakan komunikasi. Gaya berarti cara-cara tertentu untuk menerima pesan, cara-cara pribadi dalam menginterpretasikan pesan-pesan, cara-cara khusus untuk mengungkapkan tanggapan, umpan balik. Gaya komunikasi adalah indikator bagaimana seseorang menyusun dunia hubungan sosial. Kedua, gaya komunikasi merupakan indikator bagaimana menafsirkan informasi dan mengubah informasi tersebut menjadi perilaku aktif dalam penilaian sosial.

Pada dasarnya, gaya komunikasi merujuk pada cara-cara individu berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain. Ini mencakup berbagai aspek, seperti bagaimana seseorang menerima pesan, menginterpretasikan pesan, merespon, dan memberikan umpan balik. Gaya komunikasi juga dapat mencerminkan bagaimana seseorang membangun hubungan sosial dan bagaimana ia menggunakan informasi untuk

membentuk perilaku dalam interaksi sosial.

Dengan kemampuan komunikator yang memiliki gaya komunikasi tersendiri, pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh komunikan baik secara langsung maupun tidak langsung, seperti melalui media sosial YouTube, Instagram, ataupun TikTok. Salah satu media sosial yang banyak diakses masyarakat yaitu YouTube. Berdasarkan hasil riset dari DataReportal, menunjukkan bahwa YouTube memiliki setidaknya 2,514 miliar pengguna di seluruh dunia pada Januari 2023 (Kemp, 2023). Saat ini *platform* YouTube tidak hanya dipenuhi oleh konten kreator manusia nyata, akan tetapi ada kemunculan VTuber (Virtual YouTuber) yang menjadi tren pertama di Jepang pada tahun 2016. Virtual YouTuber atau sering disingkat VTuber adalah tokoh fiksi 3D yang diciptakan menggunakan teknologi yang dapat membuat karakter virtual seolah-olah hidup dan dapat berinteraksi dengan penonton.

Menurut Cayanan (November 16, 2022) dalam situs *animenewsnetwork.com*, VTuber pertama di dunia bernama Kizuna Ai di kanal YouTube-nya yang bernama "A.I Channel", pertama kali muncul pada tahun 2016 dan sejak saat itu, ia telah menjadi VTuber paling ikonik di dunia. Kizuna Ai dibuat oleh Mori Kuraki (desain karakter), Tomitake (model 3D), Tda (*supervise* pemodelan) dan Nozomi Kasuga (pengisi suara). Meskipun Kizuna Ai merupakan karakter 3D yang penampilannya seperti anime dan suaranya yang sangat imut, VTuber Kizuna Ai juga memiliki gaya komunikasi ketika menyampaikan pesan seperti orang Jepang pada umumnya. Menurut Adawiyah, gaya komunikasi mempengaruhi persepsi individu lain atau penerimaan khalayak umum terhadap pesan yang ingin disampaikan (Raharjo et al., 2022). Hingga saat ini, Kizuna Ai memiliki 3,02 juta *subscribers*. Namun,

meskipun Kizuna Ai berasal dari Jepang, ia memiliki gaya komunikasi yang sedikit berbeda dari orang Jepang pada umumnya. Orang Jepang pada umumnya berkomunikasi secara *indirect* (tidak langsung). Hal ini dibuktikan dari penelitian Nishimura, dkk, yang melakukan studi literatur mengenai perbedaan gaya komunikasi orang Finlandia, Jepang dan India berdasarkan budaya komunikasi konteks tinggi atau rendah dengan judul “*Communication Style and Cultural Features in High/Low Context Communication Cultures: A Case Study of Finland, Japan and India*” (Nishimura et al., 2008). Menurut Hall, budaya terbagi menjadi budaya konteks tinggi versus budaya konteks rendah untuk memahami perbedaan dasar mereka dalam gaya komunikasi dan masalah budaya. Menurut Gudykuntz dan Ting-Toomy, *High Context Communication* (Komunikasi Konteks Tinggi) bersifat tidak langsung, ambigu, tertutup, dan merendah. Sedangkan *Low Context Communication* (Komunikasi Konteks Rendah) bersifat langsung, tepat, terbuka, dan didasarkan pada perasaan atau niat yang sebenarnya. Hall menempatkan Jepang pada budaya konteks tinggi seperti komunikasi tidak langsung, penggunaan kata-kata yang sedikit, menghindari penggunaan nama-nama pribadi, menghormati keheningan yang lama, dan menunggu dengan sopan sampai orang lain selesai berbicara sebelum giliran berbicara diambil. Menurut Mayarnd, bahasa Jepang dikenal dengan sistem bentuk hormat dan rendah hati serta beragam strategi untuk menunjukkan kesopanan karena orang Jepang cenderung bersifat tinggi konteks. Saat berbicara dalam bahasa Jepang, orang harus mendengarkan dengan cermat kepada lawan bicaranya untuk menemukan konteks dan menggali makna di balik kata-kata. Richardson dan Smith, mencatat bahwa mahasiswa Jepang mendapatkan skor yang cukup tinggi secara statistik pada skala budaya konteks tinggi

dibandingkan dengan mahasiswa Amerika Serikat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Jepang termasuk dalam budaya konteks tinggi dengan kesimpulan bahwa gaya komunikasi orang Jepang adalah orang yang introvert, sederhana, diam, tidak mengganggu, menggunakan keheningan, tidak suka banyak berbicara, sopan dan rendah hati.

Hal ini juga diperkuat dengan penelitian yang dilakukan Broeder dengan judul “*Informed Communication in High Context and Low Context Cultures*”. Data dikumpulkan melalui survei *online* dengan metode *convenient sampling* dalam bahasa Inggris. Total sampel terdiri dari 774 peserta, dengan 425 peserta berasal dari Belanda, 203 peserta dari Jepang, dan 146 peserta dari Yunani. Hasilnya menunjukkan bahwa orang Jepang lebih *indirect* (tidak langsung) dalam komunikasi mereka (Broeder, 2021).

Berlainan dengan gaya komunikasi Kizuna Ai, ia menyampaikan langsung apa yang ingin dia katakan. Hal ini bisa dilihat dalam video yang berjudul 「キズナアイの落とし方【#127】」 tahun 2017 berisi tentang respon Kizuna Ai terhadap komentar penontonnya yang ingin membuatnya jatuh cinta. Berikut ini contoh komunikasi verbal Kizuna Ai yang terdapat pada menit ke 1:04:

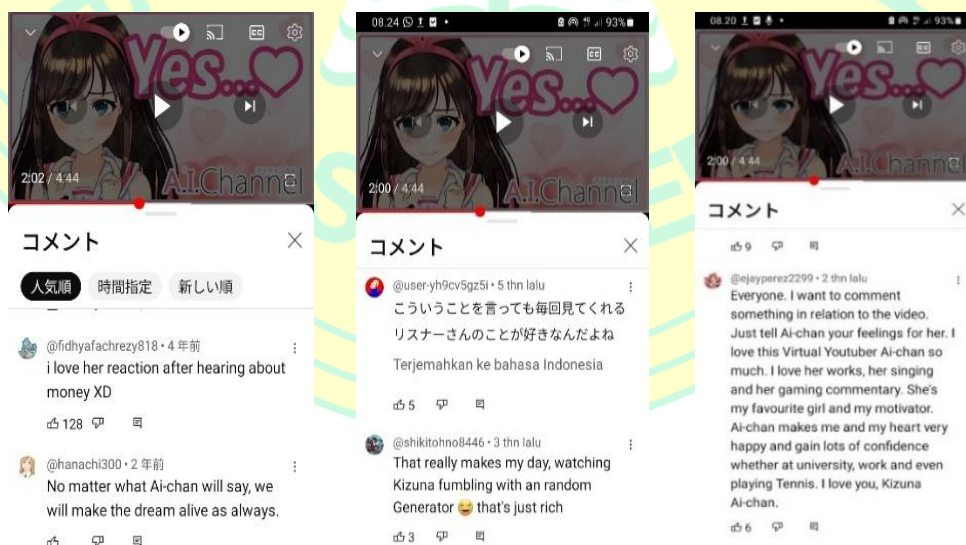
1. 「…ってなるか! え、どういうことだよ「子猫ちゃん」って…AIだし…昭和か! あ〜なんかゾワッとした気持ち悪い」

(<https://youtu.be/beZpPpXWN6I>)

(Mana mungkin! Apa maksudnya kucing kecil? Aku seorang AI... Apa kau pikir ini zaman Showa? Itu membuatku merinding, menjijikan)

Pada kalimat ini, Kizuna Ai mengkritik karena tidak suka disebut sebagai kucing kecil, sehingga ia menyangkalnya ditandai kalimat 「…ってなるか! え、どういうことだよ「子猫ちゃん」って… AI だし…」. Menurut Masuoka,

partikel よ berfungsi untuk menyangkal atau membantah (Manurung, 2010). Kizuna Ai membantah atau menyangkal bahwa dirinya adalah kucing kecil dan ia memberi tahu bahwa dirinya adalah seorang AI. Meskipun Kizuna Ai mengklaim bahwa dirinya sebagai *Artificial Intelligent* (AI), sebenarnya Kizuna Ai hanyalah karakter virtual dan bukan AI sesungguhnya (Bilal dalam *dereproject.com*, 2023). Kemudian, Kizuna Ai melanjutkan kritiknya dengan berkata 「昭和か!」. Kizuna Ai mengkritik bahwa saat ini bukan zaman Showa lagi, sehingga tidak cocok menggoda dengan cara seperti itu. Bahkan, Kizuna Ai sampai berkata merinding dan menjijikan ditandai ungkapan 「あ〜なんかゾワッとした気持ち悪い」. Menurut Koehler, dkk, mengkritik termasuk ke dalam *the controlling style* (Koehler et al., 1981). Meskipun Kizuna Ai berkata kasar, tetapi tetap banyak yang menonton videonya. Hal ini dibuktikan dengan jumlah pemirsa pada video tersebut sebanyak 3,7 juta dan terdapat komentar positif dari penontonnya. Berikut ini adalah hasil *screenshot* jumlah pemirsa dan komentar positif yang terdapat di video ini:



Gambar 1. 1 Hasil Tangkapan Layar Komentar Positif dalam Video 「キズナアイの落とし方【#127】」



Gambar 1. 2 Hasil Tangkapan Layar Jumlah Pemirsa dalam Video 「キズナアイの落とし方【#127】」

Berdasarkan latar belakang di atas, kajian tentang bagaimana gaya komunikasi Kizuna Ai diperlukan sebagai referensi untuk para VTuber dalam membuat sebuah konten video. Penelitian relevan mengenai gaya komunikasi telah dilakukan oleh Pratiwi (2017), Kusumawijayanti dan Sunardi (2022), dan Aminah (2020). Namun, perbedaan penelitian relevan dengan penelitian ini adalah terletak pada objek yang diteliti. Penelitian ini mengkaji gaya komunikasi VTuber Kizuna Ai yang merupakan karakter 3D. Sesuai dengan penjelasan sebelumnya bahwa orang Jepang memiliki gaya komunikasi yang tidak langsung, sopan, dan rendah hati. Sedangkan VTuber Kizuna Ai berkomunikasi secara kasar. Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai gaya komunikasi Kizuna Ai yang terdapat pada YouTube A.I. Channel dengan judul “Gaya Komunikasi VTuber Kizuna Ai dalam A.I. Channel”.

## B. Metodologi Penelitian

Metode Penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Menurut Sukmadinata, penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan (Utami et al., 2021). Teknik pengumpulan data secara *complete observation* (pengamatan penuh) di mana

penulis hanya mengamati video yang menjadi sumber data penelitian dan kemudian mencatat komunikasi verbal Kizuna Ai yang terdapat di dalam video tersebut (Creswell, 2009). Kemudian, teknik analisis data menggunakan teknik *filling system* menurut Wimmer dan Dominick di mana setelah data hasil observasi dikumpulkan, data dikategorikan berdasarkan gaya komunikasinya menggunakan tabel. Setelah itu data dianalisis dengan memadukan konsep-konsep atau teori-teori tertentu (Kriyantono, 2006). Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Koehler, dkk, dalam bukunya yang berjudul “*Organizational Communication Behavioral Perspectives* tahun 1981”.

### **C. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimanakah gaya komunikasi yang digunakan oleh VTuber Kizuna Ai dalam A.I. Channel?

### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk dapat mengetahui bagaimana gaya komunikasi yang digunakan oleh VTuber Kizuna Ai dalam A.I. Channel.