

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Komunikasi non-verbal adalah komunikasi yang tidak menggunakan kata-kata verbal, dimana komunikasi non-verbal ada karena untuk membuat komunikasi menjadi efektif. Karena komunikasi efektif terdiri dari verbal dan non-verbal. Dalam komunikasi non-verbal penulis menemukan bahwa gestur (bahasa tubuh) berperan penting untuk menyampaikan pendapat tanpa menggunakan ucapan verbal. Berdasarkan rumusan mengenai kapan dan di situasi apa komunikasi non-verbal sering digunakan masyarakat Jepang dalam kehidupan sehari-hari. Penulis menemukan dari 6 video youtube dan 2 film terdapat 21 gestur dari 70 gestur berdasarkan buku teori yang umum digunakan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Jepang.

Berdasarkan 21 gestur yang penulis temukan dapat disimpulkan bahwa gestur sangat sering digunakan dalam berbagai situasi, dimana *Ojigi* sering digunakan setelah berbicara untuk berterima kasih atau salam perpisahan, *Chigau* atau *Shiranai* digunakan untuk menyangkal atau menolak ajakan atau pertanyaan, *Warau* sering digunakan untuk menghargai orang saat tertawa (tidak tampak gigi), *Yubi wo sasu* sering digunakan saat komunikasi untuk menunjuk arah ataupun orang, *Kochira e douzo* atau *Kochira ni osuwari kudasai* sering digunakan untuk menunjuk dengan cara yang paling sopan dan untuk mempersilahkan lawan bicara, *Shisen* sering digunakan untuk memperhatikan tapi tidak selalu menatap untuk memberi kenyamanan, *Kocchi oide* sering digunakan untuk memanggil atau

mengajak orang untuk datang, *Chotto matte* sering digunakan untuk memberhentikan lawan bicara atau gestur kata tunggu sebentar, *Shokuji* sering digunakan saat menyatakan makan dan untuk mengajak orang makan, *Ippai dou* sering digunakan untuk mengajak orang minum alkohol, *Kazoe kata* sering digunakan untuk menyatakan angka atau jumlah dari 1-10, Hai dan Iie sering digunakan untuk menyetujui atau menolak pernyataan orang lain, *Itadakimasu* sering digunakan untuk menyatakan selamat makan sebelum makan, *Kata wo tataku* sering digunakan untuk memanggil orang dari belakang, *Onegai dan gomen* sering digunakan untuk memohon atau meminta maaf, *Watashi* sering digunakan untuk menunjuk diri sendiri, *Ochi tsuite* sering digunakan untuk menenagakan amarah lawan bicara, *Dogeza* digunakan untuk meminta maaf dengan sungguh-sungguh, *Katajikenai* sering digunakan untuk berterima kasih, *Nozoku* sering digunakan untuk mengintip atau melihat dari kejauhan, *Yubi kiri* sering digunakan untuk mengikat janji.

Jadi dapat disimpulkan bahwa komunikasi non-verbal banyak digunakan dalam kehidupan masyarakat Jepang. Dimana komunikasi non-verbal digunakan dalam berbagai situasi, seperti saat santai, sibuk, sepi, ramai, senang, sedih, panik, tegang, dan saat penasaran. Kemudian penulis menemukan gestur digunakan di berbagai situasi, seperti memperjelas atau mempertegas ungkapan verbal, mempermudah dan mempersingkat waktu, menanggapi dengan sopan, dan untuk mengungkapkan sesuatu yang tidak bisa dijelaskan oleh komunikasi verbal.

5.2 Saran

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki kekurangan, karena penelitian ini hanya membahas penggunaan komunikasi non-verbal dalam kehidupan sehari-hari orang Jepang. Penelitian ini hanya melihat seberapa banyak penggunaan komunikasi non-verbal dan mendeskripsikan. Kemudian penelitian ini hanya mengambil sumber dari YouTube secara acak dan film yang bertemakan kehidupan sehari-hari sebagai objek penelitian. Oleh karena itu, melalui penelitian ini kepada yang ingin melanjutkan penelitian bisa mengambil ruang lingkup penelitian yang lebih sempit pada satu channel youtube atau satu judul film saja agar dapat membatasi dari segi objek penelitian maupun pembahasan.

DAFTAR PUSTAKA

- A.L. (2016). *Typical Japanese Gestures / Japan Experience*. <https://www.japan-experience.com/plan-your-trip/to-know/understanding-japan/typical-japanese-gestures>
- Buchanan, D. C. (1965). *Japanese proverbs and sayings*. University of Oklahoma press.
- Davies, R. J., & Ikeno, O. (Eds.). (2002). *The Japanese mind: Understanding contemporary Japanese culture*. Tuttle Pub.
- Eka Putri, N. L. W. (2009). Interaksi Simbolik dalam Proses Komunikasi Nonverbal pada Aplikasi Tiktok. *Widya Duta: Jurnal Ilmiah Ilmu Agama dan Ilmu Sosial Budaya*, 14(1), 11. <https://doi.org/10.25078/wd.v14i1.1039>
- Furisari, P. (2016). MENGENAL KARAKTER MASYARAKAT JEPANG MELALUI KINESIK TOKOH UTAMA DORAMA "CHIBI MARUKO CHAN": SUATU TINJAUAN SOSIOLINGUISTIK. 12.
- Geeraert, A. (2020, August 24). Greetings Used Before and After Meals: "Itadakimasu" and "Gochisosama." *Kokoro Media*. <https://kokoro-jp.com/culture/1141/>
- Hamiru Aki, & Chang, A. (2010). *70 Japanese gestures: No language communication*. Stone Bridge Press.
- Indahningrum, M., Soepardjo, D., & Roni, R. (2021). Non-Verbal Communication on Imperative Speech in Japanese and Indonesian. *J-Litera: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra dan Budaya Jepang*, 3(2), 62. <https://doi.org/10.20884/1.jlitera.2021.3.2.4587>
- Iqbal, C. I. (2018). BUDAYA KOMUNIKASI DALAM MASYARAKAT JEPANG. *Walusuji : Jurnal Sejarah Dan Budaya*, 9(1), 129–140. <https://doi.org/10.36869/wjsb.v9i1.25>
- Justisiani, E. I. (2014). PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG BENTUK KOMUNIKASI VERBAL DAN KOMUNIKASI NONVERBAL PADA PELAYANAN RUMAH SAKIT UMUM DAERAH ABDUL WAHAB SJAHRANIE SAMARINDA. *Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman*. https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&q=Justisiani%2C+E.+I.%2C+2014&btnG=
- Kurniati, D. P. Y. (2016). *MODUL KOMUNIKASI VERBAL DAN NON VERBAL*.
- KUSUMAWATI, T. I. (2016). KOMUNIKASI VERBAL DAN NONVERBAL. *Al-Irsyad: Jurnal Pendidikan Dan Konseling*. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/al-irsyad/article/view/6618>
- Mamoto, C. J., & Handayani, U. (2018). Komunikasi Non Verbal Penutur Bahasa Jepang dalam Acara Variety Show Jepang. *Umy.Ac.Id*, 2. <http://journal.umy.ac.id/index.php/jjlel/article/download/4228/3439>
- Manuputty, G. N. V. (2022). *Representasi Budaya Lokal Melalui Komunikasi Nonverbal Video Youtube Li Ziqi Tahun 2019-2021*. 2(2).

- Marta, R. F., & Rieuwpassa, J. S. (2018). Identifikasi Nilai Kemajemukan Indonesia Sebagai Identitas Bangsa dalam Iklan Mixagrip Versi Keragaman Budaya. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(1), 37. <https://doi.org/10.24198/jkk.v6i1.15416>
- Mukarom, Z. (2020). *Teori-teori komunikasi*. Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Murdiyanto, D. E. (2020). *METODE PENELITIAN KUALITATIF*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN "Veteran" Yogyakarta Press.
- Putri, I. (2018). KOMUNIKASI NON VERBAL (MAKNA KINESIK) PESULAP DALAM PERTUNJUKAN SULAP KLASIK. *Syi'ar*, 18. <https://core.ac.uk/download/pdf/229575383.pdf>
- Samosir, F. T., Pitasari, D. N., & Purwaka. (2018). Efektivitas Youtube sebagai Media Pembelajaran Mahasiswa (Studi Di Fakultas FISIP Universitas Bengkulu). *Record and Library Journal*. <https://e-journal.unair.ac.id/RLJ/article/download/8000/8356/55340>
- Shibatani, M. (1990). *The languages of Japan*. Cambridge University Press.
- Soyomukti, N. (2010). *PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI* (Cet. 2). Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan (KDT).
- Sutardi, T. (2007). *Antropologi: Mengungkap Keragaman Budaya*. PT Setia Purna Inves.
- WeXpats. (2022). *Dogeza, Salah Satu Budaya Membungkuk Jepang yang Masih Dilakukan Sampai Sekarang | WeXpats Guide*. <https://wexpats.com/id/guide/as/jp/detail/3884/>
- Zaid, H., Sudiana, Y., & Wibawa, R. S. (2021). *Teori Komunikasi dalam Praktik*. Zahira Media Publisher. <https://books.google.co.id/books?id=bco5EAAAQBAJ>