

Kuliner Tradisional Nusantara Sebagai Bentuk Adaptasi Budaya pada Channel Youtube Shanty di China

Roy Antok Wibowo¹, Mochammad Ichdah Asyarin Hayau Lailin², Ratnaningrum Zusyana Dewi³

Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Majapahit ^{1,2,3}

Alamat: Jl.Raya Jabon Km 07 Mojokerto, Indonesia.

Email: royantokwibowo@gmail.com

Abstract. *Traditional Nusantara culinary is a food that is a characteristic or identity of Indonesia and regions that are inherited from generation to generation, this archipelago culinary has a close relationship and is related to the people of Indonesia. Culinary has an important role for the adaptation process, if there is an Indonesian citizen who is in a domestic relationship with a foreign citizen. This research aims to find out how traditional culinary in the archipelago can support the cultural adaptation process. This research uses Eriyanto's qualitative content analysis method and uses the theory of cultural adaptation and this research was conducted by observing Shanty's YouTube channel in China who is an Indonesia citizen who has married a foreign citizen and chose to live in China. Then document by screen capturing the content of Shanty's YouTube channel in China which depicts cultural adaptation through culinary and conducting a literature study by searching for various related journals. The author has conducted research on culinary adaptations on Shanty's YouTube channel in China. The findings of this study can be concluded that on Shanty's Youtube channel in China, most of the ways of adapting using traditional Nusantara cuisine such as selling traditional Nusantara food through food trucks so that here it is illustrated that the many varieties of Nusantara culinary that are sold have an important role in supporting the cultural adaptation process. The implications that occur here can certainly attract the surrounding community to try and taste the culinary, if the person feels like or is interested in trying it and then the next day he comes back to buy the food again, then it can be ensured that cultural adaptation through culinary will be successful because unconsciously there has been a closeness between Shanty in China and the Chinese people.*

Keywords: *Adaptation, Traditional Culinary, Shanty, YouTube*

Abstrak. Kuliner tradisional Nusantara merupakan sebuah makanan yang menjadi ciri khas atau identitas dari Indonesia dan daerah yang diwariskan dari generasi ke generasi, kuliner nusantara ini memiliki hubungan yang erat dan berkaitan dengan masyarakat Indonesia. Kuliner memiliki peran yang penting untuk berlangsungnya proses adaptasi, jika ada seorang warga negara Indonesia yang sedang menjalin hubungan rumah tangga dengan warga negara asing. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kuliner tradisionan Nusantara dapat mendukung proses adaptasi budaya. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kualitatif Eriyanto dan menggunakan teori adaptasi budaya serta penelitian ini dilakukan dengan melakukan observasi pada channel YouTube Shanty di China yang merupakan seorang warga negeri Indonesia yang telah menikah dengan warga negara asing dan memilih untuk menetap tinggal di China. Kemudian mendokumentasikan dengan melakukan screen capture konten channel YouTube Shanty di China yang menggambarkan adaptasi budaya melalui kuliner dan melakukan studi pustaka dengan mencari berbagai jurnal terkait. Penulis telah melakukan penelitian mengenai adaptasi kuliner yang ada pada channel YouTube Shanty di China. Hasil temuan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pada channel Youtube Shanty di China kebanyakan cara beradaptasinya menggunakan kuliner tradisional Nusantara seperti menjual makanan tradisional Nusantara melalui food truck sehingga disini tergambar bahwa banyaknya ragam kuliner Nusantara yang dijual memiliki peranan yang penting dalam mendukung proses adaptasi budaya. Implikasi yang terjadi disini tentunya dapat menarik masyarakat sekitar untuk mencoba dan mencicipi kuliner tersebut, jika orang tersebut merasa suka atau tertarik mencobanya lalu esok harinya kembali membeli makanan itu lagi, maka dapat dipastikan bahwa adaptasi budaya melalui kuliner akan berhasil karena tanpa disadari telah terjalin sebuah kedekatan antara Shanty di China dengan masyarakat China.

Kata kunci: Adaptation, Traditional Culinary, Shanty, YouTube

1. LATAR BELAKANG

Saat ini, banyak warga negara Indonesia yang menikah dengan warga negara asing. Pernikahan seperti ini akan menyebabkan terbentuknya komunikasi antarbudaya sebagai resiko pernikahan berbeda warga negara. Setiap daerah atau tempat pasti memiliki kebudayaan yang berbeda dan setiap orang tanpa disadari dalam kehidupan sehari-hari juga akan melakukan komunikasi (Mailani, 2022).

Komunikasi adalah faktor utama dalam pemersatu proses interaksi sosial. (Lecky Gustanio, 2020). Komunikasi berguna sebagai alat untuk bertukar informasi dari seorang komunikator kepada komunikan agar menemui suatu pemahaman yang sama. Dalam berkomunikasi antarbudaya, prosesnya tidak selalu menjadi hambatan atau istilah lainnya disebut *Melting Pot* (Lutfi, 2016). *Melting Pot* ini diartikan sebagai percampuran antara dua budaya, jadi hal ini bukanlah hambatan karena terdapat percampuran, pada proses percampuran ini hambatannya terletak pada bahasa dan perbedaan budaya.

Melalui adanya komunikasi antarbudaya, maka membuat masing-masing individu akan dapat dengan mudah memahami budaya satu sama lain. Ketika memasuki tempat yang memiliki kebudayaan yang berbeda, membutuhkan waktu untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitar. Oleh karena itu, maka diperlukan adaptasi agar bisa saling hidup harmonis dan berdampingan (Lecky Gustanio, 2020).

Adaptasi budaya merupakan proses penyesuaian diri bagi seseorang yang sedang berada dalam suatu tempat dengan budaya yang berbeda. Adaptasi budaya kini menjadi salah satu bentuk penyesuaian dan pemahaman individu atau kelompok dalam keberagaman budaya, sehingga adaptasi budaya ini akan meminimalisir resiko – resiko terjadinya konflik antarbudaya (Asisyah, 2020). Adaptasi adalah sebuah cara setiap individu menyesuaikan diri jika memiliki latar belakang berbeda. Adaptasi terkadang tidak menentu, ada yang proses adaptasinya cepat, ada pula yang relatif lama, namun hal tersebut tidak menjadi masalah karena pada intinya setiap orang yang berada di tempat dengan budaya berbeda pasti akan melakukan penyesuaian diri.

Banyak cara untuk orang yang berbeda negara melakukan adaptasi agar bisa berkomunikasi dan berinteraksi sosial dengan lingkungan sekitar, salah satunya adalah melalui kuliner (Aryand, 2020). Kuliner mampu mendorong aktivitas individu dalam suatu komunitas tertentu atau masyarakat secara keseluruhan. Kuliner termasuk dalam bagian dari kehidupan manusia. Kuliner dapat dikatakan sebagai penghubung antara suatu komunitas dengan komunitas lainnya. Saat berada dimanapun kuliner selalu menawarkan rasa, kuliner berperan sebagai kunci koneksi dari kebudayaan yang berkaitan dengan sejarah.

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki keanekaragaman budaya, salah satu keanekaragaman budaya di Indonesia yang harus dilestarikan adalah budaya kuliner atau biasanya dikenal dengan nama budaya kuliner tradisional Nusantara. Kuliner tradisional Nusantara adalah warisan budaya yang kaya akan cita rasa dan keanekaragaman bahan baku yang memiliki ciri khas tersendiri, ciri khas kuliner yang unik dapat dilihat dari bahan, bumbu atau rempah-rempah, teknik masak dan alat yang digunakan (Aini, 2024). Kuliner tradisional Nusantara mengajarkan seseorang untuk bisa mencintai, menghargai dan melestarikan budaya Indonesia karena kuliner tradisional Indonesia merupakan kuliner yang asli dan murni dibuat dari bahan atau rempah-rempah yang tumbuh atau berasal dari Indonesia, kemudian diolah dengan teknik atau cara yang telah dikuasai oleh masyarakat setempat.

Kuliner tradisional Nusantara kini memegang peranan penting dalam segala aspek kehidupan manusia (Utami, 2018). Kuliner tradisiononal Nusantara memiliki peluang besar untuk ditawarkan dan dijadikan sebagai alat adaptasi karena seiring dengan banyaknya jumlah warga atau penduduk lokal yang tertarik terhadap budaya asing atau kuliner yang disajikan, maka makanan tradisional Nusantara bisa menjadi salah satu cara terbaik untuk mempermudah berkomunikasi, bertukar pikiran bahkan menjalin kedekatan dengan lingkungan yang ada disekitar melalui adaptasi kuliner tersebut (Harsana & Triwidayati, 2020).

Adaptasi kuliner adalah sebutan bagi seseorang yang melakukan penyesuaian diri dengan berjualan segala macam makanan. Melalui berjualan makanan dapat membantu seseorang mampu bertahan hidup disana, membantu perekonomian, membantu berinteraksi sosial dan bisa memudahkan berhubungan dengan baik dengan orang sekitar (Sulistiyawati, 2022). Tidak hanya itu melalui adaptasi kuliner maka akan membuat kuliner Indonesia akan dikenal dan disukai bahkan dicari di luar negeri.

Dalam melakukan adaptasi melalui kuliner tradisional Nusantara juga tidak terlepas dari adanya media sosial. Kepopuleran platform YouTube kemudian melahirkan istilah baru di masyarakat yang dikenal dengan konten video. YouTuber (sebutan untuk pembuat konten YouTube) saat ini banyak pengguna YouTube yang menyajikan konten dengan kebebasan berekspresi, yang mencakup konten dan identitas pribadi, yang mencakup identitas budaya, identitas gender, dan identitas nasional. Di Indonesia, konten YouTube mulai mendapat antusias masyarakat sekitar tahun 2015. Sebagai pengembang YouTube, Google Indonesia memulai bisnisnya melalui platform YouTube. Beberapa tahun terakhir, YouTube menjadikan Indonesia sebagai pasar yang potensial karena penggunaan internetnya yang cukup besar. Pada tahun 2015, Google memulai proyek lanjutan untuk menghasilkan YouTuber baru dengan

calon penonton dan pelanggan program tersebut, yang kemudian menghasilkan influencer baru dan dapat menarik penonton dan pelanggan atau subscribers (David, 2017).

Salah satu akun YouTube yang kontennya berisi kuliner adalah YouTube Shanty di China. Akun YouTube ini sudah ada sejak April 2022. YouTuber Shanty di China ini menarik perhatian karena kontennya yang menjual makanan khas Indonesia. Sekembalinya ke Indonesia, YouTuber Shanty di China langsung diundang artis ternama seperti Raffi Ahmad, Ashanty, dan Denny Sumargo ke podcast. Channel YouTube Shanty di China sendiri kerap membagikan video momen jualan makanan khas Indonesia. Shanty di China berjualan makanan Indonesia menggunakan *food truck*. Shanty berasal dari Padang, Sumatera Barat. Saat itu dia adalah seorang wanita yang pernah bekerja di sebuah restoran di Jakarta dan kemudian menikah dengan pria Tionghoa bernama Lyu Chai Chu atau nama Indonesiannya Jhonny. Pernikahan Shanty dan Jhonny, mereka dikaruniai dua orang anak, yang pertama perempuan bernama Ailin dan yang kedua laki-laki bernama Hanqi.

Saat ini Shanty bisa tinggal dan menetap di wilayah China Utara, khususnya Dandong. Jhonny dan Shanty menikah selama 15 tahun dan beragama Islam, hal itu diketahui saat ia dan keluarga kecilnya membuat konten seputar sahur dan berbuka puasa di China. Saat berjualan Shanty tidak hanya berniat mencari uang, namun dia ingin mempromosikan berbagai masakan Indonesia agar disukai oleh masyarakat China, makanan Indonesia yang sering dijual di China antara lain kue talam singkong, sosis solo atau lumpia, dadar gulung, tahu isi, klepon, tempe mendoan, kue putri mandi dan lain-lain, dan ini juga bagian dari cara Shanty beradaptasi disana.

Dalam penelitian ini tidak seperti penelitian sebelumnya, kebaruan dari penelitian ini adalah adanya inovasi objek penelitian yaitu membahas adaptasi pada channel Youtube karena pada penelitian-penelitian sebelumnya membahas tentang adaptasi tentang fenomena sosial yang ada disekitar. Penulis nantinya akan mencari tahu bagaimana proses adaptasi kuliner tradisional Nusantara yang ada pada channel YouTube Shanty di China dan dikaji dengan teori adaptasi budaya karena pada channel YouTube tersebut terdapat latar budaya keluarga yang berbeda yaitu Indonesia dan China.

2. KAJIAN TEORITIS

Dalam studi komunikasi antarbudaya, adaptasi biasanya mengacu pada perubahan yang terjadi di masyarakat. Masyarakat manapun dan siapapun yang memahami pentingnya strategi adaptasi, harus mengubah perilakunya sesuai dengan tuntutan lingkungan sekitar (Mukhlisah & Irfan, 2023).

Gudykunts dan Kim (2003: 355) dalam buku *Pendidikan Multikultural Menuju Masyarakat 5.0* (Obby Taufik Hidayat, 2022) menyatakan bahwa setiap orang saat beradaptasi memiliki motivasi yang berbeda-beda. Setiap individu memiliki kemampuan dalam berkomunikasi sesuai dengan norma dan nilai budaya baru. Hal itu bergantung pada proses adaptasinya. Meskipun setiap orang harus menghadapi masalah penyesuaian untuk bisa beradaptasi dan mendapatkan manfaat dari lingkungan barunya. Gudykunts dan Kim lebih lanjut menekankan bahwa setiap orang harus melalui proses adaptasi ketika dihadapkan pada lingkungan dan budaya yang berbeda dengan dirinya.

Berdasarkan penelitian Kim (2001: 117) dalam (Aryanto, 2018) menemukan ada dua tahap adaptasi yaitu *Cultural Adaptation* dan *Cross Cultural Adaptation*. *Cultural adaptation* merupakan proses dasar komunikasi antara pengirim pesan, mediator, dan penerima sebagai tempat berlangsungnya proses pengkodean dan penguraian kode. Proses ini diartikan sebagai tingkat perubahan yang terjadi ketika manusia berpindah ke lingkungan baru. Saat berada di lingkungan baru, penduduk asli mengirimkan pesan yang dapat dimengerti kepada pendatang, yang disebut akulturasi budaya. Disaat yang sama, terjadi enkulturasi selama sosialisasi, sedangkan *Cross Cultural Adaptation* merupakan sebuah proses yang dilakukan individu secara dinamis saat memasuki lingkungan atau kebudayaan baru, dalam hal ini individu tersebut akan membangun hubungan baik dengan lingkungan atau kebudayaan barunya. *Cross cultural adaptation* terbagi dalam tiga hal yaitu akulturasi, dekulturasi, dan asimilasi.

Akulturasi terjadi ketika para pendatang yang telah melalui proses sosialisasi mulai berinteraksi dengan budaya baru dan asing (Mukhlisah & Irfan, 2023) Seiring berjalannya waktu, pendatang tersebut mulai memahami budaya baru dan memilih untuk mengikuti norma dan nilai budaya setempat, namun pola budaya sebelumnya juga mempengaruhi proses adaptasi. Model budaya sebelumnya yang juga mempengaruhi akulturasi disebut dekulturasi, yang merupakan bagian lain dari proses adaptasi. Perubahan budaya tersebut mempengaruhi psikologi dan perilaku sosial para pendatang yang mempunyai identitas baru, norma dan nilai budaya baru. Hal ini kemudian memicu resistensi terhadap budaya baru tersebut, sehingga bukan tidak mungkin para pendatang akan mengisolasi diri dari penduduk setempat (Kim, 2001: 119). Menurut Kim (2001:122) dalam (Mukhlisah & Irfan, 2023), tahap adaptasi yang

paling sempurna dan ideal adalah asimilasi. Dalam konteks ini, asimilasi mengacu pada situasi dimana para pendatang meminimalkan penggunaan budaya lama agar terlihat seperti penduduk lokal. Secara teori, asimilasi nampaknya terjadi setelah adanya perubahan akulturasi, namun pada kenyataannya asimilasi belum sepenuhnya tercapai.

Menurut buku *Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, analisis isi merupakan salah satu metode utama dalam disiplin ilmu komunikasi, analisis isi juga dapat dikatakan sebagai metode ilmiah untuk mempelajari dan menarik kesimpulan atas suatu fenomena dengan memanfaatkan dokumen (Eriyanto, 2015). Analisis isi ini juga menjadi suatu karya penelitian yang pada dasarnya merupakan pemahaman mendalam terhadap isi informasi yang terkandung dalam objek media massa (Gusti Yasser Arafat, 2018) Semua objek yang diteliti dipetakan ke dalam bentuk *symbols*, kemudian diberikan interpretasi satu demi satu. Analisis isi merupakan metode penelitian yang menggunakan dokumen-dokumen yang diteliti. Dokumen yang akan diperiksa dapat berupa teks, simbol, gambar, video, dan lain-lain. Dokumen dengan menggunakan metode analisis isi dapat dikatakan sebagai representasi simbolik yang dapat disimpan atau didokumentasikan dan dianalisis.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang di maksudkan untuk memahami fenomena apa saja yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, tindakan, dan lain sebagainya. Penelitian kualitatif mempunyai tujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui teknik pengumpulan data. Penelitian ini diteliti menggunakan teori adaptasi budaya dan pendekatan komunikasi menggunakan analisis isi. Analisis isi adalah pendekatan penelitian komunikasi yang membahas secara mendalam pada isi dari sebuah media massa. Analisis isi ini memiliki tujuan untuk meneliti dan menganalisa isi dari konten YouTube Shanty di China tentang proses adaptasi melalui kuliner.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulis telah melakukan penelitian mengenai adaptasi kuliner dalam komunikasi antarbudaya pada Channel YouTube Shanty di China. Dari penelitian didapatkan bahwa kuliner tradisional Nusantara memiliki peranan yang penting untuk mendukung proses adaptasi yang dilakukan oleh Shanty di China. Melalui adaptasi kuliner tradisional Nusantara adaptasi yang dilakukan Shanty dapat berjalan dengan baik dimana disini masyarakat China sudah

mulai menyukai dan terbiasa mengkonsumsi makanan tradisional Nusantara yang telah dijual oleh Shanty di China melalui food truck nya. Selain itu, masuknya kuliner tradisional Indonesia yang dijual oleh Shanty di China akan membuat kuliner tradisional Indonesia semakin dikenal oleh dunia. Kuliner tradisional Indonesia kini telah menjadi daya tarik di China karena mempunyai cita rasa dan ciri khas yang berbeda-beda. Hal tersebut tentunya akan membuat masyarakat China akan terus ingin membeli atau mencicipi kuliner tradisional Indonesia, dengan begitu tanpa disadari akan terjalin sebuah kedekatan antara Shanty dan pembeli, sehingga proses adaptasi yang dilakukan Shanty sudah bisa dipastikan berhasil. Berdasarkan hasil penelitian setelah melakukan observasi pada Channel YouTube Shanty di China, maka ada beberapa kuliner tradisional Nusantara yang sering dijual di China untuk membantu atau mendukung proses adaptasinya disana yaitu kue talam singkong, tempe mendoan, lumpia, kue putri mandi, dadar gulung, tahu isi, dan klepon. Ketujuh kuliner tradisional nusantara tersebut dijelaskan keterkaitannya dengan proses adaptasi budaya yang dilakukan oleh Shanty di China dan diunggah dalam channel YouTube-nya sebagai berikut.

Adaptasi Budaya Melalui Kuliner Tradisional Talam Singkong



Sumber: YouTube Shanty di China

Gambar 1. Kue Talam Singkong Shanty di China

Kue talam singkong termasuk dalam kuliner tradisional nusantara, kue talam singkong terbuat dari singkong yang diparut dan dipadukan dengan santan serta bumbu atau rempah-rempah dari Indonesia, kue talam singkong disini dijadikan media komunikasi Shanty di China untuk membantu mempermudah dirinya melakukan proses adaptasi atau menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitar di China, di China tidak ada tumbuhan singkong, sehingga Shanty harus membeli singkong dari Indonesia, selain itu tidak semua rempah-rempah Indonesia ditemukan di China sehingga Shanty menambahkan sedikit bumbu-bumbu China. Kue talam singkong ini dibuat dan dijual oleh Shanty menggunakan *food truck*, disini Shanty memperkenalkan kue talam singkong karena Shanty ingin lebih dekat dengan masyarakat China, dan ternyata dengan menjual kuliner tradisional Indonesia yaitu kue talam singkong

mampu membuat orang China tertarik mencicipi dan merasa enak dengan rasanya, orang China seringkali menanyakan kue talam singkong selama Shanty berjualan karena setiap hari Shanty menjual menu makanan tradisional yang berbeda-beda. Proses adaptasi yang dilakukan Shanty melalui menjual kuliner tradisional Nusantara yaitu kue talam singkong ini di unggah oleh Shanty di channel YouTubanya dan mendapat like sebanyak 35rb.

Adaptasi Budaya Melalui Kuliner Tradisional Tempe Mendoan



Sumber: YouTube Shanty di China

Gambar 2. Tempe Mendoan Shanty di China

Tempe mendoan termasuk dalam kuliner tradisional nusantara, tempe mendoan terbuat dari tempe yang diberi tepung dan dipadukan bumbu atau rempah-rempah dari Indonesia, Tempe mendoan dijadikan media komunikasi Shanty di China untuk membantu mempermudah dirinya melakukan proses adaptasi atau menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitar di China, di China tidak ada tempe, sehingga Shanty harus membeli tempe secara online dari Indonesia, selain itu tidak semua rempah-rempah Indonesia ditemukan di China sehingga Shanty menambahkan sedikit bumbu-bumbu China. Tempe mendoan ini dibuat dan dijual oleh Shanty menggunakan *food truck*, disini Shanty memperkenalkan tempe mendoan karena Shanty ingin lebih dekat dengan masyarakat China, dan ternyata dengan menjual kuliner tradisional Indonesia yaitu tempe mendoan mampu membuat orang China tertarik untuk membeli atau mencobanya. Proses adaptasi yang dilakukan Shanty melalui menjual kuliner tradisional Nusantara yaitu tempe mendoan ini di unggah oleh Shanty di channel YouTubanya dan mendapat like sebanyak 67rb.

Adaptasi Budaya Melalui Kuliner Tradisional Sosis Solo (Lumpia)



Sumber: YouTube Shanty di China

Gambar 3. Sosis Solo Shanty di China

Sosis solo atau yang seringkali disebut lumpia termasuk dalam kuliner tradisional nusantara, sosis solo atau lumpia kulitnya terbuat dari tepung dan isinya juga bermacam-macam ada sayuran, sosis, suwiran ayam bahkan bihun, masakan ini dipadukan bumbu atau rempah-rempah dari Indonesia, sosis solo atau lumpia dijadikan media komunikasi Shanty di China untuk membantu mempermudah dirinya melakukan proses adaptasi atau menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitar di China, tidak semua sayuran Indonesia ada di China, sehingga Shanty harus mengganti sayur-sayuran bahkan isian lumpia sesuai dengan yang ada di China, selain itu tidak semua rempah-rempah Indonesia juga ditemukan di China sehingga Shanty menambahkan sedikit bumbu-bumbu China. Sosis solo atau lumpia ini dibuat dan dijual oleh Shanty menggunakan *food truck*, disini Shanty memperkenalkan sosis solo atau lumpia karena Shanty ingin lebih dekat dengan masyarakat China, dan ternyata dengan menjual kuliner tradisional Indonesia yaitu sosis solo atau lumpia mampu membuat orang China tertarik untuk membeli atau mencobanya. Proses adaptasi yang dilakukan Shanty melalui menjual kuliner tradisional Nusantara yaitu sosis solo atau lumpia ini di unggah oleh Shanty di channel YouTubanya dan mendapat like sebanyak 43rb.

Adaptasi Budaya Melalui Kuliner Tradisional Kue Putri Mandi



Sumber: YouTube Shanty di China

Gambar 4. Kue Putri Mandi Shanty di China

Kue putri mandi termasuk dalam kuliner tradisional nusantara, kue putri mandi terbuat dari tepung dan berisi parutan kelapa serta penyajiannya direndam dengan santan. Masakan ini dipadukan bumbu atau rempah-rempah dari Indonesia, kue putri mandi dijadikan media komunikasi Shanty di China untuk membantu mempermudah dirinya melakukan proses adaptasi atau menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitar di China, di China tidak semua rempah-rempah Indonesia ditemukan contohnya adalah kelapa, sehingga Shanty menambahkan sedikit bumbu-bumbu China atau tepung beras China dan santannya juga menggunakan santan kemasan tidak langsung dari perasan kelapa. Kue putri mandi ini dibuat dan dijual oleh Shanty menggunakan *food truck*, disini Shanty memperkenalkan kue putri mandi karena Shanty ingin lebih dekat dengan masyarakat China, dan ternyata dengan menjual kuliner tradisional Indonesia yaitu kue putri mandi mampu membuat orang China tertarik untuk membeli atau mencobanya. Proses adaptasi yang dilakukan Shanty melalui menjual kuliner tradisional Nusantara yaitu kue putri mandi, diunggah oleh Shanty di channel YouTubanya dan mendapat like sebanyak 34rb.

Adaptasi Budaya Melalui Kuliner Tradisional Dadar Gulung



Sumber: YouTube Shanty di China

Gambar 5. Dadar Gulung Shanty di China

Dadar gulung termasuk dalam kuliner tradisional nusantara, dadar gulung terbuat dari tepung diwarnai dan berisi parutan kelapa. Masakan ini dipadukan bumbu atau rempah-rempah dari Indonesia, dadar gulung dijadikan media komunikasi Shanty di China untuk membantu mempermudah dirinya melakukan proses adaptasi atau menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitar di China, di China tidak semua rempah-rempah Indonesia ditemukan contohnya adalah kelapa, sehingga Shanty menambahkan sedikit bumbu-bumbu China atau tepung beras China dan santannya juga menggunakan santan kemasan tidak langsung dari perasan kelapa. Dadar gulung ini dibuat dan dijual oleh Shanty menggunakan *food truck*, disini Shanty memperkenalkan dadar gulung di China karena Shanty ingin lebih dekat dengan masyarakat China, dan ternyata dengan menjual kuliner tradisional Indonesia yaitu dadar gulung mampu membuat orang China tertarik untuk membeli atau mencobanya. Proses adaptasi yang dilakukan Shanty melalui menjual kuliner tradisional Nusantara yaitu dadar gulung ini diunggah oleh Shanty di channel YouTubanya dan mendapat like sebanyak 51rb.

Adaptasi Budaya Melalui Kuliner Tradisional Tahu isi



Sumber: YouTube Shanty di China

Gambar 6. Tahu Isi Sadis Shanty di China

Tahu isi termasuk dalam kuliner tradisional nusantara, tahu isi luarannya terbuat dari tahu dan isinya adalah sayuran bahkan bihun, masakan ini dipadukan bumbu atau rempah-rempah

dari Indonesia, tahu isi dijadikan media komunikasi Shanty di China untuk membantu mempermudah dirinya melakukan proses adaptasi atau menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitar di China, tidak semua sayuran Indonesia ada di China, sehingga Shanty harus mengganti macam sayur-sayuran bahkan isian tahu isi sesuai dengan yang ada di China, selain itu tidak semua rempah-rempah Indonesia juga ditemukan di China sehingga Shanty menambahkan sedikit bumbu-bumbu China. Tahu isi dibuat dan dijual oleh Shanty menggunakan *food truck*, disini Shanty memperkenalkan tahu isi karena Shanty ingin lebih dekat dengan masyarakat China, dan ternyata dengan menjual kuliner tradisional Indonesia yaitu tahu isi mampu membuat orang China tertarik untuk membeli atau mencobanya. Proses adaptasi yang dilakukan Shanty melalui menjual kuliner tradisional Nusantara yaitu tahu isi ini diunggah oleh Shanty dalam channel YouTubenya dan mendapat like sebanyak 46rb.

Adaptasi Budaya Melalui Kuliner Tradisional Klepon



Sumber: YouTube Shanty di China
Gambar 7. Klepon Shanty di China

Klepon termasuk dalam kuliner tradisional nusantara, klepon terbuat dari tepung dan diberi warna hijau lalu dibentuk bulat dan berisi parutan kelapa. Masakan ini dipadukan bumbu atau rempah-rempah dari Indonesia, klepon dijadikan media komunikasi Shanty di China untuk membantu mempermudah dirinya melakukan proses adaptasi atau menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitar di China, di China tidak semua rempah-rempah Indonesia ditemukan contohnya adalah kelapa, sehingga Shanty menambahkan sedikit bumbu-bumbu China atau tepung beras China dan santannya juga menggunakan santan kemasan tidak langsung dari perasan kelapa asli. Klepon ini dibuat dan dijual oleh Shanty menggunakan *food truck*, disini Shanty memperkenalkan klepon di China karena Shanty ingin lebih dekat dengan masyarakat China, dan ternyata dengan menjual kuliner tradisional Indonesia yaitu klepon mampu membuat orang China tertarik untuk membeli atau mencobanya. Proses adaptasi yang dilakukan Shanty melalui menjual kuliner tradisional Nusantara yaitu klepon ini diunggah oleh Shanty dalam channel YouTubenya dan mendapat like sebanyak 70rb.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berbagai macam kuliner tradisional Indonesia dapat membantu atau mendukung proses adaptasi budaya jika ada seorang warga negara Indonesia tinggal dalam suatu tempat yang memiliki latar belakang yang berbeda. Melalui kuliner tradisional Nusantara dapat menarik warga atau masyarakat sekitar tertarik bahkan ingin mencoba kuliner tradisional Nusantara dan mempermudah dalam melakukan proses adaptasi karena dengan menjual kuliner tradisional akan terjalin sebuah kedekatan antara penjual dan pembeli tanpa disadari disana akan terjadi proses penyampaian pesan baik verbal maupun nonverbal serta terjadi proses akulturasi, dekulturasi dan asimilasi. Perkembangan teknologi mempermudah proses adaptasi akan berjalan sesuai dengan apa yang diinginkan, dalam proses adaptasi juga tidak terhindar dari adanya promosi apalagi jika proses adaptasi yang dilakukan dengan berjualan makanan melalui media sosial. Berjualan makanan melalui sosial media mampu menjangkau lebih banyak konsumen secara cepat, sehingga banyak masyarakat pendatang ataupun penduduk asli bisa melihat, semakin banyaknya pembeli yang membeli kuliner tradisional Nusantara maka semakin luas relasi yang akan terjalin sehingga proses adaptasi kuliner mampu membuat Shanty menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitar. Untuk kedepannya diharapkan shanty di China lebih bisa beradaptasi dengan kuliner Indonesia dengan menu yang lainnya agar masyarakat China bisa mengetahui berbagai macam keanekaragaman kuliner Indonesia dan untuk channel YouTubanya semoga lebih maju dan tetap memperlihatkan kepada masyarakat Indonesia bahwa beradaptasi juga bisa dilakukan melalui kuliner.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Mochamad Ichdah Asyarain Hayau Lailin, S.Sos, M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing 1 dan Ibu Ratnaningrum Zusyana Dewi, S.I.P, M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah membimbing penulis dengan baik hingga proses penyusunan artikel ini selesai. Selain itu penulis juga menyampaikan kepada semua pihak yang terlibat khususnya seluruh Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Islam Majapahit, atas kontribusi dan dedikasi mereka dalam menjadikan artikel ini sebuah karya yang berguna dan bermanfaat bagi siapapun yang membacanya.

DAFTAR REFERENSI

- Aini. (2024). Peran kuliner tradisional Nusantara dalam memengaruhi kegiatan ekonomi dan bahasa di Indonesia. *Jurnal Ilmiah*, 8, 22243–22252.
- Aryand. (2020). Proses adaptasi kaum muda yang bermigrasi ke Kota Yogyakarta dan Bandung. *Psikologika: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 25(2), 215–228. <https://doi.org/10.20885/psikologika.vol25.iss2.art4>
- Aryanto, U. (2018). Bab III - Metode penelitian. *Metode Penelitian*, 1, 32–41.
- Asisyah. (2020). Adaptasi komunikasi budaya masyarakat pendatang dan masyarakat lokal Serui Kabupaten Yapen di Provinsi Papua. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi UMI*, 1(4), 1–10.
- David. (2017). Pengaruh konten vlog dalam YouTube terhadap pembentukan sikap mahasiswa ilmu komunikasi. *Acta Diurna*, 6(1).
- Eriyanto. (2015). *Analisis isi pengantar metodologi untuk penelitian ilmu komunikasi dan ilmu-ilmu sosial lainnya*. Kencana.
- Gusti Yasser Arafat. (2018). Membongkar isi pesan dan media dengan content analysis. *Jurnal Alhadrah*, 17(33), 32–48.
- Harsana, M., & Triwidayati, M. (2020). Potensi makanan tradisional sebagai daya tarik wisata kuliner di D.I. Yogyakarta. *Universitas Negeri Yogyakarta*, 15(1), 1–24. <https://journal.uny.ac.id/index.php/ptbb/article/view/36472>
- Hidayat, O. T. (2022). *Pendidikan multikultural menuju masyarakat 5.0*.
- Lecky Gustanio. (2020). Peran komunikasi antarbudaya dalam proses adaptasi mahasiswa etnik Papua di Universitas Sam Ratulangi. *Paper Knowledge: Toward a Media History of Documents*, 12–26.
- Lutfi, M. (2016). Upaya meningkatkan komunikasi antar budaya dengan tujuan harmonisasi hegemonitas warga. *Network Media*, 1(224), 1–16.
- Mailani. (2022). Bahasa sebagai alat komunikasi dalam kehidupan manusia. *Kampret Journal*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.35335/kampret.v1i1.8>
- Mukhlisah, A. N., & Irfan, M. (2023). *Nusantara Hasana Journal*. *Nusantara Hasana Journal*, 2(9), 185–190.
- Sulistyawati, A. (2022). Perubahan budaya kuliner dan adaptasi bisnis kuliner di masa pandemi Covid-19. *Journey: Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management*, 5(2), 185–196. <https://doi.org/10.46837/journey.v5i2.124>
- Utami, S. (2018). Kuliner sebagai identitas budaya. *Journal of Strategic Communication*, 8(2), 36–44.