

PENGARUH KONSUMSI ANIME DAN MANGA TERHADAP PEMBELAJARAN BUDAYA DAN BAHASA JEPANG

Lufi Wahidati*, Mery Kharismawati, Alvin Octo Mahendra
Diploma III Bahasa Jepang, Sekolah Vokasi UGM

lufi.wahidati@ugm.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk melihat seberapa jauh pengaruh anime dan manga terhadap pembelajaran bahasa Jepang di kalangan mahasiswa Program Studi Diploma III Bahasa Jepang, Sekolah Vokasi, Universitas Gadjah Mada. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan didistribusikan kepada mahasiswa pada bulan Mei 2017. Pertanyaan dalam kuesioner tersebut mencakup motivasi belajar bahasa Jepang, tingkat ketertarikan pada produk budaya populer Jepang, frekuensi mengkonsumsi anime/manga, efek pada pembelajaran bahasa Jepang dengan mengkonsumsi anime/manga, serta perubahan persepsi mahasiswa terhadap bahasa dan budaya Jepang. Dari data yang diperoleh, dapat disimpulkan sebagai berikut: 1) sebagian besar mahasiswa pertama kali mengenal bahasa Jepang melalui anime/manga; 2) mengonsumsi anime/manga mendukung pembelajaran bahasa Jepang, terutama untuk pengayaan kosakata, latihan menyimak, dan pendalaman pemahaman konteks penggunaan kata atau ekspresi bahasa Jepang; dan 3) sebagian besar mahasiswa mengalami perubahan persepsi mengenai bahasa dan budaya Jepang setelah mempelajari bahasa Jepang di universitas. Akan tetapi, bahasa dalam anime mengandung unsur stereotip (yakuwarigo), sehingga pengetahuan tentang yakuwarigo dan konteks sosiologis dalam bahasa Jepang perlu diperkenalkan pada mahasiswa.

Kata kunci : pembelajaran bahasa Jepang; yakuwarigo; anime; manga

Abstract

(Title: The Effect of Anime and Manga Consumption on Japanese Language and Culture Learning) This research was conducted to look at how far anime and manga effect Japanese language learning among the students of the Japanese Program in the Vocational College of Universitas Gadjah Mada. The data were collected via a question form. The question form was distributed to 2nd year and 3rd year Japanese students in May 2017. The questions in the questionnaire include the Japanese language learning motivation, the level of interest in Japanese anime and manga, frequency of consuming anime/manga, as well as the effect on the Japanese language learning by consuming the products. From the data obtained, things can be concluded as follows: 1) most of the students stated that the first time they knew Japanese was through anime/manga; 2) watching anime can support students' Japanese learning, especially for vocabulary enrichment, listening exercises, and understanding the context of the use of Japanese words or expressions; and 3) most of the students experienced a change of perceptions about Japanese language and culture after learning Japanese in the university. However, the language used in the anime contains stereotypical elements (known as role language or yakuwarigo) and therefore yakuwarigo and sociological context in Japanese should be introduced to the students.

Keywords: Japanese learning; manga; anime; yakuwarigo

1. PENDAHULUAN

Dewasa ini, teknologi informasi berkembang dengan pesat. Penggunaan teknologi internet yang dulu hanya dikenal oleh kalangan tertentu, saat ini telah menjadi fasilitas yang dapat digunakan hampir di seluruh wilayah Indonesia. Melalui internet, generasi pemuda dapat dengan mudah mengakses informasi yang mereka butuhkan. Selain itu, berbagai media seperti film atau musik dari luar negeri pun dapat dinikmati dengan mudah dan murah melalui internet¹. Kemudahan ini pun dirasakan oleh para penyuka budaya populer Jepang. Produk budaya populer Jepang di antaranya adalah *manga* (komik Jepang), *anime* (kartun animasi Jepang), *dorama* (drama TV Jepang), dan musik populer Jepang seperti J-pop dan J-rock.

Produk-produk ini pertama kali dikenal oleh masyarakat Indonesia pada akhir tahun 1980-an. Kala itu, produk-produk ini hanya dapat dinikmati dalam bahasa Indonesia, karena seluruh *anime* dan *dorama* yang ditayangkan di televisi nasional dialihbahasakan ke dalam bahasa Indonesia. Bahkan lagu tema pembuka dan penutup *anime/dorama* pun dialihbahasakan. Begitu pula dengan *manga*, produk ini juga hanya dapat dibaca oleh penyukanya dalam versi cetak yang telah diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia. Setelah hadirnya internet, penyuka produk budaya populer Jepang menjadi lebih mudah untuk mengakses produk-produk tersebut dalam versi asli bahasa Jepang. Hal inilah yang memotivasi

banyak di antara mereka untuk mempelajari bahasa Jepang (Wahidati, 2014).

Setiap tiga tahun sekali, Japan Foundation (2013) melakukan survei tentang jumlah pembelajar bahasa Jepang di berbagai negara di luar Jepang. Berdasarkan pada hasil survei yang dilakukan pada tahun 2012, diketahui bahwa secara keseluruhan, jumlah pembelajar bahasa Jepang di dunia meningkat 9,1% dibandingkan hasil survei tahun 2009. Di Indonesia, total pembelajar bahasa Jepang mencapai 872.406 orang dan menduduki urutan ke-2. Sementara itu, peringkat pertama diduduki oleh China. Di China pun banyak pembelajar yang termotivasi oleh kesukaan mereka terhadap budaya populer Jepang². Sehingga dapat dikatakan bahwa budaya populer Jepang memiliki keterkaitan erat dengan pembelajaran bahasa Jepang.

Selain menumbuhkan motivasi untuk belajar, kemampuan bahasa Jepang para pembelajar pun secara sadar atau tidak sadar terpengaruh oleh konsumsi budaya populer Jepang. Banyak mahasiswa Program Studi Bahasa Jepang Sekolah Vokasi yang mengatakan bahwa mereka biasanya belajar dengan mendengarkan lagu Jepang atau menonton drama Jepang.

Toyoshima (2013) menjelaskan adanya “virtuous cycle” dalam menggambarkan keterkaitan antara pembelajaran bahasa Jepang dengan konsumsi budaya populer Jepang di Thailand. Toyoshima mengatakan bahwa:

“...when a student becomes interested in manga, the interest will be a

¹ Berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau APJII (2016), konten berita mancanegara adalah yang paling banyak dikunjungi (20,6% dari total responden). Sedangkan untuk konten hiburan, 41% responden menjawab menggunakan internet untuk menonton film, 35,5% untuk mendengarkan musik, dan 12,3% untuk melihat siaran olah raga.

² Penelitian tentang popularitas produk budaya populer Jepang di berbagai negara termasuk negara-negara di benua Eropa, Amerika, dan Asia telah dilakukan oleh banyak peneliti. Selanjutnya, adanya keterkaitan antara budaya populer Jepang dengan motivasi pembelajar bahasa Jepang pun dapat diamati di negara lain. Misalnya di Katar (Nemoto, 2011), di Trinidad-Tobago (Kawasaki-Tull, 2011) di Thailand (Toyoshima, 2013), di Prancis (Kondo dan Muranaka, 2010).

motivation to learn the Japanese language. After the student starts to learn Japanese, he or she may become interested in J-pop, which may motivate the student to learn the language with even greater enthusiasm. Later, as the student's language ability improves, the student may in turn become interested in Japanese dramas and movies. The encounters with new Japanese cultural products become motivators for the student to continue learning the language, and they also enhance the student's interest in Japan and its culture".

Menurut teori ini, mahasiswa yang mungkin awalnya hanya tertarik pada *manga*, setelah menguasai bahasa Jepang atau setelah kemampuannya meningkat, ketertarikannya terhadap produk budaya Jepang lainnya akan muncul dan meningkatkan antusiasmenya dalam belajar bahasa Jepang. Seorang pembelajar bahasa Jepang yang awalnya tidak memiliki ketertarikan terhadap budaya populer Jepang pun sangat mungkin menjadi tertarik pada produk tersebut setelah menguasai bahasa Jepang hingga level tertentu. Hal yang sama mungkin juga terjadi di antara para pembelajar bahasa Jepang di Indonesia.

Novianti (2007) mengungkapkan bahwa berdasarkan hasil angket yang disebar ke 170 mahasiswa Sastra Jepang di empat universitas (Universitas Pajajaran, Universitas Brawijaya, Universitas Widyatama, dan Universitas Bina Nusantara), sebanyak 58% responden mengatakan bahwa mereka memilih jurusan Sastra Jepang karena ketertarikannya pada budaya populer Jepang dan bahkan 75% responden mengatakan bahwa drama dan animasi dalam bahasa Jepang membantu dalam proses pembelajaran bahasa Jepang.

Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa yang memilih Sastra Jepang karena alasan lain pun menggunakan drama atau *anime* dalam proses pembelajaran bahasa Jepang.

Djafri (2016) dalam penelitiannya mengenai perubahan motivasi pembelajaran bahasa Jepang di Indonesia, dari 5 mahasiswa yang diwawancarai (satu orang tidak tertarik pada budaya Jepang, empat orang memiliki ketertarikan pada budaya Jepang), disimpulkan bahwa terdapat dua pola perubahan motivasi pembelajar, yaitu perubahan ke arah kemunduran dan perubahan ke arah kemajuan. Salah satu mahasiswa yang mengalami perubahan ke arah kemajuan mengatakan bahwa saat motivasi belajarnya menurun, dia harus menemukan cara belajar yang cocok untuk dirinya sendiri. Kemudian atas saran teman-temannya dia pun mempelajari bahasa Jepang tidak hanya dari buku pegangan perkuliahan, namun juga menggunakan berbagai media seperti *dorama*, *anime*, *manga*, lagu, dan berita dalam bahasa Jepang. Dengan cara itulah dia menemukan cara belajar yang menyenangkan hingga dapat meningkatkan kemampuan bahasa Jepangnya hingga berhasil lulus Ujian Kemampuan Bahasa Jepang (JLPT) level N3³.

Berdasarkan pada kedua penelitian tersebut, secara jelas dapat disimpulkan bahwa terdapat kaitan yang erat antara produk budaya populer Jepang dengan pembelajaran bahasa Jepang di Indonesia. Beberapa penelitian tentang pemanfaatan *anime/manga* dalam perkuliahan bahasa Jepang telah dilakukan. Akan tetapi, hingga saat ini sejauh penelusuran peneliti, belum ada penelitian mengenai bagaimana manfaat serta pengaruh produk budaya populer dalam pembelajaran budaya dan

³ Ujian Kemampuan Bahasa Jepang (Nihongo Noryouku Shiken/Japanese Language Proficiency Test (JLPT)) merupakan ujian yang diselenggarakan oleh The Japan Foundation untuk mengukur kemampuan bahasa Jepang seseorang. Ujian ini terdapat 5 level. Level N5 adalah yang terendah dan

N1 adalah yang tertinggi. Banyak perusahaan Jepang yang menyatakan bahwa seorang pelamar di bidang pekerjaan yang menggunakan bahasa Jepang minimal harus sudah lulus ujian N3 untuk diterima sebagai pekerja di perusahaan mereka.

bahasa Jepang yang dilakukan secara mandiri oleh para mahasiswa.

Penelitian ini berusaha melihat wujud pengaruh positif konsumsi *anime/manga* Jepang terhadap pembelajaran bahasa Jepang khususnya bagi para mahasiswa Program Studi Bahasa Jepang, Sekolah Vokasi, Universitas Gadjah Mada. Selain itu, akan dianalisis juga kemungkinan-kemungkinan adanya pengaruh negatif yang muncul karena mahasiswa mengonsumsi produk budaya populer itu di luar kelas tanpa bimbingan dan arahan dosen sebagai fasilitator.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Data penelitian ini dikumpulkan melalui angket tertutup dan terbuka yang telah disebar dan diisi oleh sebanyak 77 mahasiswa Program Studi Bahasa Jepang Sekolah Vokasi UGM yang aktif kuliah pada tahun 2017. Pertanyaan dalam angket meliputi motivasi belajar bahasa Jepang, tingkat ketertarikan pada *anime/manga*, frekuensi melihat *anime* dan membaca *manga*, manfaat yang dirasakan oleh mahasiswa saat menonton *anime* dan membaca *manga*, serta perubahan persepsi mahasiswa terhadap bahasa dan budaya Jepang setelah mempelajari bahasa Jepang secara formal di universitas.

Beberapa pertanyaan pada angket merupakan pertanyaan terbuka yang memungkinkan responden mengisi secara bebas, misalnya pada pertanyaan terkait manfaat mengonsumsi *anime/manga* dan perubahan persepsi yang dirasakan mahasiswa terhadap bahasa dan budaya Jepang setelah mempelajari bahasa Jepang secara formal di universitas. Karena itu, jawaban yang muncul sangat bervariasi. Jawaban responden kemudian dikelompokkan ke dalam kategori-kategori. Hasilnya kemudian dianalisis dan disajikan secara deskriptif dengan menggunakan gambar dan tabel.

3. KARAKTERISTIK BAHASA JEPANG DALAM ANIME/MANGA

Suzuki (2014) menjelaskan bahwa bahasa yang digunakan dalam *manga* memiliki ciri khas. Untuk membangun cerita dalam *manga*, biasanya dibuatlah tokoh-tokoh dengan karakter yang berbeda-beda. Pembentukan karakter inilah yang mempengaruhi penggunaan bahasa dalam dialog antar tokohnya sehingga memunculkan ciri khas tersendiri.

Pertama, dalam *manga* seringkali digunakan bahasa yang dapat menunjukkan stereotip tokoh penuturnya. Melalui diksi atau kata ganti yang diucapkan tokoh dalam sebuah *manga*, pembaca orang Jepang dapat mengidentifikasi umur, jenis kelamin, jenis pekerjaan, status sosial, dan lain-lain dari tokoh tersebut. Misalnya, kata ganti orang pertama *washi* (dalam bahasa formal disebut *watashi*) biasanya digunakan oleh pria yang sudah berusia lanjut (kakek). Contoh lain, tokoh yakuza dalam komik *Meitantei Conan* (Detektif Conan), selalu menggunakan kata *abayo* ketika mengucapkan salam perpisahan (pada umumnya yang digunakan adalah kata *sayonara*) (Suzuki, 2014). Penggunaan kata atau ekspresi bahasa yang mengandung stereotip seperti itu disebut *yakuwarigo* oleh Satoshi Kinsui, seorang ahli bahasa Jepang dari Osaka University (Kinsui, 2003).

Kedua, dalam dialog *manga* banyak digunakan ekspresi akhir kalimat (*bunmatsu hyougen*) seperti kopula (*da, dearu, ja, degozaru*, dll) atau partikel akhir kalimat (*yo, ne, wa*, dll) yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari (Suzuki, 2014).

Ketiga, dalam *manga* digunakan banyak onomatope (tiruan bunyi) (Suzuki, 2014). Dalam bahasa Jepang, frekuensi penggunaan onomatope dalam percakapan sehari-hari cukup tinggi. Anak-anak di Jepang pun banyak menggunakan onomatope saat mulai belajar bicara. Onomatope sering digunakan untuk menggantikan kata kerja dalam bahasa

percakapan, misalnya untuk mengungkapkan perasaan tegang, sering digunakan onomatope *doki doki suru* (berdebar-debar) untuk menggantikan kata kerja *kinchou suru* (merasa tegang).

Ketiga hal yang diungkapkan Suzuki tersebut merupakan ciri khas yang paling menonjol dari bahasa yang digunakan dalam *manga*. Sebagian besar *manga* diadaptasi ke dalam versi *anime*. Untuk mempertahankan karakter dalam *manga*, tentunya bahasa yang digunakan dalam *anime* tidak banyak mengalami perubahan. Oleh karena itu, dapat diasumsikan bahwa bahasa Jepang dalam *anime* juga memiliki ciri khas yang sama.

Berkaitan dengan level bahasa Jepang yang digunakan dalam *anime*, Junjie dkk. (2017) mentranskrip dialog dari 3 *anime* dengan genre yang berbeda kemudian membandingkannya dengan soal ujian menyimak JLPT versi lama. Dari hasil analisisnya dinyatakan bahwa dialog dalam *anime* yang dianalisis, ekspresi bahasa yang setara dengan JLPT Level 3 mencapai lebih dari 56%. Junjie menambahkan bahwa bahasa atau ekspresi pada JLPT level yang lebih tinggi (level 2 dan level 1) memang lebih banyak digunakan pada bahasa tulis daripada bahasa percakapan. Sementara itu, dalam *anime* lebih banyak digunakan bahasa percakapan, sehingga ekspresi yang digunakan pun relatif lebih mudah. Misalnya, pada *anime* yang menceritakan kehidupan sekolah, bahasa Jepang yang digunakan biasanya berkisar pada percakapan sehari-hari, seperti percakapan antara sahabat dan teman sekelas.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini, akan dibahas mengenai pengaruh perilaku mengonsumsi produk budaya Jepang *anime* dan *manga*

terhadap pembelajaran mahasiswa DIII Bahasa Jepang Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada berdasarkan hasil survei melalui angket yang telah dilakukan pada bulan Mei 2017.

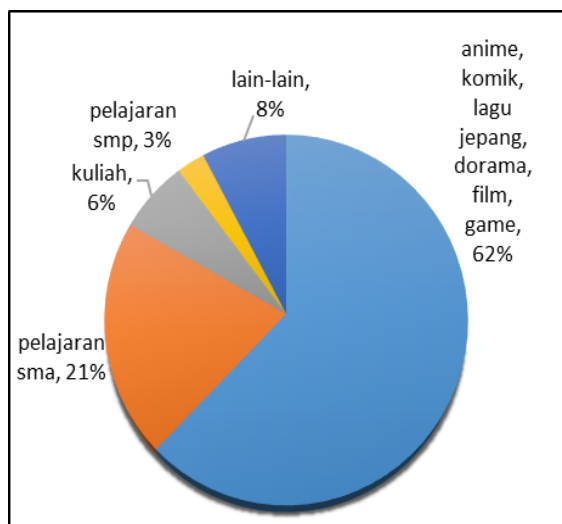
4.1 Media Siswa Mengenal Bahasa Jepang

Tidak seperti bahasa Inggris yang telah banyak digunakan di Indonesia secara umum di berbagai lapisan masyarakat, bahasa Jepang merupakan bahasa asing yang hanya digunakan untuk berkomunikasi oleh kalangan tertentu saja, misalnya di sektor bisnis dan pariwisata. Dalam kehidupan sehari-hari, kontak masyarakat Indonesia dengan bahasa Jepang sangat terbatas, misalnya melalui kemasan-kemasan produk makanan atau kosmetik yang akhir-akhir ini banyak ditulis menggunakan aksara Jepang guna mendapatkan perhatian konsumen. Hal tersebut terjadi karena pada masyarakat Indonesia terdapat citra bahwa produk Jepang memiliki kualitas yang unggul dan baik. Kata serapan yang berasal dari bahasa Jepang pun terbatas. Contohnya adalah untuk menyebut pompa air, orang Jawa kadang menggunakan kata 'sanyo' yang sebenarnya merupakan nama merk dagang produk pompa air buatan Jepang (Wahidati, 2014).

Media lain yang memberikan kesempatan masyarakat Indonesia untuk mengenal bahasa Jepang adalah televisi. Seperti yang telah disinggung pada bab sebelumnya, pada akhir tahun 1980-an, *anime*/drama Jepang mulai disiarkan di televisi swasta Indonesia. Kala itu dialog serta lagu pembuka dan penutup juga dialihbahasakan ke dalam bahasa Indonesia. Akan tetapi, melalui tayangan televisi tersebut, masyarakat dapat melihat dan mengenal huruf Jepang. Beberapa tahun belakangan ini, lagu pembuka dan lagu penutup *anime* tidak lagi dialihbahasakan, jadi kita dapat mendengar lagu Jepang

melalui tayangan *anime*. Perubahan trend ini membuat orang Indonesia semakin familiar dengan bahasa Jepang.

Gambar 1. Grafik media pertama kali mengenal Bahasa Jepang



Hal tersebut dibuktikan dari data hasil angket seperti yang dapat dilihat pada gambar 1. Sebanyak 62% mahasiswa mengaku pertama kali mengenal bahasa Jepang melalui produk budaya populer Jepang, termasuk di dalamnya *anime*, *manga*, lagu, drama, film, dan *game* Jepang. Bahkan kebanyakan dari mereka menyebutkan bahwa mereka mulai mengenal bahasa Jepang melalui tayangan *anime* di TV sejak masih duduk bangku di Sekolah Dasar.

Kontak dengan produk budaya Jepang nampaknya memicu munculnya keinginan beberapa mahasiswa untuk mempelajari bahasa Jepang secara formal. Pada tabel 1, dapat dilihat bahwa sebanyak 23 mahasiswa (29.8%) mengaku memulai mempelajari bahasa Jepang karena ketertarikan mereka terhadap budaya populer Jepang. Dari tabel 1 dapat dilihat pula bahwa ternyata jumlah tersebut masih lebih rendah jika dibandingkan dengan mahasiswa yang menjawab terpicu mempelajari bahasa Jepang karena ketertarikannya pada budaya/bahasa Jepang, yaitu sebanyak 45.4%. Sayangnya peneliti

belum mendapatkan data yang lebih mendetail mengenai budaya seperti apa yang mereka maksud, karena sebenarnya *anime/manga* pun termasuk dalam budaya Jepang.

Tabel 1. Pemicu siswa untuk mempelajari Bahasa Jepang

Pemicu	Jumlah
1. ketertarikan pada budaya/bahasa Jepang	35
2. ketertarikan pada <i>anime/manga</i> /j-pop/ <i>dorama</i> / <i>game</i> Jepang	23
3. ketertarikan pada bahasa dan budaya asing	7
4. pelajaran wajib di SMA	5
5. ingin bekerja di perusahaan Jepang/bekerja di Jepang	3
6. ingin pergi ke Jepang	3
7. kuliah di jurusan Bahasa Jepang	1
Total	77

4.2 Manfaat Mengonsumsi *Anime/Manga* bagi Pembelajaran Bahasa Jepang

Pembahasan berikutnya akan difokuskan pada manfaat yang dirasakan oleh mahasiswa ketika mengonsumsi *anime/ manga*. Pada poin pertanyaan “apakah Anda menyukai *anime/manga*?” Jumlah mahasiswa yang menjawab “ya” terdapat sebanyak 57 orang (74%) dan frekuensi rata-rata menonton *anime* adalah 27 kali dalam satu bulan (satu kali dalam satu hari). Bahkan ada mahasiswa yang menjawab menonton *anime* hingga empat kali dalam satu hari. Sebagian besar dari mereka menonton *anime* dalam bahasa Jepang dengan *subtitle* bahasa Indonesia (70%) atau *subtitle* bahasa Inggris (28%). Hanya satu orang yang menjawab menonton dalam bahasa Jepang tanpa *subtitel*.

Tabel 2. Manfaat yang dirasakan oleh siswa dengan mengonsumsi *anime*

Manfaat belajar menggunakan <i>anime</i>	Jumlah
1. Mempelajari dan memperkaya kosakata	34
2. Berlatih pendengaran	24
3. Membantu memahami konteks penggunaan sebuah kata atau ekspresi bahasa	17
4. Berlatih pelafalan/aksen/intonasi bahasa Jepang	14
5. Berlatih percakapan	14
6. Dapat mengetahui perbedaan ragam formal dan informal	7
7. Mempelajari budaya Jepang	6
8. Membantu memahami bahasa sehari-hari	5
9. Meningkatkan minat pada bahasa Jepang	4
10. Mempelajari pola tata bahasa	4
11. Mempelajari huruf kanji	3
12. Berlatih menerjemahkan	2
13. Mengenal dialek bahasa Jepang	2
Total	136

Selanjutnya, pada poin pertanyaan “Apakah Anda berfikir bahwa menonton *anime* dapat mempengaruhi pembelajaran bahasa Jepang Anda?”, 70 orang menjawab “ya”. Dengan ini terbukti bahwa mahasiswa yang tidak menyukai *anime* pun ternyata menggunakan *anime* sebagai media untuk belajar dan mendapatkan manfaat dari menonton *anime*. Durasi satu episode *anime* kurang lebih adalah 30 menit. Selama itu, dapat dikatakan mahasiswa belajar bahasa Jepang secara mandiri, di samping mengerjakan tugas-tugas atau pekerjaan rumah yang diberikan dosen saat perkuliahan.

Pada poin pertanyaan mengenai manfaat menonton *anime*, mahasiswa diperbolehkan untuk mengisi lebih dari satu jawaban. Pada tabel 2 dapat dilihat pengaruh positif menonton *anime* terhadap pembelajaran bahasa Jepang yang dirasakan

oleh mahasiswa. Jawaban paling banyak adalah menonton *anime* dapat membantu mempelajari dan memperkaya kosakata (34). Jawaban terbanyak berikutnya adalah melatih pendengaran (24), dan membantu memahami konteks penggunaan sebuah kata atau ekspresi bahasa (17).

Ketiga ciri bahasa dalam *manga/anime* yang diungkapkan oleh Suzuki yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya menggambarkan hal-hal yang mungkin diserap oleh mahasiswa yang mengonsumsi *anime*. Melalui *anime*, mahasiswa tidak hanya berlatih mendengarkan percakapan bahasa Jepang, namun lebih dari itu. Dengan menonton *anime*, mahasiswa secara sadar maupun tidak sadar dapat mempelajari kosakata baru, ekspresi bahasa, *yakuwarigo*, onomatope dan unsur bahasa yang lain yang mungkin tidak sempat diajarkan dalam perkuliahan secara mendalam karena keterbatasan waktu. Melalui *anime*, mereka juga dapat sekaligus menyerap konteks pemakaiannya dalam kehidupan sehari-hari di Jepang melalui peristiwa yang disajikan dalam cerita.

4.3 Perubahan Persepsi Mengenai Bahasa dan Budaya Jepang Setelah Masuk ke Universitas

Pertanyaan selanjutnya dalam angket adalah berkaitan dengan ada tidaknya perubahan persepsi mahasiswa tentang budaya atau bahasa Jepang. Dari total 77 mahasiswa, 47 orang menjawab bahwa persepsi mereka tentang budaya dan bahasa Jepang yang mereka dapat dari *anime/manga* berubah setelah mempelajari bahasa Jepang di universitas. Dari 47 mahasiswa tersebut, 36 orang adalah penggemar *anime/manga*, sementara 11 orang lainnya hanya menjawab kadang-kadang menonton *anime*, namun bukanlah penggemar *anime/manga*. Perubahan

persepsi yang dirasakan oleh mahasiswa telah dirangkum dan dituangkan ke dalam table 3.

Tabel 3. Perubahan persepsi mahasiswa setelah mempelajari bahasa Jepang di universitas

Perubahan persepsi	Jumlah
1. Dapat membedakan ragam bahasa formal dan informal	13
2. Bahasa Jepang yang dipelajari di universitas lebih sulit dari pada yang didengar di <i>anime/manga</i>	11
3. Menyadari adanya perbedaan budaya yang diperlihatkan dalam <i>anime/manga</i> dan budaya Jepang yang sesungguhnya dalam dunia nyata	11
4. Menjadi lebih tertarik pada budaya Jepang	4
5. Di universitas dapat mempelajari budaya Jepang secara ilmiah	3
6. Lain-lain	5
Total	47

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, melalui *anime/manga*, pembelajar bahasa Jepang dapat menyerap konteks pemakaian kosakata atau ekspresi bahasa Jepang tertentu. Akan tetapi, tidak menutup kemungkinan terjadinya kesalahan pada pemahaman siswa. Bahasa Jepang merupakan bahasa yang cukup kompleks penggunaannya. Dalam bahasa Jepang, bahasa yang digunakan oleh laki-laki dan perempuan berbeda. Misalnya, kata ganti orang pertama yang dalam bahasa formal adalah *watashi* (saya) memiliki varian lain bergantung jenis kelamin penuturnya. Kata yang berarti sama dengan *watashi* adalah *ore*, *boku*, *washi* (digunakan oleh laki-laki), *atashi*, *atakushi* (digunakan oleh perempuan) (Suzuki, 2014). Kata *ore* sering digunakan oleh banyak pria dalam pergaulan sehari-hari. Akan tetapi, apabila orang asing yang merupakan pembelajar bahasa Jepang menggunakan kata *ore*

terhadap orang Jepang tanpa mempertimbangkan relasinya dengan lawan bicaranya, dapat menimbulkan perasaan ganjil pada lawan bicaranya atau pendengarnya (Kinsui, 2011). Pemilihan kata ketika bercakap-cakap dalam bahasa Jepang tidak hanya tergantung pada jenis kelamin saja, namun pada aspek sosiologis lainnya juga. Seseorang harus mengetahui siapa lawan bicaranya dan bagaimana hubungan mereka, serta bagaimana posisinya di hadapan lawan bicaranya.

Banyak siswa menyadari adanya perbedaan ragam bahasa dalam *anime* dengan bahasa yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Akan tetapi, yang perlu digaribawahi adalah sejumlah 37% mahasiswa yang merupakan penggemar *anime/manga* (21 orang) justru tidak merasakan adanya perubahan persepsi sama sekali. Hal ini menimbulkan pertanyaan, bagaimana persepsi mereka terhadap bahasa Jepang dan budaya Jepang. Selain itu, apakah pemahaman mereka terhadap konteks penggunaan kosakata atau ekspresi bahasa Jepang yang mereka serap melalui *anime* sudah tepat? Apabila mahasiswa tidak memahami konteks sosiologis dalam pemakaian bahasa, maka mereka dapat melakukan kesalahan ketika berbicara menggunakan kosakata maupun ekspresi bahasa yang mereka serap melalui *anime*.

5. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa produk budaya populer Jepang memiliki pengaruh yang besar pada pembelajar bahasa Jepang di Program Studi Bahasa Jepang Sekolah Vokasi di Universitas Gadjah Mada. Rata-rata mahasiswa mengenal bahasa Jepang sejak kecil melalui *anime* yang disiarkan di televisi. Ketertarikan pada budaya Jepang dan pada budaya populer Jepang juga mempengaruhi keputusan mereka untuk belajar bahasa Jepang di perguruan tinggi.

Perilaku mengonsumsi *anime/manga* berdampak positif terhadap

pembelajaran bahasa Jepang para mahasiswa. Melalui *anime/manga*, siswa dapat memperkaya kosakata, melatih pendengaran, semakin memahami materi yang didapat dalam perkuliahan, serta memahami percakapan sehari-hari.

Akan tetapi, tidak menutup kemungkinan adanya dampak negatif yang ditimbulkan dengan mengonsumsi *anime/manga*. Jika siswa tidak memahami unsur sosiologis dalam sebuah kata atau ekspresi bahasa tertentu, dikhawatirkan mereka akan melakukan kesalahan saat berkomunikasi langsung dengan orang Jepang. Oleh karena itu, pemahaman aspek sosiologi dalam bahasa atau *yakuwarigo* ini perlu mendapatkan perhatian dalam pengajaran bahasa Jepang, terutama bagi para pembelajar yang menyukai *anime/manga*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini dilakukan dengan dana hibah Peningkatan Kapasitas Penelitian Dosen Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada tahun anggaran 2017 dengan judul penelitian “Pengaruh Budaya Populer Jepang terhadap Pembelajaran Bahasa Jepang: Studi Kasus di Program Studi Bahasa Jepang Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada”. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Endang Soelistiyowati, Wuri Dwiwardani, Wahyu Handayani S., Sa'idatun Nishfullayli, dan Agnes Siwi Purwaning Tyas atas dukungannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2016). “Infografis Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia, survey 2016”. <https://apji.or.id/content/read/39/264>
- /Survei-Internet-APJII-2016, diakses pada 22 Februari 2016
- Djafri, Fatmawati. (2016). A Study on the Motivational Change of Japanese Learning in Higher Educational Institution: Narratives of Indonesian Japanese Learners. *Transcommunication*, 3 (2), 211-231.
- Japan Foundation. (2013). Press Release: *2012 nen Kaigai Nihongo Kyouiku Kikan Chousa---Sokuhouchi Happyou Sekai no Nihongo Gakushuushasuu 9.1% Zouka*. <http://www.jpfi.go.jp/j/japanese/survey/result/survey12.html>. Diakses pada tanggal 22 Februari 2017.
- Junjie, Shan, et.al. (2017). Analysis of Dialog Difficulty in Anime Comparing with JLPT Listening Tests. *Procedia Computer Science*, 112, 1345-1352.
- Kawasaki-Tull, Tsubura. (2011). An Anime Fan becomes a Japanese Learner— Case Study Research in Trinidad and Tobago. *Nihongo Kyouiku Houhou Kenkyuukaishi*, 18 (1), 32-33. (in Japanese)
- Kinsui, Satoshi. (2003). *Vaacharu nihongo yakuwarigo no nazo [Virtual Japanese: The mysteries of role language]*. Iwanami Shoten, Tokyo. (in Japanese)
- _____ (2011). Role Language and Teaching Japanese as a Foreign Language. *Journal of Japanese Language Teaching*, 150, 34-41. (in Japanese)
- Kondo, Yumiko & Muranaka, Masako. (2010). Can Japanese Pop Culture Enthusiasts be Considered as Potential Japanese Language Learners? *Kokusai Kouryuu Kikin. Nihongo Kyouiku Kiyuu*, 6, 7-21. (in Japanese)
- Nemoto, Aiko. (2011). Motivation of Japanese Learners in Qatar: based on interviews of learners who completed a Japanese course at the LTI. Hitotsu

- Bashi Daigaku. *Kokusai Kyouiku Sentaa Kiyou*, 2, 85-96.
- Novianti, Nalti. (2007). Dampak Drama, Anime, dan Musik Jepang Terhadap Minat Belajar Bahasa Jepang. *Jurnal Lingua Cultura*, 1(2), 151-156.
- Suzuki, Yoko. (2014). Japanese for JFL (Japanese as Foreign Language) Learners through Japanese Pop-culture – Using Japanese *Manga* –. *Gakuen*, No. 879, 1-14.
- Toyoshima, Noboru. (2013). Emergent Process of Language Acquisition: Japanese Language Learning and the Consumption of Japanese Culture Products in Thailand. *Southeast Asian Studies*, 2 (2), 285-321.
- Wahidati, Lufi. (2014). *Indoneshiago Honyakuban Manga ni Okeru Nihongo Kigen no Shakuyougo*. Aichi Prefectural University. (Tesis tidak dipublikasikan).