

## Budaya Populer dalam Praktik Konversi Modal di Arena Pembelajaran Bahasa Jepang

Wury Dwiwardani<sup>1\*</sup>, Oki Rahadianto Sutopo<sup>2</sup>, Wiwik Sushartami<sup>3</sup>

<sup>1</sup>*Sekolah Pascasarjana Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia*

<sup>2,3</sup>*Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia*

*Received: 20-02-2026; Revised: 14-04-2026; Accepted: 18-05-2026; Available Online: 25-05-2026;*

*Published: 31-10-2026*

### Abstract

*Various popular Japanese culture products available online are widely believed to support the acquisition of Japanese language proficiency. However, this potential is not always equally realized in learning practices. This study aims to analyse how the process of capital conversion occurs among students who are fans of Japanese popular culture in the arena of Japanese language learning in higher education. The research was conducted using qualitative research methods, with a narrative research approach, within the framework of Bourdieu's theory, particularly as it relates to fields, capital, and habitus. The research informants were four students from the Japanese language studies program. The results of the research indicate that interaction with Japanese popular culture can accumulate valuable Japanese language skills in the Japanese language learning arena, but this process does not occur automatically. The success of conversion depends on the interaction between habitus, the configuration of initial capital, and reflexivity, through which students adjust their practices in response to the dominant rules and dynamics of the field.*

**Keywords:** *Popular Culture; Japanese Language; Anime; Capital; Habitus*

### Abstrak

Berbagai produk budaya populer Jepang yang dapat diakses secara daring diyakini memiliki potensi untuk mendukung perolehan kemampuan bahasa Jepang. Namun demikian, potensi tersebut tidak selalu teraktualisasi secara seragam dalam praktik pembelajaran. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana proses konversi modal berlangsung di antara mahasiswa penggemar budaya populer Jepang di arena pembelajaran bahasa Jepang di perguruan tinggi. Penelitian dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan pendekatan riset naratif, dalam kerangka teori Bourdieu, terutama yang terkait dengan arena, modal, dan habitus. Informan penelitian adalah empat orang mahasiswa dari program studi yang mempelajari bahasa Jepang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi dengan budaya populer Jepang memiliki potensi untuk mengakumulasi kemampuan bahasa Jepang yang bernilai dalam arena pembelajaran bahasa Jepang, tetapi proses tersebut tidak terjadi secara otomatis. Keberhasilan konversi untuk mendapatkan modal yang bernilai tergantung pada interaksi antara habitus, konfigurasi modal awal, dan kesadaran refleksif yang menavigasi praktik untuk menyesuaikan dengan dinamika dan aturan dominan dalam arena pembelajaran bahasa Jepang.

**Keywords:** *Budaya Populer; Bahasa Jepang; Anime; Modal; Habitus*

---

<sup>1</sup> *Corresponding Author. E-mail: [wury.dwiwardaani@ugm.ac.id](mailto:wury.dwiwardaani@ugm.ac.id)*

*Telp: +62 812-1569-626*

Copyright ©2026, The authors. Published by Kiryoku: Jurnal Studi Kejepangan. This open access article is distributed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

e-ISSN: 2581-0960, p-ISSN: 2599-0497

**How to cite (APA):** Dwiwardani, W., Sutopo, O. R., & Sushartami, W. (2026). Budaya Populer dalam Praktik Konversi Modal di Arena Pembelajaran Bahasa Jepang. *KIRYOKU*, 10(2), 394-408. <https://doi.org/10.14710/kiryoku.v10i2.394-408>

**DOI:** <https://doi.org/10.14710/kiryoku.v10i2.394-408>

## 1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah berbagai aspek dalam kehidupan masyarakat, termasuk dalam cara mengakses sumber-sumber pengetahuan. Dalam konteks aktivitas mengakumulasi keterampilan bahasa Jepang, salah satu media yang dapat diakses secara daring dan sering disebut memiliki potensi untuk dimanfaatkan sebagai media belajar secara mandiri adalah berbagai produk budaya populer Jepang. Produk-produk tersebut di antaranya meliputi *anime* (film animasi Jepang), *mangga* (komik Jepang), *Dorama* (serial drama Jepang), musik-musik dari Jepang yaitu J-Pop dan J-Rock, *Seiyuu* (pengisi suara untuk karakter dalam *anime*, permainan video, dan media lainnya), dan *cosplay* (Dewanty et al., 2025; Klaehn, 2023; Severino & Silva, 2023; Wahidati & Kharismawati, 2018).

Pandangan tentang potensi yang dimiliki melalui rutinitas berinteraksi dengan budaya populer tersebut telah mendorong berbagai penelitian. Hasil penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Fukunaga (2006), menunjukkan bahwa kegiatan menonton *anime* yang dilakukan secara berulang dapat memberikan berbagai manfaat dalam pembelajaran bahasa Jepang, khususnya dalam tiga aspek kebahasaan, yaitu pengenalan kosakata, kemampuan mendengarkan dan pelafalan, serta peningkatan kesadaran terhadap ciri-ciri linguistik dalam bahasa. Penelitian lain yang menguatkan pandangan tersebut, di antaranya: penelitian Wahidati & Kharismawati (2018) yang menunjukkan bahwa aktivitas mengonsumsi *anime/manga* mendukung pembelajaran bahasa Jepang, terutama untuk pengayaan kosakata, latihan menyimak, dan pendalaman pemahaman konteks penggunaan kata atau ekspresi bahasa Jepang; penelitian Dewanty, Farisya, & Kusriani (2025), yang menunjukkan bahwa mayoritas informan penelitian merasakan manfaat dalam meningkatkan kemampuan dan pemahaman mereka tentang bahasa Jepang setelah mengonsumsi budaya populer Jepang; penelitian Alfatih, Salsabila, & Hanifah (2025) yang menunjukkan bahwa fitur subtitle dan audio pada platform *streaming anime* sangat membantu dalam meningkatkan kemampuan menyimak, khususnya dalam memahami kosakata baru dan mengikuti kecepatan bicara penutur asli; penelitian Ayu, Launingtia, Dewi, & Yuda (2026) yang menunjukkan bahwa penggunaan lagu dalam pembelajaran bahasa Jepang bagi pemula terbukti efektif dalam mendukung aspek kognitif, seperti penguasaan kosakata, sekaligus aspek afektif, seperti motivasi dan kepercayaan diri pembelajaran; dan penelitian dari Thamrin (2023) dan (Alfatih et al., 2025) dan penelitian dari Chan, Wong, & Ng (2017), yang menunjukkan bahwa budaya populer Jepang memiliki potensi untuk digunakan sebagai sumber pembelajaran autentik di kelas. Terdapat pula berbagai penelitian yang menunjukkan potensi budaya populer Jepang dalam meningkatkan motivasi belajar bahasa Jepang. Beberapa penelitian dalam tema tersebut mendapatkan hasil bahwa interaksi dengan budaya populer Jepang menumbuhkan motivasi untuk mempelajari bahasa Jepang (Ayu et al., 2026; Dewanty et al., 2025; Shintaku, 2021; The Japan Foundation, 2021).

Walaupun berbagai penelitian memberikan gambaran tentang potensi dalam interaksi dengan budaya populer Jepang, terdapat pula hasil-hasil penelitian yang menunjukkan bahwa potensi tersebut tidak selalu teraktualisasi secara seragam. Penelitian Armour & Iida (2016) menunjukkan bahwa ketertarikan dalam mengonsumsi media-media tersebut tidak serta-merta

mendorong konsumen budaya tersebut untuk memasuki pendidikan bahasa Jepang secara formal. Penelitian dari Wahidati dan Kharismawati (2018) dan Dewanty et al. (2025), selain menggambarkan potensi yang terdapat dalam interaksi dengan budaya populer Jepang, juga menunjukkan bahwa interaksi tersebut tidak dilakukan secara seragam. Penelitian Dewanty et al. (2025) menunjukkan bahwa keragaman praktik yang dilakukan informan penelitian saat berinteraksi dengan berbagai budaya populer, khususnya dalam penggunaan subtitle, berkaitan dengan penguasaan modal awal berupa kemampuan bahasa Jepang. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa responden penelitian yang merupakan penggemar berat budaya populer Jepang telah dapat menguasai bahasa Jepang level menengah (ekuivalen dengan NAT Test/BJT/J Test/JLPT N3), sedangkan responden yang tidak aktif berinteraksi dengan produk-produk budaya populer Jepang, justru menunjukkan bahwa mereka telah menguasai keterampilan bahasa Jepang level lanjut/mahir (ekuivalen dengan NAT Test/BJT/J Test/JLPT N2 dan N1) (Dewanty et al., 2025). Temuan dalam penelitian-penelitian tersebut di atas menunjukkan potensi produk-produk budaya populer sebagai sumber untuk mengembangkan kemampuan bahasa Jepang, sekaligus menunjukkan keragaman praktik yang dipilih dalam memanfaatkannya. Namun demikian, penelitian-penelitian tersebut belum banyak melihat keragaman kondisi sosial, kultural, dan konfigurasi modal awal dari pembelajar bahasa Jepang, yang dapat menjadi latar belakang keragaman. Penelitian dalam artikel ini diharapkan dapat menjadi kelanjutan dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, dengan fokus pada praktik konversi modal yang berlangsung di antara para penggemar budaya populer, khususnya mahasiswa di arena pembelajaran bahasa Jepang, dan mengaitkannya dengan latar belakang masing-masing informan.

Kerangka konseptual yang digunakan merujuk pada konsep-konsep Pierre Bourdieu, khususnya arena, modal, dan habitus. Dalam konsep Bourdieu, praktik, yang dalam konteks penelitian ini adalah praktik konversi modal melalui interaksi dengan budaya populer Jepang, terjadi ketika habitus berinteraksi dengan arena-arena kompetitif, dan aksi merefleksikan struktur dari perjumpaan tersebut (Swartz, 1997). Arena, yang dalam konteks tulisan ini adalah arena pembelajaran bahasa Jepang di perguruan tinggi, dijabarkan dalam konsep Bourdieu sebagai jejaring atau konfigurasi relasi-relasi antarposisi struktur objektif dan historis yang berlandaskan pada kepemilikan kuasa atau penguasaan modal tertentu (Bourdieu & Wacquant, 1992). Sedangkan habitus dipahami sebagai internalisasi arena, yaitu seperangkat pengalaman historis, yang terinkorporasi dalam tubuh individu dalam bentuk skema mental dan jasmaniah, serta terbentuk dalam kehidupan sehari-hari melalui interaksi sosial (Ignatow & Robinson, 2017). Habitus dibentuk dari lingkungan masa lalu dan masa kini seseorang, seperti pola pengasuhan dalam keluarga dan pengalaman pendidikan (Zhu, 2023). Disposisi habitus mempengaruhi agen untuk memilih perilaku yang paling mungkin berhasil berdasarkan sumber daya dan pengalaman masa lalu mereka (Swartz, 1997). Agen, yang dalam konteks penelitian ini adalah mahasiswa di program studi bahasa Jepang, dipahami sebagai pembawa berbagai bentuk modal yang dimanfaatkan untuk memperoleh modal yang diakui dalam arena dan menegosiasikan posisi dalam arena. Penelitian ini juga memberi perhatian pada modal awal berupa modal digital. Modal digital adalah akumulasi dari penguasaan kompetensi digital (kemampuan serta sikap sebagai unsur internal) dan perangkat digital (sumber daya eksternal) (Ragnedda & Ruiu, 2020). Modal digital ini bersifat mediatif karena memainkan peran penting dalam mentransformasikan modal-modal yang telah dimiliki ke dalam aktivitas daring dan kemudian membawa pengalaman daring kembali terhubung dengan ranah luring melalui manfaat konkret, khususnya dalam meningkatkan peluang hidup (*life chances*) (Ragnedda & Ruiu, 2020).

## 2. Metode

Penelitian ini dilaksanakan menggunakan metode kualitatif dan pendekatan naratif. Metode kualitatif dipilih karena sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, yaitu mencoba melihat praktik mengakumulasi modal kultural berupa kemampuan bahasa Jepang dalam berbagai strategi yang bersifat individual. Dalam pendekatan kualitatif, perspektif makna yang diberikan oleh masyarakat menjadi landasan untuk memahami fenomena yang terjadi (Denzin & Lincoln, 2018). Penelitian dengan metode kualitatif berusaha untuk menemukan dan menggambarkan secara naratif apa yang dilakukan orang-orang tertentu dalam kehidupan sehari-hari mereka dan apa arti tindakan tersebut bagi mereka (Erickson, 2018). Data yang diperoleh dari informan dianalisis menggunakan pendekatan penelitian naratif, untuk memahami fenomena dari sudut pandang subjek yang mengalaminya, dengan mencermati bagaimana informan memaknai pengalaman mereka melalui cerita yang mereka sampaikan (Barkhuizen, Benson & Chik dalam Djafri, 2018). Data dari informan dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur. Wawancara semi-terstruktur dipilih sebagai metode pengumpulan data untuk memberikan ruang yang lebih leluasa bagi informan dalam mengembangkan cerita tentang pengalaman mereka. Informan dalam penelitian yang disajikan dalam artikel ini adalah empat mahasiswa dari program studi dengan fokus utama pada penguasaan bahasa Jepang, yang lahir pada periode tahun 1995 hingga tahun 2010. Mereka yang lahir pada periode tersebut sering disebut sebagai bagian dari generasi Z (Andrea et al., 2016). Informan yang digolongkan dalam generasi Z dipilih karena mereka sering digeneralisasi memiliki kedekatan dengan teknologi digital dan sesuai dengan gaya belajar yang melibatkan teknologi daring (pernyataan bahwa pembelajaran bauran sangat sesuai dengan gaya belajar generasi milenial dan generasi Z, di antaranya disebutkan dalam Panduan Penyusunan Kurikulum Pendidikan Tinggi di Era Industri 4.0 untuk Mendukung Merdeka Belajar Kampus Merdeka yang dikeluarkan oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan 2020). Informan dalam penelitian ini disebut sebagai Dion, Tama, Jodi, dan Una. Nama-nama yang disematkan pada informan merupakan nama samaran yang digunakan untuk menjaga kerahasiaan identitas serta memudahkan pembaca dalam mengikuti narasi pengalaman masing-masing informan.

**Tabel 1. Data Informan Penelitian**

<b>Nama Informan (nama samaran)</b>	<b>Tahun Kelahiran</b>	<b>Status pada saat wawancara</b>	<b>Pengalaman belajar bahasa Jepang</b>	<b>Minat terhadap budaya populer Jepang</b>
Jodi	2003	Mahasiswa S1 Program Studi Bahasa dan Kebudayaan Jepang	Mulai belajar sejak SMA terutama melalui belajar mandiri	Anime, manga
Una	2000	Mahasiswa D3 Program Studi Bahasa Jepang	Mulai belajar setelah masuk di program studi bahasa Jepang	Anime, manga, J-Pop, <i>game</i> (permainan daring)
Dion	2001	Mahasiswa S1 Program Studi Bahasa dan Kebudayaan Jepang	Mulai belajar bahasa Jepang dasar pada masa SMA melalui kelas bahasa Jepang dan belajar mandiri	Anime
Tama	2001	Mahasiswa S1 Program Studi Bahasa dan Kebudayaan Jepang	Mulai belajar bahasa Jepang sejak SMA lewat kursus dan komunitas penggemar budaya populer Jepang	Anime, manga, J-Pop,

Wawancara dilakukan dalam periode akhir 2022 (Desember) hingga pertengahan 2024 (Juli), yang dilakukan satu kali untuk tiga informan (Dion, Tama, dan Jodi), dan dua kali untuk informan Una, karena keterbatasan waktu di wawancara pertama. Masing-masing wawancara dilakukan dalam durasi kurang lebih dua jam. Dalam tabel 1 dapat dilihat data dari masing-masing informan.

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1 Intensitas Keterlibatan Informan dalam Budaya Populer Jepang

Bagian ini mengawali pemaparan dengan menjelaskan intensitas interaksi informan penelitian dengan budaya populer Jepang. Intensitas tersebut dijelaskan melalui keragaman praktik produktif yang dilakukan oleh penggemar budaya populer seperti yang disampaikan oleh Fiske (1992). Produktivitas yang lahir dari teks-teks budaya populer dapat diklasifikasikan dalam tiga jenis, yaitu produktivitas semiotik (*semiotic productivity*), produktivitas enunsiatif (*enunciative productivity*) dan produktivitas tekstual (*textual productivity*) (Fiske, 1992). Produktivitas semiotik merupakan pembentukan makna yang berkaitan dengan identitas sosial dan pengalaman sosial yang lahir dari produk budaya. Produktivitas semiotik dengan demikian pada dasarnya bersifat internal. Kemudian, ketika makna yang dihasilkan dilanjutkan dengan aktivitas menyampaikan makna tersebut dalam tatap muka atau lisan, makna tersebut mengambil bentuk publik yang dapat disebut sebagai produktivitas enunsiatif (Fiske, 1992). Kategori yang ketiga yaitu produktivitas tekstual terjadi saat para fans mulai menciptakan teks-teks mereka sendiri dan mengedarkan teks-teks ciptaan mereka tersebut di kalangan kelompok mereka (Fiske, 1992).

Sebagai penggemar produk-produk budaya populer, Jodi, Una, Tama, dan Dion menunjukkan praktik produktivitas semiotik. Produktivitas semiotik ini merupakan ciri khas budaya populer secara keseluruhan, tidak hanya yang berkaitan dengan budaya penggemar secara khusus (Fiske, 1992). Produktivitas semiotik ini di antaranya ditunjukkan oleh Jodi, Una, Dion, dan Tama dalam narasi mereka tentang bagaimana mereka memaknai pengalaman berinteraksi dengan produk-produk budaya populer Jepang seperti musik, anime, dan manga yang membuat mereka terpapar bahasa dan budaya Jepang, serta menumbuhkan minat untuk mempelajari lebih jauh. Jodi menceritakan bahwa ia menggemari anime dan manga, dua produk budaya populer Jepang, sejak masa kanak-kanak. Ketika menempuh pendidikan di SMA, Jodi berjumpa dengan teman-teman yang sehoobi yang mempelajari bahasa Jepang. Perjumpaan dengan teman-teman tersebut menumbuhkan motivasi Jodi untuk mempelajari bahasa Jepang. Setelah memasuki program studi bahasa Jepang dan mempelajari bahasa Jepang secara intensif, Jodi memanfaatkan anime sebagai media untuk mengulang (*review*) materi bahasa Jepang yang telah dipelajarinya. Serupa dengan Jodi, informan berikutnya, Una, juga mengenal budaya populer Jepang sejak kecil. Ia mulai mengenal manga dari kakaknya yang merupakan penggemar. Ketika menempuh pendidikan di SMP, Una berjumpa dengan penggemar budaya populer Jepang, yang kemudian memperkenalkannya dengan anime. Akhirnya Una turut menggemari produk tersebut. Ketika duduk di bangku akhir SMK, saat ia harus memilih bidang yang akan ditekuninya di perguruan tinggi, kegemarannya menikmati budaya populer Jepang turut menjadi salah satu motivasi baginya untuk memilih program studi yang berkaitan dengan bahasa Jepang. Informan selanjutnya, yaitu Dion, juga telah aktif mengonsumsi produk-produk budaya populer Jepang, khususnya anime, sejak ia duduk di bangku sekolah menengah pertama. Ketika menempuh pendidikan di SMA, Dion, yang telah mulai belajar bahasa Jepang, merasakan bahwa kegemarannya pada anime menjadi salah satu aktivitas yang mendukung

peningkatan kemampuan bahasa Jepangnya. Dion bahkan telah mendapatkan sertifikasi ujian bahasa Jepang saat duduk di bangku SMA (JLPT N4), dan ia menyatakan bahwa aktivitas berinteraksi dengan anime merupakan salah satu pendukung yang penting untuk pencapaiannya tersebut. Informan berikutnya, yaitu Tama, menunjukkan intensitas keterlibatan dengan budaya populer Jepang yang melebihi tiga orang informan yang lain. Intensitas tersebut di antaranya muncul dalam narasi Tama sebagai berikut:

*“Lalu, saat SMP saya mulai mengenal akan namanya anime. Istilah trennya seperti itu, kan. Saya jadi wibu, dan ya, saya kebetulan punya satu komunitas yang saya ketuai di Jogja. Dan, semakin seringlah ikut event dan semakin menjadi-jadi kecintaan saya terhadap Jepang saat itu.”*

Dalam narasi di atas, Tama menyebut dirinya sebagai seorang Wibu. Dalam penjelasan yang disampaikan oleh Gardner dan Winge, Wibu atau *Weeboo* berasal dari kata *Wapanese*, singkatan dari *Wanabe Japanese*, yang bermakna ingin menjadi orang Jepang. McGee menjelaskan lebih lanjut bahwa *Weeboo* pada awalnya adalah istilah untuk menyebut Westerners (masyarakat dari Amerika dan Eropa) yang terlalu fanatik dan terobsesi dengan budaya populer Jepang (dalam Junianto, Mariasih, & Tambunan, 2024). Berdasarkan asal kata tersebut, dapat disimpulkan bahwa Wibu atau *Weeboo* adalah istilah untuk menyebutkan penggemar budaya populer Jepang yang secara geografis berasal dari wilayah di luar Jepang (dalam Junianto et al., 2024). Kemudian, merujuk pada asal kata yang disampaikan McGee, kadar intensitas keterhubungan dengan budaya populer tersebut tidak hanya sebatas menggemari, tetapi juga lebih dari itu, para penggemar tersebut dianggap fanatik dan terobsesi (Junianto et al., 2024). Tama sempat menunjukkan kepada lingkungan sosialnya, identitasnya sebagai seorang Wibu, seperti yang diungkapkannya sebagai berikut:

*“... Sedangkan saya itu, saat maba (mahasiswa baru), beneran memperlihatkan saya itu wibu, gitu lho. Tapi kok saya tidak melihat sesama saya. Lalu saya mulai menurunkan apa ya...kewibuannya untuk menjadi di batas normal.”*

Dari ungkapan Tama di atas terlihat bahwa keterlibatannya dengan budaya populer Jepang tidak hanya berhenti pada pemaknaan yang bersifat internal, tetapi ia juga melakukan praktik-praktik menyampaikan atau menunjukkan pemaknaannya tersebut pada lingkungan sosialnya. Tidak hanya menunjukkan identitas sebagai wibu melalui penampilan dan sikap, Tama juga menunjukkannya dengan bergabung dalam komunitas penggemar yang menyelenggarakan berbagai aktivitas yang berkaitan dengan budaya populer Jepang. Tama bahkan sempat menempati posisi sebagai ketua komunitas, yang menunjukkan posisi pentingnya dalam arena penggemar budaya populer Jepang. Praktik-praktik yang dilakukan oleh Tama menunjukkan bahwa pemaknaan yang dilakukannya berkaitan dengan budaya populer Jepang tidak hanya bersifat internal atau produktivitas semiotik, tetapi juga telah menyampaikannya kepada pihak-pihak lain di luar dirinya, yang dapat dikategorikan sebagai produktivitas enunsiatif.

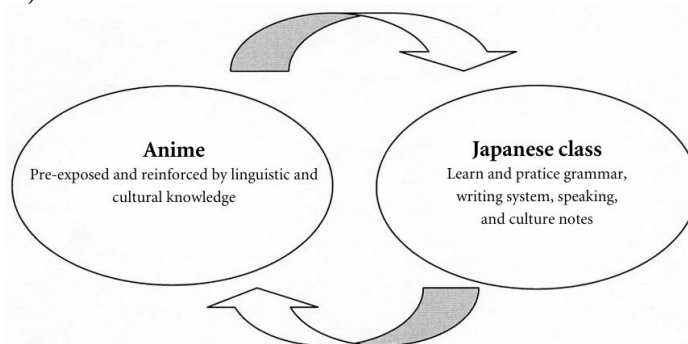
Jodi, Una, Dion, dan Tama, keempatnya menunjukkan pemaknaan internal dari interaksi mereka dengan budaya populer Jepang, yang kemudian memengaruhi keputusan-keputusan, salah satunya adalah pilihan untuk belajar bahasa Jepang. Tama telah melakukan praktik produktivitas pemaknaan pada produk-produk budaya populer yang lebih beragam dibandingkan dengan tiga informan yang lain. Keragaman dalam praktik yang dilakukan oleh Tama terhubung dengan keragaman dan tingkat akumulasi modal kultural terkait budaya populer Jepang. Melalui intensitasnya melakukan praktik-praktik terkait budaya populer Tama,

tidak hanya mengakumulasi *embodied* modal kultural berupa pengetahuan, selera, dan pengalaman, tetapi juga modal sosial berupa posisi dalam komunitas. Kemudian, apakah modal kultural berupa literasi dan disposisi yang terbentuk dari pengalaman berinteraksi dengan budaya populer tersebut dapat diaktifkan dan dikonversi menjadi modal yang penting dalam arena pembelajaran bahasa Jepang akan dipaparkan di bagian-bagian selanjutnya.

### 3.2 Potensi Konversi Modal dalam Praktik Interaksi dengan Budaya Populer Jepang

Distribusi modal dalam sistem budaya bekerja menyerupai sistem ekonomi, dalam kaitannya dengan menciptakan kesenjangan antara agen-agen yang berada dalam posisi yang diuntungkan dengan mereka yang terpinggirkan (Fiske, 1992). Penguasaan terhadap modal kultural yang memperoleh legitimasi, baik secara sosial maupun institusional, seperti halnya kepemilikan finansial, menjadi pembeda antara mereka yang memilikinya dan tidak (Fiske, 1992). Agen-agen yang melakukan investasi dalam pendidikan, atau memiliki selera dan kompetensi kultural yang mewakili budaya yang mendapatkan legitimasi secara sosial dan institusional akan mendapatkan keuntungan sosial, seperti peluang kerja yang lebih baik, peningkatan posisi sosial, dan akhirnya dapat memperoleh posisi sosial-ekonomi yang lebih tinggi (Fiske, 1992). Berbeda dengan budaya resmi yang memperoleh legitimasi secara sosial dan institusional, penguasaan atas modal-modal terkait budaya populer tidak selalu dapat dikonversi menjadi modal ekonomi tertentu. Walaupun demikian, terdapat potensi dalam interaksi dengan budaya populer Jepang. Salah satu potensi tersebut terkait motivasi mempelajari bahasa Jepang. Seperti yang telah dipaparkan sebelumnya, terdapat berbagai penelitian yang menunjukkan bahwa kegemaran terhadap berbagai produk budaya populer Jepang dapat terhubung dengan munculnya motivasi untuk mempelajari bahasa Jepang dan terjun ke arena pembelajaran bahasa Jepang. Kondisi tersebut dapat dijelaskan dengan habitus penggemar budaya subordinat, seperti yang dikemukakan oleh Fiske (1992). Penggemar budaya subordinat, termasuk budaya populer di dalamnya, disebut memiliki habitus untuk menolak menjaga jarak yang memisahkan teks beserta kreatornya dengan audiens, dan menolak memisahkannya dari kehidupan sehari-hari mereka (Fiske, 1992). Salah satu jarak yang muncul antara teks budaya populer Jepang beserta kreatornya dengan audiens di luar Jepang adalah bahasa. Mempelajari bahasa Jepang dengan demikian dapat dilihat sebagai upaya untuk memperpendek jarak dan menumbuhkan rasa ikut memiliki.

Potensi lain terlihat pula dari penelitian, seperti yang dilakukan oleh Fukunaga (2006), yang menunjukkan bahwa menonton anime secara berulang-ulang, memberikan banyak keuntungan untuk mengakumulasi kemampuan bahasa Jepang, khususnya pada: pengenalan kata, kemampuan menyimak dan pengucapan, serta kesadaran akan berbagai fitur linguistik Jepang (Fukunaga, 2006).



**Gambar 1. Siklus Belajar Bahasa Jepang dari Para Penggemar *Anime*.  
(Sumber: Fukunaga, 2006)**

Aspek-aspek kebahasaan tersebut merupakan bagian penting dalam penguasaan bahasa Jepang yang pada umumnya menjadi materi di kelas-kelas formal bahasa Jepang, termasuk di perguruan tinggi. Menonton anime disebutkan dapat pula memberikan keuntungan berupa peningkatan pengetahuan budaya Jepang tentang gestur nonverbal, tata krama, lingkungan serta aturan sosial, keluarga, makanan, dan tempat tinggal (Fukunaga, 2006). Menurut Fukunaga (2006), penggemar anime telah terpapar banyak aspek bahasa dan budaya Jepang melalui anime dan subkultur di dalamnya sebelum mereka mulai mengikuti kelas bahasa Jepang. Di kelas bahasa Jepang, para penggemar anime ini menerapkan pengetahuan kebahasaan yang telah mereka dapatkan sebelumnya, sambil sekaligus mendapatkan pengetahuan baru tentang kosakata, tata bahasa, sistem penulisan, dan budaya. Kemudian, saat kembali menonton anime, mereka menyadari dapat mengenali lebih banyak kata, dan kemudian meninjau kembali hal-hal yang telah mereka pelajari sebelumnya. Fukunaga (2006) menjelaskan siklus praktik konsumsi anime dan belajar di kelas-kelas bahasa Jepang dalam bagan berikut ini.

Dari paparan Fukunaga di atas dapat disimpulkan bahwa aktivitas berinteraksi dengan budaya populer Jepang berpotensi mendukung perolehan modal kultural dalam penguasaan bahasa Jepang yang mendapat legitimasi dari sistem budaya yang berlaku. Dalam arena pembelajaran bahasa Jepang, termasuk di perguruan tinggi, salah satu aturan dominan yang berlaku adalah penguasaan bahasa Jepang praktis, serta bahasa Jepang formal yang diakui dalam berbagai sertifikasi kemampuan bahasa Jepang, yang terutama dipengaruhi oleh tuntutan dari pasar kerja nasional dan global. Dengan demikian, praktik aktualisasi potensi kebahasaan teks-teks budaya populer Jepang sebagai sumber pembelajaran perlu dipahami juga dalam kaitannya dengan aturan main arena tersebut.

### **3.3 Konversi Modal Melalui Interaksi dengan Produk-Produk Budaya Populer Jepang Sebagai Strategi Utama**

Keempat informan menunjukkan kegemaran dan rutinitas mereka dalam mengonsumsi berbagai produk budaya populer Jepang. Walaupun demikian, mereka menunjukkan keragaman dalam memobilisasi interaksi tersebut sebagai strategi untuk mengakumulasi modal kultural bahasa Jepang. Bagian penting dalam mobilisasi interaksi dengan produk budaya populer adalah bagaimana praktik yang dilakukan informan mampu mengaktualisasikan potensi untuk memperoleh modal kultural yang mendapat legitimasi di struktur sosial. Dalam konsep Bourdieu, praktik terjadi ketika habitus berjumpa dengan arena-arena kompetitif, dan aksi merefleksikan struktur dari perjumpaan tersebut (Swartz, 1997). Aksi merupakan proses interaksi dialogis antara disposisi-disposisi kelas dan dinamika serta struktur dalam arena-arena tertentu (Swartz, 1997). Upaya konversi yang dilakukan oleh informan merupakan hasil interaksi dari habitus, modal, dan arena. Dion merupakan informan yang paling konsisten dalam memobilisasi aktivitas berinteraksi dengan budaya populer Jepang sebagai strategi utamanya. Dion menyampaikan bahwa praktik yang dianggapnya paling efektif baginya adalah berinteraksi dengan video-video Youtube berbahasa Jepang dan anime. Siklus penggemar anime yang mempelajari bahasa Jepang seperti yang disampaikan oleh Fukunaga dapat dijumpai dalam kisah Dion.

*“Dari 2012, dari SMP itu kan udah ter-influence anime toh. Nah, ya udah akhirnya kayak nonton banyak anime, gitu. Eh, kayak misal denger satu [kotoba] gitu mungkin aku udah bisa langsung mikir contoh kalimatnya kayak gimana gitu lho. Kayak udah langsung kepikiran, contoh kalimatnya. Nah, terus pas misal di kelas ada nih, kebetulan, oh, kayaknya pernah denger artinya ini deh. Oh, ternyata rumusnya kayak gini. Jadi,*

*malah kayak dibalik gitu. Bukan dari rumus buat kalimat, tapi kalimat dirumuskan. Aku, pemrosesanku kayak gitu, nek menurutku.”*

Kisah Dion menggambarkan siklusnya dalam mengakumulasi modal kultural bahasa Jepang yang diawali dengan paparan kebahasaan dari anime yang dikonsumsinya, yang kemudian diperdalam dalam aktivitas pembelajaran formal di kelas. Praktik Dion tersebut merupakan hasil interaksi antara arena, habitus, dan konfigurasi modal awal yang telah diakumulasinya sebelum memasuki arena pendidikan tinggi. Dion telah memiliki pengalaman historis dalam mengakses media digital sejak masa SMP yang membuatnya terus mengakumulasi berbagai modal digital. Modal digital ini memungkinkan Dion berinteraksi secara intensif dengan berbagai produk budaya populer Jepang, khususnya anime. Kemudian, Dion telah memiliki pengalaman belajar bahasa Jepang di SMA yang memberinya modal awal dalam bahasa Jepang dasar serta pengalaman mengikuti proses pembelajaran bahasa Jepang secara formal. Aktivitasnya berinteraksi dengan anime sejak SMP juga membuatnya terpapar bahasa dan budaya Jepang, yang turut menjadi bagian dari modal awal dalam penguasaan bahasa Jepang. Konfigurasi modal awal tersebut kemudian berinteraksi dengan habitus penggemar budaya populer yang lahir dari pengalaman mengonsumsi teks-teks budaya populer Jepang. Modal-modal awal dan habitus tersebut menavigasi Dion dalam memanfaatkan interaksinya dengan budaya populer Jepang.

Praktik-praktik yang dilakukan oleh informan merupakan bagian dari strategi untuk mendapatkan keuntungan dalam arena pembelajaran bahasa Jepang. Strategi dalam konsep Bourdieu, tidak merujuk pada pengejaran tujuan yang disengaja dan diperhitungkan, melainkan sesuatu yang berpola dan berorientasi pada kepentingan tetapi tidak disadari secara penuh (Swartz, 1997). Namun, kondisi-kondisi tertentu, ketika dinamika dalam arena melahirkan terjadinya ketidaksesuaian antara habitus dan perubahan yang terjadi dalam arena, dapat membuat subjek harus menjadi reflektif, untuk secara sadar dan kritis mempertimbangkan kondisi sosial yang dihadapinya, serta kondisi dirinya (Farrugia, 2015). Ketidaksesuaian antara habitus mendorong agen untuk menjadi reflektif, yakni secara sadar dan kritis mempertimbangkan kondisi sosial yang sedang dihadapinya, sekaligus kondisi sosial yang membentuk dirinya (Farrugia, 2015). Dalam konteks arena pembelajaran bahasa Jepang, kondisi tersebut muncul karena dinamika dalam arena karena berkembangnya teknologi internet, yang memunculkan potensi untuk mengakumulasi kemampuan bahasa Jepang melalui berbagai media daring, termasuk melalui interaksi dengan produk budaya populer Jepang. Namun, para agen dihadapkan pada aturan main di arena yang masih mempertahankan pula dominasi modal kultural yang terukur dan diinstitutionalkan, seperti melalui ujian kemampuan bahasa Jepang, yang membutuhkan pengetahuan kebahasaan yang terstruktur dan formal (seperti tata bahasa, kosakata, huruf (kanji), dan kemampuan memahami teks tertulis). Dion memahami bahwa modal kultural yang diperoleh dari interaksi dengan berbagai budaya populer tidak secara otomatis terhubung dengan perolehan modal kultural yang diakui oleh sistem sosial, seperti yang tersirat dalam ungkapannya berikut.

*“Agak susah sih kayaknya, bahasa Jepang, untuk otodidak ya. Paling kalau wibu-wibu ya mentoknya begitu. Nanti susah di huruf sama membaca sih, pasti. .... Iya, pasti bisa ngomong, tapi kan kalau nggak mendalami, paling bahasanya mentok itu-itu tok (saja) lho. Ya kan?”*

Ungkapan tersebut menunjukkan bahwa Dion memahami bahwa paparan kebahasaan dari produk-produk budaya populer Jepang berpotensi memberi keuntungan secara parsial,

yaitu pada kemampuan komunikasi lisan. Namun, modal tersebut tidak cukup bernilai bila tidak diadaptasi ke dalam praktik-praktik belajar untuk mendapatkan modal kultural bahasa Jepang yang dilegitimasi dalam arena. Kemudian, Dion di sisi yang lain, memiliki kesadaran pada kondisi dirinya dan *embodied* modal kultural yang diakumulasinya, seperti yang tersirat dalam ungkapannya sebagai berikut:

*“... apa ya... mungkin (aku) menyerap dari nonton anime tuh IQ-nya lumayan tinggi, kalau menurutku. Jadi kalau bisa belajar sendiri, coba cari-cari sendiri, oh gini, oh gini, oh gini, kayak gitu.”*

Dion memiliki kesadaran tentang kondisi dirinya yang mudah menerima informasi yang disampaikan melalui media audiovisual. Kondisi ini merupakan modal yang terakumulasi melalui rutinitas berinteraksi dengan anime dan berbagai produk audiovisual lain. Namun, seperti yang tersirat dalam kutipan sebelumnya, ia juga menyadari bahwa modal tersebut tidak selalu selaras dengan aturan dominan dalam arena yang mensyaratkan penguasaan bahasa Jepang yang tidak hanya berupa pemahaman lisan, tetapi juga mencakup komunikasi tertulis yang lebih formal dan terstruktur.

Dengan kesadaran refleksifnya tentang dinamika arena serta aturan main yang berlaku dalam arena, Dion dengan habitusnya mencoba memobilisasi modal yang dimilikinya untuk berinteraksi dengan produk budaya populer Jepang dan melakukan adaptasi pada pengetahuan yang diperolehnya dari interaksi tersebut, menjadi pengetahuan kebahasaan formal, terstruktur, dan terukur, yang disampaikan dalam kelas-kelas formal bahasa Jepang. Melalui strateginya, Dion dapat mengonversi modal-modal awal yang dimilikinya menjadi modal kultural yang mendapat legitimasi dari arena, yang dibuktikan dengan capaiannya lulus ujian kemampuan bahasa Jepang level menengah-lanjut JLPT N2. Paparan tentang Dion menunjukkan bahwa potensi kebahasaan yang terakumulasi melalui interaksi dengan anime tidak secara otomatis terkonversi menjadi modal kultural bahasa Jepang yang terlegitimasi. Interaksi antara habitus, modal, dan kesadaran refleksif mengarahkan Dion pada praktik upaya konversi modal yang menunjukkan kesesuaian dengan siklus yang disampaikan oleh Fukunaga.

### **3.4 Konversi Modal Melalui Interaksi dengan Produk-Produk Budaya Populer Jepang Sebagai Strategi Pendukung**

Sama seperti Dion, informan berikutnya, Jodi, juga melakukan upaya memobilisasi aktivitas berinteraksi dengan produk-produk budaya populer, namun ia tidak menempatkan praktik tersebut sebagai strategi utamanya (Jodi menempatkannya sebagai strategi pendukung). Strategi utama Jodi untuk mengakumulasi modal keterampilan bahasa Jepang dilakukan melalui praktik belajar secara sistematis dengan memanfaatkan berbagai media pembelajaran, baik yang diakses secara daring maupun luring. Praktik tersebut telah dilakukannya terutama secara mandiri sejak duduk di bangku SMA dan berhasil membuatnya memperoleh sertifikat ujian kemampuan level dasar (JLPT N5) sebelum ia memasuki perguruan tinggi. Kehadiran berbagai media yang dapat diakses secara daring membuat Jodi memilih untuk lebih fokus pada aktivitas belajar bahasa Jepang secara mandiri. Ia memegang kendali atas aktivitas belajarnya dengan menyusun target, media, dan metode yang digunakan. Modal digital yang telah diakumulasi Jodi sejak masa SMP telah memungkinkannya melakukan praktik tersebut secara konsisten. Kompetensi digital yang dimilikinya membuat Jodi dapat mengoptimalkan penggunaan perangkat, untuk mencari materi dan mencatat semuanya di perangkat yang dimilikinya. Sebelum memiliki perangkat komputer, Jodi bahkan telah melakukan aktivitas belajar secara daring, termasuk mencatat, hanya dengan menggunakan telepon pintar. Kegiatan

mengakumulasi modal kultural bahasa Jepang dilakukan oleh Jodi secara sistematis dan terarah, dengan target yang ditetapkan sejak awal.

Pola praktik yang sama dilakukan Jodi ketika ia mencoba melakukan konversi modal dengan memanfaatkan interaksi dengan budaya populer Jepang. Walaupun bukan sebagai strategi utama, Jodi melakukannya secara selektif, terarah, dan mengintegrasikannya dengan strategi utamanya. Serupa dengan praktik belajarnya menggunakan media-media belajar yang lain, berbagai hal baru yang didapatkan saat berinteraksi dengan produk budaya populer Jepang dicatat dengan cermat menggunakan perangkat yang dimilikinya saat itu. Jodi memadukan aktivitas rekreatif menikmati anime dan upaya konversi modal, dengan target dan tujuan yang jelas. Ia memobilisasi aktivitas tersebut untuk mengaktualisasikan potensi kebahasaan yang terkandung dalam produk budaya populer, terutama untuk melatih kemampuan menyimak ujaran lisan dan mengulang (*review*) materi-materi yang telah dipelajarinya, khususnya yang terkait dengan penguatan kosakata dan struktur kalimat. Untuk mencapai tujuannya tersebut, dengan dimediasi oleh modal digital dan modal literasi pada berbagai produk budaya populer yang dimilikinya, Jodi secara selektif memilih media yang sesuai. Ia memilih menggunakan anime dengan alasan yang jelas, yaitu anime memiliki konten yang beragam sehingga kosakata yang muncul pun sangat bervariasi. Kemudian, anime pada umumnya menggunakan pengisi suara profesional, sehingga pelafalan bahasa Jepang dalam media tersebut terdengar lebih jelas. Kondisi-kondisi tersebut diyakininya akan efektif dalam proses konversi modal.

Pilihan Jodi pada praktik konversi modal yang dilakukan secara sistematis, selektif, dan terarah tersebut tidak dapat dilepaskan dari konfigurasi modal-modal awal dan habitus yang menavigasi praktiknya. Dalam konteks Jodi, modal sosialnya yang lahir di keluarga yang dekat dengan dunia akademis menjadi keuntungan baginya. Jodi lahir di lingkungan sosial yang dekat dengan aktivitas akademis, dengan orang tua yang berprofesi sebagai pengajar. Seperti yang disampaikan Bourdieu, modal-modal yang berkaitan dengan kemampuan akademis diakumulasi dari transmisi kultural oleh keluarga dan sekolah. Modal kultural yang telah diwariskan dari keluarga, disposisi awal di dalam keluarga, turut membuat nilai-nilai akademik yang ditanamkan di sekolah lebih mudah diterima. Lingkungan keluarga akademis membentuk disposisi belajar Jodi, termasuk dalam memanfaatkan berbagai media untuk melakukan praktik belajar secara mandiri. Disposisi ini menavigasi mobilisasi praktik konversi modal kultural melalui produk-produk budaya populer dengan lebih terarah dan selektif. Selain itu, dukungan orang tua Jodi terlihat pula dalam upaya memfasilitasi Jodi untuk mengikuti kursus bahasa Jepang saat ia duduk di bangku SMA (walaupun hanya berlangsung selama beberapa bulan), memberi keleluasaan waktu untuk melakukan aktivitas belajarnya, dan membekali Jodi dengan modal digital berupa perangkat dan koneksi internet. Kemudian, dalam kisahnya Jodi juga menyebutkan bahwa ia mendapatkan pola belajarnya yang sistematis dan terarah dengan target justru setelah ia melakukan praktik belajar bahasa Jepang secara intensif di ranah daring, seperti yang diungkapkan sebagai berikut:

*“Kalau itu, saya ngerasa, kebiasaan belajar saya justru kebentuk waktu belajar bahasa Jepang itu. Jadi, sebelumnya belum sesistematis ini. Jadi karena belajar bahasa Jepang itu perlu, ya... sekali lagi, karena targetnya udah kebentuk, buat sampai target itu, saya perlu benar-benar sistematis gitu loh. Dari belajar bahasa Jepang, kebiasaan belajarnya terbentuk, terus keterusan buat belajar yang lain juga.”*

Kutipan di atas menunjukkan kesadaran refleksif Jodi, bahwa dalam kondisi arena pembelajaran bahasa Jepang saat ini, yang menawarkan berbagai kesempatan yang dapat

diakses untuk belajar secara mandiri, diperlukan praktik-praktik yang sistematis dan terarah. Kesadaran tersebut turut mengarahkan aktivitas Jodi untuk mengakumulasi modal, termasuk dalam interaksinya dengan budaya populer Jepang. Praktik konversi melalui mobilisasi aktivitas berinteraksi dengan produk-produk budaya populer ini mendukung Jodi, secara parsial (karena ia tidak menjadikannya sebagai strategi utama), sehingga ia dapat mengakumulasi kemampuan bahasa Jepang yang mendapat legitimasi dan berhasil lulus dalam ujian kemampuan bahasa Jepang level tertinggi (JLPT N1) di tahun keduanya menempuh studi di perguruan tinggi.

Dua informan berikutnya, Una dan Tama, masing-masing memiliki *privilege* yang mengantarkan mereka untuk memiliki lebih banyak modal digital dibandingkan dengan agen-agen lain dalam arena pembelajaran bahasa Jepang, walaupun dengan pengalaman yang berbeda. Una unggul karena ia pernah mengenyam pendidikan formal terkait dengan teknologi digital di SMK dengan jurusan pemrograman, yang memberinya kompetensi teknis, dan pengalaman historis melakukan eksplorasi secara intensif di ranah daring. Sementara itu, Tama unggul karena mendapat dukungan dari orang tua yang juga akrab dengan penggunaan teknologi digital. Latar belakang keluarga tersebut membuat Tama mengenal dan mulai menggunakan teknologi internet sejak usia sangat dini, bahkan sebelum memasuki sekolah dasar. Pengalaman historis tersebut membuat Tama unggul dalam penguasaan modal digital, baik berupa fasilitas, koneksi internet, maupun kompetensi digital. Modal digital Una dan Tama menjadi sumber daya penting bagi mereka untuk melakukan eksplorasi pada berbagai media daring, termasuk untuk mengakumulasi modal kultural bahasa Jepang. Sebelum memasuki arena pembelajaran bahasa Jepang di perguruan tinggi, Tama telah secara intensif berinteraksi dengan produk-produk budaya populer yang membuatnya terpapar bahasa dan budaya Jepang. Paparan ini tidak hanya melalui aktivitas konsumsi budaya populer, ketertarikannya pada Jepang juga telah mendorongnya untuk mengikuti kursus bahasa Jepang. Pengalaman-pengalaman tersebut membekali Tama dengan modal awal bahasa Jepang, sebelum masuk di perguruan tinggi.

Seperti halnya Dion, Tama menyadari bahwa modal kultural berkaitan dengan budaya populer Jepang tidak secara otomatis akan membawa keuntungan bagi posisinya di arena pembelajaran bahasa Jepang. Tama memiliki modal kultural berkaitan dengan budaya populer Jepang yang lebih beragam, karena produktivitas pemaknaannya yang lebih beragam pula. Namun, ia menyebutkan bahwa aktivitas berinteraksi dengan budaya populer tidak banyak berperan dalam membantu kegiatan studinya dan dinilainya hanya sebatas meningkatkan motivasi untuk belajar lebih jauh. Kondisi ini menunjukkan bahwa intensitas interaksi dengan budaya populer Jepang tidak secara linier terhubung dengan akumulasi modal kultural bahasa Jepang yang bernilai dalam arena pembelajaran bahasa Jepang.

Meskipun demikian, Tama juga mengakui bahwa aktivitasnya mengonsumsi anime dan lagu Jepang membuatnya terpapar bahasa Jepang, khususnya dalam hal menyimak ujaran lisan. Tama secara natural mengaktualkan potensi kebahasaan yang terdapat dalam produk budaya populer tersebut dan mengonversi modal digital dan modal awalnya menjadi *embodied* modal kultural berupa pemahaman pada komunikasi lisan bahasa Jepang. Ia tidak menavigasi praktik tersebut dalam kesadaran untuk mendapatkan modal lain untuk mempertahankan atau meningkatkan posisinya dalam arena. Secara parsial, praktik Tama ini berkontribusi pada upayanya untuk mengakumulasi modal kultural bahasa Jepang, yang kemudian terinstitusionalisasi dalam keberhasilannya lulus ujian kemampuan bahasa Jepang tingkat dasar-menengah, yaitu JLPT N3.

Informan berikutnya, yaitu Una, seperti halnya tiga informan yang lain, telah mulai mengonsumsi berbagai produk budaya populer Jepang sejak masa kanak-kanak, yang membuatnya terpapar budaya dan bahasa Jepang. Namun, berbeda dengan Jodi, Dion, dan Tama yang telah melakukan praktik belajar bahasa Jepang, baik secara mandiri maupun melalui pendidikan formal seperti kelas atau kursus bahasa Jepang, Una tidak memiliki pengalaman tersebut. Kondisi ini membuat modal awal terkait literasi dan kemampuan bahasa Jepang yang dimiliki Una masih sangat terbatas. Namun, di sisi lain, Una memiliki keunggulan dalam penguasaan modal digital, terutama dalam kompetensi teknis dan pengalaman eksplorasinya di ranah digital.

Meskipun Una menyatakan bahwa ia menggunakan media-media seperti lagu-lagu berbahasa Jepang dan *game* (permainan daring), aktivitas tersebut tidak dilakukan secara konsisten dan terarah sebagai bagian dari strategi untuk mendapatkan modal kultural bahasa Jepang. Una bahkan sempat mengemukakan keraguannya menggunakan media anime karena ia mempertanyakan ketepatan bahasa yang digunakan dalam tayangan tersebut. Keraguan ini terhubung dengan keterbatasan modal berupa pengetahuan awal bahasa Jepang yang dikuasainya, sehingga Una membutuhkan validasi tentang bahasa Jepang yang dianggap bernilai dalam arena. Kondisi ini membatasi konversi modal yang dilakukan melalui interaksi dengan produk-produk budaya populer Jepang. Selain dibatasi oleh keterbatasan modal awal, ruang gerak Una untuk melakukan konversi juga dibatasi oleh habitusnya saat berinteraksi dengan media daring. Pengalaman historis Una dan keunggulannya dalam penguasaan modal digital berkat pengalaman pendidikan sebelumnya membentuk disposisi yang eksploratif, namun juga selektif dalam memilih media yang sesuai dengan standar efektivitas personalnya. Disposisi Una yang selektif dalam eksplorasi daring yang berinteraksi dengan keterbatasan modal awal bahasa Jepang akhirnya membatasi Una dalam mengembangkan praktik konversi modal melalui aktivitas berinteraksi dengan budaya populer Jepang. Keterbatasan ruang gerak ini akhirnya membuat upaya konversi modal Una menjadi terbatas dan belum dilakukan secara optimal.

#### 4. Kesimpulan

Penelitian pada empat orang informan menunjukkan bahwa walaupun aktivitas berinteraksi dengan budaya populer Jepang memiliki potensi yang mendukung konversi modal untuk memperoleh modal kultural yang diakui dalam arena, akan tetapi potensi tersebut tidak teraktualisasi secara otomatis. Praktik konversi modal yang dilakukan oleh para agen terbentuk melalui relasi antara dinamika arena dengan konfigurasi modal awal yang dimiliki para agen, habitus, dan kesadaran refleksif tentang ketidakselarasan antara kondisi dirinya dan dinamika dalam arena. Pada salah satu informan, aktivitas berinteraksi dengan budaya populer Jepang dimobilisasi sebagai strategi utama untuk mengakumulasi modal kultural bahasa Jepang. Interaksi antara habitus, konfigurasi modal awal, dan kesadaran refleksif tentang dinamika arena serta aturan main yang dominan dalam arena telah mengarahkannya pada praktik konversi modal kultural yang efektif baginya untuk mendapatkan modal kultural bahasa Jepang yang bernilai dalam arena pembelajaran bahasa Jepang. Pada informan berikutnya, interaksi dengan budaya populer tidak dimobilisasi sebagai strategi utama, tetapi dilakukan dengan lebih sistematis, selektif, dan terarah sebagai pendukung strategi utama. Habitusnya yang tumbuh di lingkungan akademis, memberinya keuntungan dalam bentuk disiplin belajar dan orientasi praktik yang selaras dengan tuntutan dalam arena pembelajaran formal. Praktik konversi yang dilakukan berkontribusi secara parsial terhadap perolehan modal kultural yang bernilai dalam

arena. Sementara, pada dua informan lainnya, meskipun mereka memiliki keunggulan dalam modal digital dan keragaman akumulasi modal kultural terkait budaya populer Jepang, upaya melakukan konversi modal kultural tidak berlangsung secara optimal. Praktik konversi yang dilakukan dibatasi oleh beberapa kondisi, antara lain: keterbatasan modal awal kebahasaan, standar efektivitas personal pada aktivitas daring, dan upaya adaptasi dengan aturan main dalam arena pembelajaran bahasa Jepang yang belum dilakukan secara optimal.

Hasil penelitian di atas sejalan dengan konsep Bourdieu bahwa pilihan-pilihan yang dilakukan oleh para agen, termasuk dalam melakukan konversi modal, merefleksikan perjumpaan antara modal yang terakumulasi beserta disposisi yang terbentuk dari pengalaman masa lalu, dengan peluang dan batasan yang hadir dalam arena tempat mereka bertindak (Swartz, 1997). Secara keseluruhan, hasil penelitian menegaskan bahwa konversi modal dalam interaksi dengan budaya populer Jepang merupakan proses yang bersifat relasional dan tidak terjadi secara otomatis. Dengan demikian, budaya populer Jepang tidak dapat dipahami sebagai sumber modal kultural yang siap pakai bagi setiap agen dalam arena, melainkan sebagai sebuah ranah perjuangan untuk praktik konversi demi mendapatkan modal-modal yang bernilai dalam arena.

## Referensi

- Alfatih, M. F., Salsabila, N. S., Hanifah, N. A., Aqil, M., Ar, M., Lestari, H. R., & Kunci, K. (2025). Pengaruh Fitur Subtitle Dan Audio Pada Platform Streaming Anime Terhadap Kemampuan Menyimak Bahasa Jepang. *Journal of Information System Management (JOISM)*, 7(1), 143–148. <https://doi.org/https://doi.org/10.24076/joism.2025v7i1.2112>
- Andrea, B., Gabriella, H.-C., & Timea, J. (2016). Y and Z Generations at Workplaces. *Journal of Competitiveness*, 8(3), 90–106. <https://doi.org/10.7441/joc.2016.03.06>
- Armour, W. S., & Iida, S. (2016). Are Australian Fans of Anime and Manga Motivated to Learn Japanese Language? *Asia Pacific Journal of Education*, 36(1), 31–47. <https://doi.org/10.1080/02188791.2014.922459>
- Ayu, I. G., Launingtia, N., Dewi, P., & Yuda, M. (2026). Song as Media in Japanese Language Learning for Beginners. *Kiryoku*, 10(1), 71–79. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/kiryoku.v10i1.71-79>
- Bourdieu, P., & Wacquant, L. J. D. (1992). *An Invitation to Reflexive Sociology*. Polity Press.
- Chan, Y. H., Wong, N. L., & Ng, L. L. (2017). Japanese Language Students' Perception of Using Anime as a Teaching Tool. *Indonesian Journal of Applied Linguistics*, 7(1), 93–104. <https://doi.org/10.17509/ijal.v7i1.6862>
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). Introduction: The Discipline and Practice of Qualitative Research. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *The SAGE Handbook of Qualitative Research* (Fifth Edit, pp. 29–71). SAGE Publications, Inc.
- Dewanty, V. L., Farisya, G., & Kusriani, D. (2025). Japanese Pop Culture for Language Learning : A Quantitative Study on Motivation and Japanese Language Skills Among Japanese Language Students in Indonesia. *Kiryoku*, 9(1), 238–250. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/kiryoku.v9i1.238-250>
- Djafri, F. (2018). Analisis Naratif Pada Proses Pembelajaran Bahasa Jepang di Perguruan Tinggi dan Pengaruhnya Terhadap Pilihan Masa Depan Pembelajar Setelah Lulus. *JLA (Jurnal Lingua Applicata)*, 1(2), 105. <https://doi.org/10.22146/jla.34516>
- Erickson, F. (2018). A History of Qualitative Inquiry in Social and Educational Research1. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *The SAGE Handbook of Qualitative Research* (Fifth

- Edit, pp. 87–141). SAGE Publications, Inc.
- Farrugia, D. (2015). Addressing the Problem of Reflexivity in Theories of Reflexive Modernisation: Subjectivity and Structural Contradiction. *Journal of Sociology*, 51(4), 872–886. <https://doi.org/10.1177/1440783313480396>
- Fiske, J. (1992). The Cultural Economy of Fandom. In L. A. Lewis (Ed.), *The Adoring Audience :Fan Culture And Popular Media* (pp. 30–49). Routledge.
- Fukunaga, N. (2006). “Those Anime Students”: Foreign Language Literacy Development Through Japanese Popular Culture. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 50(3), 206–222. <https://doi.org/10.1598/jaal.50.3.5>
- Ignatow, G., & Robinson, L. (2017). Pierre Bourdieu: Theorizing the Digital. *Information Communication and Society*, 20(7), 950–966. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1301519>
- Junianto, I. E., Mariasih, S., & Tambunan, G. (2024). Affirming Wibu’s Stereotypes Through Youtube Videos. *International Review of Humanities Studies*, 9(1). <https://doi.org/10.7454/irhs.v9i1.1279>
- Klaehn, J. (2023). Talking Manga: Bringing Japanese Pop Culture to the North American Mainstream. *Journal of Graphic Novels and Comics*, 14(1), 119–133. <https://doi.org/10.1080/21504857.2021.1926300>
- Ragnedda, M., & Ruiu, M. L. (2020). *Digital Capital: A Bourdieusian Perspective on the Digital Divide*. Emerald Publishing Limited.
- Severino, F. S., & Silva, F. (2023). The Trend of Japanese Pop Culture and Its Differentiating Approach Through Event Tourism. *International Journal of Event and Festival Management*, 14(4), 475–487. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-01-2023-0001>
- Shintaku, K. (2021). Self - Directed Learning with Anime : A Case of Japanese Language and Culture. *Foreign Language Annals*, October, 283–308. <https://doi.org/10.1111/flan.12598>
- Swartz, D. (1997). *Culture & Power: The Sociology of Pierre Bourdieu*. The University of Chicago Press Chicago & London.
- Thamrin, M. (2023). Impact of Japanese Popular Culture as Learning Resources on Students ’ Japanese Learning Achievement. *Al-Ishlah: Jurnal Pendidikan*, 15, 6383–6390. <https://doi.org/10.35445/alishlah.v15i4.4759>
- The Japan Foundation. (2021). *Survey Report on Japanese-Language Education Abroad 2021*.
- Wahidati, L., & Kharismawati, M. (2018). Pengaruh Konsumsi Anime Dan Manga Terhadap Pembelajaran Budaya Dan Bahasa Jepang. *Izumi*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.14710/izumi.7.1.1-10>
- Zhu, M. (2023). Bourdieu’s Habit Theory on Modern China Enlightenment of Family Cultural Literacy Cultivation. *Advances in Education, Humanities and Social Science Research*, 4(1), 38. <https://doi.org/10.56028/aeHSSr.4.1.38.2023>