

**PRODUK POP CULTURE YANG DIGUNAKAN OLEH PEMELAJAR BAHASA  
JEPANG SEBAGAI SUMBER BELAJAR**

Muhammad Ramadhan Saputra<sup>1</sup>, Muhammad Syafiq<sup>2</sup>, Arianty Visiaty<sup>3</sup>  
Universitas Al Azhar Indonesia  
bigdreams896@gmail.com<sup>1</sup>, muh.syafiq05@gmail.com<sup>2</sup>, ariantyvisiaty@uai.ac.id<sup>3</sup>

**ABSTRAK**

Salah satu motivasi pemelajar belajar bahasa Jepang adalah ketertarikan terhadap *pop culture* Jepang seperti anime, manga, Vtuber, lagu dan lain-lain. Bagi pemelajar seperti ini, produk *pop culture* juga dapat menjadi sumber belajar bahasa Jepang yang menarik dan memotivasi. Tujuan Penelitian ini adalah mengkaji produk *pop culture* yang digunakan sebagai sumber untuk belajar bahasa Jepang oleh pemelajar bahasa Jepang tingkat perguruan tinggi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik penelitian berupa survei, dan instrumen penelitian berupa kuesioner. Responden penelitian ini terdiri dari 75 orang pemelajar bahasa Jepang tingkat perguruan tinggi. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa sebagian besar responden menggunakan produk *pop culture* sebagai sumber belajar bahasa Jepang (96%). Produk *pop culture* yang paling banyak digunakan adalah anime dan lagu, kemudian diikuti dengan film, manga, drama dan game, VTuber, serta novel. Di setiap produk *pop culture*, pemelajar belajar berbagai macam pengetahuan bahasa. Pada setiap jenis produk *pop culture* terlihat ciri pengetahuan bahasa yang dipelajari sesuai dengan karakter dari produk *pop culture* tersebut. Misalnya, untuk produk *pop culture* anime/film/drama, pemelajar cenderung menggunakan produk tersebut untuk belajar kalimat yang sering digunakan sehari-hari, kosakata, dan pelafalan. Untuk produk *pop culture* berupa lagu, kebanyakan pemelajar menggunakannya sebagai sumber belajar kosakata, frasa, pelafalan dan intonasi. Sedangkan untuk produk *pop culture* manga, pemelajar sebagian besar menggunakannya untuk belajar kosakata, kanji dan kalimat yang sering digunakan sehari-hari. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengajar bahasa Jepang untuk membuat materi ajar menggunakan produk *pop culture* yang tepat dan diminati oleh pemelajar.

**Kata kunci :** pop culture, produk pop culture, sumber belajar, materi ajar, pemelajar bahasa Jepang

**ABSTRACT**

*One of the motivations for learners to learn Japanese is their interest in Japanese pop culture, such as anime, manga, Vtuber, songs, and others. Pop culture products can also be an interesting and motivating learning resource for such learners. This study examines pop culture products used as learning resources for college-level Japanese learners to learn the Japanese language. This study used a quantitative approach with a survey research technique, and the research instrument was a questionnaire. The respondents consisted of 75 college-level Japanese language learners. From the results of this study, it is known that most respondents use pop culture products as a source of learning*

*Japanese (96%). The most used pop culture products are anime, songs, movies, manga, drama and games, VTuber, and novels. In each pop culture product, learners learn various kinds of language knowledge. In each type of pop culture product, there are characteristics of the language knowledge learned according to the character of the pop culture product. For example, for anime/film/drama, learners tend to use them to learn everyday sentences, vocabulary, and pronunciation. For songs, most learners use them as a source of learning vocabulary, phrases, pronunciation, and intonation. As for manga, learners mostly use them to learn vocabulary, kanji, and sentences often used daily. The results of this study are expected to be an input for Japanese language teachers to create teaching materials using pop culture products that are appropriate and in demand by learners.*

**Keyword :** *pop culture, pop culture products, learning resources, learning materials, Japanese language learners*

## PENDAHULUAN

Globalisasi dan perkembangan teknologi telah menyebabkan berkembangnya *pop culture* Jepang di dunia termasuk di Indonesia. *Pop culture* merupakan produk yang mudah dijangkau dan dikenal luas oleh masyarakat, dihasilkan, dan ditampilkan dalam jumlah yang banyak dengan bantuan teknologi [1]. Menurut Storey [2] mengatakan bahwa *pop culture* adalah budaya yang digemari atau disukai banyak orang, dan merupakan budaya komersial yang diproduksi secara massal. Berdasarkan hal ini dapat dikatakan, *pop culture* adalah produk yang diproduksi secara massal, mudah dijangkau, dan digemari atau disukai oleh banyak orang.

Produk *pop culture* mulai berkembang di Indonesia di akhir tahun 1980-an [3]. Sedangkan pemicunya adalah mulai munculnya TV drama Jepang di tahun '90an, diawali dengan drama yang berjudul *Tokyo Love Story* dan *Hitotsu no Yane no Shita* [4]. Bersamaan itu juga berkembang manga yang diterbitkan oleh Elex Media Komputindo yang berjudul *Candy candy* di akhir tahun 1980-an yang diikuti dengan manga Jepang lainnya seperti *Doraemon*, *Kungfu Boy* dan *Dragon Ball* di tahun 1990-an. Tidak hanya itu, anime Jepang juga mulai lebih dikenal sejak munculnya TV swasta di tahun 1990-an di Indonesia yang menayangkan berbagai anime Jepang, seperti *Doraemon*, *Dragon Ball*, *Samurai X*, *Sailor Moon*, dan lain-lain. Diikuti juga semakin dikenalnya musik Jepang, game Jepang, novel Jepang, film Jepang, dan lain-lain. Dengan berkembangnya TIK (Teknologi, Informasi dan Komunikasi) termasuk internet, *pop culture* Jepang semakin dikenal luas dan jenis produknya semakin bervariasi terutama produk-produk *pop culture* yang bersifat digital seperti media sosial (Instagram, Youtube, Tiktok, X, dan lain-lain), VTuber dan lain-lain.

Di awal perkembangannya produk-produk *pop culture* yang berupa manga, anime, dan drama hampir semuanya dialih bahasakan ke dalam bahasa Indonesia, termasuk lagu pembuka dan penutup anime/drama [3]. Lebih lanjut lagi Wahidati et.al., [3] mengatakan bahwa sejak berkembangnya internet, produk *pop culture* menjadi lebih mudah diakses dalam versi asli bahasa Jepang.

Salah satu motivasi pelajar belajar bahasa Jepang adalah ketertarikan terhadap *pop culture* Jepang [3]. Hal ini diperkuat dari hasil penelitian Kobari [5] yang menyatakan

adanya keterkaitan antara motivasi belajar bahasa Jepang dengan *pop culture*. Motivasi belajar melalui *pop culture* ini berpengaruh terhadap pembelajaran mandiri pemelajar melalui produk-produk *pop culture*. Terlebih seperti yang dikatakan sebelumnya, dengan berkembangnya internet, produk *pop culture* dapat diakses dalam bahasa asli Jepang [3], sehingga produk tersebut tidak hanya menjadi motivasi untuk belajar bahasa Jepang, akan tetapi dapat juga dijadikan sumber untuk belajar bagi pemelajar bahasa Jepang. Sumber untuk belajar ini, disebut juga dengan *learning resources*.

Menurut Bušljeta [6] *learning resources* adalah media yang dapat menyajikan dan menyampaikan materi untuk pembelajaran. *Learning resources* dapat berupa gambar, peta, foto, ilustrasi, diagram, films, produk tertulis seperti koran, artikel ilmiah, dan lain-lain termasuk media televisi, komputer games, dan internet. Dari pengertian dan contoh-contoh ini, dapat dikatakan *learning resources* berbentuk produk realia. Produk *pop culture* merupakan produk realia, apabila dijadikan sumber untuk pembelajaran, maka dapat disebut sebagai *learning resources* atau sumber belajar. Tomlinson [7] membedakan antara *learning resources* dan *learning materials*. *Learning materials* adalah segala sesuatu yang dapat digunakan oleh pemelajar bahasa untuk belajar bahasa asalkan mengandung unsur pedagogis, baik itu berupa pertanyaan sederhana atau projek atau tugas lainnya. Apabila tidak mengandung unsur pedagogis maka produk tersebut merupakan *learning resources*.

Penelitian yang terkait dengan penggunaan produk *pop culture* yang digunakan sebagai sumber belajar sudah pernah dilakukan, akan tetapi masih sedikit. Penelitian tersebut diantaranya adalah penelitian Rudy [8] yang membahas mengenai manfaat menggunakan *pop culture* sebagai sumber untuk belajar bahasa Inggris dengan responden pengajar bahasa Inggris. Dalam penelitian ini, hasil diskusi dari para guru menunjukkan bahwa pembelajaran di kelas yang menggunakan produk *pop culture* dapat lebih menarik dan digemari oleh pemelajar. Penelitian ini berfokus pada pengajaran menggunakan produk *pop culture* di kelas dari sisi pengajar, bukan pemelajar. Penelitian yang berfokus pada pemelajar adalah penelitian Hasanah et.al., [9] yang mengkaji tentang penggunaan *pop culture* pada pembelajaran bahasa Korea yang dilihat dari sisi pemelajar. Penelitian ini melihat pemanfaatan *pop culture* Korea dalam pembelajaran bahasa Korea ketika dipelajari sendiri secara mandiri dan ketika digunakan sebagai bahan ajar di kelas oleh pengajar.

Penelitian yang hanya berfokus pada penggunaan produk *pop culture* sebagai sumber belajar oleh pemelajar secara mandiri khususnya di dalam bahasa Jepang belum ditemukan. Sementara, penelitian ini diperlukan untuk memberikan masukan kepada sesama pemelajar khususnya bahasa Jepang mengenai teknik menggunakan produk *pop culture* sebagai sumber belajar. Lebih jauh lagi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan mengenai jenis *pop culture* Jepang yang banyak diminati untuk digunakan, dan unsur pengetahuan bahasa yang dapat dipelajari melalui produk *pop culture*, termasuk kesulitan menggunakan *pop culture* sebagai sumber belajar bahasa Jepang, sehingga dapat memberikan ide bagi para pengajar yang akan menggunakan *pop culture* dalam pengajaran bahasa Jepang. Oleh karena itu, penelitian ini mengusung tema pemanfaatan produk *pop culture* yang digunakan oleh pemelajar bahasa Jepang tingkat perguruan tinggi sebagai sumber belajar (*learning resources*) bahasa Jepang.

### Rumusan masalah

1. Apa sajakah jenis produk *pop culture* yang digunakan oleh pemelajar sebagai sumber belajar bahasa Jepang?
2. Pengetahuan bahasa apa yang dipelajari oleh pemelajar melalui produk *pop culture*?
3. Apa kesulitan yang dirasakan oleh pemelajar ketika memanfaatkan *pop culture* sebagai sumber belajar?

### Tujuan Penelitian

1. Mengkaji jenis produk *pop culture* yang digunakan sebagai sumber belajar oleh pemelajar bahasa Jepang tingkat perguruan tinggi.
2. Mengkaji pengetahuan bahasa yang dipelajari oleh pemelajar melalui produk *pop culture*.
3. Mengkaji kesulitan yang dirasakan oleh pemelajar ketika memanfaatkan *pop culture* sebagai sumber belajar.

### METODE

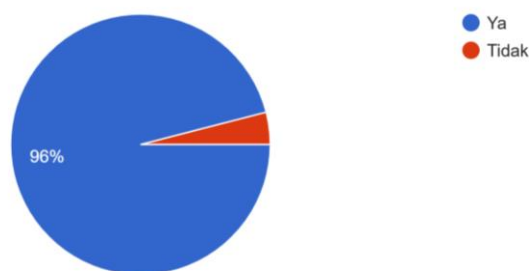
Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik penelitian berupa survei, dan instrumen penelitian berupa kuesioner dengan jumlah 18 pertanyaan. Responden penelitian ini terdiri dari 75 orang pemelajar bahasa Jepang tingkat perguruan tinggi. Penelitian survey merupakan teknik pengumpulan data yang membutuhkan untuk membuktikan sebuah hipotesis atau mencari jawaban berupa pendapat mengenai topik atau isi tertentu. Survey juga merupakan teknik pengumpulan data untuk mendeskripsikan karakteristik populasi yang spesifik [10].

Pertanyaan dalam kuesioner ini merupakan pertanyaan terbuka dan tertutup meliputi pertanyaan tentang produk yang digunakan untuk belajar bahasa Jepang, hal yang dipelajari melalui produk tersebut, dan kesulitan ketika menggunakan produk *pop culture* sebagai sumber belajar bahasa Jepang. Hasil kuesioner kemudian diolah menggunakan *excel* dan dianalisis berdasarkan hasil visualisasi data.

### HASIL

#### Pemanfaatan produk *pop culture* sebagai sumber belajar

Berdasarkan hasil kuesioner diketahui bahwa hampir semua responden menggunakan produk *pop culture* sebagai media untuk belajar bahasa Jepang, yaitu sebanyak 96% (72 responden).

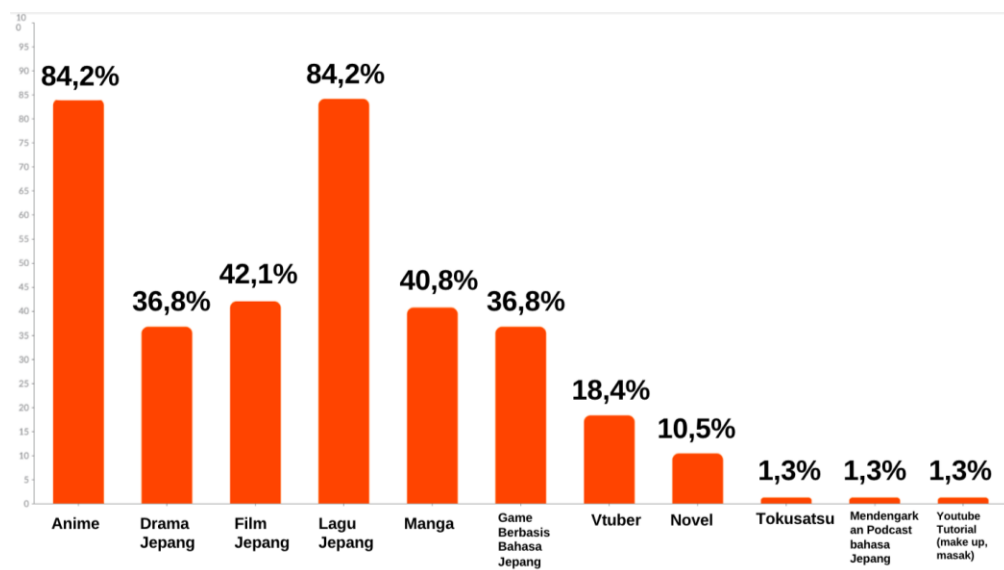


Gambar 1. Penggunaan *Pop Culture* Sebagai Sumber Belajar Bahasa Jepang

Hasil ini menunjukkan bahwa *pop culture* sudah luas dikenal di kalangan pemelajar bahasa Jepang tingkat perguruan tinggi dan menjadi bagian hidup mereka. Selain itu, dari hasil ini juga dapat dikatakan produk *pop culture* dapat menjadi sumber belajar (*learning resources*) bagi pemelajar bahasa Jepang walaupun secara mandiri. Hal ini juga didukung dengan perkembangan teknologi sehingga produk *pop culture* mudah diakses oleh semua orang dimanapun dan kapanpun. Salah satu contohnya adalah seperti yang terlihat pada penelitian Wahidati et.al., [3], yang menunjukkan bahwa anime dan manga menjadi sumber belajar bagi pemelajar bahasa Jepang Sekolah Vokasi, Universitas Gadjah Mada.

### Jenis produk *pop culture* yang sering digunakan untuk belajar bahasa Jepang

Berdasarkan hasil kuesioner dapat terlihat jenis-jenis produk *pop culture* yang sering digunakan oleh pemelajar bahasa Jepang. Jenis *pop culture* yang paling banyak digunakan adalah Anime dan lagu (84,2%), film (42,1%), manga (40,8%), drama dan game (36,8%), Vtuber (18,4%) dan novel Jepang (10,5%), diikuti dengan *Tokusatsu*, *podcast* berbahasa Jepang, dan Youtube tutorial berbahasa Jepang.



Gambar 2. Jenis *pop culture* yang sering digunakan oleh pemelajar bahasa Jepang

Anime dan lagu Jepang menduduki peringkat pertama sebagai sumber belajar bahasa Jepang. Anime sudah lama berkembang di Indonesia dan menarik karena merupakan produk audio visual. Sedangkan lagu Jepang populer digunakan untuk belajar karena salah satunya tidak lepas dari populernya lagu tema pembuka dan penutup anime atau anisong serta drama dan film Jepang yang ditonton. Film kurang digunakan sebagai sumber belajar dibandingkan dengan anime karena anime lebih populer di kalangan para pemelajar bahasa Jepang. Sementara manga, sering digunakan karena berkembangnya manga berbahasa Jepang yang dapat diakses secara online. Setelah manga, produk *pop culture* yang banyak dipakai adalah game dan drama Jepang.

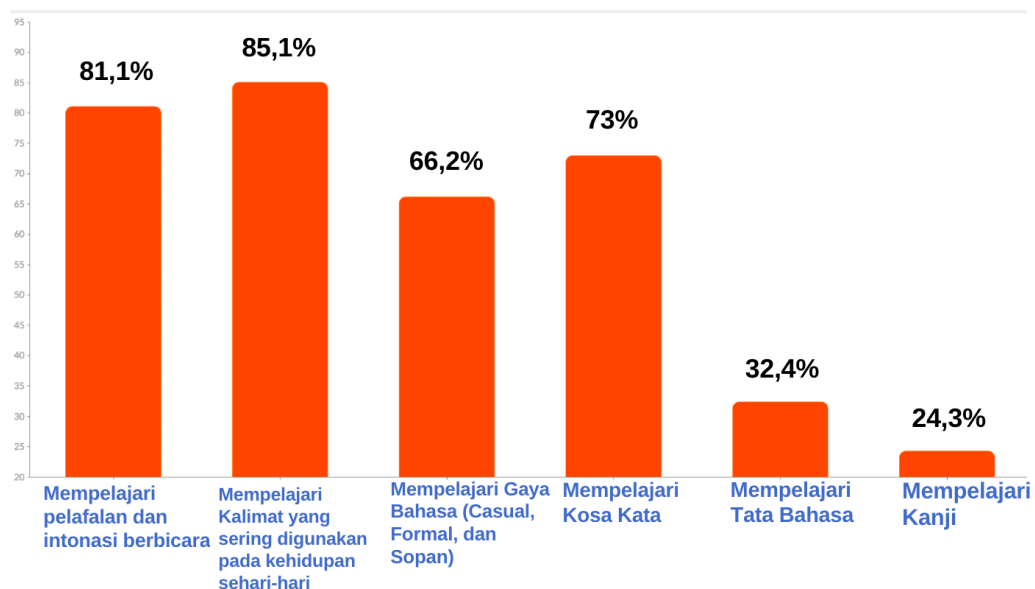
Game sudah menjadi bagian kehidupan pemelajar yang lahir antara 2002 dan 2005 game. Menurut Peta Ekosistem Industri Game tahun 2021, pemain game aktif secara

umum didominasi oleh usia muda. Sementara, jumlah pemain game di Indonesia mencapai 175.1 juta orang di tahun 2021 dan diperkirakan akan meningkat mencapai 192.1 juta orang di tahun 2025. Sehingga dapat diperkirakan banyak pemelajar yang merupakan pemain game baik aktif maupun tidak aktif [11]. Dengan adanya fasilitas merubah versi bahasa dari bahasa asal game tersebut dibuat menjadi bahasa yang pemain inginkan seperti bahasa Jepang, maka games semakin menjadi media yang menarik untuk belajar. Sehingga banyak pemelajar yang menggunakan game sebagai sumber belajar. Sedangkan drama, dibandingkan film, lebih panjang karena biasanya terdiri dari beberapa episode. Akan tetapi dibandingkan dengan anime, drama Jepang kurang populer sehingga menduduki peringkat 4 dibanding anime dan film.

Selain produk yang memang sudah lama dikenal, produk *pop culture* yang relatif baru seperti Vtuber juga digunakan sebagai sumber belajar, karena produk ini menggunakan visual berupa karakter anime *style* dengan konten yang beragam seperti *podcast*, konten khusus belajar bahasa Jepang, nyanyi, main game, dll, sehingga menarik untuk dijadikan sumber belajar. Produk yang jarang diminati oleh para pemelajar bahasa Jepang adalah novel. Karena hanya berisi teks sehingga kurang menarik dan lebih sulit menangkap konteksnya.

#### **Pengetahuan bahasa yang dipelajari dari produk *pop culture***

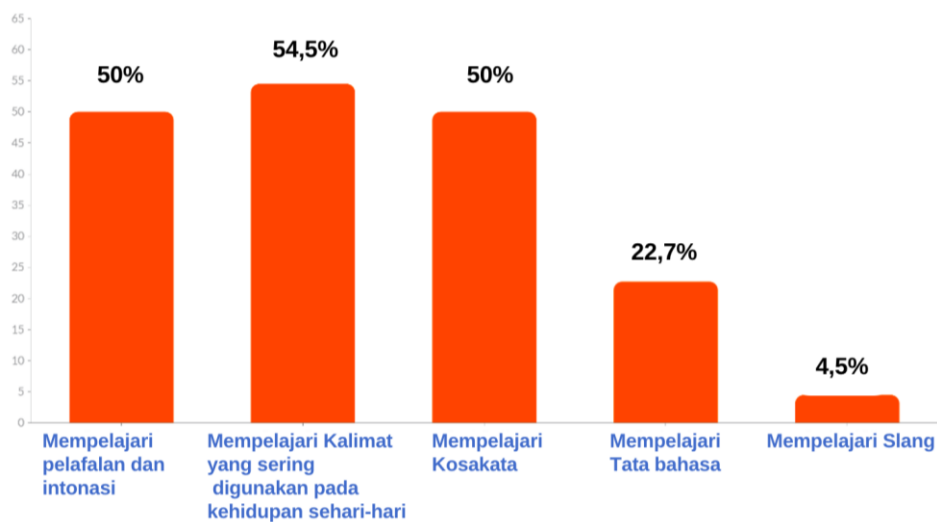
Pengetahuan bahasa yang dipelajari dari produk *pop culture* anime, drama dan film adalah mempelajari kalimat yang sering digunakan pada kehidupan sehari-hari (85,1%). Alasan kenapa banyak yang memilih anime, drama dan film sebagai media untuk pembelajaran bahasa Jepang karena mereka bisa melihat atau menemukan kalimat yang digunakan oleh penutur asli di dalam kehidupan sehari-hari dari berbagai konteks secara langsung. Anime merupakan produk audio visual dengan gambar 2D maupun 3D yang mampu membuat menarik perhatian banyak orang, sehingga ketika belajar melalui anime, pembelajaran menjadi lebih menarik. Tidak hanya itu, karena anime, drama dan film menggunakan *voice over* orang Jepang langsung, maka pemelajar bisa mempelajari intonasi dan pelafalan (81.1%) sebagaimana yang penutur asli lakukan. Dengan cara ini, pembelajar bahasa Jepang setidaknya mampu untuk meniru gaya bahasa orang Jepang. Pembelajaran dari anime, drama dan film juga mampu untuk memperkaya pengetahuan terkait kosakata bahasa Jepang (73%). Banyak kosakata yang bisa didapat melalui menonton anime daripada hanya belajar dari buku. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Wahidati et.al., [3], yang menunjukkan bahwa pemelajar dapat belajar kosakata, dan penggunaan kata serta ekspresi bahasa Jepang melalui konteks atau dapat juga dikatakan pemelajar dapat belajar percakapan sehari-hari di dalam sebuah konteks. Contohnya belajar percakapan sehari-hari melalui anime yang mengandung percakapan antara teman sekelas yang menggunakan bahasa kasual.



Gambar 3. Pengetahuan bahasa yang dipelajari dari anime, film, dan drama

Ada beberapa cara yang dapat dilakukan ketika belajar melalui media anime, drama dan film Jepang. Dari hasil jawaban pertanyaan terbuka mengenai cara belajar bahasa Jepang melalui anime, film dan drama didapat jawaban diantaranya adalah dengan mencatat kosakata baru yang tidak dimengerti, mencari artinya di internet, menirukan gaya bicara yang terdapat di anime, *shadowing*, dan lain-lain.

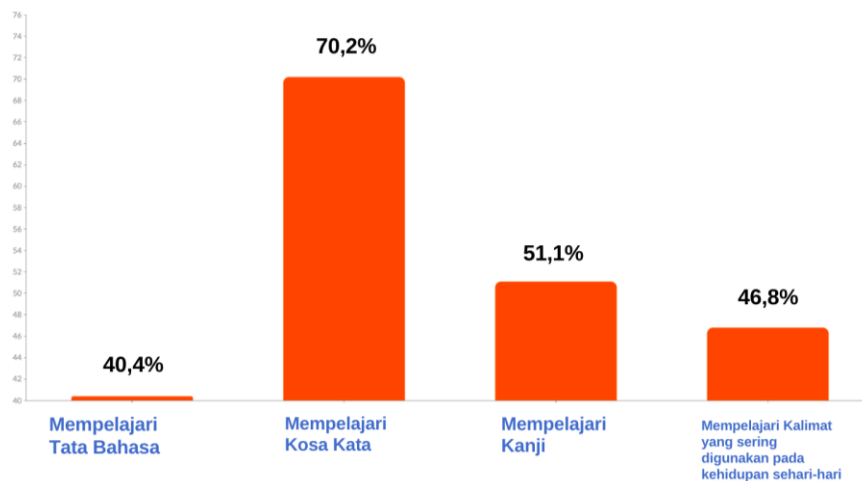
Terdapat persamaan antara media anime, drama, film dan Vtuber. Keempat produk ini sama-sama menggunakan audio visual yang menjadi daya tarik bagi pemelajar bahasa Jepang. Hal yang banyak dipelajari oleh pemelajar melalui media Vtuber adalah mempelajari kalimat sehari-hari (54,5%), pelafalan dan intonasi (50%) dan kosakata (50%) serta tata bahasa. Yang membedakan Vtuber dengan anime, film dan drama selain menggunakan avatar, adalah Vtuber sering melakukan interaksi langsung dengan penontonnya dan konten Vtuber dapat beragam contohnya adalah aktivitas bermain game, bernyanyi, *podcast* bahkan mengajar bahasa Jepang. Avatar pada konten-konten ini menggunakan *voice over* penutur bahasa Jepang asli, sehingga pemelajar dapat belajar kalimat-kalimat yang digunakan setiap hari, pelafalan dan intonasi serta kosakata yang alami sering dipakai. Pembelajaran kosakata melalui vtuber ini juga terlihat pada hasil penelitian Adzania et.al., [12]. Lebih jauh lagi Adzania et.al., [12] menyatakan dengan menonton Vtuber, pemelajar tidak hanya belajar, tetapi dapat sekaligus mendapatkan hiburan.



Gambar 4. Pengetahuan bahasa yang dipelajari dari Vtuber

Produk *pop culture* yang menjadi sumber belajar bahasa Jepang yang lain adalah manga. Berdasarkan hasil survey, diketahui bahwa para pelajar banyak menggunakan manga sebagai media belajar kosakata (70,2%), kanji (51,1%) dan kalimat sehari-hari (46,8%). Manga menarik perhatian pelajar untuk dipelajari karena tidak hanya berisi teks, akan tetapi juga gambar yang saling berhubungan untuk membuat satu cerita. Karena manga tidak ada unsur audio, pelajar hanya bergantung pada teks dan gambar untuk memahami manga. Sementara, teks pada manga banyak menggunakan kanji tanpa cara baca sehingga ketika belajar melalui manga, pelajar fokus pada kosakata dan kanji saja. Walaupun demikian, karena manga berisi cerita yang terkait dengan kehidupan, pelajar juga dapat mempelajari kalimat-kalimat yang digunakan sehari-hari.

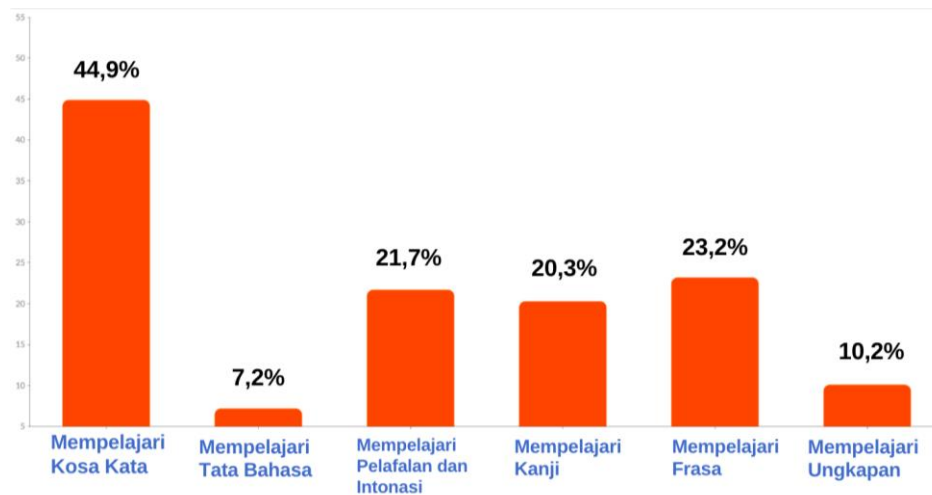
Cara pelajar belajar bahasa Jepang melalui manga adalah dengan mencatat kosakata dan kanji serta menerjemahkan kosakatanya melalui aplikasi penerjemah online dan lain-lain. Dari hasil kuesioner, dapat disimpulkan bahwa manga sebagai sumber belajar bahasa Jepang diperkuat dengan hasil penelitian Wahidati et.al., [3], yang menyatakan bahwa manga sebagai salah satu sumber belajar kosakata. Menurut penelitian Suzuki [13], tokoh-tokoh di dalam manga terdiri dari karakter yang berbeda. Karakter yang khas pada setiap tokoh membuat penggunaan bahasa dalam percakapan antar tokoh di manga memiliki ciri khas sesuai dengan konteksnya. Oleh karena itu pelajar bahasa Jepang yang menggunakan media manga sebagai pembelajaran, dapat mempelajari penggunaan bahasa dalam percakapan di berbagai konteks atau mempelajari kalimat yang digunakan sehari-hari.



Gambar 5. Pengetahuan bahasa yang dipelajari dari manga

Produk *pop culture* selanjutnya yang digunakan sebagai sumber belajar bahasa Jepang adalah lagu, melalui lagu para pemelajar dapat mempelajari kosakata (44,9%), frasa (23,2%), pelafalan dan intonasi (21,7%). Lagu sering digunakan untuk belajar bahasa karena memiliki durasi yang pendek, mudah diakses karena *platform* untuk mendengarkan musik juga sudah banyak. Berdasarkan hasil survey, diketahui bahwa pemelajar banyak menggunakan lagu untuk belajar kosakata, frasa, pelafalan serta intonasi, dan lain-lain. Banyak dari pemelajar yang mendengarkan lagu tidak secara rinci, tetapi hanya ingin mengetahui makna secara garis besarnya saja, untuk itu mereka memilih fokus pada pemahaman kosakata dan frasa. Selain itu, karena sebuah lagu mengandung ritme, maka pemelajar bisa mempelajari pelafalan dan intonasi.

Cara yang paling banyak digunakan untuk belajar melalui media lagu adalah dengan mencatat dan mencari makna kosakata yang tidak diketahui. Dengan mendengarkan lagu berulang kali, pemelajar secara tidak langsung dapat menghafal kosakata. Namun, jika didengar berulang kali tetapi terdapat lirik yang tidak terdengar dengan jelas di telinga, responden akan mencatat dan mencari artinya di internet apabila terdapat kosakata yang tidak diketahui. Hal ini, sesuai dengan penelitian Nurpratama [14] yang meneliti tentang hal yang dipelajari pemelajar melalui lagu berdasarkan pengalaman responden. Pada penelitian ini ditemukan salah satu yang dipelajari pemelajar melalui lagu adalah kosakata.

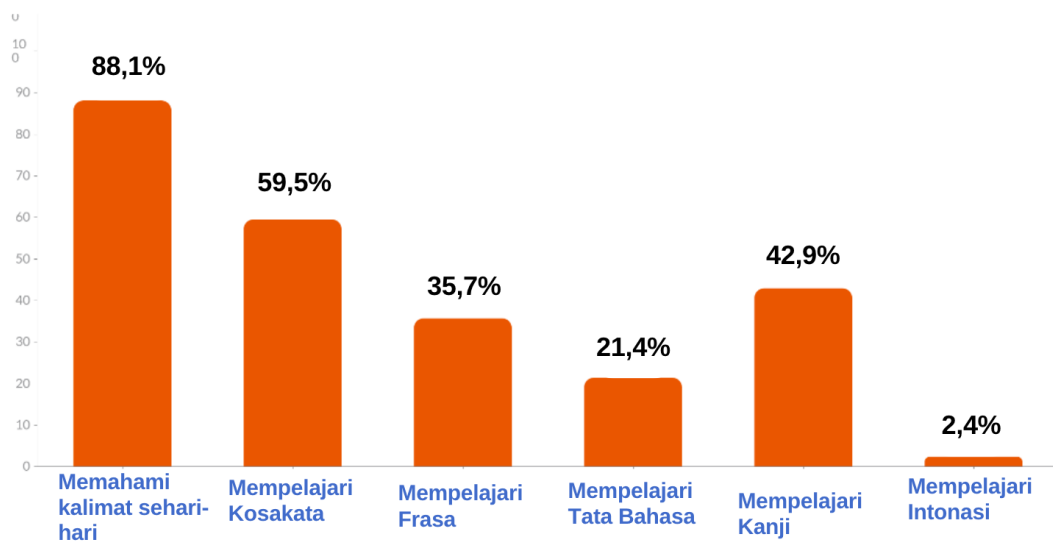


Gambar 6. Pengetahuan bahasa yang dipelajari dari lagu

Produk *pop culture* yang menjadi sumber belajar bahasa Jepang yang lain adalah game. Terdapat ciri khusus yang membedakan game dengan produk *pop culture* lain nya. Sama seperti Vtuber, pemain game dapat berinteraksi langsung dengan karakter di dalam game tersebut. Di dalam beberapa game Jepang, pemain dapat menanggapi dialog karakter dengan memilih respon sendiri. Sehingga, pemain game tidak hanya mendapatkan hiburan, akan tetapi secara tidak langsung dapat mempelajari bahasa Jepang.

Hal yang didapat ketika belajar bahasa Jepang melalui game adalah mampu belajar kalimat sehari-hari (88,1%). Tidak hanya itu, melalui media game, pemelajar dapat juga mempelajari kosakata (59,5%) dan kanji baru (42,9%) yang mungkin tidak terdapat pada buku. Dari hasil survey diketahui bahwa cara responden belajar bahasa Jepang melalui game adalah mencatat serta mencari makna kosakata maupun frasa yang terdapat pada game.

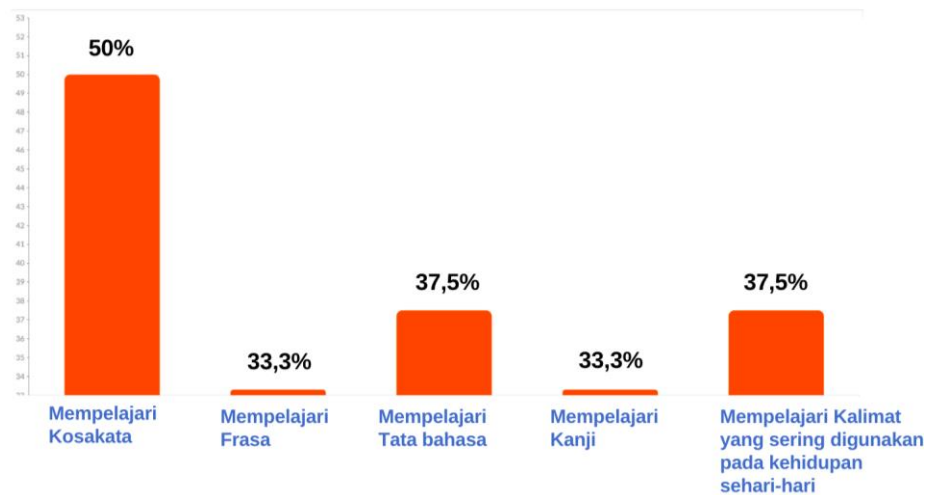
Menurut penelitian Husna et.al., [15] selain kosakata melalui media game, pemelajar dapat belajar kata atau frasa melalui konteks dan interaksi di dalam tim. Hal ini berarti, interaksi di dalam game bentuknya adalah percakapan. oleh karena itu, penelitian ini menguatkan bahwa melalui game dapat belajar kalimat sehari-hari serta kosakata. Media digital game yang digunakan oleh Husna et.al., [15] menggunakan bahasa Arab yang berbeda dengan bahasa Jepang, apabila game tersebut bahasa Jepang yang mempunyai karakter yang berbeda dengan bahasa Arab, antaranya huruf yang menggunakan kanji, maka pemelajar bahasa Jepang dapat belajar kanji melalui game.



Gambar 7. Pengetahuan bahasa yang dipelajari dari game

Novel merupakan salah satu produk *pop culture* yang digunakan sebagai sumber belajar bahasa Jepang. Hanya sebagian orang saja yang menggunakan novel sebagai media belajar bahasa Jepang karena tidak adanya gambar dan hanya teks saja membuat para pembaca tidak tertarik untuk membaca novel. Tidak hanya itu, untuk pemelajar pemula, banyak ditemukan kosakata yang sulit untuk dipahami. Karena novel hanya terdiri dari huruf saja, maka harus menggunakan imajinasi untuk memahami konteks. Oleh karena itu, ketika pembaca tidak bisa menginterpretasikan makna dari sebuah kalimat, maka dia akan lebih sulit untuk memahami makna kalimat selanjutnya. Hal ini sesuai dengan penelitian Chaffin et.al., [16].

Selain itu karena terbatasnya akses untuk membaca novel berbahasa Jepang di website, banyak pemelajar bahasa Jepang cenderung lebih memilih manga yang bergambar dan tidak monoton. Dari hasil survey diketahui bahwa melalui novel, responden belajar kosakata (50%), tata bahasa dan kalimat yang digunakan sehari-hari (37,5%) serta dapat mempelajari frasa dan kanji baru (33,3%). Dari segi cara belajar, diketahui bahwa salah satu yang dilakukan oleh pemelajar adalah menggaris bawahi atau mencatatnya di buku lalu mencoba membuat kalimat dari kosakata yang baru ditemui lalu mencari maknanya.



Gambar 8. Pengetahuan bahasa yang dipelajari dari novel

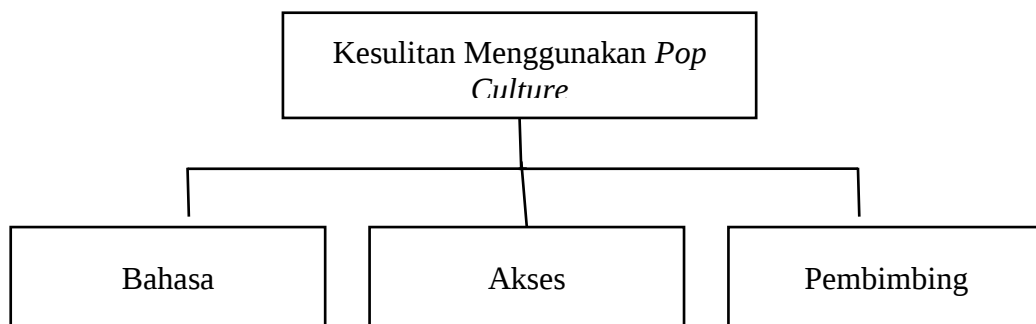
Berdasarkan data yang diperoleh, dapat diketahui bahwa pengetahuan bahasa yang dipelajari oleh pelajar tergantung dari karakter atau ciri-ciri produk *pop culture* yang dijadikan *learning resources*. Pelajar cenderung memanfaatkan produk *pop culture* seperti anime, drama, film, game, dan Vtuber yang mempunyai alur cerita dan berupa audio visual untuk mempelajari kalimat sehari-hari. Sedangkan, produk *pop culture* seperti manga dan novel yang juga mempunyai alur cerita, tapi hanya berfokus pada teks dan visual saja, cenderung dijadikan media belajar kosakata oleh pelajar. Untuk produk *pop culture* berupa lagu, mempunyai ciri yang khusus yaitu berdurasi pendek sehingga dapat diputar berulang-ulang. Selain itu, di dalam sebuah lagu sering terdapat kosakata yang muncul berulang-ulang. Hal ini menyebabkan lagu menjadi media yang mudah untuk mempelajari kosakata.

Di samping itu, ketika sebuah lagu disukai dan mengandung lirik yang sesuai dengan apa yang dirasakan pendengarnya maka, kosakata yang dipelajari melalui lagu tersebut akan lebih mudah untuk diingat. Oleh karena itu, pelajar cenderung menggunakan lagu untuk mempelajari kosakata. Hal ini diperkuat oleh hipotesa Krashen [17] tentang saringan afektif (*affective filter*) yang mengatakan pembelajaran bahasa dapat terganggu oleh kondisi emosional pelajar. Apabila pelajar merasa tidak nyaman, panik, stress atau tidak senang maka akan sulit menyerap apa yang dipelajari. *Pop culture* yang merupakan media hiburan, apabila digunakan sebagai sumber belajar, dapat membuka filter pelajar. Terutama untuk produk *pop culture* yang disukai oleh pelajar. Sebagaimana yang kita ketahui, *learning resources* berupa *pop culture* merupakan media realia yang otentik sehingga untuk memahaminya cukup berat, terutama untuk level menengah ke bawah, akan tetapi apabila *pop culture* digunakan sesuai dengan preferensi pelajar, maka dapat membuat senang dan rileks, sehingga akan memperluas saringan afektif pelajar yang akhirnya dapat menerima *comprehensible input* dari produk *pop culture* yang dipelajari.

### Kesulitan yang dihadapi saat belajar bahasa Jepang menggunakan produk *pop culture*

Berdasarkan hasil kuesioner, kesulitan yang dihadapi ketika pemelajar belajar bahasa Jepang menggunakan *pop culture* dapat dibagi menjadi 3 kategori. Pertama adalah kesulitan terkait dengan bahasa, yang kedua akses untuk mendapatkan produk *pop culture*, dan yang ketiga adalah tidak adanya pembimbing. Kesulitan terkait dengan bahasa terdiri dari kesulitan memahami konteks, dialek, ungkapan dengan makna tersirat, kecepatan berbicara penutur asli Jepang, kesulitan membedakan makna kata yang memiliki homonim, dan kesulitan membaca kanji.

Kesulitan terkait dengan bahasa sangat erat hubungannya dengan sifat produk *pop culture* yang merupakan media realia. Media realia merupakan media nyata yang ada di dalam kehidupan sehari-hari yang digunakan sebagai *learning resources*, sehingga akan sulit digunakan terutama untuk pemelajar yang kemampuannya masih pemula. Oleh karena itu, masih ada pemelajar yang merasa memerlukan pembimbing untuk membantu belajar melalui media *pop culture*. Kesulitan mengenai akses dapat dirasakan oleh pemelajar karena beberapa produk *pop culture* tidak dapat diakses secara luas atau memerlukan biaya tambahan.



Gambar 9. Kesulitan yang dihadapi saat belajar bahasa Jepang menggunakan produk *pop culture*

### SIMPULAN

Berdasarkan hasil survey dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menggunakan produk *pop culture* sebagai sumber belajar bahasa Jepang secara mandiri di luar kelas. Produk *pop culture* tersebut diantaranya adalah anime, lagu, film, manga, drama, game, Vtuber dan novel Jepang. Selain itu terlihat juga pemelajar yang menggunakan *Tokusatsu*, *podcast* berbahasa Jepang, dan Youtube tutorial berbahasa Jepang sebagai sumber belajar bahasa Jepang. Dari sini terlihat keberagaman produk *pop culture* yang digunakan, termasuk produk *pop culture* yang terkini seperti Vtuber.

Pengetahuan bahasa yang dipelajari oleh pemelajar tergantung dari karakter atau ciri-ciri produk *pop culture* yang dijadikan *learning resources*. Untuk produk *pop culture* yang berbasis pada alur cerita dan audio visual pengetahuan bahasa yang paling banyak dipelajari adalah kalimat yang digunakan sehari-hari. Sedangkan untuk produk *pop culture* yang berbasis alur cerita tetapi berbentuk teks dan visual saja yang paling banyak dipelajari adalah kosakata. Hal ini sama dengan produk *pop culture* berupa lagu. Penggunaan produk *pop culture* sebagai sumber belajar tidak mudah karena ada beberapa

kesulitan yang dirasakan oleh pemelajar, yaitu kesulitan terkait dengan bahasa, akses, dan tidak adanya pembimbing secara mandiri di luar kelas.

Seiring dengan perkembangan teknologi, *pop culture* semakin dikenal luas, dan jenis produk *pop culture* juga semakin banyak. *Pop culture* sudah menjadi bagian dari kehidupan pemelajar. Dengan menggunakan *pop culture* sebagai sumber belajar, dapat meningkatkan motivasi pemelajar serta mengurangi stres belajar karena tidak membosankan, menyenangkan dan menambah kreativitas pemelajar. Oleh karena itu pemanfaatan produk *pop culture* sebagai sumber belajar sudah tidak dapat dihindari baik secara mandiri di luar kelas maupun di dalam kelas. Akan tetapi karena produk *pop culture* merupakan media realia, maka diperlukan strategi dan teknik khusus untuk memanfaatkannya sebagai bahan ajar di dalam kelas. Untuk membantu pemelajar yang belajar secara mandiri di luar kelas, pengajar perlu memberikan pengetahuan strategi belajar kepada pemelajar, agar dapat lebih efektif. Salah satu yang bisa dilakukan dengan membuat komunitas sehingga bisa belajar bersama.

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan kepada pengajar mengenai jenis produk *pop culture* apa saja yang biasa digunakan pemelajar dan bagaimana cara pemelajar memanfaatkannya untuk belajar, sehingga bisa dijadikan referensi untuk membuat bahan ajar di kelas yang sesuai dengan minat dan gaya belajar pemelajar dan efektif.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ariel. Heryanto, *Budaya populer di Indonesia : mencairnya identitas pasca-orde baru*. Jalasutra, 2012.
- [2] J. Storey, "Cultural Theory and Popular Culture An Introduction Fifth Edition," p. 5, 2009.
- [3] L. Wahidati, M. Kharismawati, and A. O. Mahendra, "PENGARUH KONSUMSI ANIME DAN MANGA TERHADAP PEMBELAJARAN BUDAYA DAN BAHASA JEPANG," vol. 7, no. 1, 2018.
- [4] N. Novianti, "DAMPAK DRAMA, ANIME, DAN MUSIK JEPANG TERHADAP MINAT BELAJAR BAHASA JEPANG," 2007.
- [5] N. Kobari, "PENELITIAN DASAR TERHADAP MOTIVASI MAHASISWA YANG MEMILIH KEAHLIAN PENDIDIKAN BAHASA JEPANG," 2014.
- [6] R. Bušljeta, "Effective Use of Teaching and Learning Resources," *Czech-polish historical and pedagogical journal*, vol. 5, no. 2, Jul. 2013, doi: 10.2478/cphpj-2013-0014.
- [7] B. Tomlinson, "Materials Development in Language Teaching CAMBRIDGE LANGUAGE TEACHING LIBRARY," 2011. [Online]. Available: [www.cambridge.org/elt/cltl](http://www.cambridge.org/elt/cltl)
- [8] Rudy, "Memanfaatkan Budaya Populer sebagai Media untuk Belajar Bahasa Inggris di Kalangan Pelajar," vol. 4, 2024, doi: 10.55382/jurnalpustakamitra.v4i6.806.
- [9] U. Hasanah, M. Kharismawati, S. Vokasi, and U. Gadjah Mada, "Penggunaan Budaya Pop Korea dalam Proses Pembelajaran Bahasa

- Korea bagi Mahasiswa dengan Gaya Belajar Campuran,” 2019. [Online]. Available: <https://jurnal.ugm.ac.id/jla>
- [10] L. Gay R, G. Mills E, and P. Airasian, “EDUCATIONAL RESEARCH: Competencies for Analysis and Applications,” 2011.
- [11] Admin Aptika, “IGDX 2022 Picu Daya Saing Pengembang Game Lokal,” [aptika.kominfo.go.id](https://aptika.kominfo.go.id). Accessed: Jan. 18, 2025. [Online]. Available: <https://aptika.kominfo.go.id/2022/10/igdx-2022-picu-daya-saing-pengembang-game-lokal/>
- [12] J. I. Adzania and A. Arianingsih, “DAMPAK MENONTON VTUBER TERHADAP PENGHEMAT BUDAYA POPULER JEPANG DI BANDUNG,” 2022.
- [13] Y. Suzuki, “Japanese for JFL (Japanese as a Foreign Language) Learners through Japanese Pop-culture —Using Japanese Manga—,” vol. 1, 2014.
- [14] D. E. Nurpratama, “LEARNING VOCABULARY THROUGH SONGS,” 2019.
- [15] I. Husna, Z. Maiza, S. R. Febriani, R. S. Dinata, and F. F. Amri, “Digital Game-based Learning: Exploring the Use of Mobile Legends in Arabic Language Skills,” *Al-Ta'rib : Jurnal Ilmiah Program Studi Pendidikan Bahasa Arab IAIN Palangka Raya*, vol. 12, no. 1, pp. 1–16, Jun. 2024, doi: 10.23971/altarib.v12i1.8015.
- [16] R. Chaffin, R. Morris K, and R. Seely E, “Learning New Word Meaning From Context: A Study of Eye Movements,” vol. 27, 2001.
- [17] S. D. . Krashen, *Principles and practice in second language acquisition*. Pergamon, 1985.