

PENGUNAAN REALIA LABEL HARGA ZEIKOMI (税込) DAN ZEINUKI (税抜) DALAM PEMAHAMAN LINTAS BUDAYA JEPANG-INDONESIA

Bertha Nursari

Program Studi Sastra Jepang Fakultas Sastra Universitas Darma Persada
Jl. Raden Inten No. 1 Jakarta Timur
(bertha.nursari@gmail.com)

ABSTRACT

In Japanese language teaching, either in Japan and outside Japan, the teachers are faced learners who have different cultures both in terms of *mieru bunka* (見える文化 visible culture) and *mienai bunka* (見えない文化 invisible culture). As teachers who teach foreign languages and learners who study foreign languages, both parties should not ignore culture that also appears in the learning process of foreign languages (Yashiro, K & Sera, T., 2010). This paper will examine the use of *zeikomi* (税込 price include tax) and *zeinuki* (税抜 price exclude tax) price label realia in terms Japanese-Indonesian intercultural understanding. The method which used in this paper is literary research. Some terms that appear in everyday life such as *zeikomi* (税込)、*zeinuki* (税抜き), *B hin* (B 品, B quality)、*wake ari shouhin* (分けあり商品 imperfect product) are used as vocabulary inputs in class activities. The term *zeikomi*, *zeinuki*, *B hin* and *wake ari shouhin* are examples of *mienai bunka* will provide intracultural understanding to learners. This paper shows that using realia can make classroom's activities more interesting.

Keywords: intercultural understanding, A2 level, conversation, mienai/mieru bunka, price tag

ABSTRAK

Dalam pengajaran bahasa Jepang baik di dalam negara Jepang maupun di luar Jepang, pengajar berhadapan dengan pemelajar yang memiliki budaya yang berbeda baik dalam *mieru bunka* (見える文化 budaya yang terlihat) dan *mienai bunka* (見えない文化 budaya yang tak terlihat). Baik sebagai pengajar yang mengajarkan bahasa asing dan pemelajar yang mempelajari bahasa asing, kedua belah pihak tidak boleh mengabaikan budaya yang juga ikut muncul dalam proses pembelajaran bahasa asing tersebut (Yashiro, K & Sera, T., 2010). Makalah ini akan membahas tentang Penggunaan Realia Label Harga Zeikomi (税込 harga sesudah pajak) dan Zeinuki (税抜 harga sebelum pajak) dalam Pemahaman Lintas Budaya Jepang-Indonesia. Metode yang digunakan dalam makalah ini adalah studi pustaka. Beberapa istilah yang ditemukan dalam kehidupan sehari-hari seperti *zeikomi* (税込 harga sesudah pajak)、*zeinuki* (税抜き harga sebelum pajak)、*B hin* (B 品 barang kualitas B)、*wake ari shouhin* (分けあり商品 produk cacat) digunakan sebagai masukan kosakata dalam kegiatan di kelas. Istilah *zeikomi*, *zeinuki*, *B hin*, dan *wake ari shouhin* merupakan contoh dari *mienai bunka* (見えない文化) yang akan memberikan pemahaman lintas budaya pada pemelajar. Dalam makalah ini

ditemukan hasil bahwa penggunaan realia mampu menjadikan kegiatan kelas lebih menarik.

Kata kunci : pemahaman lintas budaya, level A2, percakapan, *mienai/mieru bunka*, price tag

PENDAHULUAN

Dalam pengajaran bahasa Jepang baik di dalam negara Jepang maupun di luar Jepang, pengajar berhadapan dengan pemelajar yang memiliki budaya yang berbeda dalam hal budaya yang terlihat, *mieru bunka* (見える文化) dan budaya yang tidak terlihat, *mienai bunka* (見えない文化) (Kojima, Kinoshita & Fujii, 2018). *Mieru bunka* berarti budaya yang terlihat, umumnya adalah budaya yang biasa kita hadapi, dan sebaliknya *mienai bunka* adalah budaya yang tidak terlihat karena dianggap sebagai sesuatu yang lazim oleh pemilik budaya tersebut. Karena adanya perbedaan yang tidak terlihat ini, seringkali terjadi kesalahpahaman ketika dua pihak dengan latar kebudayaan berbeda saling bertemu. Dalam pembelajaran bahasa asing, budaya juga ikut muncul dalam proses pembelajaran tersebut. Sehingga baik pengajar dan pemelajar tidak boleh mengabaikan budaya yang menyertai bahasa asing yang tengah dipelajari (Yashiro, K & Sera, T., 2010).

Budaya yang berbeda ini diajarkan oleh pengajar melalui pemahaman lintas budaya, yang dalam bahasa Jepang disebut *ibunkarikai* (異文化理解). Pemahaman lintas budaya ini juga merujuk pada komunikasi lintas budaya (*intercultural communication*). Komunikasi lintas budaya sendiri adalah proses komunikasi yang terjadi antarpihak yang memiliki latar belakang budaya yang berbeda, baik karena mereka berasal dari negara berbeda atau memiliki budaya berbeda kendati berada dalam satu negara (Perry & Southwell, 2011).

Realia dianggap sebagai salah satu alat yang digunakan dalam pengajaran bahasa asing yang dapat mengakomodir *mieru bunka*, *mienai bunka* dan *ibunka rikai*. Realia menurut Hadi (2018) terdiri dari benda-benda aktual atau barang nyata yang dapat digunakan di dalam kelas sebagai alat bantu pemerolehan dan produksi bahasa. Realia digunakan sebagai objek atau kegiatan oleh pengajar untuk menunjukkan situasi kehidupan nyata demi membantu pemelajar memahami budaya orang lain, situasi, dan kehidupan di dunia nyata. Penggunaan realia

dianggap dapat menciptakan atmosfir kelas yang menyenangkan sehingga target pembelajaran dapat tercapai secara efisien (Hadi, 2018). Penggunaan objek dan materi asli dapat memberikan pemelajar pengalaman akan situasi sebenarnya dalam dunia nyata kendati dalam atmosfir kelas. Proses pemberian *input* (masukan) berupa realia ini dapat mempercepat proses pembelajaran mereka (Hadi, 2018). Kondo (2008) menyebutkan kelebihan dari realia adalah: (1) realia adalah materi ajar yang konkrit, (2) realia mudah dipahami oleh pemelajar karena dekat dengan kehidupan sehari-hari. Dalam pengajaran bahasa Jepang, penggunaan realia sendiri umumnya digunakan pada tingkat menengah dan tingkat lanjut. Realia sering digunakan dalam aktivitas kelas seperti dalam permainan peran (*role play*) (Kondo, 2008).

Dengan melihat adanya hubungan antarpemahaman lintas budaya, pengajaran bahasa asing dengan menggunakan realia, penulis tertarik untuk membahas tentang penggunaan realia label harga *zeikomi* dan *zeinuki* dalam aktivitas kelas. Penulis memilih realia label harga *zeikomi* dan *zeinuki* karena ditemukan perbedaan yang mencolok antarlabel harga produk yang ada di Jepang dan Indonesia. Sebagai contoh, ketika melakukan aktivitas berbelanja di Indonesia, kita sudah terbiasa membayar sesuai dengan harga yang tercantum, tetapi ketika melakukan aktivitas berbelanja di Jepang, maka ada dua harga yang tercantum pada label harga. Adanya dua harga yang tercantum pada label harga produk yang ada di Jepang ini umumnya tidak disadari oleh pihak-pihak yang belum pernah melakukan aktivitas berbelanja di Jepang. Diharapkan dengan adanya pembahasan mengenai label harga *zeikomi* (税込) dan *zeinuki* (税抜) pemelajar di Indonesia dapat mengetahui bahwa ada perbedaan kebudayaan berupa “label harga” yang ditemui dalam konteks pemahaman lintas budaya Jepang dan Indonesia. Lalu, label harga ini dapat digunakan sebagai realia dalam kegiatan kelas sehingga pemelajar dapat merasakan situasi kehidupan nyata dalam atmosfer kelas.

Penelitian sebelumnya banyak membahas tentang kelebihan realia dalam pengajaran bahasa asing, terutama bahasa Inggris (Bably & Nusrat (2017) dan Hadi (2018). Sedangkan Kondo (2008) membahas penggunaan realia secara umum dalam pengajaran bahasa Jepang. Makalah ini sendiri akan membahas tentang kegiatan menggunakan realia dalam pengajaran bahasa Jepang dengan

memodifikasi bahan ajar dari buku *Sugu Tsukaeru [Realia • Nama Kyouzai]* Aidea Jo (2006) dengan menggunakan realia berupa label harga sesudah pajak dan sebelum pajak.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi pustaka (*literary research*). Penulis berusaha untuk mengkaji penggunaan realia label harga *zeikomi* dan *zeinuki* dan bagaimana proses pemahaman lintas budaya berlangsung melalui media realia ini serta kegiatan yang dapat digunakan di kelas untuk memberikan pemahaman lintas budaya pada pemelajar. Penggunaan realia ini sendiri bertujuan untuk menjadikan kegiatan di kelas terasa nyata bagi pemelajar.

TINJAUAN TEORITIS

I. *IBUNKARIKAI* (異文化理解)

Ibunka rikai (異文化理解) (*intercultural understanding*) atau pemahaman lintas budaya adalah pemahaman akan perbedaan budaya yang ada. Di dalam budaya (文化 *bunka*), ada budaya yang terlihat (*mieru bunka*) dan budaya tidak terlihat (*mienai bunka*). Perbedaan antarkedua hal ini jika diibaratkan sebagai gunung es, maka *mienai bunka* lebih banyak berada di bagian bawah gunung es. Berikut adalah tabel yang memuat tentang *mieru bunka* dan *mienai bunka*.

Tabel 1. Fenomena Gunung Es Budaya Terlihat dan Budaya Tidak Terlihat

Jika Budaya Diibaratkan Gunung Es	
Bagian yang Terlihat	Musik, Budaya, Bahasa, Tarian, Gambar, Tempat Tinggal, Makanan
Bagian yang Tidak Terlihat	Kesadaran, Kontak Mata, Cara Memutuskan Sesuatu, Ekspresi Wajah, Hubungan Orangtua-Anak, Hubungan Pengajar dan Pemelajar, Cara Mengambil Jeda, Cara Pandang Terhadap Pekerjaan, Konsep Pertemanan, Pemahaman Terhadap Waktu, Metode Manajemen, Gaya Berkomunikasi, Konsep Tentang Pernikahan, Cara Membesarkan Anak, Cara Menyelesaikan Masalah, Moral, dll.

Dari tabel di atas kita dapat melihat bahwa budaya tidak terlihat berjumlah lebih banyak sehingga harus menjadi perhatian bagi pengajar dan pemelajar. Pemelajaran bahasa asing tidak luput dari pemelajaran budaya baik terlihat maupun tidak terlihat. Dalam pemahaman lintas budaya, sikap positif terhadap budaya lain juga diperlukan. Sikap positif tersebut seperti empati, keingintahuan, dan rasa hormat (Perry & Southwell, 2011). Sikap positif dalam mempelajari bahasa asing dapat membantu proses pemelajaran salah satunya dengan meningkatnya motivasi pemelajar.

II. REALIA (レアリア)

Realia menurut Hadi (2018) terdiri dari benda-benda aktual atau barang yang dapat digunakan di dalam kelas sebagai alat bantu pemerolehan dan produksi bahasa. Realia digunakan sebagai objek atau kegiatan oleh pengajar untuk menunjukkan situasi kehidupan nyata demi membantu pemelajar memahami budaya orang lain, situasi, dan kehidupan di dunia nyata. Selain sebagai alat bantu, realia juga dapat menjadikan proses belajar lebih menyenangkan (Harmer dalam Hadi, 2018). Beberapa contoh dari realia adalah bahan otentik seperti koran, majalah, katalog, jadwal waktu, tiket, yang merupakan benda yang digunakan dalam kehidupan nyata dan bukan diciptakan sebagai alat pengajaran. Cook dalam Bably & Nusrat (2017) mendefinisikan bahan otentik sebagai sesuatu yang berarti “menggunakan contoh bahasa yang diproduksi oleh penutur jati (*native speaker*) untuk beberapa tujuan mereka sendiri daripada menggunakan bahasa yang diproduksi dan dirancang hanya untuk digunakan di ruang kelas”.

Beberapa keuntungan penggunaan realia menurut Hadi (2018) :

1. Penggunaan realia yang tepat sebagai alat bantu visual yang efisien membantu para guru untuk mencapai pembelajaran efektif.
2. Penggunaan realia yang sesuai berfungsi untuk menciptakan lingkungan pengajaran yang aktif
3. Penggunaan realia membantu menciptakan tautan antara objek dan kata-

kata atau frasa yang diwakilinya.

4. Penggunaan benda nyata meningkatkan motivasi pelajar untuk mempelajari sesuatu dan dapat membantu ide-ide abstrak yang ada di dalam teks.

Tetapi Bably dan Nusrat (2017) juga menyampaikan hal-hal yang harus diperhatikan oleh pengajar ketika menggunakan realia, yaitu :

1. Pengajar memiliki tantangan untuk memilih bahan yang tepat karena harus mempertimbangkan kompleksitas dan kualitas bahan dengan mengingat kemampuan atau tingkat kematangan bahasa yang dimiliki oleh pelajar dan budaya latar belakang pelajar.
2. Pengajar harus memilih bahan yang memenuhi kebutuhan pelajar.

III. JF STANDARD

JF Standard memiliki konsep “Bahasa Jepang untuk Pemahaman Lintas Budaya” yang bertujuan memosisikan bahasa Jepang sebagai salah satu bahasa di dunia yang hidup dalam kondisi masyarakat dengan berbagai kebudayaan yang berbeda-beda (*Buku Panduan JF Standard*, 2017). Konsep “Bahasa Jepang untuk Pemahaman Lintas Budaya” ini memiliki 4 karakteristik sebagai berikut:

1. Menganggap komunikasi sebagai aksi bersama
2. Ada wadah dan wilayah untuk melakukan aksi bersama
3. Mendorong komunikasi antarpengguna bahasa Jepang melewati batas negara dan suku
4. Dengan mempelajari dan menggunakan “Bahasa Jepang untuk Pemahaman Lintas Budaya” memberikan kesempatan pelajar untuk bersinggungan dengan bahasa dan kebudayaan yang berbeda dari bahasa ibunya.

JF Standard (2017) membagi tingkat kematangan berbahasa Jepang menjadi 6 level sesuai dengan kemampuan penyelesaian tugas (*Can-do*). Berikut adalah 6 level beserta penjelasannya.

1. Pengguna Bahasa Jepang Dasar (Level A1 dan A2)
2. Pengguna Bahasa Jepang Mandiri (Level B1 dan B2)

3. Pengguna Bahasa Jepang Mahir (Level C1 dan C2)

IV. ZEIKOMI (税込) DAN ZEINUKI (税抜)

Zeinuki (税抜) adalah harga suatu produk yang ditampilkan belum termasuk pajak penjualan yang sedang berlaku. Sedangkan *zeikomi* (税込) adalah harga yang ditampilkan sudah termasuk dengan pajak yang sedang berlaku. Di Indonesia, umumnya harga yang tertulis di label harga adalah harga yang akan dibayar oleh konsumen, sehingga tidak ada dua harga yang tercantum pada label harga tersebut. Sedangkan di Jepang, pada label harga akan tercantum dua harga, yaitu harga sebelum pajak dan harga sesudah pajak. Saat ini pajak penjualan yang berlaku adalah 8% dari harga benda (lihat Gambar 1) di mana harga jual sebelum pajak sebesar 2000 yen, tetapi harga yang harus dibayar oleh konsumen sebesar 2160 yen.



Gambar 1



Gambar 2

Pada Gambar 2, dapat kita lihat tidak ada harga sebelum pajak (*zeinuki*), maupun harga sesudah pajak (*zeikomi*). Harga yang harus dibayar oleh konsumen ketika membeli jeruk satu kantong adalah sebesar 350 yen sesuai dengan yang tertulis di label harga dan ini adalah harga akhir tanpa penambahan pajak penjualan.

Di Jepang pun sering berlaku harga obral (*sale*), yang dilakukan saat musim pakai dari produk yang dijual sudah berlalu. Ada kalanya dilakukan obral besar-besaran dimana barang yang dijual akan dijadikan satu harga saja atau hanya sebagian yang turun harga yang disebut *zaiichi sale* (庫一セール cuci gudang). Selain itu juga ada juga barang yang dijual dengan harga murah karena memiliki cacat produk. Barang yang memiliki cacat produk ini disebut sebagai *B hin* (B 品).

barang kualitas B) atau *wake ari shouhin* (訳あり商品 barang cacat) (lihat Gambar 3).



Gambar 3

Harga jual *B hin* (B品) atau *wake ari shouhin* (訳あり商品) akan berbeda dari harga awal, bisa mencapai 80 – 90% dari harga jual barang A (*A hin*, A品, barang yang tidak cacat). Biasanya barang A atau barang obral

bisa dikembalikan dengan syarat label harga dan bukti pembelian masih ada dan tidak melebihi jangka waktu yang sudah ditentukan, tetapi barang B atau *wake ari shouhin* tidak bisa dikembalikan karena sebelum membeli konsumen telah diberikan penjelasan mengenai lokasi cacat produksi dari produk tersebut. Pembeli pun harus memperhatikan kesepakatan ini karena setelah keluar dari toko maka baik *B hin* (B品) atau *wake ari shouhin* (訳あり商品) sudah tidak bisa dikembalikan atau ditukar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pembahasan ini, penulis akan membahas mengenai penggunaan realia label harga *zeikomi* dan *zeinuki* dalam pemahaman lintas budaya Jepang – Indonesia. Realia *zeinuki* dan *zeikomi* ini digunakan dalam aktivitas di kelas. Aktivitas ini diadaptasi dari buku Sugu Tsukaeru [*Realia • Nama Kyouzai*] Aidea Jo (2006) halaman 30.

Seperti yang disebutkan sebelumnya, harga yang harus dibayarkan oleh konsumen biasanya adalah harga sesudah dikenai pajak penjualan sebesar 8% (lihat Gambar 5). Hal ini berbeda dengan situasi sebenarnya di Indonesia, di mana label harga yang terpampang adalah harga yang akan dibayar oleh konsumen (lihat Gambar 4). Tetapi ketika berada di Jepang, sebagai konsumen harus memperhatikan harga yang tercantum, karena harga bayar biasanya berada di bagian bawah dan tertulis lebih kecil dibandingkan dengan harga sebelum pajak (lihat Gambar 1).

Gambar 4



Harga yang ditampilkan dalam label harga harus menjadi perhatian konsumen. Perbedaan tampilan harga ini termasuk ke dalam pemahaman lintas budaya karena adanya perbedaan cara pandang. Penduduk Jepang menganggap dua harga yang tercantum pada label harga adalah hal yang biasa, sedangkan orang Indonesia yang belum pernah menemukan label harga dengan dua

harga tercantum akan mengalami kebingungan. Dalam situasi seperti ini, proses pemahaman lintas budaya akan terjadi. Kedua belah pihak akan mendapatkan informasi bahwa di Jepang ada dua jenis harga, *zeinuki* dan *zeikomi*, sedangkan di Indonesia hanya ada satu harga yaitu *zeikomi*. Transfer pengetahuan dari kedua belah pihak ini merupakan salah satu bentuk dari pemahaman lintas budaya (Kojima, Kinoshita & Fujii, 2018).

Dalam pembelajaran bahasa asing, selain mengajarkan bahasa asing tersebut, tentunya sebagai pengajar juga perlu mengajarkan pengetahuan di balik bahasa asing tersebut, dan pengetahuan itu berbentuk *mienai bunka*. Dalam makalah ini, pengetahuan mengenai *mienai bunka* berupa dua jenis harga yang berlaku di Jepang, dilakukan dengan menggunakan realia yang ada dalam kehidupan sehari-hari penutur jati.

Penulis mencoba mengadaptasi aktivitas di kelas dari *Sugu Tsukaeru [Realia • Nama Kyouzai]* Aidea Jo (2006) halaman 30, sebagai salah satu contoh kegiatan yang memberikan *mienai bunka* dalam pembelajaran bahasa Jepang. Kegiatan kelas ini ditujukan pada pemelajar level A2, yang jika dilihat berdasarkan JF Standard adalah pemelajar yang mampu menyampaikan presentasi pendek dan bersifat mendasar mengenai topik yang dikenal baik setelah berlatih sebelumnya.

Berikut adalah contoh aktivitas kelas tersebut

Level Pemelajar : A2 (Pengguna Bahasa Jepang Dasar)

Bahan Ajar : Selebaran / Pamflet dari Supermarket / Toko Elektronik

Gambar 5



Tujuan Aktivitas : Pemelajar dapat berkomunikasi dengan rekan di kelas tentang harga benda yang akan dibeli dan jumlah uang yang harus dibayar

Kegiatan :

1. Menyiapkan dua lembar selebaran. Bagi pemelajar A2 sedapat mungkin benda dan harga yang tertulis dapat mudah dimengerti (lihat Gambar 5) .
2. Pemelajar dengan pasangan masing-masing, memegang selebaran tersebut.
3. Masing-masing pemelajar duduk saling membelakangi, dan saling berbicara melalui telpon mengenai informasi yang tertulis di dalam selebaran tersebut.
4. Kemudian secara berpasangan pergi ke supermarket/toko elektronik, untuk membeli barang yang diinginkan.
5. Setelah berada di toko, pemelajar akan mulai melihat harga dari benda-benda yang mereka cari.
6. Pemelajar melakukan diskusi mengenai harga benda yang harus dibayar, baik harga sebelum pajak maupun sesudah pajak
7. Pemelajar melakukan pembayaran di kasir.

Contoh Percakapan :

A : もしもし、B さんですか

(Halo, apakah ini B san?)

B : はい、B です

(Ya, ini B)

A : 今から、車でスーパーに買い物に行くんですが、
一緒にいきませんか？

(Aku mau pergi ke supermarket menggunakan mobil, apakah kamu mau ikut?)

B : ありがとうございます。どのスーパーに行きますか。

(Terima kasih. Pergi ke supermarket mana?)

A : バローに行こうと思います。あそこで値段が税込みで
も安いですよ。

(Aku mau pergi ke Valor. Di sana, harga barang sesudah pajaknya murah, lho)

B : そうですか、税込みでも安いですか

じゃ、行きましょう。

(Oh, ya? Harga sesudah pajaknya murah, ya. Ayo, kita pergi)

Dari contoh kegiatan di atas beberapa hal yang dapat diketahui adalah:

1. Pemelajar dapat mengetahui bahwa ada dua harga yang ditampilkan di supermarket, harga sebelum pajak (*zeinuki*) dan harga sesudah pajak (*zeikomi*).
2. Pemelajar dapat menyadari bahwa ketika membayar di kasir, maka harga yang harus dibayar adalah harga sesudah pajak (*zeikomi*).
3. Harga yang tercantum dalam selebaran atau pamflet sebelumnya harus disadari terlebih dahulu oleh pemelajar. Pengajar dapat memberikan *input* pemahaman lintas budaya tentang harga yang tertulis di dalam selebaran tersebut. Salah satu cara adalah dengan menanyakan terlebih dahulu tentang harga yang tercantum.
4. Pemahaman lintas budaya juga dapat dilakukan dengan cara membandingkan dengan selebaran supermarket / toko elektronik yang ada di Indonesia sehingga pemelajar dapat melihat bentuk nyata dari perbedaan harga jual tersebut.

Variasi kegiatan atau percakapan dapat dilakukan dengan memasukkan kosakata *zaiichi sale*, *B hin* atau *wake ari shouhin*. Dengan adanya kosakata ini, maka percakapan yang dilakukan dapat berkembang. Sebagai contoh, pemelajar dapat berdiskusi tentang kualitas barang yang dijual dan juga berdiskusi mengenai alasan produk tersebut harganya berbeda.

Berikut contoh dialog yang menggunakan kosakata *B hin* atau *wake ari shouhin*.

- B : わあ、このスーパー安いですね
(Wah, supermarket ini harganya murah, ya)
- A : そうですね。じゃ、私は先にあそこへ行きます
(Iya, ya. Kalau begitu, aku pergi ke sebelah sana, ya)
- B : え、どうしてですか
(Lho, kenapa ke sana?)
- A : あそこは **B 品** コーナーですよ
(Di sana itu adalah tempat barang B)
- B : B 品 ?
(Barang B?)
- A : B 品は **分けあり商品** の一つです。値段が安くなります。
(Barang B itu salah satu produk cacat. Harganya jadi lebih murah)
- B : どうして安くなりますか ?
(Kenapa bisa jadi lebih murah?)
- A : 例えば、商品の賞味期限に近づくと、安くなります。他には、
汚れがついている商品もやすくなります。
(Misalnya, barang yang sudah dekat masa kadaluarsanya, harganya akan jadi murah. Atau ada noda yang menempel di barang tersebut harganya juga akan jadi murah)
- A : あ、そうですか
(Oh, begitu, ya)
- B : 時々、庫一セールもありますよ。その時、売れる商品も安くなります。
(Kadang-kadang ada cuci gudang, lho. Barang-barang yang dijual harganya jadi lebih murah)
- A : あったら、教えてくださいね。
(Kalau ada cuci gudang, beri tahu saya, ya)

Dari percakapan di atas, pemahaman lintas budaya yang dapat ditemukan ada pada kata *B hin* (B 品), *zaiichi sale* (庫一セール) dan *wake ari shouhin* (訳あり商品). Dengan melakukan percakapan seperti di atas, *mienai bunka* yang diterima oleh pemelajar adalah:

1. Ada istilah *B hin*, *zaiichi sale* dan *wake ari shouhin* di Jepang. Ketika pemelajar berhadapan dengan kata-kata tersebut di luar kelas, maka pemelajar sudah memiliki pengetahuan dan tidak akan melakukan kesalahan dalam menggunakan kata-kata tersebut.
2. Pemelajar dapat melakukan kegiatan untuk mencari tahu tentang apakah ada istilah di Indonesia untuk menyebutkan *B hin*, *zaiichi sale* dan *wake ari shouhin*. Dengan melakukan ini pemelajar dapat lebih memahami tentang produk-produk yang dijual di Indonesia sekaligus melakukan perbandingan dengan produk-produk yang dijual di Jepang.
3. Pemelajar dapat mengetahui bahwa *B hin*, *zaiichi sale* dan *wake ari shouhin* tidak hanya menggambarkan barang cacat, tetapi juga berlaku untuk makanan yang sudah mendekati masa kadaluarsa tetapi tetap aman dikonsumsi.

Aktivitas di kelas dengan menggunakan realia yang membahas mengenai perbedaan harga yang ditampilkan pada label harga dapat memancing keingintahuan yang lebih besar dari pemelajar. Situasi kelas pun akan menjadi lebih hidup karena kegiatan tidak lagi berfokus pada pengajar tetapi lebih fokus pada pemelajar. Selain itu, bagi pemelajar yang belum pernah pergi ke Jepang, mereka tidak hanya sekadar membayangkan, tetapi benar-benar memegang benda yang memang digunakan di dalam kehidupan sehari-hari di Jepang.

Penggunaan realia label harga *zeikomi* dan *zeinuki* yang memang ditemui dalam kehidupan sehari-hari akan menjadikan pembelajaran terasa lebih bermakna, karena pemelajar memang menemukan hal tersebut ketika berada di luar kelas. Selain itu, motivasi pemelajar pun meningkat karena mereka yakin bahwa yang dipelajari di kelas memang akan ditemukan di dunia nyata sebagaimana yang diungkapkan oleh Hadi (2018) dan Bably & Nusrat (2017).

KESIMPULAN

Dalam pengajaran bahasa asing, pengajar berhadapan dengan pemelajar yang memiliki budaya yang berbeda. Dalam pemahaman lintas budaya, ada budaya yang terlihat, *mieru bunka* (見える文化) dan budaya yang tidak terlihat, *mienai bunka* (見えない文化). Pada budaya yang terlihat, pengajar dan pemelajar akan segera menyadari akan hal tersebut karena memang terlihat dengan jelas, sedangkan pada *mienai bunka* (見えない文化) dibutuhkan pemahaman lintas budaya karena ada satu pihak yang tidak menyadari ada budaya yang berbeda karena sudah dianggap sebagai hal yang wajar. Dalam makalah ini, penulis berusaha untuk memberikan pemahaman lintas budaya melalui aktivitas kelas dengan tema berbelanja. Beberapa kosakata yang memang ada di dalam kehidupan sehari-hari di Jepang seperti *zeikomi*, *zeinuki*, *B hin*, *wake ari shouhin*, dan *zaiichi sale* diberikan sebagai *input* bagi pemelajar sehingga pemelajar menyadari bahwa dalam bahasa Jepang tidak hanya fokus pada tata bahasa, tetapi juga pada pengetahuan umum tentang negara Jepang.

Dengan menggunakan realia label harga, di mana istilah-istilah tersebut tertulis, pemelajar mendapatkan *input* bahwa istilah ini bukan istilah yang dibuat untuk kepentingan kelas melainkan memang ada dan ditemui dalam dunia nyata. Penggunaan realia dianggap sebagai salah satu cara efektif untuk meningkatkan pemahaman lintas budaya dan juga meningkatkan motivasi pemelajar bahasa asing untuk terus menggali tentang budaya yang muncul ketika mempelajari bahasa asing.

Kajian ini memang belum sempurna, tetapi penulis berharap kajian ini setidaknya dapat memberikan pandangan bahwa pemahaman lintas budaya dapat dilakukan dengan penggunaan realia dalam aktivitas di kelas. Penelitian ini hanya terbatas pada satu tema yaitu berbelanja, sehingga kosakata yang digunakan pun terbatas. Realia yang digunakan pun hanya fokus pada kosakata *zeikomi*, *zeinuki*, *B hin*, *wake ari shouhin*, dan *zaiichi sale*. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan mengambil tema berbeda seperti tema kesehatan, melakukan pemeriksaan kesehatan di rumah sakit, dan realia yang dapat digunakan berupa jadwal operasional klinik atau rumah sakit atau resep obat. Penulis merasakan manfaat dari penggunaan realia sebagai bahan ajar karena dengan menggunakan materi

konkrit motivasi pemelajar meningkat. Tetapi, tentu saja, penggunaan realia sebagai materi ajar masih tetap harus memperhatikan level kemampuan pemelajar.

DAFTAR PUSTAKA

- Bably, T., Nusrat, D. 2017. *Using Realia as an Effective Pedagogical Tool*. IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS), Vol. 22 (11), hlm:1-7.
- Dang, L.C. 2016. *intercultural communication: difference between western and asian perspective*. Thesis. Centria University of Applied Sciences Business Management.
- Hadi, A. S. A. 2018. *Effectiveness of using realia in teaching english vocabulary for esl learners*. International Journal of Engineering Science Invention (IJESI), Vol 7 (10) hlm 65-72
- Kangu, John. 2011. *The importance of intercultural communication: For achieving integration of refugees from sub-sahara africa into the norwegian society*. Thesis. The School of Mission and Theology Stavanger.
- Kondo, Y. 2008. レアリア・生教材の活用法第. 十回フランス 日本語教育シンポジウム 2008 年 於リール.
- Kojima, M., Kinoshita, Y., Fujii, M., 2018. 伸ばす! 就活能力・ビジネス日本語力: 日本で働くための「4 つの能力」養成ワークブック. Japan: Kokusho
- Perry, L.B., Southwel, L., 2011. *Developing intercultural understanding and skills: Models and approaches*. Intercultural Education, Vol. 22, No. 6, December, 469–482
- McGregor, W. 1991. *Discourse analysis and intercultural communication*. Australian Journal of Communication, 18 (1): 13–29.
- Shibata, A.M. 1998. *Intercultural communication concepts and implications for teachers*. JALT Journal, Vol.20, No. 2, November
- The Japan Foundation. 2017. JF standard bagi pendidikan bahasa jepang petunjuk pemakaian bagi pengguna (edisi terbaru). Jepang: Japan Foundation
- Yashiro, K & Sera, T. 2010. 日本語教師のための異文化理解とコミュニケーションスキル. 3rd Ed. Japan : 三修社
- 国際交流基金. 2006. すぐに使える「レアリア・生教材」アイデア帖—日本語教師必携. Japan:3A Network