

BAB I

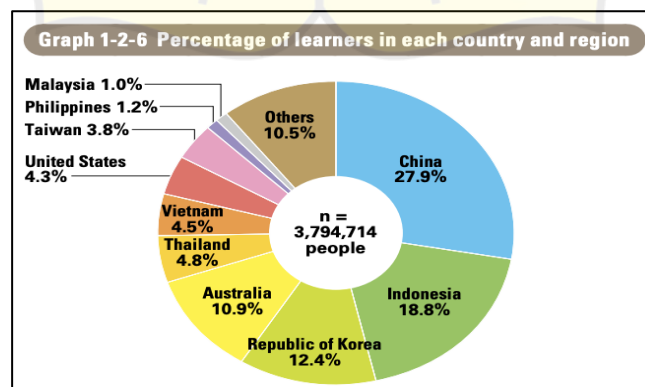
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Berdasarkan hasil laporan The Japan Foundation pada tahun 2018, masuknya pendidikan Bahasa Jepang di Indonesia dimulai sejak tahun 1903, saat itu lembaga kursus yang mengajarkan Bahasa Jepang pertama kali didirikan. Kemudian pada tahun 1934 Bahasa Jepang ditetapkan sebagai mata pelajaran bahasa asing di Akademi Ksatrian Swasta di Bandung selama 3 tahun. Tahun 1942 sampai 1945 pendidikan Bahasa Jepang di bawah pemerintahan militer Jepang dan menjadi mata pelajaran wajib di semua lembaga pendidikan. Tahun 1958 dimulainya pendidikan Bahasa Jepang di Institut Kebudayaan Jepang. Kemudian disusul pada tahun 1963 pendirian Jurusan Bahasa dan Sastra Jepang di Universitas Padjadjaran, dan pengiriman tenaga ahli pendidikan Bahasa Jepang untuk menjadi pengajar di Universitas Padjadjaran. Sejak saat itu, Bahasa Jepang terus berkembang hingga saat ini.

Tiga peringkat teratas dengan pembelajar Bahasa Jepang terbanyak di dunia adalah China, Indonesia, dan Korea merujuk pada survey yang dilakukan The Japan Foundation berjudul “Survey Report on Japanese-Language Education Abroad 2021”.

Grafik 1
Jumlah Pembelajar Bahasa Jepang di Dunia



(Hasil Survey The Japan Foundation; 2021)

Menurut laporan survei tersebut, Indonesia menempati peringkat kedua dengan total pembelajar sebanyak 711,132 pada tahun 2021. Angka tersebut mencerminkan peningkatan sebesar 0.3% dibandingkan dengan tahun 2018, di mana jumlah pembelajar tercatat sebanyak 709,479. Di Indonesia terdapat 2,958 institusi atau lembaga yang mengajarkan Bahasa Jepang, dengan total pengajar tercatat sebanyak 6,617 tenaga ajar. Alasan meningkatnya jumlah pembelajar Bahasa Jepang di Indonesia adalah karena adanya banyak peluang bagi masyarakat Indonesia untuk mengejar karir di Jepang, dimulai sejak tahun 2019 melalui visa SSW (*Sosial Specified Skilled Workers*/Pekerja Berketerampilan Spesifik) masyarakat Indonesia memiliki kesempatan untuk bekerja di Jepang.

Tabel 1
Jumlah Pengajar dan Pembelajar Bahasa Jepang di Dunia

Country and region	2021								Population* (People)	2018		
	Institutions (Institutions)	Teachers (People)	Learners (People)	Learners per 100,000 population (People)	Composition by educational stage (Learners) (People)					Institutions (Institutions)	Teachers (People)	Learners (People)
					Primary education	Secondary education	Higher education	Non-school education				
Indonesia	2,958	6,617	711,732	263.4	6,786	642,605	27,454	34,887	270,203,917	2,879	5,793	709,479
Thailand	676	2,015	183,957	278.8	6,597	150,240	19,803	7,317	65,981,659	659	2,047	184,962
Vietnam	629	5,644	169,582	176.3	3,986	30,590	45,752	89,254	96,208,984	818	7,030	174,521
Philippines	242	1,111	44,457	40.8	640	9,220	9,181	25,416	109,035,343	315	1,289	51,530
Malaysia	215	484	38,129	134.6	17	19,140	13,715	5,257	28,334,135	212	485	39,247
Myanmar	189	896	19,124	37.1	0	0	855	18,269	51,486,253	411	1,593	35,600
Singapore	19	182	10,837	268.0	384	1,313	3,226	5,914	4,044,210	19	221	12,300
Cambodia	51	301	3,874	25.3	216	442	918	2,298	15,288,489	51	307	5,419
Laos	16	74	3,118	48.0	422	1,555	369	772	6,492,228	16	58	1,955
East Timor	4	16	417	35.2	0	0	100	317	1,183,643	6	17	651
Brunei	2	3	148	34.4	0	0	130	18	429,999	2	5	171
Southeast Asia overall	5,001	17,343	1,185,375	-	19,048	855,105	121,503	189,719	-	5,388	18,845	1,215,835

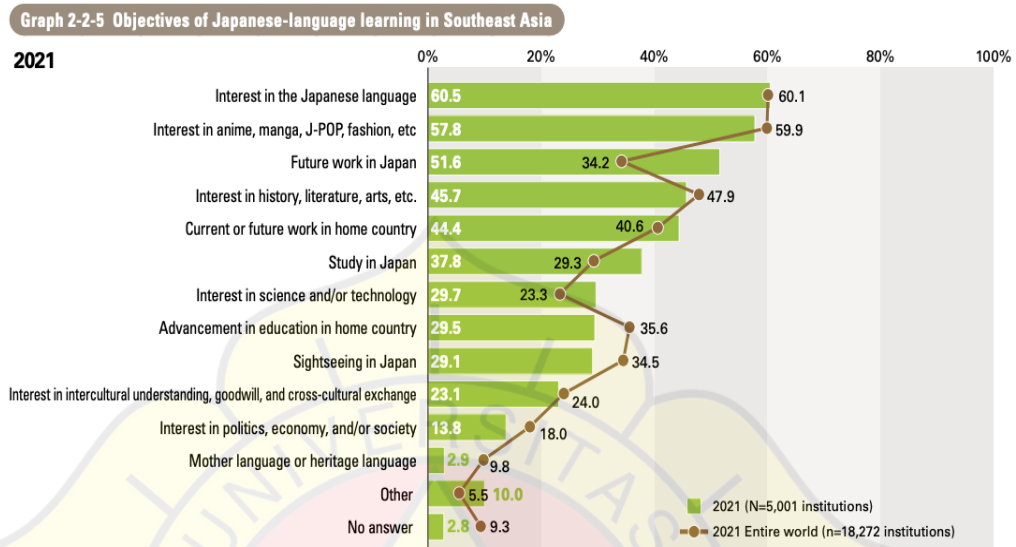
*Source: Population and Vital Statistics Report (as of 3 June 2022), by United Nations

(Survey The Japan Foundation; 2021)

Selain keinginan untuk menjadi mahir berbahasa Jepang, seperti yang terungkap dalam survei yang dilakukan oleh Japan Foundation alasan kedua terbanyak yang memotivasi siswa untuk mempelajari Bahasa Jepang pada negara di asia tenggara adalah ketertarikan pada Entertain seperti anime, manga, J-Pop, dan fashion, yang menempati pada posisi kedua terbanyak alasan ingin mempelajari Bahasa Jepang. Pesona dari budaya pop Jepang ini membuat orang yang belum

memahami Bahasa Jepang merasa ingin untuk lebih mendalam mempelajari Bahasa Jepang.

Grafik 3
Alasan Belajar Bahasa Jepang



(Survey The Japan Foundation; 2021)

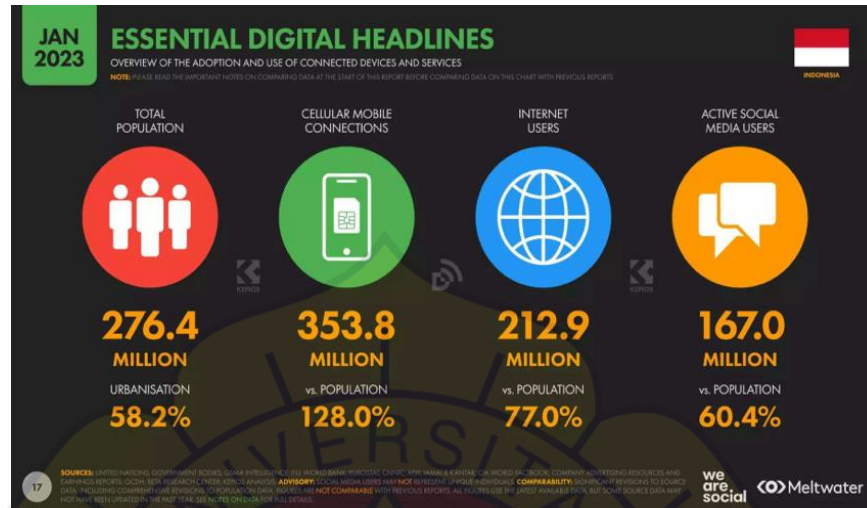
Salah satu hal yang berperan menyebarkan budaya Pop Jepang adalah media sosial. Ketertarikan pada Anime, manga, J-POP, Fashion dan budaya entertain Jepang membuka jendela baru para pembelajar Bahasa Jepang untuk mengakses internet dan terhubung dengan Media Sosial di Jepang untuk mendapatkan informasi terhadap apa yang mereka minati.

Menurut Cahyono, A. S. (2016), Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Dampak positif dari media sosial adalah memudahkan kita untuk berinteraksi dengan banyak orang, memperluas pergaulan, jarak dan waktu bukan lagi masalah, lebih mudah dalam mengekspresikan diri, penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat.

Di Indonesia perkembangan media sosial cukup pesat dan signifikan. Diawali pada tahun 2002 dengan platform sosial media bernama Friendster yang beredar sangat fenomenal di lingkungan anak muda, hingga pada tahun 2004

Facebook menggantikan posisi Friendster sebagai jejaring sosial yang banyak digunakan.

Gambar 2
Indonesia Digital Report 2023



(We Are Social: Indonesia Digital Report; 2023)

Berdasarkan laporan dari We Are Social berjudul “Indonesia Digital Report 2023”, Indonesia memiliki 167 juta pengguna media sosial, yang merupakan 60.4% dari total populasi sebesar 276 juta jiwa. Dari total populasi, terdapat 128% pengguna seluler yang aktif dan 77% pengguna internet. Rata-rata, orang Indonesia yang menggunakan internet dengan rentang usia 16 hingga 64 tahun menghabiskan waktu 3 jam 18 menit setiap harinya untuk mengakses media sosial.

Penelitian yang dilakukan Rafiq, A. (2020) menyimpulkan, Adanya medsos telah mempengaruhi kehidupan sosial dalam masyarakat. Perubahan-perubahan dalam hubungan sosial (*social relationships*) atau sebagai perubahan terhadap keseimbangan (*equilibrium*) hubungan sosial dan segala bentuk perubahan-perubahan pada lembaga-lembaga kemasyarakatan di dalam suatu masyarakat, yang mempengaruhi sistem sosialnya, termasuk di dalamnya nilai-nilai, sikap dan pola perilaku di antara kelompok-kelompok dalam masyarakat.

Namun apabila melihat dari sudut pandang negara Jepang, sebelumnya masyarakat Jepang cenderung memiliki preferensi yang berbeda dalam penggunaan media sosial dibandingkan dengan masyarakat Indonesia. Alasannya adalah karena

masyarakat Jepang cenderung menekankan privasi, mereka cenderung merasa nyaman menggunakan platform seperti LINE, karena hanya dapat berinteraksi dengan orang yang sudah mereka kenal di kehidupan nyata. Namun, masyarakat Jepang saat ini mengalami perubahan besar dalam beberapa tahun terakhir dalam preferensi penggunaan media sosial.

Dikutip dari Grove, yang menerangkan penggunaan media sosial di Jepang, pada Juli 2024, LINE adalah media sosial yang paling banyak digunakan di Jepang.

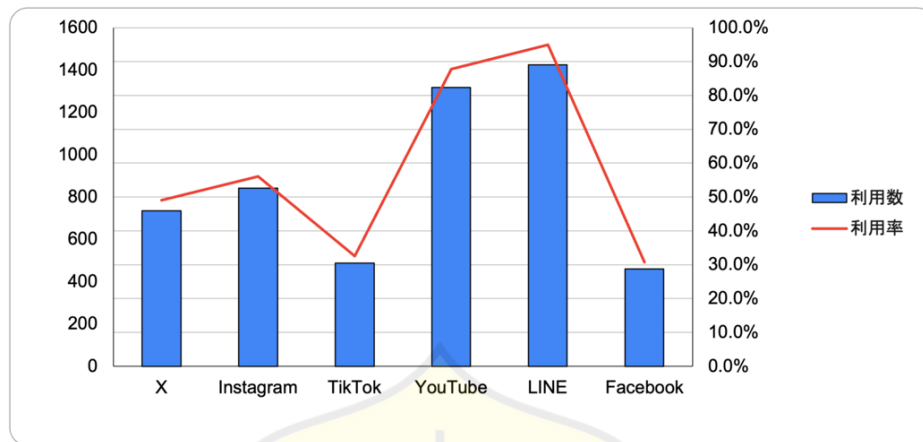
「全年代の利用率で見ると、ユーザー同士の交流やコミュニケーションをメインの目的とする SNS では LINE : 94.9% (昨年比+0.9%) が最も多く、続いて YouTube が 87.8% (昨年比+0.7%)、Instagram が 56.1% (昨年比+6.0%)、X (旧 : Twitter) が 49.1% (昨年比+3.1%)、TikTok が 32.5% (昨年比+4.1%)、Facebook が 30.7% (昨年比+0.8%) と続いています。伸び率では Instagram が大きく伸ばしていることがわかりました。(Grove, 2024)

Zennendai no riyōritsu de miru to, yūzā dōshi no kōryū ya komyunikēshon o mein no mokuteki to suru SNS de wa LINE: 94.9% (sakunenhi +0.9%) ga mottomo ōku, tsuzuite YouTube ga 87.8% (sakunenhi +0.7%) , Instagram ga 56.1% (sakunenhi +6.0%) , X (kyū: Twitter) ga 49.1% (sakunenhi +3.1%) , TikTok ga 32.5% (sakunenhi +4.1%) , Facebook ga 30.7% (sakunenhi +0.8%) to tsuzuiteimasu. Nobiritsu de wa Instagram ga ōkiku nobashite iru koto ga wakarimashita. (Grove, 2024)

Dilihat dari tingkat penggunaan di semua generasi, dalam SNS (media sosial) yang tujuan utamanya adalah interaksi dan komunikasi antara pengguna, LINE memiliki persentase tertinggi dengan 94,9% (naik 0,9% dari tahun lalu), diikuti oleh YouTube dengan 87,8% (naik 0,7%), Instagram dengan 56,1% (naik 6,0%), X (sebelumnya Twitter) dengan 49,1% (naik 3,1%), TikTok dengan 32,5% (naik 4,1%), dan Facebook dengan 30,7% (naik 0,8%). Dari segi tingkat pertumbuhan, Instagram menunjukkan peningkatan yang signifikan. (Grove, 2024)

Dari penelusuran ini, dapat diketahui bahwa LINE (95,9%) memiliki persentase tertinggi dalam yang paling banyak digunakan oleh Masyarakat Jepang secara umum atau di seluruh kalangan usia. Selanjutnya, di ikuti dengan YouTube (87,8%), yang memiliki jumlah yang tidak terlalu signifikan dengan LINE. Kemudian di urutan selanjutnya ada Instagram(56,1%), X (49,1%), TikTok (32,5%), dan Facebook (30,7%). Grafik penggunaan media sosial di Jepang dapat dilihat sebagai berikut.

Grafik 4
Pengguna Media Sosial di Jepang Tahun 2024

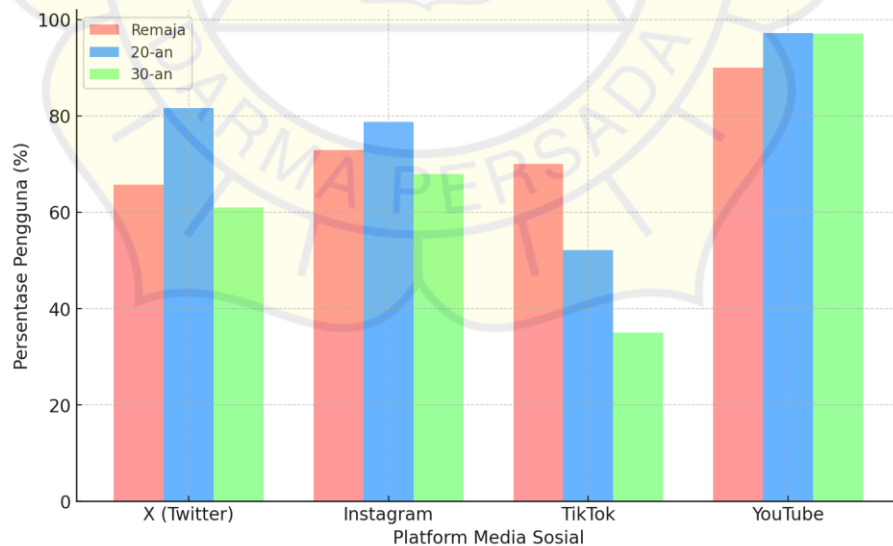


(Grove; 2024)

Dari grafik di atas, terlihat jelas penggunaan LINE dan YouTube sangat di gunakan dibandingkan sosial media lain di Jepang.

Lebih lanjut, di dalam artikel dalam website Grove, dijelaskan persebaran penggunaan dari berbagai usia di Jepang. Berikut adalah grafik yang disimpulkan dari penjelasan Grove.

Grafik 5
Penggunaan Media Sosial di Jepang Berdasarkan Usia



(Disimpulkan dari Grove; 2024)

Pada kelompok remaja (usia 10-an), YouTube menjadi platform yang paling banyak digunakan dengan 94.3%, meskipun sedikit lebih rendah dibanding usia 20-an. TikTok sangat populer di kalangan remaja dengan 82.3%, bahkan lebih tinggi dibanding kelompok usia 20-an. Instagram juga masih banyak digunakan oleh remaja dengan 78.6%, namun sedikit lebih rendah dibanding usia 20-an. Sementara itu, X (Twitter) memiliki persentase penggunaan sebesar 76.3%, yang hampir sama dengan kelompok usia 20-an, menunjukkan bahwa platform ini tetap populer di kedua kelompok.

Pada kelompok usia 20-an, YouTube tetap menjadi platform yang paling banyak digunakan dengan 96.1%, sedikit lebih tinggi dibanding remaja. Instagram juga lebih populer di kelompok ini dengan 82.1%, menunjukkan peningkatan dibandingkan remaja. X (Twitter) masih banyak digunakan dengan 77.7%, sedikit lebih tinggi dari kelompok remaja. Namun, penggunaan TikTok mengalami penurunan di kelompok usia ini dengan 64.3%, kemungkinan karena perubahan minat atau keterbatasan waktu luang.

Seperti yang sudah kita ketahui saat ini sosial media sudah melekat dengan kehidupan baik masyarakat Jepang maupun Indonesia. Dengan perkembangan digital pada saat ini dan di dukung oleh masyarakat Jepang yang penuh dengan ide dan juga inovasi, membuat platform sosial media. Salah satu platform tersebut bernama “Yay”. Platform ini dikhususkan untuk masyarakat Jepang karena bahasa dasarnya ialah Bahasa Jepang. Dalam platform ini kita bisa berbagi teks, foto, video, melakukan panggilan telepon dan video call, saling berteman dan bergabung dengan grup komunitas untuk mencari teman dan juga berbagi pengalaman sesuai dengan minat dan hobi yang sama. Awalnya Platform sosial media “Yay” ini hanya di fungsikan untuk masyarakat Jepang karena bahasa dalam aplikasi yang tersedia hanya Bahasa Jepang. Namun, seiring berjalannya waktu dan banyak juga orang asing yang menggunakan aplikasi tersebut, sekarang ini sudah tersedia versi bahasa inggris. Tidak sedikit orang asing yang tinggal di Jepang menggunakan aplikasi tersebut untuk bersosial media, kemudian di lanjut dengan pelajar Bahasa Jepang yang juga ikut memanfaatkan aplikasi tersebut untuk berinteraksi dengan orang Jepang. Yay! adalah media sosial populer di kalangan remaja Jepang. Platform ini

menjadi tempat untuk mendapatkan teman sekaligus membentuk kelompok dengan minat yang serupa. Yay mendapatkan rating 4.6/5.0 bintang di Google Play Store dengan lebih dari 1 juta unduhan serta 13.9K ulasan dari penggunanya. Sementara itu, di App Store, aplikasi ini memperoleh rating 4.7/5.0 bintang. Hal ini menunjukkan bahwa Yay cukup diminati, terlihat dari banyaknya jumlah unduhan dan ulasan yang diberikan oleh pengguna.

Di dalam platform media sosial ini, penulis menemukan beberapa istilah Bahasa Jepang khas anak muda, atau yang dikenal sebagai *Wakamono Kotoba*, yang muncul lewat postingan di halaman beranda dan grup community. Slang atau bahasa anak muda atau dalam Bahasa Jepang disebut 若者言葉 (*Wakamono Kotoba*) adalah Bahasa yang berasal dari kalangan anak muda. Penggunaan *Wakamono Kotoba* yang banyak digunakan di kalangan remaja Jepang merupakan tingkat kekreatifan bahasa remaja yang baik dalam proses pengembangan bahasa tanpa mengesampingkan bentuk Bahasa Jepang secara universal. Bentuk pengembangan bahasa tersebut merupakan bentuk aktualisasi dari beberapa fungsi bahasa yang ada baik secara umum maupun secara khusus (Nurul Laili, 2021).

Gambar 3
Contoh Penggunaan *Wakamono Kotoba* dalam Aplikasi Yay



(*Wakamono Kotoba* pada sosial media Yay; 2024)

Gambar di atas adalah salah satu contoh post pengguna Yay yang memuat *Wakamono Kotoba*, Dalam post tersebut terdapat kata “マク” yang artinya pergi ke Mc donlad’s.

「若者ことば」とよばれる語彙がある。これは「若者語」などと言われることもあり、また、大学のキャンパス内およびその周辺に語彙を限った「キャンパス用語」、女子高生が使うとされる「コギャル語」など様々に表現されるが、若者をその中心とする集団のなかで使われる、標準的でない言い回し、語彙の総称である。(桑本 2002)

"Wakamono Kotoba" to yobareru goi ga aru. Kore wa "wakamonogo" nado to iwareru koto mo ari, mata, daigaku no kyanpasu-nai oyobi sono shūhen ni goi o kagitta "kyanpasu yōgo", joshikōsei ga tsukau to sareru "kogyaru-go" nado samazama ni hyōgen sareru ga, wakamono o sono chūshin to suru shūdan no naka de tsukawareru, hyōjun-teki de nai iimawashi, goi no sōshō de aru. (Kuwamoto 2002).

Menurut Kuwamoto (2002) ada kosakata yang dikenal sebagai *Wakamono Kotoba* 'bahasa anak muda'. Kadang-kadang disebut sebagai 'bahasa anak muda', 'bahasa kampus', yang terbatas pada kampus universitas dan sekitarnya, dan 'bahasa *kogyaru*', yang digunakan oleh gadis-gadis SMA, tetapi ini adalah istilah umum untuk frasa dan kosakata non-standar yang digunakan oleh sekelompok orang, terutama anak muda. (Kuwamoto 2002)

Kemudian, pendapat lain yang menyatakan tentang *Wakamono Kotoba* juga dijelaskan oleh Horio Kei (2022) sebagai berikut.

若者言葉とは中学生から 20 代の男女が、若者言葉とは中学生から 20 代の男女が、若者世代といえる就職前までの時期に、仲間内で使用する。使用し 始めるのが「若者」であり他の世代では使用されていない新しい表現や語彙を指す (堀尾 2022)。

Wakamono Kotoba to wa chūgakusei kara nijūdai no danjo ga, wakamono sedai to ieru shūshoku mae made no jiki ni, nakamauchide shiyō suru. Shiyō shi hajimeru no ga "wakamono" de ari hoka no sedai de wa shiyō sarete inai atarashī hyōgen ya goi o sasu (Horio 2022).

Bahasa remaja digunakan oleh laki-laki dan perempuan mulai dari sekolah menengah pertama hingga usia 20-an di kalangan teman sebayanya pada generasi muda, sebelum mereka mulai bekerja. Ini mengacu pada ekspresi dan kosa kata baru yang pertama kali digunakan oleh generasi muda dan tidak digunakan oleh generasi lain (Horio 2022).

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwasanya *Wakamono Kotoba* adalah bahasa anak muda dalam Bahasa Jepang yang digunakan oleh laki-laki dan perempuan di kalangan usia 20 tahun, yang merupakan frasa umum, ekspresi, atau kosa kata baru non-standar yang di gunakan oleh generasi muda.

Sebagian orang yang memiliki budaya pada lingkungan atau latar belakang itu sendiri mungkin akan mengerti apa yang dimaksud pembicara jika menggunakan *Wakamono Kotoba*, namun untuk orang yang memiliki lingkungan dan latar belakang yang berbeda mungkin tidak akan mengerti dengan istilah yang dimaksud. *Wakamono Kotoba* sering dijumpai dalam pop culture Jepang seperti pada Manga, atau Anime. Pembelajar Bahasa Jepang yang familiar dengan pop culture Jepang yang menikmati manga dan anime dengan bahasa atau teks asli langsung menggunakan Bahasa Jepang mungkin sudah biasa atau beberapa kali menemukan kata-kata *Wakamono Kotoba* Bahasa Jepang.

Kemudian, sebagai pelajar Bahasa Jepang, penulis diajari tentang kosakata serta pembentukan pola-pola Bahasa Jepang. Namun, *Wakamono Kotoba*, yang sifatnya dinamis, tidak diajarkan secara spesifik dalam kelas Bahasa Jepang. Penulis melakukan studi literatur menggunakan buku teks “みんなの日本語” atau “Minna No Nihongo”, dan “日本語学テキスト 2017 形態論” atau “Buku Ajar Morfologi Bahasa Jepang 2017”. Dalam buku Minna No Nihongo, tidak terdapat penjelasan tentang *Wakamono Kotoba*, sementara dalam buku Morfologi Bahasa Jepang 2017, terdapat bahasan sedikit tentang *Wakamono Kotoba*, seperti *ありえない*, *なにげに*, *よろしかったでしょうか*, dan *Wakamono Kotoba* dengan penggunaan katakana. Namun, karena *Wakamono Kotoba* terus berkembang dan berubah, diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai hal tersebut. *Wakamono Kotoba*, sebagai bahasa anak muda, tidak selalu menjadi bagian dari pelajaran bahasa formal, karena bukan menjadi fokus dalam pembelajaran. Meskipun demikian, dalam kenyataannya, ketika berinteraksi dengan anak muda, kita akan terpapar dengan bahasa anak muda tersebut.

Horio Kei (2022) dalam bukunya mengatakan tujuan meneliti *Wakamono Kotoba* sebagai berikut.

①自然談話(話し言葉)を録音・文字化して残すことで、これまで気付かれず、研究対象とならなかった語彙や用法を抽出する。

②分析にあたっては、1990年代後半から2000年代、2019年頃に確認できた若者言葉の「変化」を捉え、記録し、その法則性を明らかにする。以上の2点である。特に「変化」や「文字化」に関する考え方について本章で述べる。なお、1990年代後半から2000年代の若者言葉については【動詞・形容詞・副詞・名詞・ぼかし言葉】などに特徴的な現象が見られる。

ここでいう「変化」とは、従来のルールとは異なる形態や語彙や活用だけでなく、新たに造られた語彙も含め、これまでの日本語にはなかったされるものをさす。(堀尾 2022)

1) *Shizen danwa (hanashikotoba) o rokuon/mojika shite nokosu koto de, kore made kizukarezu, kenkyū taishō to naranakatta goi ya yōhō o chūshutsu suru.*

2) *Bunseki ni atatte wa, 1990-nendai kōhan kara 2000-nendai, 2019-nen goro ni kakunin dekita Wakamono Kotoba no "henka" o torae, kiroku shi, sono hōsokusei o akiraka ni suru. Ijō no 2-ten de aru. Tokuni "henka" ya "mojika" ni kansuru kangaekata ni tsuite honshō de noberu. Nao, 1990-nendai kōhan kara 2000-nendai no Wakamono Kotoba ni tsuite wa [dōshi/keiyōshi/fukushi/meishi/bokashi kotoba] nado ni tokuchō-teki na genshō ga mirareru.*

Koko de iu "henka" to wa, jūrai no rūru to wa kotonaru keitai ya goi ya katsuyō dake de naku, aratani tsukurareta goi mo fukume, kore made no nihongo ni wa nakatta to sareru mono o sasu. (Horio 2022)

1) Dengan merekam dan menyalin wacana alami (kata-kata yang diucapkan), kita dapat mengekstrak kosakata dan penggunaannya yang belum diperhatikan atau dipelajari hingga saat ini.

2) Dalam analisis ini, perubahan dalam bahasa anak muda yang dapat diidentifikasi dari akhir 1990-an, 2000-an, hingga sekitar tahun 2019 akan ditangkap, didokumentasikan, dan aturan-aturannya akan diperjelas. Ini adalah dua poin utama. Secara khusus, bab ini membahas tentang gagasan perubahan dan konversi ke dalam bentuk tulisan. Perlu dicatat bahwa terdapat fenomena karakteristik dalam bahasa anak muda dari akhir 1990-an hingga 2000-an yang dapat dilihat pada kata kerja, kata sifat, kata keterangan, kata benda, dan kata-kata samar.

“Perubahan” di sini tidak hanya mengacu pada bentuk, kosakata, dan konjugasi yang berbeda dari aturan konvensional, tetapi juga kosakata baru, yang sebelumnya tidak tersedia dalam Bahasa Jepang.

Jadi, kita dapat menyimpulkan bahwa *Wakamono Kotoba* yang tidak banyak dipelajari, di analisa terlebih dahulu dari karakter kata kerja, kata sifat, kata keterangan dan kosakata yang sebelumnya tidak ada dalam Bahasa Jepang. Dengan meneliti *Wakamono Kotoba* kita bisa mengetahui kata-kata baru yang tidak umum dalam Bahasa Jepang tapi kenyataannya digunakan dikalangan anak muda.

Yay adalah media sosial yang dirancang untuk menyediakan ruang virtual di mana pengguna dapat terhubung dengan orang-orang yang memiliki minat yang sama. Dibandingkan dengan platform media sosial konvensional seperti Instagram atau Twitter, Yay menawarkan pengalaman yang lebih interaktif, memungkinkan pengguna untuk berkumpul dalam dunia virtual dan berkomunikasi secara real-time. Dengan pendekatan yang lebih santai, Yay menciptakan lingkungan di mana penggunanya dapat menjadi diri sendiri tanpa tekanan sosial yang biasanya ada di media sosial lain.

Dengan jargonnya “好きでつながるバーチャルワールド Yay! (イエイ)” “*Suki de tsunagaru bācharu wārudo Yay!*” (Yay, Dunia virtual yang terhubung dengan kesukaan) adalah salah satu media sosial yang dibuat oleh perusahaan Nanameue, Inc. “同じ興味や関心ごとを同世代の友人と話せるバーチャルワールド。肩を張らず、素の自分でいられる居場所をあなたの手のひらで”。“*Onaji kyōmi ya kanshin goto o dōsedai no yūjin to hanaseru bācharu wārudo. Kata o harazu, su no jibun de irareru ibasho o anata no te no hira de.*” (Dunia virtual tempat Anda dapat membicarakan minat yang sama dengan teman-teman satu generasi. Sebuah tempat di tangan Anda di mana Anda bisa menjadi diri Anda yang sebenarnya tanpa harus mengangkat ketegangan.)

Dibandingkan dengan SNS lain, sangat mudah menemukan native Jepang karena media sosial ini dibuat oleh perusahaan Jepang yang mana dibuat untuk masyarakat Jepang. Jika dilihat dari komunitas dan usia penggunanya, rata-rata pengguna media sosial Yay adalah pelajar dan remaja. Selain itu, beberapa istilah yang digunakan dalam fiturnya menggunakan *Wakamono Kotoba*, contohnya スキピ、だれピ, dan sebagainya. Hal tersebut membuat *Wakamono Kotoba* mudah sekali ditemukan pada media sosial ini.

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, ada beberapa masalah atau hal penting terkait penggunaan *Wakamono Kotoba* dalam aplikasi media sosial di Jepang. *Wakamono Kotoba* sebagai salah satu bahasa yang digunakan pada kalangan remaja akan bertambah dan berkembang seiring berjalannya waktu namun sayangnya terdapat keterbatasan sumber pengetahuan untuk memahami *Wakamono Kotoba* yang ada pada media sosial dikarenakan lingkup kelompok usia yang berbeda, sering kali bentuk *Wakamono Kotoba* berasal dari kata pembentukan kata yang berubah, ataupun kata serapan yang mendapat penyingkatan. Selain itu, fitur platform seperti adanya grup atau komunitas mempengaruhi cara dan konteks di mana istilah-istilah *Wakamono Kotoba* digunakan. Dari jabaran di atas, penulis akan melakukan analisis lebih lanjut tentang pembentukan dan makna *Wakamono Kotoba* yang digunakan pengguna pada media sosial Jepang bernama Yay!.

1.2 Penelitian yang Relevan

Menurut Nasrullah dalam Ahmad Setiadi (2016) media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Dalam media sosial, tiga bentuk yang merujuk pada makna bersosial adalah pengenalan (*cognition*), komunikasi (*communicate*) dan kerjasama (*cooperation*).

Dalam konteks komunikasi di media sosial, terdapat kebahasaan yang digunakan yang telah diteliti dalam beberapa penelitian sebelumnya dengan tema yang serupa. Agar penelitian ini menjadi lebih terfokus pada suatu masalah penelitian dan dapat menghasilkan kebaruan penelitian, serta memetakan posisi penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, maka peneliti melakukan studi terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang sejenis dengan tema penelitian yang akan dilakukan. Berdasarkan hal tersebut, peneliti melakukan studi literatur terhadap hasil penelitian terdahulu tentang *Wakamono Kotoba* dalam sosial media dan hasilnya dijabarkan sebagai berikut.

Bentuk dan Variasi *Wakamono Kotoba* di media sosial twitter pada penggemar Group SHINee oleh Amalijah dan Nadiya (2023). Jurnal ini disusun

dengan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan morfologis dan semantis, dan menggunakan teori pembentukan *Wakamono Kotoba* oleh Masakazu. Penelitian ini menyimpulkan, dari 81 data, ditemukan 69 *wakamono kotoba* terbentuk melalui satu proses pembentukan, 11 *Wakamono Kotoba* terbentuk melalui dua proses pembentukan, dan satu *Wakamono Kotoba* terbentuk melalui tiga proses pembentukan. Proses pembentukan yang paling banyak ditemukan adalah proses penyingkatan dengan 39 *Wakamono Kotoba*. Salah satu karakteristik yang ada pada variasi *Wakamono Kotoba* yang digunakan oleh penggemar grup SHINee adalah banyak ditemukan *Wakamono Kotoba* yang terbentuk melalui penggunaan bahasa Korea. Makna variasi *wakamono kotoba* penggemar SHINee kebanyakan tidak berubah dari makna dasar dan hanya beberapa yang mengalami perluasan makna.

Anisa Maslakha (2022) dalam penelitiannya membahas tentang *Wakamono Kotoba* dalam kanal youtube Nihongo Mantappu melalui pendekatan deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data menggunakan teknik simak catat dan analisis data. Teori yang digunakan adalah teori morfologi dan semantik. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, ditemukan 7 klasifikasi pembentukan *Wakamono Kotoba* dari 15 klasifikasi teori pembentukan *Wakamono Kotoba* yaitu 3 pelepasan kata, 5 peminjaman bahasa asing, 4 gabungan Bahasa Jepang dan bahasa Inggris, 1 komposisi, 5 perubahan bunyi, 1 gabungan kata, dan 1 permainan kata. Penelitian ini juga menemukan makna *Wakamono Kotoba* yang berfungsi sebagai kata sifat dan kata keterangan yaitu untuk menjelaskan keadaan atau perasaan yang dialami oleh pembicara.

Widyastuti (2020) pada penelitiannya menganalisa jenis-jenis Goi (kosakata) dalam *Wakamono Kotoba* yang selalu digunakan oleh generasi muda Jepang. Metode pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Subjek penelitian ini diambil dari 5 sumber, yaitu 1 subjek dari Program Televisi Jepang, Sekolah Kakumei dan 4 subjek dari YouTube yaitu 2 channel Playlist Video dan 2 channel video. Hasil dari penelitian ini adalah dari 119 subjek *Wakamono Kotoba* terdapat 25 kata kerja, 23 kata sifat, 31 kata benda, 20 idiom, dan 23 kata keterangan. Berdasarkan penelitian tersebut, ditemukan beberapa karakteristik

Wakamono Kotoba yang dapat diamati dari kata yang tercipta yaitu singkatan dari Goi, perubahan makna, Bahasa KY (Bahasa Singkatan), Bahasa Lama, penggunaan dialek seperti dialek Kansai dan dialek Fukuoka, perubahan bunyi, kata dan makna baru, penambahan suku kata -ru, imbuhan seperti -tan, gan-, -ngo, -pi, -man dan -chikku, perubahan kata yang memiliki kemiripan bunyi, kebalikan kata, Bokashi Kotoba (Ungkapan yang tidak jelas), dan Gairaigo (Kata Serapan).

Penelitian tentang *Wakamono Kotoba* dalam anime yang diteliti oleh Ngarbingan (2019) dengan judul “Jenis dan Makna *Wakamono Kotoba* dalam Anime Series K-ON!” ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Peneliti menggunakan metode simak dan teknik catat. Analisis data dibagi menurut jenis dan makna. Teori yang digunakan yaitu Sociolinguistik. Dari hasil analisa dapat dilihat bahwa penggunaan *Wakamono Kotoba* berdasarkan kelas katanya terdapat doushi dengan 41,37%, meishi dengan 20,68%, keiyoushi 4,59%, fukushi dengan 2,29%, daimeishi dengan 3,44%, keiyodoshi dengan 1,14% , kandoushi dengan 6,89%, hyougen dengan 1,14%, danseigo dan joseigo dengan 18,39%. Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa jenis *Wakamono Kotoba* yang sering muncul adalah Shouryakugo dengan 57,47 %, Kyouchougo dengan 4,59 %, Hougen dengan 2,29 %, Jibutsu Zokugo dengan 1,14 % dan danseigo & joseigo dengan 18,39 %.

Ardianti dan Sanjaya (2019) membandingkan dua bahasa anak muda, yaitu bahasa gaul Jepang dan bahasa gaul Indonesia dalam proses pembentukannya. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif pendekatan kualitatif dengan teknik analisis kontrastif. Data pada penelitian ini diambil dari media sosial Instagram dengan rentan usia pengguna 15-30 tahun. Pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi dengan mengumpulkan, memilih, menyimpan informasi serta pengumpulan bukti keterangan berupa tulisan, surat, gambar dan sebagainya. Dari hasil analisa, pada bahasa gaul Jepang ditemukan 43 jenis bahasa gaul dan enam jenis proses pembentukannya. Proses pembentukan pada bahasa gaul Jepang adalah afiksasi, konversi, reduplikasi, blending, clipping, dan akronim. Pada bahasa gaul Indonesia ditemukan 51 jenis bahasa gaul dan 8 jenis proses pembentukannya. Proses pembentukan bahasa gaul Indonesia adalah afiksasi,

reduplikasi, komposisi, konversi, clipping, blending, akronim dan inisial serta transposisi. Kemudian, terdapat beberapa perbedaan proses pembentukan bahasa gaul Jepang dan Indonesia yaitu pada bahasa gaul Jepang clipping terjadi pada dua kata terakhir kemudian digabungkan sedangkan pada bahasa gaul Indonesia clipping mengalami peluluhan suku kata secara acak. Komposisi, transposisi dan infiks hanya terjadi pada bahasa gaul Indonesia sedangkan persamaan dalam proses pembentukannya terjadi pada proses afiksasi, konversi, reduplikasi, blending, clipping, akronim dan inisial.

Berdasarkan paparan beberapa penelitian yang relevan yang telah dikemukakan di atas, dapat diketahui bahwa penelitian-penelitian tersebut membahas aspek-aspek yang berhubungan dengan *Wakamono Kotoba*. Penelitian relevan yang pertama membahas tentang Bentuk dan Variasi *Wakamono Kotoba* di media sosial Twitter. Penelitian relevan yang kedua membahas Analisa *Wakamono Kotoba* di Youtube Channel Nihonggo Mantappu. Penelitian relevan yang ketiga membahas tentang Kosakata pada *Wakamono Kotoba* yang digunakan generasi muda. Penelitian relevan yang keempat membahas *Wakamono Kotoba* dalam anime K-ON!. Penelitian relevan yang kelima membahas tentang Analisis Kontrastif antara bahasa gaul anak muda Jepang dan bahasa gaul anak muda Indonesia di media sosial Instagram. Dari beberapa penelitian relevan tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa penelitian dengan variabel yang sama yaitu tentang *Wakamono Kotoba* yang mengambil subjek pada media sosial twitter dan juga instagram, namun belum ada penelitian yang mengambil subjek pada media sosial Jepang bernama Yay. Bukan hanya platform media sosial yang berbeda, namun dalam penelitian ini teori yang digunakan juga berbeda dari penelitian yang ada sebelumnya. Standar yang dipakai untuk menganalisis *Wakamono Kotoba* pada penelitian ini adalah bersumber dari 若者言葉の研究—SNS 時代の言語変化— “*Wakamono Kotoba no kenkyū — SNS jidai no gengo henka —*” Penelitian Bahasa Anak Muda: Perubahan Bahasa di Era Sosial Media, milik Horio Kei 2022.

1.3 Identifikasi Masalah

Dari hasil pengamatan peneliti terhadap *Wakamono Kotoba* pada sosial media Yay, dan dari beberapa uraian yang dikemukakan pada latar belakang dan penelitian yang relevan, maka dapat diidentifikasi kan masalah sebagai berikut:

1. *Wakamono Kotoba* muncul pada percakapan di media sosial seperti Twitter, Channel Youtube, komunitas penggemar grup idola, dan anime. Namun, variasi dan kompleksitasnya dapat menyebabkan kesulitan pemahaman, terutama bagi orang yang tidak dari lingkungan tersebut sehingga tidak memiliki pengetahuan yang luas tentang *Wakamono Kotoba*.
2. Istilah dan pembentukan *Wakamono Kotoba* tidak diajarkan secara formal pada kelas Bahasa Jepang. Namun, apabila menggunakan media sosial, kita akan terpapar pada *Wakamono Kotoba* yang sulit untuk mengerti.
3. *Wakamono Kotoba* sebagai ragam bahasa yang dinamis seiring waktu *Wakamono Kotoba* terus bertambah sesuai dengan tren dan perkembangan jaman. Penelitian sebelumnya tentang *Wakamono Kotoba* dilakukan pada tahun 2023, sementara belum ada penelitian yang mencakup *Wakamono Kotoba* setelah tahun tersebut.
4. *Wakamono Kotoba* sudah banyak di teliti pada media sosial seperti Twitter, Instagram dan Youtube, namun belum ada penelitian tentang *Wakamono Kotoba* yang bersumber dari media sosial Yay.

1.4 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, penulis membatasi masalah penelitian pada pembentukan dan makna *Wakamono Kotoba* oleh anak muda Jepang di media sosial Yay selama penelitian ini dilakukan, yaitu melakukan tangkapan layar pada postingan user Yay yang di bagikan pada bulan Januari 2024 hingga November 2024.

1.5 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan sebelumnya, rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengelompokan jenis *Wakamono Kotoba* di Jepang saat ini pada media sosial Yay?
2. Bagaimana penggunaan dan makna *Wakamono Kotoba* pada media sosial Yay?

1.6 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengelompokan jenis *Wakamono Kotoba* di Jepang saat ini pada media sosial Yay.
2. Untuk mengetahui bagaimana penggunaan dan makna *Wakamono Kotoba* pada masyarakat Jepang saat ini pada media sosial Yay.

1.7 Landasan Teori

Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan penelitian, untuk menganalisis pembentukan, penggunaan dan makna *Wakamono Kotoba* dalam media sosial Yay, Pertama, penulis akan menggunakan teori Morfologi untuk mengkaji mengenai pembentukan kosakata *Wakamono Kotoba* untuk melihat jenis-jenis proses pembentukan *Wakamono Kotoba* dalam aplikasi Yay. Kemudian, untuk melihat penggunaan serta makna *Wakamono Kotoba* dalam aplikasi Yay, digunakan teori atau standar jenis-jenis *Wakamono Kotoba* yang dijelaskan oleh Horio Kei dalam buku “若者言葉の研究 SNS時代の言語変化” Oleh Horio Kei Tahun 2022.

Morfologi adalah cabang linguistik yang mempelajari struktur dan pembentukan kata. Morfologi mengkaji bagaimana kata-kata terbentuk dari unit-unit kecil yang bermakna. Istilah "morfologi" berasal dari bahasa Yunani, yaitu "*morphe*," yang berarti “bentuk”.

Dalam biologi dan geologi, morfologi berarti struktur atau bentuk tubuh dan bumi masing-masing. Jadi, dalam ilmu linguistik juga morfologi harus mengacu pada suatu kajian yang berkaitan dengan bentuk-bentuk bahasa. Bentuk bahasa yang paling dasar adalah kata. Dengan demikian, kita dapat mengatakan bahwa morfologi adalah studi tentang bentuk kata. Lebih spesifiknya lagi, morfologi

merupakan cabang ilmu linguistik yang mempelajari pembentukan kata dan struktur internalnya. Iskandar Siregar (2020).

Pada hakikat *Wakamono Kotoba* adalah salah satu perubahan bentuk dari kata yang sebelumnya sudah ada. Dari perubahan bentuk tersebut lahirlah makna baru yang digunakan dan menjadi tren di kalangan remaja Jepang.

1.8 Jenis dan Metode Penelitian

Dalam menganalisis data dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan menyimak, mencatat, dan studi literatur. Melakukan pengumpulan data dan mengurutkan sesuai kategori berdasarkan pembentukan *Wakamono Kotoba* yang ada pada media sosial Yay dan melakukan analisis berdasarkan teori standar pembentukan *Wakamono Kotoba* dari Horio (2022).

1.9 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dibagi ke dalam dua kategori, yaitu manfaat teoritis, dan manfaat praktis sebagai berikut.

a. Manfaat Teoritis

Pada penelitian-penelitian sebelumnya melihat *Wakamono Kotoba* dari sudut pandang media sosial seperti Twitter, Instagram, dan Youtube sedangkan penelitian ini menganalisis *Wakamono Kotoba* yang ada dalam aplikasi Yay dengan menggunakan teori atau standar Morfologi, dan teori penjelasan *Wakamono Kotoba* dalam buku 若者言葉の研究 SNS時代の言語変化, Horio Kei (2022). Hasil analisis ini akan memperjelas bagaimana pengelompokan dari pembentukan, dan makna *Wakamono Kotoba* terutama yang ada pada media sosial Yay.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana pengelompokan jenis *Wakamono Kotoba* yang ada dalam media sosial Yay. Dengan demikian, penelitian ini juga menyediakan wawasan bagi para pengguna media sosial khususnya mereka yang menggunakan Yay, untuk lebih

memahami makna dan konteks dari istilah-istilah yang digunakan dalam komunikasi online dalam Bahasa Jepang dengan kaum muda masyarakat Jepang.

1.10 Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk lebih memberikan gambaran secara garis besar mengenai penelitian ini, maka dapat disusun rancangan yang berisi sebagai berikut:

- Bab I Menguraikan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sumber data, metode penelitian, landasan teori, dan sistematika penulisan.
- Bab II Berisikan penjelasan definisi *Wakamono Kotoba* dari para ahli, landasan teori-teori atau standar yang menjelaskan pengelompokan pembentukan, jenis, dan makna *Wakamono Kotoba* dari para ahli. Kemudian, standar yang digunakan dalam pengelompokan pembentukan *Wakamono Kotoba*, jenis, fungsi, dan makna yang akan digunakan dalam analisis.
- Bab III Penjelasan aplikasi SNS dan sumber data. Analisis sumber data *Wakamono Kotoba* berdasarkan 若者言葉の研究 SNS時代の言語変化 teori Horio Kei. Menampilkan data yang sudah diambil dan akan diuraikan mengenai hasil analisis jenis pengelompokan kategori pembentukannya, fungsi dan maknanya saat digunakan di aplikasi Yay.
- Bab IV Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan hasil pembahasan dan analisis dari data pada bab-bab sebelumnya disertai keterbatasan, dan saran bagi penelitian ini.