

DAMPAK DRAMA, ANIME, DAN MUSIK JEPANG TERHADAP MINAT BELAJAR BAHASA JEPANG

Nalti Novianti

Japanese Department, Faculty of Letters, Bina Nusantara University, Jl. Kemanggisan Ilir III
No. 45, Kemanggisan/Palmerah, Jakarta Barat 11480, naltin@binus.edu

ABSTRACT

As a fast growing country in Asia, Japan is placed on higher country, neither in government rule connected with social community or in the economy system. The growth of the country has attracted public attention that makes people want to learn the Japanese language. Many high quality of Japan products are enjoyed by the Indonesian people, especially the ones that connected with media, such as comic books, anime, and play. The problem is whether the students of Japanese language that learning the Japanese language in the university are interested in studying it because of the influence of the products. After doing field research on four different universities that having Japanese Departments, it can be concluded that the influence does not exist. The students choose Japanese Literature because they like Japan and want to learn the language.

Keywords: *play, comic, anime, music*

ABSTRAK

Jepang sebagai negara maju di Asia, berada pada tatanan negara kelas atas, baik dalam pengaturan negara yang berhubungan dengan sosial masyarakat maupun dalam sistem ekonomi. Kemajuan negara tersebut telah menarik banyak perhatian umum yang membuat orang ingin mempelajari bahasanya. Produk Jepang yang berkualitas tinggi banyak dinikmati oleh orang Indonesia, terutama yang berhubungan dengan media, baik lisan maupun tulisan, seperti komik, animasi, dan drama Jepang. Permasalahannya adalah apakah pemelajar bahasa Jepang yang kini sedang belajar bahasa Jepang di Universitas tertarik masuk ke jurusan Sastra Jepang karena pengaruh produk tersebut. Setelah diadakan penelitian lapangan pada empat universitas penyelenggara program bahasa Jepang, ternyata pengaruh itu tidak tampak. Mereka memilih Sastra Jepang karena menyukai Jepang dan ingin mengetahui bahasanya.

Kata kunci: *drama, komik, animasi, musik*

PENDAHULUAN

Para pemelajar bahasa Jepang jumlahnya semakin tahun semakin bertambah. Hal itu terlihat dari jumlah institusi pendidikan formal yang mengajarkan bahasa Jepang jumlahnya semakin meningkat (data Japan Foundation 2008), ditambah dengan lembaga kursus yang ikut meramaikan populernya bahasa Jepang di Indonesia.

Meskipun jumlah penduduk Jepang tidak sebanyak salah satu negara Asia Timur yang kini sedang berkembang, yaitu China tetapi Jepang yang merupakan salah satu pendukung Amerika dalam berbagai kebijakannya, telah mendapatkan pengakuan internasional sebagai negara yang mantap dan mempunyai perekonomian yang kuat. Di samping itu, perusakan alam dengan mendirikan berbagai macam pabrik hanya untuk menaikkan “pamor sesaat” tidak diperkenankan ada di negara yang penuh keteraturan tersebut.

Keindahan, kebersihan, dan keramahan penduduknya membuat orang asing merasa tidak khawatir berada di negara tersebut. Hal itu tercermin pula pada beberapa hasil karya kontemporer mereka yang merambah Indonesia, seperti komik, anime, dan drama televisi. Barang-barang Jepang yang dijual di Indonesia juga merupakan kualitas baik dan selalu tampak indah, berbeda dengan buatan negara lain yang membuatnya dengan asal-asalan yang berujung pada harga murah, tanpa kualitas jelas.

Remaja atau anak muda mempunyai budaya yang unik dan berkaitan dengan hal-hal yang fenomenal. Hal itu terkait dengan suasana hati yang mudah berubah, emosi yang tinggi, dan konsumerisme. Ruang lingkup budaya anak muda atau *youth culture*, biasanya berhubungan dengan aktivitas seni, pendidikan, sastra, olahraga, organisasi, dan yang sekarang sedang trendi adalah komputer.

Perkembangan komputer amat berhubungan dengan berkembangnya budaya anak muda. Di Jepang, komputer itulah yang berhasil menciptakan film animasi yang amat digemari di seluruh dunia. Film animasi Jepang bahkan menembus TV Amerika dan Eropa. Tokoh seperti Satoshi dalam Pokemon, sampai yang terakhir menjadi *booming* adalah ‘Naruto’ dan ‘One Piece’. Sampai animasi klasik Jepang, seperti ‘Heidi Anak Pegunungan Alpen’, ‘Candy Candy’, dan ‘Tetsuwan Atom’. Tokoh tersebut meskipun berganti nama dengan ala negeri masing-masing tetap dikenal sebagai tokoh dari negeri Sakura. Contohnya, animasi ‘P-man’ yang diputar di salah satu stasiun TV Indonesia mempunyai nama asli “Paa Man”.

Sesuatu yang populer seperti itu diciptakan oleh atau untuk anak-anak muda yang dalam proses pencarian dirinya selalu merindukan sesuatu yang baru atau sesuatu yang lain dari yang dikenalnya sehari-hari. Semua itu berhubungan dengan budaya pop yang menurut Storey (2003:10) bahwa budaya pop merupakan budaya yang menyenangkan dan disukai orang (berdimensi kualitatif), contoh buku, novel, album rekaman, film; Hasil kreativitas individu yang berkualitas dan mempunyai daya jual tinggi; Merupakan budaya masa, artinya diproduksi dan dikonsumsi oleh masa; Berasal dari pemikiran *post modernisme*.

Budaya pop juga merupakan sebuah budaya yang sering berubah sesuai dengan zamannya. Budaya pop dapat berubah menjadi sebuah budaya tinggi yang dihargai, bahkan diakui sebagai budaya sebuah bangsa apabila sudah dikonsumsi dan diakui oleh masyarakat banyak (Bestor, *et al.*, 1989), seperti *sumo* dan *kabuki* yang dahulu dianggap sebagai budaya rakyat jelata, berkembang menjadi sebuah karya seni yang dinilai tinggi.

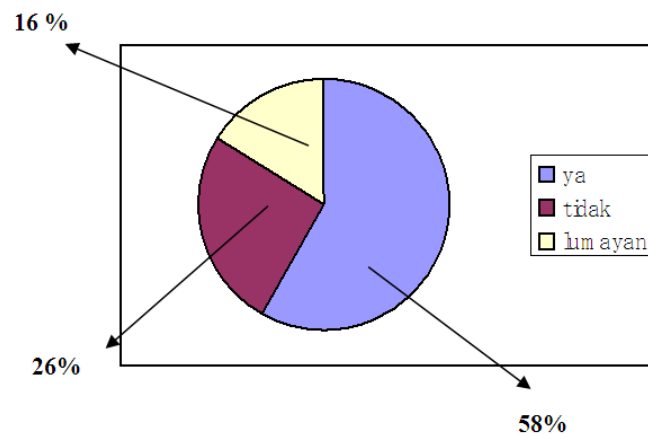
PEMBAHASAN

Hasil Budaya Pop Jepang Hubungannya dengan Minat Belajar Remaja atau Anak Muda Indonesia terhadap Bahasa Jepang

Sekilas tahun 90-an TV drama Jepang masuk ke Indonesia, beberapa diantaranya yang masuk adalah *'Tokyo Love Story'* dengan pemain utamanya Oda Yuji. Lalu ada *'Hitotsu no Yane no Shita'* dengan *'Norippi'* sedangkan dalam animasi masuk *Doraemon* dan *Candy Candy*, dari IMMIG (sumber: Elex Media Komputindo). Ketika itu film Indonesia sendiri sedang mengalami krisis sehingga jumlah sinetron tidak sebanyak sekarang sedangkan animasi yang ditayangkan kebanyakan dari Amerika. Sinetron yang banyak ditayangkan saat itu kebanyakan berasal dari Brazil, Portugal, dan Spanyol. Sehingga, begitu masuk sinetron Asia non China yang kebanyakan bertema *love story*, banyak orang yang merasa tertarik. Mulai saat itulah sinetron Jepang banyak ditayangkan di beberapa TV swasta. Akhirnya, drama TV Jepang dan anime ini menjadi trendi di kalangan anak dan anak muda. Mereka ingin menemukan sesuatu yang baru, yang lain dari drama atau film Amerika yang selama ini kita kenal dan merajai dunia pertelevisian kita. Sesuai dengan konsep tentang budaya pop di atas tadi, tampak adanya hubungan antara keingintahuan anak muda dengan trendinya drama TV Jepang dan *anime* di Indonesia.

Komik Jepang juga merupakan salah satu pemicu anak muda untuk mengetahui Jepang lebih dekat. Pengunjung pameran Japan Foundation saat dilangsungkan beberapa pameran kebanyakan anak muda (SMA dan SMP) yang amat tertarik dengan kehidupan Jepang dan ingin lebih dekat lagi dengan budaya negara tersebut (sumber: Japan Foundation Jakarta). Karena komik dan anime itulah, kegiatan *cosplay* di Indonesia sering diselenggarakan di mal dan pusat perbelanjaan.

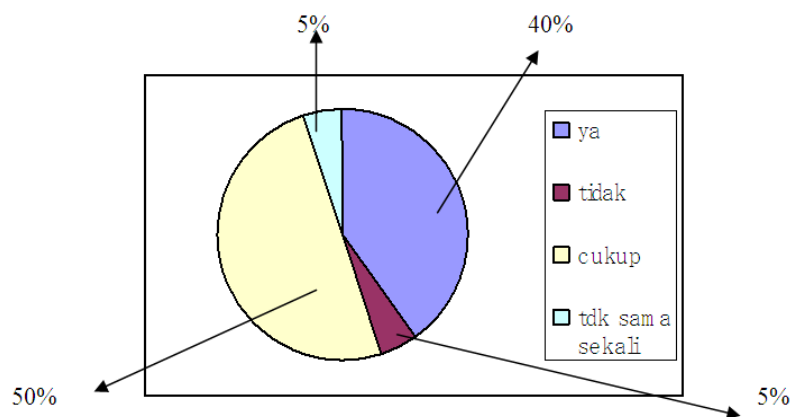
Apakah budaya Jepang yang sekarang boom kembali setelah mengalami masa stagnan antara tahun 1990-1995 itu memicu naiknya jumlah anak muda yang ingin mempelajari bahasa Jepang? Untuk mengetahui apakah mahasiswa sastra Jepang masuk karena mereka menyukai TV drama dan film animasi, saya membagi angket ke-4 universitas, yaitu Universitas Pajajaran, Bandung sebanyak 50 responden, Universitas Brawijaya, Malang sebanyak 30 responden, Universitas Widyatama, Bandung sebanyak 30 responden, dan Universitas Bina Nusantara, Jakarta sebanyak 60 responden. Dalam angket penelitian ketika saya tanyakan apakah responden (170 orang) tertarik masuk sastra Jepang karena sinetron Jepang dan animasi maka jawaban mereka tampak seperti Gambar 1 berikut.



Gambar 1 Grafik Apakah Masuk ke Sastra Jepang karena Sinetron dan Animasi Jepang

Tampak presentasi yang menyatakan bahwa responden tertarik masuk sastra Jepang karena pengaruh anime dan TV drama menunjukkan presentasi tinggi, walaupun tidak mutlak. Akan tetapi, hal itu tidak mengubah hipotesis bahwa masuknya animasi dan TV drama Jepang ke Indonesia memacu minat anak muda yang menginginkan sesuatu yang baru untuk masuk ke sastra Jepang. Trendi drama TV dan animasi yang merupakan hasil kerja keras pada pemain di dunia perfilman Jepang sedikit banyak telah memberikan dampak terhadap banyaknya anak muda yang ingin mempelajari Jepang dan hal yang berbau ke-Jepangan.

Presentase untuk pertanyaan, apakah setelah masuk sastra Jepang mereka mendapatkan apa yang mereka ingin tahu ketika menonton TV drama atau film animasi yang mereka pernah lihat maka jawabannya adalah seperti pada Gambar 2.



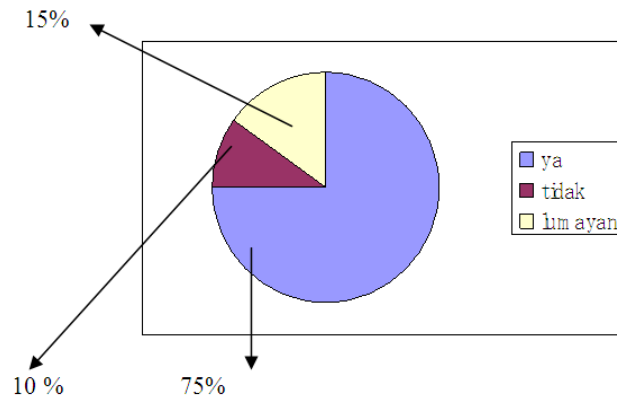
Gambar 2 Grafik Apakah Setelah Masuk Sastra Jepang Anda Mendapatkan Apa yang Anda Ingin Tahu Ketika Menonton TV Drama atau Film Animasi

Artinya, pengajaran bukan hanya bahasa tetapi juga meliputi budaya, politik, dan ekonomi Jepang, telah memberikan pengaruh positif terhadap anak-anak muda untuk mengenal Jepang lebih dekat. Di drama TV dapat diketahui tingkat ekonomi Jepang yang lebih mapan dari kehidupan sehari-hari negara Indonesia. Contoh Nobita yang dapat menyantap sayur “alfalfa”, sayur dari Australia, dengan jumlah amat banyak. Padahal, di Indonesia sayur tersebut hanya dapat ditemukan di supermarket khusus untuk orang asing, dengan harga Rp15.000 per kotaknya.

Dari drama TV Jepang juga terlihat jalan yang mulus dan terjaga dengan baik walaupun ada di sekitar pedesaan. Atau, pakaian yang digunakan, atau fashion yang sedang trendi serta hasil budaya lain yang membuat kita ingin mencobanya, seperti mesin penjual minuman atau makanan otomatis. Namun, sistem pembelajaran bahasa Jepang yang memperkenalkan tren terkini serta masalah masyarakat yang fenomenal jarang disentuh dalam mata kuliah.

Saat ini baru ada di Universitas Bina Nusantara dan sekolah tinggi bahasa asing serta universitas nasional saja yang melalui interaksi aktif mahasiswa dalam mengumpulkan bahan dan mempresensikannya di kelas sedikit demi sedikit kehidupan fenomenal Jepang sudah dapat tersentuh. Lainnya masih mengajarkan masalah ‘ie’, ‘bushido’, dan hal klasik lainnya. Tentu saja mengetahui sistem kekerabatan Jepang dan semangat Bushido yang tidak pernah luntur itu merupakan suatu pengetahuan yang menarik. Akan tetapi, alangkah baiknya jika konsep itu diterapkan secara lebih aplikatif dalam kehidupan orang Jepang sekarang ini.

Menurut analisis, inilah jawaban mengapa jawaban “ya” di atas hanya 50% saja. Akan tetapi, tentu saja itu memerlukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahuinya. Ketika responden ditanya apakah dengan adanya drama dan animasi Jepang dalam bahasa asli yang banyak dijual di Indonesia ini membuat mereka terbantu dalam proses belajar, grafik menunjukkan hal berikut.



Gambar 3 Grafik Apakah dengan Adanya Drama dan Animasi Jepang dalam Bahasa Asli yang Banyak Dijual di Indonesia Membuat Anda Terbantu dalam Proses Belajar

Ternyata para mahasiswa sangat terbantu dengan adanya Drama TV Jepang dan film animasi dalam bahasa aslinya. Seperti diketahui dalam proses pemerolehan ilmu, untuk dapat menguasai bahasa kedua perlu adanya dua proses, yaitu proses pembelajaran bahasa pengajaran pola kalimat (*pattern*) sebagai proses *input* dan sistem latih di kelas (*drill*) sebagai proses *out put* yang merupakan *feed back* dari yang telah diajarkan, adalah hal yang umum dilakukan. Hal itu sesuai dengan yang dikatakan RL. Oxford (1990:37-55) melalui *Ninchi Strategi* bahwa setiap pengajaran bahasa asing memerlukan enam kegiatan wajib, yaitu *Practising* (練習をする), *Receiving* (情報内容を受け取る), *Sending* (情報内容を送る), *Analyzing* (分析する), *Reasoning* (推論する), dan *Creating* (インプットとアウトプットのための構造を作る).

Akan tetapi, setelah berkembangnya multimedia, terutama komputer akhir-akhir ini, proses pembelajaran *one way system* mulai mengalami perubahan. Menurut Kobayashi (2003), pemelajar bahasa asing sering memerlukan *shigeki* atau sesuatu yang membangkitkan minat mereka seperti sebuah terapi kejut. Dengan adanya *shigeki*, rasa ingin tahu akan bangkit dan semangat belajar akan tumbuh. Rupanya, animasi dan drama TV bahasa asing inilah yang sarana *shigeki*, bagi para pemelajar bahasa asing terutama Jepang.

PENUTUP

Simpulan penelitian adalah bahwa bukanlah sesuatu yang mutlak bahwa penyuka anime atau drama Jepang pasti akan masuk ke sastra Jepang. Hal itu terlihat dari jumlah yang hanya menunjukkan angka 58% saja peminat anime dan drama Jepang yang masuk ke sastra Jepang di keempat universitas tersebut. Akan tetapi, tentunya tidak menutup kemungkinan para pemelajar bahasa Jepang yang kini sedang mempelajari bahasa tersebut adalah para penggemar komik, animasi, dan drama TV Jepang. Hal itu terjadi karena dengan adanya produk kontemporer Jepang di tanah air, para pemelajar bahasa Jepang merasa terbantu, seperti tampak pada gambar dalam pembahasan. Dengan adanya drama dan anime Jepang yang kini penjualannya begitu mem-*booming*, para pemelajar dapat berlatih mendengarkan bahasa Jepang sehari-hari dari para tokoh yang ada di dalam media tersebut. Dengan banyaknya berlatih mendengar proses *out put*, yang diperlukan oleh pemelajar bahasa asing dapat terlaksana, sesuai yang dikatakan R.L Oxford.

Untuk buku bacaan sejenis komik yang ditulis dalam bahasa asli Jepang, para pemelajar dituntut untuk mengetahui jumlah kanji yang lebih banyak daripada yang diajarkan di kelas. Hal itu tentu akan mendukung kemampuan mereka dalam menulis dan membaca huruf yang memang sangat penting kedudukannya dalam menguasai bahasa Jepang. Membaca langsung sebuah karya tulis merupakan proses *out put*, dari kuliah tulisan kanji dan pemahaman bahasa Jepang pada umumnya.

Akan tetapi, terlihat dari gambar, mereka yang sudah masuk ke jurusan sastra Jepang yang mendapatkan apa yang mereka inginkan hanya 50%. Diprediksi hal itu terjadi karena kurangnya informasi yang mereka dapatkan dari dalam kampus itu sendiri dan kurangnya para pemelajar untuk mencari tahu sendiri tentang Jepang masa kini. Dunia informasi yang begitu berkembang memaksa para pemelajar untuk mencari sendiri informasi tentang berbagai hal mengenai Jepang. Dan, karena media untuk melakukan *searching* masih terbatas, membuat mereka yang awalnya berharap banyak mendapatkan informasi tentang Jepang yang aktual merasa kecewa. Demikianlah ternyata untuk proses *shigeki* dalam proses pembelajaran bahasa, hadirnya anime dan film Jepang sangat membantu dalam belajar bahasa asing.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonymous. "Teenege Culture," Diakses 21 Januari 2005 dari <http://www.stat.go.jp/english/data/roudou/154b.htm>
- Aoki, Naoko, Akito Ozaki, and Satoshi Toki. 2003. *Nihongokyokuigaku*. Tokyo: Sekaishisousha.
- Baker, Chris. 2004. *Cultural Studies: Teori and Praktik*. Yogyakarta: Kreasi Wacana Yogyakarta.
- Bestor, Theodore C. 1989. *Handbook of Japanese Popular Culture edited by Richard Gid Powers and Hidetoshi Kato*. London. Greenwood Press.
- Higurashi, Yoshiko. 1996. *Kaigai de Oshieru Nihongo*. Tokyo: Aruku.
- Morimoto, Yoshiyuki. 1990. *Nihongogaku to Nihongokyokuiku*. Tokyo: Bonjinsha.
- Oxford, L. Rebecka. 1994. *Gengogakushuu Strateji*. Tokyo: Bonjinsha.
- Storey, John. 2003. *Teori Budaya dan Budaya Pop: Memetakan Lanskap Konsetual Cultural Studies*. Yogyakarta: CV Qalam.
- Tanaka, Nozomu. 1990. *Nihongo Kyuiku no Houhou*. Tokyo :Taishuukanshoten.