

**REPRESENTASI BUDAYA JEPANG DALAM CHANNEL
YOUTUBE NIHONGO MANTAPPU OLEH JEROME POLIN**
(Studi Analisis Konten Budaya Channel Nihongo Mantappu
(日本語マンタップ)



SKRIPSI

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Tugas Akhir Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Sastra pada Departemen Sastra Jepang Fakultas Ilmu Budaya Universitas
Hasanuddin*

OLEH:

BESSE MUTMAINNAH DERU

F081171005

DEPARTEMEN SASTRA JEPANG

FAKULTAS ILMU BUDAYA

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2022

UNIVERSITAS HASANUDDIN
FAKULTAS ILMU BUDAYA
DEPARTEMEN SASTRA JEPANG

LEMBAR PENGESAHAN

Sesuai dengan surat penugasan Dekan Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin Nomor: 732/UN4.9.1/KEP/2021 pada tanggal 26 Maret 2021, dengan ini kami menyatakan menerima dan menyetujui skripsi yang berjudul **“Representasi Budaya Jepang Dalam Channel Youtube Nihongo Mantappu Oleh Jerome Polin (Studi Analisis Konten Budaya Channel Nihongo Mantappu”** yang disusun oleh Besse Mutmainnah Deru, NIM F081171005 untuk diteruskan kepada panitia ujian skripsi Departemen Sastra Jepang Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin.

Makassar, 5 Januari 2022

Konsultan I

Konsultan II


Drs. Dias Pradadimara, M.A., M.S. 
NIP. 19641217199803 1 001 **NIP. 19710903200501 2 006**

Disetujui untuk diteruskan

Kepada Panitia Ujian Skripsi

Ketua Departemen Sastra Jepang
Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin


Meta Sekar Puji Astuti, S.S., M.A., Ph.D.
NIP. 19710903200501 2 006

SKRIPSI

**REPRESENTASI BUDAYA JEPANG DALAM CHANNEL YOUTUBE
NIHONGO MANTAPPU OLEH JEROME POLIN (STUDI ANALISIS
KONTEN BUDAYA CHANNEL NIHONGO MANTAPPU
(日本語マンタップ))**

Disusun dan diajukan oleh:

BESSE MUTMAINNAH DERU

No Pokok: F081171005

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Skripsi

Pada tanggal 11 Februari 2022

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat



Menyetujui

Komisi Pembimbing

Konsultan I

Konsultan II


Drs. Dias Pradadimara, M.A., M.S
NIP. 19641217199803 1 001


Meta Sekar Puji Astuti, S.S., M.A., Ph.D.
NIP. 19710903200501 2 006

Dekan Fakultas Ilmu Budaya
Universitas Hasanuddin

Ketua Departemen Sastra Jepang
Fakultas Ilmu Budaya
Universitas Hasanuddin



Prof. Dr. Akin Duli, M.A.
NIP. 19640716199103 1 010


Meta Sekar Puji Astuti, S.S., M.A., Ph.D.
NIP. 19710903200501 2 006

UNIVERSITAS HASANUDDIN
FAKULTAS ILMU BUDAYA
DEPARTEMEN SASTRA JEPANG

Pada hari Jumat tanggal 11 Februari 2022, Panitia Ujian Skripsi menerima dengan baik skripsi yang berjudul **“Representasi Budaya Jepang Dalam Channel Youtube Nihongo Mantappu Oleh Jerome Polin (Studi Analisis Konten Budaya Channel Nihongo Mantappu)”** yang diajukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Sastra pada Departemen Sastra Jepang Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin.

Makassar, 11 Februari 2022

Panitia Ujian Skripsi:

1. Ketua : Drs. Dias Pradadimara, M.A., M.S ()
2. Sekretaris : Meta Sekar Puji Astuti, S.S., M.A., Ph.D ()
3. Penguji I : Rudy Yusuf, S.S., M.Phill ()
4. Penguji II : Yunita El Risman, S.S., M.A. ()
5. Konsultan I : Drs. Dias Pradadimara, M.A., M.S ()
6. Konsultan II : Meta Sekar Puji Astuti, S.S., M.A., Ph.D ()

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Besse Mutmainnah Deru
NIM : F081171005
Fakultas : Ilmu Budaya
Program Studi : Sastra Jepang
Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya yang berjudul :

**REPRESENTASI BUDAYA JEPANG DALAM CHANNEL
YOUTUBE NIHONGO MANTAPPU OLEH JEROME POLIN (STUDI
ANALISIS KONTEN BUDAYA CHANNEL NIHONGO MANTAPPU (日本語
語マンタッブ)**

Adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambilan alihan tulisan orang lain bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, Februari 2022

Yang Menyatakan,

(Besse Mutmainnah Deru)



ABSTRAK

Besse Mutmainnah Deru. Berjudul “REPRESENTASI BUDAYA JEPANG DALAM CHANNEL NIHONGO MANTAPPU OLEH JEROME POLIN (STUDI ANALISIS KONTEN BUDAYA CHANNEL NIHONGO MANTAPPU (日本語マンタップ)”, (Dibimbing oleh **Drs. Dias Pradadimara, M.A., M.S dan Meta Sekar Puji Astuti, S.S., M.A., Ph.D).**

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana representasi budaya Jepang oleh Jerome Polin dalam *channel* youtube *Nihongo Mantappu* dan menjelaskan apakah representasi Jerome Polin hanya *stereotype* atau merupakan fakta yang disajikan secara kritis mengenai budaya Jepang yang ditampilkan dalam *channel* youtube *Nihongo Mantappu*.

Dari hasil penelitian, peneliti mengkategorikan lima tema budaya Jepang dalam vlog *channel Nihongo Mantappu* yakni makanan, rumah tradisional, ekonomi, teknologi, dan transportasi yang kemudian direpresentasikan oleh Jerome Polin. Dari kelima tema budaya Jepang yang kemudian di analisis oleh penulis berdasarkan vlog video yang diunggah dalam *channel Nihongo Mantappu* dapat memberikan pengaruh terhadap para *viewers*-nya untuk mengikuti gaya hidup atau pun budaya masyarakat Jepang yang banyak ditampilkan dalam beberapa media sosial utamanya pada anak muda di Indonesia.

Kata Kunci: Jerome Polin, *Channel Nihongo Mantappu*, Representasi Budaya.

要旨

ベッセ・ムトマイン・デル 「この論文のタイトルは「Jerome Polin の Nihongo Mantappu チャンネルにおける日本文化の表現『Nihongo Mantappu チャンネルにおける文化的内容の分析研究』」である。（Drs. Dias Pradadimara, M.A., M.S 先生と Meta Sekar Puji Astuti, S.S., M.A., Ph.D 先生のもとで研究された）。

本研究の目的は Jerome Polin の Nihongo Mantappu チャンネルにおける日本文化の表現を説明するためである。または、チャンネルにおける日本文化の表現がただのステレオタイプか、それとも事実かを知るためである。

研究した結果、Nihongo Mantappu チャンネルにおける日本文化の表現が五つの種類に分けられた。その種類は「食べ物」、「伝統的な建物」、「経済」、「技術」と「交通」の種類である。Nihongo Mantappu チャンネルのビデオにおける五つの種類を分析された結果、チャンネル登録者、特にインドネシアからの登録者が影響を与えられ、日本の文化を真似することまで多いと発見された。

キーワード： Jerome Polin, Nihongo Mantappu チャンネル、文化の表現

KATA PENGANTAR

Tiada kata yang indah selain mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT, yang memiliki kekuasaan atas segala sesuatu di muka bumi ini, sehingga tidak ada seorang pun yang dapat lepas dari ketentuan dan ketetapan-Nya. Alhamdulillah berkat kasih dan inayah-Nya, yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Representasi Budaya Jepang Dalam Channel Nihongo Mantappu Oleh Jerome Polin (Studi Analisis Konten Budaya Channel Nihongo Mantappu (日本語マンタップ)” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1) pada Jurusan Sastra Jepang Universitas Hasanuddin.

Dengan penuh rasa hormat, penulis ucapkan banyak terimah kasih kepada **Drs. Dias Pradadimara, M.A., M.S**, selaku Dosen pembimbing I yang selalu meluangkan waktu di tengah kesibukan dengan penuh kesabaran mengarahkan dan membimbing peneliti sampai akhir penulisan skripsi ini. Beliau merupakan sosok yang cerdas dan penuh perhatian kepada anak bimbingannya, darinya penulis belajar banyak hal terkait dengan cara membuat kalimat dengan baik.

Ucapan rasa hormat dan terimakasih yang sebesar-besarnya juga penulis sampaikan kepada **Meta Sekar Puji Astuti, S.S., M.A., Ph.D**, selaku Ketua Departemen Sastra Jepang Universitas Hasanuddin dan juga sekaligus sebagai Dosen pembimbing II, yang telah meluangkan waktu dan pemikirannya untuk membimbing peneliti sampai akhir penulisan skripsi ini. Beliau merupakan sosok yang teliti dan tegas dalam membimbing. Akan tetapi, dibalik ketegasan beliau

penulis mendapatkan begitu banyak hal tentang bagaimana menulis karya ilmiah dengan benar.

Penulis menyadari tidak akan dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik tanpa bimbingan, saran, motivasi dan bantuan dari berbagai pihak.

1. Prof. Dr. Dwia Aries Tina Palubuhu, M. A. selaku rektor Universitas Hasanuddin, atas kebijakannya sehingga penulis dapat menikmati berbagai fasilitas dalam proses belajar di Universitas Hasanuddin.
2. Prof. Dr. Akin Duli, M. A. selaku Dekan Fakultas Ilmu Budaya serta para wakil dekan yang memberikan banyak ruang kepada kami untuk mengembangkan ilmu.
3. Seluruh staf pengajar Fakultas Ilmu Budaya terkhusus Departemen Sastra Jepang Universitas Hasanuddin yang telah mengajar dan mendidik peneliti selama menempuh pendidikan di Universitas Hasanuddin.
4. Teruntuk kedua orangtua saya yang selalu mendoakan saya untuk dapat menyelesaikan segala urusan saya agar dapat dimudahkan, saya ucapkan banyak terimakasih yang tak terhingga
5. Seluruh teman-teman angkatan 2017 Departemen Sastra Jepang Universitas Hasanuddin yang selalu memberikan motivasi, doa, dan berbagai bantuan lainnya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih mempunyai kekurangan dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para

pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang kajian Sejarah Budaya Sastra Jepang.

Makassar, Februari 2022

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENERIMAAN.....	iv
LEMBAR KEASLIAN KARYA.....	v
ABSTRAK	vi
要旨.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
1.4 Batasan Penelitian	9
1.5 Metode Penelitian.....	12
1.6 Penelitian Terdahulu.....	13
1.7 Sistematika Penulisan.....	21
BAB II BUDAYA JEPANG DAN KONSEPSI BERBEDA MENGENAI BUDAYA JEPANG.....	23
2.1 Budaya Jepang	24
2.2 Konsepsi Budaya Jepang dalam Kelompok Masyarakat	28

2.2.1 <i>Nihonjinron</i>	28
2.2.2 Orangtua	32
2.2.3 Anak Muda	34
2.3 Konsepsi Jerome Mengenai Budaya Jepang	35
BAB III CHANNEL YOUTUBE NIHONGO MANTAPPU.....	37
3.1 Gambaran <i>Channel Youtube Nihongo Mantappu</i>	37
3.2 Kategori Budaya Jepang dalam <i>Channel Nihongo Mantappu</i>	38
3.2.1 Makanan.....	39
3.2.2 Rumah Tradisional.....	42
3.2.3 Tekonologi	46
3.2.4 Ekonomi.....	49
3.2.5 Transportasi.....	53
BAB IV ANALISIS BUDAYA JEPANG DALAM CHANNEL NIHONGO	
<i>MANTAPPU</i>	57
4.1 Representasi Budaya Jepang oleh Jerome Polin dalam Beberapa Tema:	57
4.1.1 Makanan.....	57
4.1.2 Rumah Tradisional	62
4.1.3 Teknologi	64
4.1.4 Ekonomi	67
4.1.5 Transportasi	70
4.2 Representasi Budaya Jepang oleh Jerome Polin	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1 Kesimpulan	74

5.2 Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN.....	80



DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1 Foto Jerome Polin
- Gamabr 1.2 Data Tren Penggunaan Internet dan Media Sosial di Indonesia Tahun 2021
- Gambar 1.3 Platfroms Media Sosial Yang Banyak digunakan di Indonesia Tahun 2021
- Gambar 1.4 Channel Youtube Jerome Polin
- Gambar 1.5 Komentar Penilaian *Subscriber Nihongo Mantappu*
- Gambar 1.6 Komentar Permintaan *Subscriber Nihongo Mantappu*
- Gambar 3.1 Tempat Makan Sushi Jerome Bersama Temannya
- Gambar 3.2 Jerome Bersama Temannya ke Restoran Ramen
- Gambar 3.3 Jerome sedang menuju ke rumah Yusuke
- Gambar 3.4 Penginapan AirBnb yang masih tradisional di Kagawa
- Gambar 3.5 Jerome bersama Yusuke makan disebuah restoran Yayoiken
- Gambar 3.6 Toilet umum transparan
- Gambar 3.7 Dorm mahasiswa Universitas Keio
- Gambar 3.8 Jerome pertama kalinya memotong rambut disalon Jepang
- Gambar 4.1 Ekspresi Jerome mengajak viewers-nya untuk mencicipi Sushi Maguro
- Gambar 4.2 Negitoro terdiri dari kata Negi (daun bawang) dan toro (tuna yang digiling)
- Gambar 4.3 Beberapa jenis sushi mentah

- Gambar 4.4 Tampilan semangkuk ramen dan nasi berisikan daging Cingcang
- Gambar 4.5 Bak Mandi (Ofuro) yang masih ada di Jepang
- Gambar 4.6 Proses memanaskan air pada zaman dulu
- Gambar 4.7 Mesin nasi otomatis disebuah restoran Yayoiken
- Gambar 4.8 Tampilan luar dan fasilitas yang dimiliki toilet transparan akibat kecanggihan teknologi dan budaya luar
- Gambar 4.9 Tampilan luar dan fasilitas yang dimiliki toilet tradisional Jepang
- Gambar 5.0 Dorm mahasiswa Keio University
- Gambar 5.1 Jerome bersama teman-temannya yang lebih awal bergegas untuk menuju station kereta.
- Gambar 5.2 Jerome dan teman-temannya menunggu kereta
- Gambar 5.3 Transit Kereta menuju bandara
- Gambar 5.4 Jerome mengedit video saat menunggu jadwal penerbangan
- Gambar 5.5 Rute dan pemberhentian setiap bus yang harus dilewati menuju penginapan

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Distribusi Kategori Makanan
Tabel 3.2	Distribusi Kategori Rumah
Tabel 3.3	Distribusi Kategori Teknologi
Tabel 3.4	Distribusi Kategori Ekonomi
Tabel 3.5	Distribusi Kategori Transportasi



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jerome Polin merupakan mahasiswa asal Indonesia yang menempuh pendidikan di salah satu Universitas ternama di Jepang yakni Universitas Waseda dengan mengambil Program Sarjana Prodi Matematika Terapan. Jerome Polin sejak kecil mempunyai mimpi menjadi seorang Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia dikemudian hari. Hal ini ia ceritakan dalam bukunya yang berjudul *Mantappu Jiwa*. Dalam buku tersebut juga menceritakan perjuangan Jerome Polin untuk mendapatkan beasiswa *Mitsui Bussan Scholarship* untuk melanjutkan studi ke Jepang.



Gambar 1.1 Foto Jerome Polin
(Sumber : *Blog Gramedia.com* diperoleh pada 16/03/2021)

Sebelum ia melanjutkan studi ke Jepang, Jerome Polin sudah sangat pandai dalam pembelajaran hitungan. Hal ini dapat dilihat dari penghargaan yang ia peroleh saat mengikuti perlombaan di tingkat nasional maupun internasional. Hal ini pulalah yang menjadikan Jerome Polin sangat terkenal dikalangan anak muda. Jerome Polin juga sangat terkenal sebagai seorang *influencer* yakni

menjadi seorang *youtuber* asal Indonesia. Dengan wajah yang tampan dan juga memiliki keunikan yang berbeda dengan *youtuber* lainnya.

Kata *influencer* tidak lagi asing dikalangan remaja bahkan dewasa maupun orangtua. *Influencer* adalah seseorang atau figur dalam media sosial yang memiliki jumlah pengikut yang banyak atau signifikan, dan hal yang mereka sampaikan dapat mempengaruhi perilaku dari pengikutnya (Hariyanti dan Wirapraja, 2018: 141). Sedangkan menurut Brown dan Hayes, *influencer* merupakan pihak ketiga yang secara signifikan, tetapi mungkin pernah bertanggung jawab untuk itu.¹ Dengan kata lain, *influencer* adalah seseorang yang memiliki pengikut atau *followers* di berbagai platform digital yang membesarkan namanya seperti Instagram, Youtube, Twitter, Facebook, dan blog pribadi. Banyaknya pengikut atau *followers* dari seorang *influencer* tersebut biasanya segala aktivitasnya sangat diperhatikan bahkan tak jarang ada yang menirukan gaya kehidupannya. Platform media sosial yang digunakan *influencer* untuk membesarkan namanya di dunia maya, salah satunya melalui Youtube.

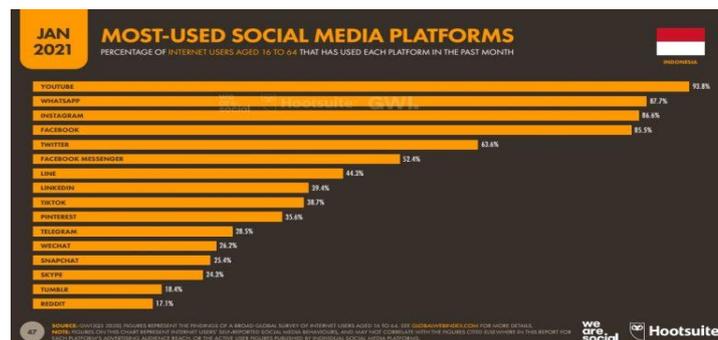
Youtube menjadi situs yang sering digunakan oleh semua kalangan. Selain youtube, media sosial lainnya juga menjadi sarana publikasi aktivitas yang dilakukan seseorang untuk mengetahui aktivitas yang mendunia. Adapun media sosial yang banyak digunakan adalah youtube, whatsapp, facebook, instagram, tiktok, line, twittter, reddit, pinterest dan tumblr.

¹ Brown & Hayes, "*Influencer Marketing: Who Really Influences Your Customers?*", 2008. Hal 52.



Gambar 1.2 Data Tren Penggunaan Internet dan Media Sosial di Indonesia Tahun 2021

Seperti yang dilansir Andi link, bahwa berdasarkan data We Are Sosial, terungkap 202,6 juta penduduk Indonesia telah menggunakan internet dan 170 juta menggunakan media sosial. Jika dipersentasikan ada sekitar 93,8% pengguna media sosial yang paling banyak diakses dan digunakan oleh Indonesia adalah youtube.²



Gambar 1.3 Platfrms Media Sosial Yang Banyak digunakan di Indonesia tahun 2021

Selain dari kalangan artis, banyak *influencer* dari media youtube atau yang biasa disebut dengan istilah *youtuber* yang dapat dikatakan berasal dari masyarakat biasa. Hal ini dikarenakan kreativitas mereka dalam membuat *vlog* video, sehingga menarik perhatian *viewers* untuk mengikuti atau bahkan menjadi inspirasi bagi penontonnya melalui karyanya.

² <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>

Pada tahun 2017, Jerome Polin membuat sebuah akun youtube bernama *channel Nihongo Mantappu*. Awalnya *Channel Nihongo Mantappu* ini dikelola berdua dengan Kevin. Akan tetapi tahun 2018, Kevin mengundurkan diri dari pengelolaan *channel Nihongo Mantappu* karena ingin fokus dengan perkuliahannya. Youtuber asal Indonesia tersebut yang memperkenalkan fenomena-fenomena budaya Jepang bagi masyarakat Indonesia melalui youtube yakni dalam *channel youtube Nihongo Mantappu*.



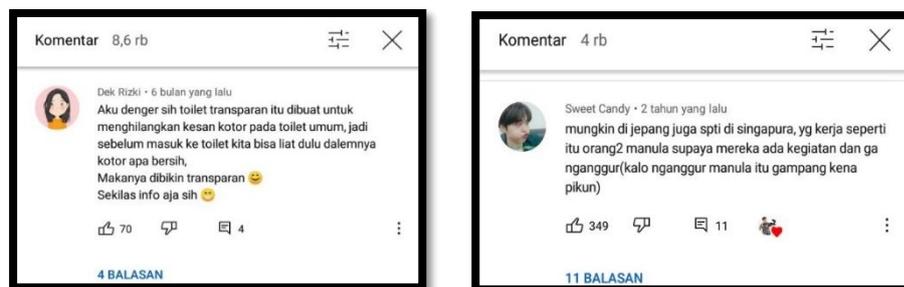
Gambar 1.4 Channel Youtube Jerome Polin
(Sumber : *Channel Youtube Nihongo Mantappu* diperoleh pada 16/03/2021)

Video pertama yang diunggah dalam *channel Nihongo Mantappu*, Jerome Polin menjelaskan arti dari *Nihongo Mantappu*. *Nihongo Mantappu* merupakan kalimat bahasa Jepang yang terdiri dari kata *nihongo* (日本語) dan *mantappu* (マンタップ). *Nihongo* (日本語) berarti bahasa Jepang, sedangkan *mantappu* (マンタップ) merupakan kata Bahasa Indonesia yaitu mantap yang jika diucapkan atau ditulis dalam bahasa Jepang menjadi *mantappu* (マンタップ). Sehingga dapat diartikan dalam bahasa Indonesia yaitu Bahasa Jepang Mantap.

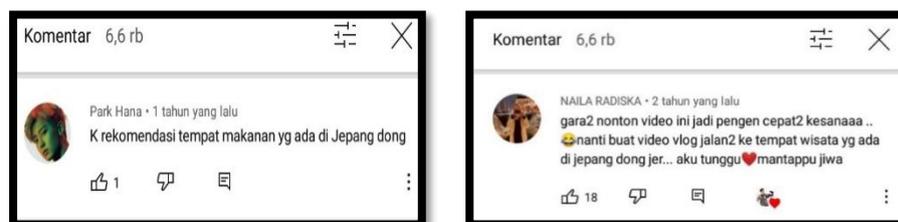
Awalnya *channel youtube Nihongo Mantappu* hanya mengajarkan tentang bahasa Jepang, akan tetapi seiring meningkatnya *subscriber* dari *channel* tersebut hingga pada akhirnya juga mengikutsertakan berbagai konten yang berisi tentang pembelajaran matematika dan berbagai budaya masyarakat Jepang, tempat-tempat

sejarah sampai tema kegiatan sehari-hari Jerome selama di Jepang. Dari beberapa jenis tema budaya yang ditampilkan dalam *channel* youtube *Nihongo Mantappu* ini terlihat adanya fenomena-fenomena budaya Jepang.

Channel youtube *Nihongo Mantappu* ini juga memberikan pengaruh bagi *viewers*-nya tentang negara Jepang. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya *subscriber* *Nihongo Mantappu* sebanyak enam juta dan *viewers*-nya mencapai sepuluh juta. Sehingga *channel* ini merupakan salah satu sarana media sosial yang mendukung untuk mengetahui tentang budaya negara Jepang dan perbedaannya dengan negara lain. Seperti pengetahuan dan beberapa permintaan *subscriber* pada *channel* *Nihongo Mantappu* tentang negara Jepang.



Gambar 1.5 Komentar Penilaian *Subscriber* terhadap negara Jepang
(Sumber : *Channel* Youtube *Nihongo Mantappu* diperoleh 15/03/2021)



Gambar 1.6 Komentar Permintaan *Subscriber* tentang negara Jepang
(Sumber : *Channel* Youtube *Nihongo Mantappu* diperoleh 15/03/2021)

Gambar 1.5 terdapat dua komentar yang merupakan suatu penilaian *subscriber* tentang negara Jepang yang bersifat positif sedangkan pada Gambar 1.6 merupakan permintaan *subscriber* tentang tempat kuliner dan tempat wisata

negara Jepang yang ingin mereka ketahui. Kedua gambar tersebut dapat memunculkan prasangka yang berkaitan dengan budaya masyarakat Jepang.

Prasangka merupakan suatu penilaian seseorang terhadap suatu objek yang belum diketahui fakta sesungguhnya. Dari prasangka inilah yang biasa disebut dengan *stereotype*. *Stereotype* adalah representasi yang sederhana namun hidup yang mereduksi orang menjadi seperangkat sifat-sifat dasar yang berlebih-lebihan dan biasanya juga negatif (Kamus Kajian Budaya).³ *Stereotype* merupakan persepsi seseorang terhadap orang lain yang bisa bernilai positif atau bernilai negatif.

Penilaian seseorang terhadap suatu objek juga bisa diketahui secara fakta dengan berpikir kritis. Menurut Angelo (dalam Salvina, dkk, 2018 : 744) berpendapat bahwa berpikir kritis adalah mengaplikasikan rasional, kegiatan berpikir yang tinggi, yang meliputi kegiatan menganalisis, mensintesis, mengenal permasalahan dan pemecahannya, menyimpulkan dan mengevaluasi. Berpikir kritis adalah kemampuan seseorang untuk berpikir secara jernih dan rasional tentang apa yang harus dilakukan atau tentang apa yang harus dipercaya dan diterima oleh akal sehat. Berpikir kritis juga merupakan sebuah proses membuat suatu penilaian yang masuk akal, logis dan dipikirkan secara matang. Dalam hal ini untuk mengetahui suatu fakta harus menganalisis suatu objek dan berpikir secara kritis untuk mengambil sebuah keputusan.

Selain youtube, Jerome Polin juga menggunakan akun instagram untuk memperkenalkan budaya Jepang. Selain itu instagram juga menjadi salah satu

³ Chris Barker, Culture Studies, PT. Kanisius, Yogyakarta, 2014, hlm. 271

media sosial yang memberikan pengaruh terhadap *stereotype* tentang negara Jepang. Instagram merupakan media sosial yang juga efektif digunakan untuk mempengaruhi khalayak karena kepopulerannya. Dalam akun instagram milik Jerome Polin juga memperlihatkan tentang hal-hal yang tidak biasa didapatkan dari Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari *instastory* akun milik Jerome Polin.

Penelitian terhadap youtube sebagai media sosial banyak, begitu juga tema penelitian youtube sebagai media sosialisasi budaya. Namun, peneliti melihat masih umumnya pembahasan pada penelitian tersebut. Ada penelitian yang hampir sama fokus kajiannya pada konten budaya tapi tetap berbeda pada objek penelitiannya. Peneliti merinci objek bahasan pada satu channel budaya yaitu *channel* youtube *Nihongo Mantappu*.

Nihongo Mantappu memiliki tema budaya yang unik. Berbeda dengan tema budaya lainnya yang hanya memfokuskan ke satu tema saja. *Nihongo Mantappu* dihiasi dengan konten fakta, analisis dan solusi atas permasalahan faktual negara baik bidang politik, ekonomi, sosial sampai tema budaya yang banyak dimuat dalam channelnya.

Budaya adalah kata yang cukup rumit dan sering diperdebatkan karena konsep ini tidak mewakili sebuah entitas yang berdiri terpisah dari dunia objek-objek.⁴ Budaya secara umum dapat diartikan sebagai suatu nilai, rasa, dan kebiasaan dalam suatu daerah atau sekelompok masyarakat yang sudah disepakati sebagai aturan dan norma yang memberikan ciri khusus dari daerah tersebut. Orang-orang di dalam daerah tersebut kemudian selalu berperilaku dan

⁴ Chris Barker, Kamus Kajian Budaya, Sleman, Kanisius, 2014. Hal.4

melekatkan apa yang menjadi kebiasaannya di daerahnya sehingga kebiasaan tersebut dapat mencerminkan budayanya sendiri dimanapun ia akan berada nantinya. Hal itulah yang menyebabkan seseorang ketika pergi meninggalkan daerah asalnya budayanya pun akan ikut melekat.

Kemudian dalam penelitian ini, memunculkan suatu masalah yaitu bagaimana Jerome Polin merepresentasikan budaya Jepang yang ditampilkan dalam *channel* youtube *Nihongo Mantappu*. Dan apakah representasi Jerome Polin ini hanya sebuah *stereotype* (positif/negatif) atau merupakan fakta yang ada dalam budaya Jepang. Hal ini menjadi salah satu alasan kuat penulis ingin melakukan penelitian terkait representasi mengenai budaya Jepang yang ditampilkan dalam *channel* youtube *Nihongo Mantappu*.

1.2 Rumusan masalah

1. Bagaimana Jerome Polin mencoba merepresentasikan budaya Jepang yang ditampilkan dalam *channel* youtube *Nihongo Mantappu*?
2. Apakah representasi budaya Jepang oleh Jerome Polin hanya *stereotype* atau merupakan fakta yang disajikan secara kritis mengenai budaya Jepang yang ditampilkan dalam *channel* youtube *Nihongo Mantappu*?

1.3 Tujuan dan manfaat penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana representasi atau gambaran mengenai budaya Jepang oleh Jerome melalui *channel* youtube *Nihongo Mantappu*. Pembaca juga dapat mengetahui apakah representasi Jerome Polin mengenai budaya Jepang hanya sebuah *stereotype* atau merupakan fakta

dari negara Jepang. Selanjutnya adapun beberapa manfaat yang ingin dicapai sebagai berikut :

1. Memberi informasi kepada pembaca mengenai representasi budaya Jepang oleh Jerome Polin dalam *channel* youtube *Nihongo Mantappu*.
2. Memberi informasi kepada pembaca mengenai apakah representasi Jerome Polin hanya *stereotype* atau merupakan fakta yang disajikan secara kritis mengenai budaya Jepang yang ditampilkan dalam *channel* youtube *Nihongo Mantappu*.

1.4 Batasan Penelitian

Pada penelitian ini, penulis akan menggunakan vlog video dari *channel* youtube *Nihongo Mantappu* yang memiliki 476 video (diakses tanggal 17 Maret 2021). Tetapi penulis akan membatasi vlog video yang dijadikan sebagai objek penelitian untuk melihat budaya yang terjadi dalam masyarakat Jepang. Vlog video yang dipilih adalah vlog yang menggambarkan budaya Jepang secara umum dan banyak diketahui oleh negara lain. Adapun beberapa contoh vlog dari *channel* youtube *Nihongo Mantappu* mengenai budaya Jepang, dalam hal ini budaya kuliner yakni pertama *Sashimi* (刺身) yang merupakan makanan hampir mirip dengan *sushi*. Perbedaannya hanya terletak pada penggunaan nasi. Dari beberapa penelitian dan artikel *sashimi* terbuat dari makanan laut (*seafood*) yang disajikan secara mentah dan disantap dengan kecap asin atau wasabi. Berdasarkan penelitian Firda Suci Lestari yang berjudul “Analisis Perbandingan Minat Terhadap Sushi dan Sashimi sebagai Makanan Khas Jepang Pada Mahasiswa Luar

Jurusan Sastra Jepang”, *sashimi* merupakan salah satu makanan khas dari negara Jepang.

Kedua *Hanami* (花見) yang dirilis tahun 2018 dan merupakan budaya Jepang. *Hanami* adalah tradisi menikmati mekarnya bunga sakura dengan keluarga, teman-teman ataupun rekan kerja sambil membawa makanan spesial yang sudah dipersiapkan dari rumah, seperti nasi kotak atau *bentō* (弁当) yang lengkap berisi *onigiri* (お握り), *tsukemono* (漬物) atau acar, *sashimi* (刺身) atau ikan mentah yang diiris, *sake* (酒) atau minuman khas Jepang yang terbuat dari beras, *dango* (団子) atau kue bola yang terbuat dari beras ketan, dan lain sebagainya. Tradisi ini sangat berarti bagi masyarakat Jepang karena bunga sakura ini hanya dapat bertahan paling lama seminggu setelah mekar dengan sempurna, dan kemudian sedikit demi sedikit kelopak-kelopak bunganya akan berguguran berganti munculnya daun-daun berwarna hijau. Hal ini dapat dilihat dari salah satu penelitian Eka sundari Purwaningtyas yang berjudul “Makna Antusiasme Masyarakat Jepang dalam Perayaan *Hanami*”.

Ketiga *Shinkansen* (新幹線) yang dirilis tahun 2018 dan keempat *toire* (トイレ) yang dirilis tahun 2020 . *Shinkansen* (新幹線) dan *toire* (トイレ) merupakan teknologi Jepang yang mengalami kemajuan sehingga penggunaannya sangat canggih. Kedua hal ini dapat dilihat dari tayangan video dalam channel youtube Nihongo Mantappu yang berjudul “Toilet Transparan Yang Viral di Jepang” dan “Pengalaman Pertama Naik Kereta Cepat Jepang (*shinkansen*)”.

Shinkansen (新幹線) dalam bahasa Jepang hanya merujuk kepada jalur kereta, seperti dalam kutipan berikut dari Nihongo Kokugo Jiten.

“Kōsoku de shuyō toshi-kan o musubu JR no tetsudō. Mata, sono ressha. Zairai no shuyō kansen ni heikō suru. Kikan wa zairai-sen.”

Dapat disimpulkan bahwa *shinkansen* adalah jalur yang menghubungkan kota-kota besar dan kereta yang melalui jalur tersebut adalah kereta berkecepatan tinggi (bullet train).⁵ Sedangkan *toire* (トイレ) dalam Bahasa Indonesia berarti toilet.

Kelima kota wibu (秋葉原) yang dirilis tahun 2019. Wibu pada awalnya merupakan istilah yang muncul dari kalangan warga Amerika khususnya berkulit putih yang menyebut seseorang sebagai penggila Jepang baik itu dari segi budaya, anime, manga, Jpop dan hal lain yang berbau Jepang.⁶ Pusat kota wibu berada di Akihabara (秋葉原). Akihabara (秋葉原) adalah salah satu distrik kota Tokyo yang selalu dikaitkan dengan para *otaku*⁷ dan *wibu*⁸. Karena daerah ini merupakan pusat anime, manga, permainan video, juga menjadi pusat perbelanjaan elektronik.

⁵ R. Sonnya. “Nemawashi : Studi Kasus Rencana Kereta Cepat (*Shinkansen*) di Indonesia”. Wahana, Vol. 1 No 12. Tahun 2016, hal. 55.

⁶ Bahasa Jepang Bersama. Arti istilah Otaku dan Wibu (Weeaboo) yang sebenarnya dan Asal mulanya. <https://www.bahasajepangbersama.com/2017/07/arti-istilah-otaku-dan-wibu-weaboo-yang.html?m=1> (diakses pada 28 April 2020, pukul 02:15 WITA)

⁷ Otaku adalah istilah yang digunakan orang Jepang untuk menyebut seseorang sangat terobsesi dengan sesuatu tertentu seperti anime, manga, dll (tidak mesti yang berbau Jepang). <http://www.bahasajepangbersama.com/2017/arti-istilah-otaku-dan-wibu-weaboo-yang.html?m=1> (diakses pada 28 Februari 2020, pukul 03. 05 WITA)

⁸ Wibu adalah istilah yang muncul dikalangan warga Amerika berkulit putih untuk menyebut seseorang yang terlalu maniak dengan hal berbau Jepang. <http://www.bahasajepangbersama.com/2017/arti-istilah-otaku-dan-wibu-weaboo-yang.html?m=1> (diakses pada 28 Februari 2020, pukul 03. 05 WITA)

Vlog-vlog ini penulis gunakan sebagai objek penelitian dalam menemukan representasi budaya Jepang yang disampaikan oleh Jerome Polin dalam *channel* youtube *Nihongo Mantappu* karena dari 476 video yang penulis tonton, 80% vlog ini yang merepresentasikan tentang budaya Jepang yang banyak dikenal di negara lain. Selanjutnya, untuk mendukung data dari vlog tersebut, penulis akan menggunakan beberapa jurnal dan artikel yang berkaitan dengan masalah yang akan penulis teliti.

1.5 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua metode penelitian yaitu penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis konten.

1. Metode kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dan bersifat deskriptif, dimana data yang dikumpulkan dalam bentuk kata-kata atau gambar, sehingga tidak menekankan pada angka.
2. Kemudian, penulis mengkaji beberapa video vlog tentang Jepang yang ditampilkan dalam *channel* youtube *Nihongo Mantappu* dengan menggunakan analisis konten yang memperhatikan proses dan isi suatu konten. Analisis konten merupakan penelitian yang melakukan pembahasan secara mendalam terhadap isi suatu informasi tertulis atau tercetak dalam media massa.⁹

Menurut Widjaja (Muhadjir, 2000 : 68) analisis konten memiliki tiga syarat, yaitu objektivitas, sistematis, dan generalisasi. Objek penelitian diamati

⁹ Kurnia Ekasari, Nurafni Eltivia, Elvyra Handayani Soedarso, *Analisis Konten Terhadap Pengungkapan Etika dan Integritas Pada Sustainability Reporting* Vol. 1, (Malang, 2019), hlm. 99.

secara virtual. Kemudian dalam menganalisis vlog video tersebut akan terlihat suatu pandangan yang dapat disimpulkan bahwa ini merupakan suatu *stereotype* atau merupakan fakta dari negara Jepang itu sendiri.

Selain itu, penulis juga melakukan pengumpulan data menggunakan metode studi pustaka. Penulis mengumpulkan informasi dan data dengan bantuan berbagai macam material seperti buku, artikel, skripsi serta jurnal yang terkait. Beberapa diperoleh melalui internet dalam bentuk pdf dan beberapa situs *web* berisi artikel dengan sumber yang terpercaya untuk dijadikan bahan acuan dalam penulisan penelitian ini.

1.6 Penelitian Terdahulu

Terdapat banyak sekali keberagaman budaya Jepang yang sering ditampilkan, tetapi dalam penelitian ini penulis akan membatasi hanya lima budaya yang diamati melalui *channel* youtube *Nihongo Mantappu*. Raymond Williams berpendapat bahwa kata “budaya” (*culture*) pertama-tama dimulai sebagai sebuah kata benda yang mengacu pada proses bercocok tanam yaitu kultivasi.¹⁰ Berdasarkan pernyataan ini konsep budaya berkembang dimulai dari kata proses bercocok tanam (dibudidayakan) kemudian berkembang ke sebuah konsep mengenai kehidupan manusia (berbudaya), sehingga dapat dikatakan bahwa kata budaya merupakan analogi pada tumbuhan yang diterapkan dalam kehidupan sosial manusia. Sampai saat ini, hal tersebut dapat dilihat dari perkembangan budaya masyarakat Jepang.

¹⁰ Chris Barker, Kamus Kajian Budaya, Sleman, Kanisius, 2014. Hal.4

Berbagai keberagaman budaya Jepang yang banyak ditampilkan dalam channel youtube *Nihongo Mantapu* yaitu :

- Kuliner Jepang seperti *sushi, sashimi, onigiri, tempura, sukiyaki*, dan lain sebagainya.
- Tempat bersejarah di Jepang seperti museum di Hiroshima, rumah adat tradisional Jepang, dan lain sebagainya.
- Festival di negara Jepang seperti festival *Halloween*, festival Indonesia di Jepang, dan lain sebagainya.
- Memperkenal karya hasil teknologi Jepang seperti *shinkansen*, alat tulis yang canggih, toilet, dan lain sebagainya.
- Memperkenalkan beberapa anime seperti *one piece, shin chan, doraemon*, dan lain sebagainya.
- Kegiatan sehari-hari Jerome Polin dan interaksinya dengan masyarakat Jepang seperti memperkenalkan kampusnya, memperlihatkan budaya orang Jepang saat antri, tepat waktu, tertib, dan lain sebagainya.

Keberagaman budaya yang ditampilkan dalam *channel* youtube *Nihongo Mantappu* sangat mempengaruhi pentingnya pemahaman tentang budaya Jepang. Hal ini dikarenakan dapat membantu dalam bentuk komunikasi utamanya dalam hubungan internasional dan citra yang dibentuk dalam kelompok masyarakat tentang budaya Jepang. Akan tetapi, ada juga beberapa jurnal penelitian yang membahas mengenai budaya Jepang yang dimana hal ini juga mempengaruhi pemahaman tentang budaya Jepang. Sehingga penulis dapat membandingkan serta menganalisis dengan kritis tentang budaya Jepang yang ditampilkan dalam

channel youtube Nihongo Mantappu atau hal tersebut hanya sebuah *stereotype* Jerome Polin.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa referensi yang menjadi pembanding dari penelitian yang sejenis yang dilakukan oleh peneliti.

1. Jurnal penelitian kualitatif deskriptif ini berjudul “Pentingnya Penelitian Dan Pemahaman Perbedaan Budaya Jepang Dan Budaya Indonesia Kajian *Nonverbal Communication*” oleh Aji Setyanto (2013). Dalam jurnal penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan apa saja yang ada antara budaya Jepang dan budaya Indonesia, kebiasaan yang berhubungan dengan komunikasi, serta Kajian *nonverbal communication*, kemungkinan kesalahpahaman apa yang akan terjadi apabila tidak bisa saling memahami perbedaan ini. Lokasi penelitian ini adalah di Jepang dan Indonesia, dengan subyek penelitian orang Indonesia yang tinggal di Jepang, dan orang Jepang yang ada di Indonesia, untuk mendapatkan hasil yang akurat dilakukan pengambilan data melalui angket, wawancara dan pengamatan. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui, walaupun budaya Jepang dan budaya Indonesia merupakan *high context culture*, terdapat perbedaan dalam kebiasaan berkomunikasi serta dalam *nonverbal communication*. Perbedaan itu antara lain: orang Indonesia mudah berkomunikasi dengan orang yang tidak dikenal, tanpa ada kepentingan sekalipun, sementara di Jepang tidak bisa bicara dengan orang yang tidak dikenal kalau tidak ada kepentingan. Adanya penumpukan kata-kata saat orang lain sedang bicara, kebiasaan suka memuji, meminta maaf dan berterima kasih dalam budaya Jepang sedang dalam budaya Indonesia tidak ada. Pemahaman tentang waktu budaya Jepang adalah *monochronic time* sedangkan

Indonesia adalah *polychronic time*. Perbedaan dalam cara pandang saat bicara, budaya sentuh maupun jarak saat komunikasi. Serta kebiasaan lain yang berhubungan dengan komunikasi. Kemungkinan kesalahpahaman yang terjadi adalah perasaan bersalah, merasa direndahkan, tidak didengarkan, takut dan bahkan marah karena sikap orang yang dihadapi tidak sesuai dengan yang diharapkan atau diduga, yang bisa berakibat fatal dalam kelanjutan komunikasi antara orang-orang yang berbudaya Indonesia dan berbudaya Jepang.

2. Skripsi yang berjudul “ Pengaruh Pemberitaan Sisi Gelap Budaya Jepang di Media Online *Japanesestation.com* Terhadap perilaku Imitasi Komunitas Jepang UIN Syarif Hidayatullah Jakarta” oleh Dwi Rahmah Najibah dari program studi Jurnalistik Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Media online memiliki pengaruh yang sangat tinggi, informasi didapatkan sangat cepat dan aktual, salah satu media online yang memberikan informasi kebudayaan Jepang yaitu *Japanesestation.com*, informasi yang diberikan seputar kebudayaan Jepang baik itu *event-event* Jepang yang ada di Jakarta, *lifestyle* masyarakat Jepang hingga informasi tentang sisi gelap Jepang yang jarang diketahui masyarakat pada umumnya. Masalah pada penelitian ini bagaimana Pengaruh Pemberitaan Keragaman Budaya Jepang di Media *Online Japanesestation.com* Terhadap Komunitas Jepang UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Tentang Sisi Gelap Budaya Jepang dan perilaku imitasi seperti apa yang paling dominan terkait pemberitaan keragaman budaya Jepang di Media *Online Japanesestation.com* terhadap Komunitas Jepang UIN Syarif Hidayatullah Jakarta tentang sisi gelap budaya Jepang. Penelitian ini menggunakan paradigma

positivisme, pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian survei. Sampel diambil secara keseluruhan atau teknik random sampling, subjek penelitian ini media online *japanesestation.com*, objek penelitian ini 167 member komunitas Jepang UIN Jakarta tentang pengaruh negatif dari pemberitaan budaya Jepang media online *japanesestation.com* dengan menggunakan teknik pengumpulan data observasi, kuesioner, dan wawancara, teknik analisis data penelitian ini menggunakan uji regresi linear berganda, uji koefisien korelasi uji F (Simultan) dan uji statistik t T-test. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah “*Uses and Effects*” yang dikemukakan oleh Sven Windahl. Model ini membedakan hasil penggunaan media dalam tiga golongan: *Effect* (efek) media online *japanesestation.com*. *Consequence* (konsekuensi) analisis terkait pengaruh isi media serta tingkat aksesnya bahwa pengaruh media tersebut cukup besar, *Conseffect* (konsefek) media online *japanesestation.com* memiliki pengaruh negatif yang cukup besar namun terhadap responden komunitas Jepang UIN Syarif Hidayatullah Jakarta tentang sisi gelap budaya Jepang terdapat tingkat yang rendah. Berdasarkan pengolahan data hasil uji analisis koefisien korelasi terdapat nilai $R=0,502$ yang menjelaskan bahwa hubungan tersebut ada tetapi tingkatnya rendah, dengan variabel tingkat akses dan faktor isi media *japanesestation.com* terhadap perilaku imitasi Komunitas Jepang UIN Syarif Hidayatullah Jakarta tentang sisi gelap budaya Jepang, memiliki nilai sig yang sama-sama 0,0 menandakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan. Ada pengaruh negatif dari pemberitaan media online *japanesestation.com* ; menarik diri dari masyarakat, kecanduan dan menjadi seorang yang suka halusinasi tinggi, terlalu sering

mempelajari tarian Jepang lupa akan tarian Indonesia, meniru gaya berpakaian, tetapi tingkatnya rendah.

3. Jurnal penelitian berjudul “Pengolahan Dan Penyajian Makanan Negara Jepang” oleh Ayu Tri Mulya, dkk (2020). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja makanan khas dari Negara Jepang, bagaimana penyajian makanan khas Jepang, dan bagaimana tata cara makanan orang Jepang. Jenis penelitian ini kualitatif, mengumpulkan data dari hasil penelitian, buku sumber. Makanan khas dari negara Jepang seperti (a) Onigiri, merupakan makanan khas Jepang yang berbahan utama nasi putih. (b) Tempura, lebih dikenal sebagai makanan khas Jepang. (c) Sushi, merupakan makanan khas Jepang yang sangat populer bukan hanya di negara asalnya tapi juga di luar negara Jepang, termasuk Indonesia. (d) Sashimi, merupakan makanan khas Jepang yang hampir sama dengan sushi. Perbedaan sashimi dengan sushi terletak pada nasi. (e) Shabu-shabu, merupakan makanan khas Jepang yang berisi irisan tipis daging, tahu, jamur dan sayuran (f) Sukiyaki, Sama seperti shabu-shabu, sukiyaki merupakan makanan khas Jepang yang disajikan di dalam sebuah panci dengan maksud sambil dimasak. (g) Udon, berasal dari Tiongkok. Kata udon sendiri berasal dari kata Tiongkok, yaitu wonton (artinya pangsit), yang kemudian dilafalkan dengan kata udon. Udon merupakan mie ala Jepang yang terbuat dari tepung terigu. Cara penyajian makanan jepang pun disajikan secara bertahap, mulai dari hidangan pembuka, sup, hidangan utama, dan diakhiri dengan hidangan penutup. Masakan Jepang dihidangkan semuanya secara sekaligus. Dalam hal penyajian hidangan, dalam masakan Jepang tidak dikenal perbedaan antara tata cara penyajian di

rumah dengan tata cara penyajian di restoran. Jamuan makan dan kaiseiki merupakan pengecualian karena makanan disajikan secara bertahap. Selain itu tata cara makan juga perlu diperhatikan seperti: Sikap duduk ketika makan, oshibori atau handuk membersihkan tangan mengucapkan kalimat itadakimasu (いただきます), chawan digunakan sebagai tempat untuk nasi atau sup mengembalikan chawan ketempat semula setelah selesai makan, kanpai atau bersulang digunakan budaya Jepang. Itu semua merupakan makanan khas, tata cara penyajian makanan dan tata cara makan orang jepang.

4. Skripsi yang berjudul “Komunikasi Lintas Budaya dalam Iklan YouTube (Analisis Semiotika Representasi Budaya Tionghoa dalam Iklan YouTube “BUKALAPAK Emang Cincai)” oleh Nurmaisarah dari program studi Advertising Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara Medan. Metode penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan paradigma konstruktivis dan pisau analisis semiologi Roland Barthes, berupa signifikasi dua tahap (two order of signification) denotasi dan konotasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mengetahui sistem tanda yang melengkapi pemaknaan dan Bahasa Visual dan mengetahui representasi komunikasi lintas budaya yaitu Budaya Tionghoa digambarkan dalam Iklan Youtube “Bukalapak Emang Cincai”. Hasil penelitian ini menemukan bahwa dalam video iklan Bukalapak ini, mengandung unsur budaya yang direpresentasikan melalui budaya Tionghoa. Budaya Tionghoa dalam iklan ini ditujukan untuk mempromosikan sistem negosiasi sebagai bentuk apresiasi perayaan Tahun Baru Imlek. Budaya yang muncul dalam video iklan

menggambarkan bentuk dari konteks komunikasi lintas budaya yang dipergunakan ke dalam suatu iklan.

5. Skripsi ini berjudul “Representasi Budaya Belis dalam Film Dokumenter (Nokas) Karya Manuel Alberto Maia” oleh Hilaria Norma Wigati program studi Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran, Jatinangor. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap makna yang terkandung dalam film dokumenter “Nokas” dalam merepresentasikan budaya belis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan menggunakan analisis semiotika model Roland Barthes yang bertujuan untuk mencari makna denotasi, konotasi, mitos dan ideologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa makna denotasi yang terkandung dalam film adalah budaya belis dilaksanakan melalui beberapa tahapan. Makna konotasinya adalah budaya belis merupakan budaya yang menindas masyarakat. Makna mitos yang terdapat dalam film adalah budaya belis mengalami perubahan makna. Ideologi yang terkandung dalam film ini adalah budaya belis perlu dikaji ulang agar sesuai dengan kondisi masyarakat sekarang.

6. Skripsi ini berjudul “Representasi Budaya Masyarakat Batak Toba Dalam Film (Toba Dreams)” oleh Oktafiana Simbolon program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana representasi budaya masyarakat Batak Toba dalam film Toba Dreams. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode analisis semiotik Roland Barthes berupa makna denotasi, konotasi dan mitos. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

representasi budaya masyarakat Batak Toba dalam film Toba Dreams dapat dilihat dari dua bentuk, yakni budaya materiil dan budaya non material. Budaya materiil dalam film tersebut berupa rumah adat bolon, ulos dan tanduk. Dimana untuk rumah adat memiliki tujuh bagian penting yaitu atap, dinding, tangga, tiang, lantai, pintu, dan gorga (ukiran). Sedangkan budaya non material berupa status kematian dan tambak (kuburan). Budaya materiil memberikan makna kenyamanan, makna interaksi sosial, makna kekuatan, makna keamanan, makna gotong-royong, makna persaudaraan dan makna kesedihan sedangkan budaya non material memberikan makna kepercayaan, makna kesedihan, makna sosial dan makna penghormatan.

1.7 Sistematika Penulisan

Skripsi ini akan dibagi menjadi 5 bab dengan rincian sebagai berikut:

Bab 1. Pendahuluan, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, metode penelitian, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan.

Bab 2. Membahas landasan teori yang digunakan dalam penelitian mengenai budaya Jepang dengan menjelaskan konsepsi budaya Jepang dalam kelompok masyarakat.

Bab 3. Membahas sebuah gambaran umum *channel Nihongo Mantappu* dan menjelaskan beberapa kategori budaya Jepang dalam *channel Nihongo Mantappu*.

Bab 4. Membahas representasi Jerome Polin terhadap budaya Jepang dalam *Channel Nihongo Mantappu* dan berisikan dampak negatif dari representasi tersebut sehingga menimbulkan *stereotip*.

Bab 5. Membahas kesimpulan dan saran yang telah dilakukan oleh peneliti.

BAB II

BUDAYA JEPANG DAN KONSEPSI KELOMPOK MASYARAKAT

MENGENAI BUDAYA JEPANG

Bab II pada penelitian ini terdiri atas empat aspek yang akan dibahas oleh penulis. Pertama, mengenai budaya secara umum. Kedua, tentang apa itu budaya Jepang. Ketiga, konsepsi/gambaran kelompok masyarakat tentang budaya Jepang. Dan keempat konsepsi yang bagaimana yang direpresentasikan oleh Jerome Polin mengenai budaya Jepang.

Budaya adalah kristalisasi nilai dan pola hidup yang dianut suatu komunitas. Budaya tiap komunitas tumbuh dan berkembang secara unik, karena perbedaan pola hidup komunitas itu (Boritt, 1994:21). Budaya atau kebudayaan berasal dari bahasa Sanskerta yaitu *buddhayah*, yang merupakan bentuk jamak dari *buddhi* (budi atau akal) diartikan sebagai hal-hal yang berkaitan dengan budi dan akal manusia (Mulyana dan Rakhmat, 2006:25).

Budaya tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan manusia baik itu kelompok maupun individu. Budaya sangat sering dikaitkan dengan seni, suku, bahasa, ras, adat istiadat, ritual, tradisi dan segala keterampilan lainnya, yang diperoleh manusia sebagai anggota masyarakat. Dengan kata lain manusia tidak bisa lepas dari kebudayaan. Kata budaya sangat umum dipergunakan dalam bahasa sehari-hari

Seperti yang dijelaskan dalam Kamus Kajian Budaya bahwa budaya adalah kata yang cukup rumit dan sering diperdebatkan karena konsepnya yang bersifat 'politis' dan 'kontingen' dalam memaknai. Bersifat 'politis' yang berarti

tergantung siapa yang berkuasa dan bersifat ‘kontingen’ berarti suatu makna atau substansi sebuah objek budaya. Setiap makna budaya yang diartikan oleh setiap masyarakat tidaklah objektif karena makna tersebut merupakan suatu perspektif seseorang terhadap suatu objek budaya tergantung posisi tempat ia berada. Misalnya budaya dalam mengucapkan terimakasih. Setiap negara tentunya memiliki cara berterimakasih yang berbeda-beda. Di Indonesia cara mengucapkan terimakasih dengan bersalaman sedangkan di Jepang dengan cara menundukkan badan. Kedua bentuk ucapan terimakasih tersebut dapat berlaku apabila dilakukan di daerahnya masing-masing. Dapat disimpulkan bahwa budaya adalah sesuatu yang dapat diartikan atau dimaknai oleh suatu individu ataupun kelompok yang berkuasa dalam kurun waktu dan tempat yang berbeda.

2.1 Budaya Jepang

Jepang merupakan salah satu negara yang memiliki beragam budaya baik itu budaya tradisional maupun modern. Budaya Jepang dikenal sebagai budaya yang unik. Sehingga dari keunikannya tersebut budaya Jepang sangat terkenal di dunia.

Pasca perang dunia II, pemerintah Jepang berusaha untuk membangkitkan kembali kondisi ekonomi negaranya. Demi peningkatan perekonomian tersebut, Jepang menggunakan pendekatan *low profile* maksudnya, Jepang ingin merubah diri sebagai negara yang menjadi raksasa dalam bidang ekonomi, akan tetapi kerdil dalam bidang politik.¹¹ Namun secara garis besar pembangunan politik di Jepang dipengaruhi oleh modernisasi negara Jepang yang telah terjadi sejak

¹¹ Soesastro, Hadi. 1980. Perkembangan Ekonomi dan Militer Jepang dan Pengaruhnya di Asia Tenggara. Makassar; Lontara. Hal. 43

restorasi Meiji yang kemudian berhasil membuat Jepang menyetarakan diri dengan negara barat. Selain itu, Jepang tidak hanya menyetarakan diri dengan negara barat, akan tetapi juga mampu menyaingi negara-negara barat karena memiliki sumber daya manusia yang cukup memadai dan karakteristik sosial masyarakat Jepang yang memiliki kelebihan dalam semangat kelompok serta kemampuan mereka untuk menyerap pengetahuan dan melakukan inovasi.

Jepang mulai mengimpor budaya barat seperti *comic*, *cartoon*, film dan beberapa produk budaya barat lainnya. Pengaruh tersebut dapat dilihat dari perkembangan budaya Jepang yang semakin unik seperti dalam bidang seni (origami, ikebana, ukiyo-e), kerajinan tangan (tembikar, pahatan), tradisi-tradisi (upacara minum teh, permainan Jepang) serta makanan khas Jepang (sushi, ramen, takoyaki). Pada saat itu pula pekerja pabrik Jepang yang kehilangan pekerjaan akibat perang dunia dan para generasi muda mencoba menciptakan sesuatu yang dapat mengembangkan dirinya dengan kreativitas mereka. Kreativitas ini dikenal dengan istilah *creativity boom*, yang tentunya menjadi fenomena yang belum pernah terjadi dalam di Jepang. Mereka memanfaatkan beberapa sampah dan limbah yang sudah tidak digunakan untuk membuat sebuah miniatur seperti mobil, kereta dan pesawat. Mainan – mainan ini kemudian menjadi komoditi export Jepang ke Amerika Serikat.¹² Selanjutnya dari kreativitas inilah yang membuat perekonomian Jepang kembali bangkit.

Tahun 1970-an, perekonomian Jepang sudah semakin membaik. Budaya pop mereka pun sudah mulai banyak dikenal dan diterima secara global. Menurut

¹² M. Tsutsui, William. Hal. 11

Iwabuchi (2002) budaya pop Jepang terus berkembang pada medium tahun 1980 – 1990. Hal ini terbukti dengan mendominasinya budaya – budaya pop Jepang di Asia dan bahkan merambah Eropa dan Amerika Serikat. Hal ini juga dipengaruhi dengan adanya internet yang membuat promosi budaya pop mereka semakin berkembang pesat.¹³

Dewasa ini budaya populer Jepang dapat diartikan sebagai budaya modern. Dalam kajian budaya, budaya populer dipahami sebagai pemberian makna dan praktik yang diproduksi oleh seseorang yang memiliki kekuasaan tergantung dimana budaya itu diperoleh. Perkembangan pesat budaya populer dikalangan anak muda tidaklah menghilangkan budaya tradisional Jepang. Kedua budaya ini masih saling berdampingan dan berkembang di beberapa negara lain di luar negara Jepang. Budaya populer Jepang ini meliputi anime, manga, film, kesusastraan, permainan video, musik Jepang.

Awalnya konsep budaya modern atau budaya populer ini diperkenalkan oleh Hidetoshi Kato dalam bukunya yang berjudul *Handbook of Japanese Popular Culture*. Menurutnya, istilah budaya populer dalam bahasa Jepang lebih tepat disebut sebagai 大衆文化 (*taishuu bunka*) atau budaya massa.¹⁴ *Taishuu bunka* (atau dapat disingkat menjadi *taishuuka*) dalam kamus bahasa Jepang *Kouijen* dapat berarti hal yang menyebar dalam masyarakat banyak dan

¹³ Iwabuchi, Koichi. 2002. Taking popular cultural connections seriously: Issues in the study of regional cultural flows in South/East Asia.

¹⁴ Hidetoshi Kato. 1989. "Handbook of Japanese Popular Culture". Westport: Greenwood Press. Hal. Xvii Diakses melalui <https://archive.org/details/handbookofjapane0000unse/page/n19/mode/2up> pada 31 Juli 2021 pukul 20.03

semacamnya.¹⁵ Selain istilah *taishuu bunka*, juga terdapat istilah 民衆文化 (*minshuu bunka*) atau budaya rakyat dan 民族文化 (*minzoku bunka*) atau budaya bangsa. Budaya massa berarti sebuah bentuk budaya yang banyak disukai oleh masyarakat, tidak hanya masyarakat Jepang saja tetapi juga disukai oleh masyarakat dari negara-negara lain. Inilah yang disebut disukai secara massa yang menyebabkan budaya populer tersebut juga diproduksi secara massa. Budaya Jepang merupakan cakupan gabungan antara budaya asli Jomon dengan pengaruh budaya dari luar. Sejak awal abad ke-16 pengaruh budaya Eropa di Jepang sangat mendominasi.

Sampai saat ini budaya pop Jepang sudah berkembang begitu pesat. Hal ini dibuktikan dengan begitu banyaknya judul- judul anime dan manga sampai ratusan yang merupakan hasil produksi mereka yang banyak diminati oleh hampir seluruh penjuru dunia. Salah satunya anime doraemon yang sudah sangat familiar di beberapa benua yakni Eropa, Asia, Afrika dan Amerika. Begitu pula dengan anime Naruto, One Piece yang juga menjadi rekor dunia. Akan tetapi bagaimana budaya pop Jepang tersebut dapat tersebar di negara-negara lainnya? Seperti yang telah dijelaskan oleh Iwabuki bahwa budaya pop Jepang dapat berkembang pesat diseluruh penjuru dunia karena adanya promosi melalui akses internet yang dapat meliputi beberapa aplikasi sosial media atau media massa, web, blog, dan lain sebagainya. Sehingga budaya pop dengan sangat mudah diperkenalkan di luar negara Jepang.

¹⁵ Izuru, Shinmura. *Kouijen*. Tokyo : Iwami Shoten. Hal. 1544

2.3 Konsepsi Budaya Jepang dalam Kelompok Masyarakat

Pandangan setiap individu ataupun kelompok tentang suatu budaya tentunya berbeda-beda. Seperti halnya dengan budaya Jepang yang tentunya memiliki gambaran/konsepsi yang berbeda dengan beberapa kelompok masyarakat seperti kelompok *Nihonjinron*, kelompok orangtua, kelompok anak muda dan masyarakat Indonesia secara umum. Sehingga dari beberapa kelompok masyarakat tersebut akan disimpulkan, kelompok manakah yang menggambarkan tentang representasi Jerome Polin tentang budaya Jepang.

2.3.1 *Nihon Jin Ron*

Pada tahun 1970-an dan 1980-an identitas nasional Jepang dapat dilihat melalui literatur *Nihonjinron* yang menekankan pada sebuah keunikan Jepang. Istilah *Nihonjinron* didefinisikan sebagai suatu pemahaman yang membahas mengenai keunikan kebudayaan masyarakat Jepang dan mereka sadar bahwa negaranya memiliki keunikan yang berbeda dengan negara lainnya. *Nihonjinron* (日本人論) yang secara harfiah berarti teori/diskursus mengenai orang-orang Jepang. *Nihonjinron* merupakan suatu gaya sastra/genre yang berfokus pada identitas nasional dan kultural orang-orang Jepang dan bagaimana Jepang dan orang-orang Jepang seharusnya dimengerti.¹⁶

Dikusi mengenai identitas nasional Jepang seperti *Nihonjinron* yang telah dijelaskan sebelumnya awalnya dimulai bukan dari orang Jepang melainkan dari seorang antropolog yang berasal dari Amerika bernama Ruth Benedict melalui bukunya (1946) *Pedang Samurai dan Bunga Seruni*. Menurut

¹⁶ Hidayati, jurnal Kebijakan Pengendalian Imigrasi Sebagai Opsi Strategis Terhadap Fenomema Penuaan Populasi di Jepang, Universitas Airlangga, 2014. hal. 1189

Ruth Benedict bangsa Jepang adalah suatu negara yang memiliki kebudayaan yang unik, unggul, dan berbeda. Ada beberapa contoh kebudayaan Jepang yang dimaksud, pertama: budaya salam atau budaya menyapa masyarakat Jepang yakni dengan membungkukkan badan yang merupakan bahasa hormat yang berbeda dengan negara lainnya, kedua: masyarakat Jepang sangat disiplin karena mereka percaya bahwa kedisiplinan dapat membuat seseorang memiliki jiwa yang kedudukannya tinggi seperti dalam peristiwa *Perang Kamikaze*, ketiga: masyarakat Jepang dikenal dengan budaya malunya dikarenakan ketidakmampuan membalas budi dari orang lain atau disebut *on* yang terdiri dari *giridan gimu*. Ruth Benedict juga menambahkan bahwa, malu yang dimiliki oleh masyarakat Jepang bukan malu yang muncul karena keberadaan Tuhan atau takut karena perbuatan dosa. Akan tetapi, lebih kepada malu yang muncul dengan adanya keberadaan pihak lain.

Mouer dan Sugimoto (1986: 406) mengatakan bahwa *Nihonjinron* memiliki dua paham utama, yaitu: a. Bahwa masyarakat Jepang memiliki 'keunikan' yang unik dan, b. Orientasi masyarakat Jepang adalah pada kelompok. Orientasi kelompok ini kemudian menjadi pola kebudayaan dominan yang membentuk perilaku orang Jepang. Premis utama *Nihonjinron* adalah masyarakat Jepang adalah masyarakat yang homogen (*tan'itsu minzoku*), yang membentuk sebuah bangsa yang secara ras sama (*tan'itsu minzoku kokka*).

Nihonjinron adalah sebuah genre tulisan yang mengangkat keunikan kebudayaan Jepang. Menurut Kazumi dan Befu dalam buku *Japanese Cultural*

Identity (1992) mengelompokkan prinsip- prinsip dasar *Nihonjinron* menjadi empat kategori :

1. Homogenitas: Orang-orang Jepang adalah orang yang homogen dan unik (*doshitsu shakai*, *tan'itsu minzoku*, dan *yuniiku na bunka*);
2. Darah “orang-orang Jepang adalah hal yang penting bagi komunikasi timbal balik, saling pengertian dan pengertian akan budaya dan penampilan sebagai orang Jepang;
3. Kompetensi budaya: Orang asing tidak mampu untuk memahami sepenuhnya budaya Jepang atau menguasai bahasanya;
4. Partisipasi sosial: Teritorialitas sosiokultural Jepang harus dipertahankan dan orang asing harus ditiadakan dalam bidang perkawinan, pekerjaan, pengajaran, kepemimpinan politik dan artistik.

Nihonjinron merupakan suatu pemahaman yang menekankan pada homogenitas yang ada di Jepang baik itu pada budaya, agama dan masyarakat Jepang itu sendiri. Homogenitas berarti masyarakat Jepang memiliki kepribadian *interdependent*¹⁷. Masyarakat Jepang menganggap bahwa identitas dirinya merupakan bagian penting yang erat dengan suatu hubungan kelompok dimana ia berada. kesatuan suatu identitas. Salah satu karakteristik *Nihonjinron* adalah bersifat homogenitas. Homogenitas adalah suatu pemikiran yang sangat umum dalam bentuk komunikasi secara lisan maupun tulisan pada *Nihonjinron* hingga Oguma Eiji menerbitkan genealogi komprehensif dari konsep tersebut.

¹⁷ Markus dan Kitayama, 1991 mengungkapkan bahwa kepribadian *interdependent* adalah mereka menganggap dirinya sebagai bagian dari suatu hubungan sosial, dimana identitas seseorang berada dalam hubungan yang besar berupa hubungan kekeluargaan, baik yang terbentuk melalui pekerjaannya maupun hubungan sosial lainnya.

Pada studi tersebut, Oguma menunjukkan bahwa Jepang memang bangsa yang homogen, yang alasan utamanya menurut Oguma adalah karena kondisi internasional dari abad-abad terdahulu yang memungkinkan Jepang untuk menghindari penjajahan dan pembagian.¹⁸ Selanjutnya, Oguma juga menyoroti premis yang menyatakan bahwa “penduduk dari kepulauan ini dari beribu tahun yang lalu adalah „orang-orang Jepang“ dan karakter mereka tetap tidak berubah sejak itu”¹⁹

Akan tetapi, premis tentang *Nihonjinron* dikritisi oleh beberapa pendapat para ahli. Kepribadian *interdependent* yang dimiliki oleh masyarakat Jepang tersebut berbanding terbalik dengan kepribadian yang dimiliki oleh masyarakat Jepang yang ada pada saat ini. Seorang ahli bernama Yoshio Sugimoto menentang tentang teori adaptasi masyarakat Jepang tersebut. Sugimoto (2003) menentang ide mengenai *nihonjinron* secara tegas dengan menunjukkan adanya tingkatan kelas, perbedaan di tiap daerah, cabang-cabang dalam kebudayaan, grup etnik minoritas dan budaya populer di Jepang yang memperlihatkan tingkatan yang sama dengan keberagaman dan ketidakmerataan yang ada di masyarakat kapitalis modern lainnya. *Nihonjinron* terbagi dalam empat jenis yakni psikologis, sosiologis, estetis, dan intelektual.²⁰

¹⁸ 2 Oguma, 2002: 348, dalam Chase Buckle, t.t., Critically discuss the underlying premises, methods and ideologies of Nihonjinron theories (discourses of national and cultural identity), giving representative examples of Nihonjinron works, tersedia pada situs: http://www.essex.ac.uk/sociology/documents/research/publications/ug_journal/v_019/2013sc327_chasebuckle.pdf[diakses pada 21 Juni 2014].

¹⁹ Oguma, 2002: 348, dalam Buckle, t.t., Critically discuss the underlying premises, methods and ideologies of Nihonjinron theories

²⁰ T. Gill, Contemporary Japanese Culture and Society, Course No. 3507/3508, (http://www.meijigakuin.ac.jp/~gill/pdf/03_Anti-Nihonjinron_121--3.pdf), diakses 19 Juni 2021.

Michael Weiner (1997), dalam “Minoritas di Jepang: Ilusi Homogenitas”, dalam nada yang sama menentang ‘paradigma dominan’ homogenitas dengan menekankan adanya keragaman dalam masyarakat Jepang. Weiner (1997: xiii) beragumen bahwa Jepang adalah rumah bagi populasi yang sangat beragam, menentang “narasi dominan tentang homogenitas kultural dan ‘rasial’ yang mengabaikan keberadaan kelompok minoritas”.

Beberapa pendapat yang menentang tentang premis *Nihonjinron* bahwa masyarakat Jepang adalah masyarakat yang homogen. Hal ini dikarenakan bahwa setiap generasi memiliki ciri khasnya masing-masing. Sehingga tidak berpatokan pada kelompok dan terus berubah.

2.3.2 Orang Tua

Kelompok orangtua yang dimaksud dalam hal ini adalah para generasi *pre-boomer* (kelahiran sebelum 1945), *baby boomer* (kelahiran 1946-1964), dan *gen x* (kelahiran 1965-1980).²¹ Gambaran negara Jepang dalam kelompok orang tua tersebut terbagi atas dua berdasarkan zamannya yakni zaman penjajahan dan zaman kemerdekaan. Kedudukan Jepang di Indonesia merupakan akhir dari peristiwa penjajahan dan membawa Indonesia menuju gerbang kemerdekaan. Saat penjajahan Jepang di Indonesia banyak hal yang dialami oleh masyarakat Indonesia seperti dalam bidang pendidikan, sosial, budaya, politik, ekonomi serta bidang birokrasi dan militer. Sehingga *image*-nya pada saat itu dikenal sebagai negara yang kejam dan sangat keras.

²¹ Hasil Sensus Penduduk 2020, (<https://www.bps.go.id>), diakses 16 Februari 2022.

Tahun 1942 Jepang memulai kedudukannya di Indonesia setelah mengalahkan Belanda pada saat itu. Awal kedatangan Jepang saat itu disambut baik oleh masyarakat Indonesia karena dianggap telah membantu mengusir para kolonial Belanda yang berusaha berkuasa di Indonesia. Akan tetapi hal tersebut adalah strategi Jepang untuk mengambil alih kekuasaan. Sehingga Jepang mengeluarkan sistem kerja paksa yang disebut romusha. Romusha (労務者 *rōmusha*: "buruh", "pekerja") adalah panggilan untuk orang-orang Indonesia (baik itu laki-laki ataupun perempuan) yang dipekerjakan secara paksa pada masa penjajahan Jepang di Indonesia dari tahun 1942-1945.²² Akibat dari sistem kerja paksa tersebut membuat sejarah yang tidak bisa dilupakan oleh sebagian orangtua yang sampai saat ini masih hidup. Mengapa demikian? Karena mereka dipekerjakan secara paksa tanpa diberi upah oleh pemerintah Jepang sehingga masyarakat Indonesia pada saat itu mengalami penderitaan yang sangat memprihatinkan. Selain itu, masyarakat Indonesia juga dipaksa untuk melakukan penghormatan pada Kaisar Jepang yang bernama Tenno Heika yang dianggap sebagai keturunan Dewa Matahari. Kemudian memunculkan perlawanan fisik yang dilakukan oleh KH Zainal Mustafa seorang pemimpin Pondok Pesantren Sukamanah. Jepang juga mendirikan pusat kebudayaan Keimin Bunka Shidoso yang didirikan tanggal 1 April 1943 yang bertujuan untuk mengawasi karya para seniman agar tidak menyimpang dari tujuan Jepang.

²² https://p2k.unkris.ac.id/id3/1-3065-2962/Romusha_42896_unkris_p2k-unkris.html

Sedangkan para orangtua di zaman kemerdekaan seperti sekarang ini memandang negara Jepang sebagai negara yang maju dan berkembang salah satunya karena perekonomian yang meningkat. Kebangkitannya ini merupakan hasil dari kecanggihan teknologi Jepang. Hal ini dapat ketahu dari beberapa produk Jepang yang telah banyak diimpor ke Indonesia. Sehingga banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari misalnya kendaraan, peralatan rumah tangga, dan lain sebagainya. Akan tetapi dari kecanggihan teknologi yang diproduksi oleh negara Jepang ini tidaklah menghapus sejarah tentang kedudukannya di Indonesia. Bahkan hal ini dijadikan sebagai mata pelajaran penting dalam tingkat pendidikan di Indonesia mulai dari Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama, Sekolah Menengah Atas bahkan sampai di perguruan tinggi.

2.3.3 Anak muda

Kelompok anak muda yang dimaksud adalah generasi milenial (kelahiran 1981-1996), generasi Z (kelahiran 1997-2012), dan generasi post gen Z (kelahiran 2013-dst). Kebanyakan dari kelompok anak muda mengetahui Jepang melalui anime. Dalam anime tersebut juga memperlihatkan budaya masyarakat Jepang seperti makanan, tradisi, pakaian dan lain sebagainya. Mengapa anime? Karena anime merupakan salah satu produksi Jepang yang sangat mendunia dan peminatnya kebanyakan anak muda. Sehingga para kelompok anak muda sangat mudah untuk mengenal negara Jepang baik itu budayanya, kuliner, bahasanya, dan lain sebagainya dengan melalui anime.

Selain melalui anime, beberapa media lainnya seperti Youtube menjadi salah satu sumber informasi tentang negara Sakura yang banyak digunakan oleh anak muda. Kebanyakan anak-anak muda menggambarkan Jepang sebagai negara yang maju dalam bidang ekonomi, teknologi, pendidikan dan lain sebagainya. Selain itu Jepang juga menjadi objek wisata bagi para turis. Hal ini dikarenakan beberapa spot pemandangan yang hanya dimiliki oleh negara Jepang seperti bunga sakura, gunung *Fuji*, dan lain-lain. Kemudian dari informasi-informasi yang diperoleh dari media sosial atau pun media lainnya membuat anak-anak muda berkeinginan untuk datang ke Jepang baik untuk berwisata, menetap atau bahkan hanya untuk melanjutkan studi dan kembali ke negara asalnya.

2.4 Konsepsi Jerome Polin Mengenai Budaya Jepang?

Budaya yang ditampilkan Jerome pada *channel youtubenya* merupakan suatu budaya orang asing yaitu budaya Jepang. Ada beberapa youtuber asal Indonesia yang menayangkan tentang negeri sakura ini baik itu tradisi, pakaian, kuliner dan lain sebagainya. Akan tetapi, dalam *channel Nihongo Mantappu* yang merupakan akun milik Jerome Polin menggambarkan negara Jepang dengan berbeda dari yang lain. Ia menyajikannya dengan menggunakan bahasa yang gaul baik itu bahasa Jepang maupun bahasa Indonesia. Sebab para penontonnya kebanyakan dari kalangan anak muda. Hal ini yang membuat para penonton *Channel Nihongo Mantappu* lebih banyak anak muda yakni dikarenakan Jerome adalah seorang mahasiswa asal Indonesia yang memperlihatkan bagaimana perkembangan ekonomi Jepang, sosial budaya

Jepang dan lain sebagainya serta cara adaptasi Jerome terhadap budaya Jepang dari segala aspek yang diterapkan dalam kehidupan sehari-harinya.

Selain itu Jerome juga memperkenalkan kepada beberapa masyarakat Jepang tentang budaya Indonesia. Seperti mengajarkan beberapa kalimat bahasa Indonesia, memperkenalkan budaya Indonesia, cerita-cerita mitos yang ada kemiripannya dengan Jepang, dan lain sebagainya. Tidak hanya tentang budaya dan sejarah yang banyak ditampilkan oleh Jerome dalam *channel Nihongo Mantappu*, ia juga mengajarkan tentang pembelajaran Matematika, cara memasak, *games*, dan lain-lain. Cara menarik yang dilakukan oleh Jerome dalam setiap *vlog*-nya, ia menyelipkan sebuah lelucon yang dapat menghibur para *subscriber*-nya. Seperti memperlihatkan perutnya yang buncit, melakukan hal-hal konyol di depan umum, dan bermain game dengan teman-temannya yang berasal dari Jepang, Indonesia, Korea, dan beberapa negara lainnya. Sehingga para *subscriber Nihongo Mantappu* sangat terhibur dan menikmati tentang budaya Jepang ataupun lainnya yang ditampilkan oleh Jerome Polin.