

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Penggunaan sebuah bahasa dalam masyarakat dipengaruhi oleh berbagai hal, salah satunya adalah kontak antarnegara. Kontak tersebut menyebabkan semakin meningkatnya interaksi antara satu masyarakat dengan masyarakat lain sehingga peminjaman kosakata merupakan suatu hal yang tidak bisa dihindari. Karena masyarakat dapat menerima kedatangan masyarakat lain sehingga menyebabkan kontak bahasa dengan bahasa lainnya. Kontak bahasa tersebut menyebabkan terjadinya penyerapan kata. Kata serapan juga ditemukan dalam bahasa Jepang dan jumlahnya sangat banyak. Kata-kata serapan dalam bahasa Jepang berasal dari berbagai bahasa asing, seperti bahasa Inggris, Jerman, Belanda, Perancis, dan Portugal. Kata serapan tersebut dalam bahasa Jepang disebut dengan *gairaigo*. *Gairaigo* adalah kosakata bahasa Jepang dari bahasa asing yang telah disesuaikan dengan aturan bahasa Jepang yang ada (Dahidi dan Sudijianto, 2009).

Kata serapan dalam bahasa Jepang adalah kata yang digunakan oleh masyarakat Jepang secara keseluruhan, atau kata yang berasal dari komponen kata dalam bahasa selain bahasa Jepang (Olah, 2007). Berdasarkan pendapat tersebut, kata serapan dalam bahasa Jepang ada dua tipe, yaitu ada yang diserap secara utuh dari bahasa lain dan ada yang diserap tetapi komponennya dibentuk menjadi kata baru. Contoh pertama, yaitu kosa kata yang diserap secara utuh dari bahasa lain ada kata *hoteru* (ホテル) yang

berarti ‘hotel’. *Hoteru* (ホテル) memiliki makna serupa dengan kata aslinya yaitu rumah penginapan. Contoh kedua, yaitu kosakata diserap tetapi komponennya dibentuk menjadi kata baru ada kata *sumaato* (スマート) . *Sumaato* (スマート) berasal dari bahasa Inggris yaitu, *smart* memiliki arti pintar. Sedangkan dalam bahasa Jepang *sumaato* (スマート) memiliki arti langsing. *Sumaato* (スマート) memiliki makna yang sangat berbeda dari kata bahasa Inggris aslinya. Hal itu terjadi karena adanya pergeseran makna. Dalam pergeseran makna rujukan awal tidak berubah atau diganti, tetapi rujukan awal mengalami perluasan rujukan atau penyempitan rujukan. Seperti, kata *sumaato* (スマート) yang makna rujukan awalnya tidak berubah yaitu “pintar” tetapi rujukan awalnya mengalami perluasan menjadi “keren”, dan “langsing”.

Kosakata yang menyerap dari bahasa Inggris dan menciptakan kata-kata dalam bahasa Inggris dengan makna baru dan tidak diketahui disebut *wasei eigo*. *Gairaigo* adalah kata yang menyerap sepenuhnya dari bahasa asing, sedangkan *wasei eigo* adalah bahasa Inggris buatan Jepang (Hatanaka dan Panell, 2016). Dapat disimpulkan *wasei eigo* merupakan bahasa Inggris yang dibuat oleh Jepang dengan menyerap kosakata dari bahasa Inggris tetapi memiliki makna dan pengucapan yang berbeda ketika diserap ke dalam bahasa Jepang. Kata serapan ini bukan kata serapan biasa, melainkan kosakata yang dimanipulasi atau diperbaharui, sehingga makna asli tidak sama dengan makna baru di Jepang tetapi tetap mengacu pada hal yang sama.

Kosakata yang ada dalam *wasei eigo* memang terdengar seperti bahasa Inggris, tetapi *wasei eigo* bukanlah kosakata bahasa Inggris standar, melainkan penggunaannya hanya berlaku di Jepang. Sehingga banyak orang asing khususnya pengguna bahasa Inggris tidak mengerti arti dari kosakata tersebut. Oleh karena itu penggunaan *wasei eigo* tidak banyak diketahui oleh orang asing.

*Wasei eigo* berkaitan dengan estetika yang dibutuhkan masyarakat dan salah satu fungsi *wasei eigo* yang paling menonjol adalah penggunaannya sebagai bagian dari permainan kata yang imajinatif (Miller, 1998). Penggunaan *wasei eigo* semakin meningkat seiring berkembangnya informasi, pengetahuan, dan teknologi. Selain itu, *wasei eigo* juga sering digunakan pada industri yang terpengaruh oleh budaya kebaratan, seperti televisi, iklan, musik, komputer, olahraga, dan lain-lain. Penggunaan *wasei eigo* pada iklan menjadi symbol visualisasi dan mewakili kesan produk yang ingin ditunjukkan oleh perusahaan. Banyak kosakata *wasei eigo* yang dijadikan topik bertujuan agar lebih *modern*, canggih, dan kebaratan.

*Wasei eigo* awalnya sering digunakan oleh media iklan untuk menarik minat pembeli (Wahyuni, 2014). Berdasarkan pendapat tersebut, *wasei eigo* mulai populer dan berkembang dikalangan masyarakat Jepang setelah diperkenalkan dan sering digunakan oleh media iklan untuk menarik perhatian konsumen. Berikut adalah contoh penggunaan *wasei eigo* pada majalah JJ yang bertujuan untuk menarik minat konsumen.

メンズライクなダブルボタンジャケットは羽織るだけできちんと感を演出。

*Menzu raiku daburubotanjaketto wo haoru dake de kichin to kan wo enshutsu.*

(Seperti pria yang memiliki jaket kancing ganda untuk menciptakan suasana yang rapi).

(Majalah JJ edisi April 2020, hal. 22)

Penggunaan kata *menzu raiku* bertujuan untuk menarik minat konsumen. *Menzu raiku* berasal dari bahasa Inggris, yaitu *mens like*. *Menzu raiku* memiliki makna yaitu “seperti pria”. Namun dalam bahasa Inggris penggunaan *mens like* tidak ditemukan. *Menzu raiku* biasanya digunakan pada istilah *fashion* yang merupakan bahasa periklanan untuk menarik minat konsumen. Karena penggunaan kosakata yang seperti bahasa Inggris semakin menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Sehingga menimbulkan kesan yang lebih *modern*. Selain pada media iklan, *wasei eigo* juga sering digunakan pada media cetak seperti, majalah terutama majalah *fashion*, koran, dan *manga*. Penggunaan *wasei eigo* yang seolah-olah seperti bahasa Inggris bertujuan agar bahasa yang digunakan terlihat lebih menarik dan modern.

Menurut Stanlaw (2004:127) “Majalah dan iklan merupakan media yang memungkinkan masyarakat selalu menggunakan bahasa Inggris secara luas.” Majalah *fashion* populer menggunakan fenomena bahasa yang sedang diminati oleh masyarakat Jepang. Istilah *fashion* berasal dari luar sehingga menyebabkan potensi penyerapan bahasa asing menjadi lebih besar. Jenis majalah yang berkaitan dengan *fashion* sangat memungkinkan adanya penyerapan bahasa asing karena banyak menggunakan istilah-istilah yang ada dalam dunia *fashion*. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dartika (2015) dalam hasil penelitian ini menunjukkan bahwa majalah *fashion* populer tidak hanya bisa digunakan sebagai hiburan dan sarana mencari

inspirasi tren *fashion* terbaru, tetapi dalam majalah *fashion* populer juga bisa ditemukan fenomena bahasa yang sedang digemari masyarakat Jepang.

Majalah JJ merupakan salah satu majalah *fashion* populer Jepang yang setiap bulannya dapat terjual sebanyak ratusan ribu eksemplar di Jepang. Diterbitkan setiap awal bulan dengan tema baru yang sedang populer mengenai *fashion and beauty*. Selain itu juga ada rubrik yang melibatkan pembaca, baik dalam bentuk survei yang dilakukan majalah, maupun dalam bentuk pertanyaan yang diajukan oleh pembaca kepada pihak redaksi majalah.

Penggunaan *wasei eigo* pada majalah JJ edisi April 2020 ditemukan dalam kalimat. Misalnya kata *kosume* berasal dari bahasa Inggris, yaitu *cosmetic* (*kosumechikku*). *Kosume* merupakan pemendekan kata dari *kosumechikku* dengan melepaskan suku kata *chikku*, sehingga menghasilkan kata baru yaitu *kosume*. Jenis dari *wasei eigo* untuk kata *kosume* adalah *tanshukukata*. Berikut adalah salah satu contoh penggunaan *wasei eigo* yang ditemukan pada majalah JJ edisi April 2020.

最先端のコスメやスキンケア、旬な洋服がふれている韓国。

*Saisentan no kosume ya sukin kea, shunna youfuku ga afurete iru kankoku.*

(Korea penuh dengan kosmetik mutakhir, perawatan kulit, dan pakaian musiman).

(Majalah JJ edisi April 2020, hal. 46)

Asal pembentukan *wasei eigo* dapat berupa kata tunggal dan majemuk. Dalam kategori kata majemuk, terdapat gabungan kata bahasa Inggris dengan bahasa Inggris dan bahasa Inggris dengan bahasa Jepang. Dalam proses pemahaman *wasei eigo*

terdapat keterkaitan antara kelas kata serta makna kata dalam kategori majemuk yang membentuk *wasei eigo*, karena kombinasi kelas kata pada kata majemuk mempengaruhi makna *wasei eigo*. Misalnya penggunaan kata *haisensu* dalam salah satu kalimat yang ada di majalah JJ edisi April 2020 sebagai berikut.

ハイセンスだけど実はシンプルで、すぐに真似できちゃうリアリさも人気の理由でした！

*Hai sensu dakedo jitsu wa shinpuru de, sugu ni mane deki chau riari sa mo ninki no riyuudeshita!*

(Rasanya enak, tetapi sebenarnya sederhana, dan realisme yang bisa anda tiru adalah alasan lain popularitasnya!)

(Majalah JJ edisi April 2020, hal.112 )

Kata *hai sensu* terdiri atas *hai* (ハイ) merupakan kelas kata adjektiva dan *sensu* (センス) merupakan kelas kata nomina. Hal tersebut mengacu pada perubahan kelas kata yang didukung penelitian terdahulu oleh Himeda Shinya (2012) hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jika kata asalnya dalam bahasa Inggris adalah adjektiva, maka ketika menjadi *wasei eigo* akan berubah menjadi nomina.

*Wasei eigo* terbatas pada kosakata bahasa Inggris. Karena bahasa Inggris mendominasi kata serapan dalam bahasa Jepang. Penggunaan *wasei eigo* pada media cetak seperti, majalah terutama majalah *fashion*, koran, dan *manga* bertujuan agar bahasa yang digunakan terlihat lebih menarik dan *modern*. Kosakata yang terdapat dalam *wasei eigo* memang terdengar seperti kosa kata bahasa Inggris standar, tetapi pengguna bahasa Inggris tidak dapat memahaminya. Karena kosa kata tersebut hanya berlaku di Jepang. Dalam majalah JJ edisi April 2020, ditemukan bahwa kata pinjaman

bahasa Inggris tidak ditemukan dalam bahasa Inggris standar atau tidak ada dalam kosakata bahasa Inggris, yang membuat pemahaman maknanya cukup membingungkan. Oleh karena itu, fokus penelitian ini adalah *wasei eigo* yang dimuat dalam majalah JJ edisi April 2020.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan, yaitu sebagai berikut.

1. Kosakata *wasei eigo* yang dimuat dalam majalah JJ, meskipun seperti kata-kata bahasa Inggris, tetapi memiliki arti yang berbeda dengan kata-kata bahasa Inggris, sehingga tidak dipahami oleh masyarakat penutur bahasa Inggris.
2. Ada berbagai jenis *wasei eigo* yang dimuat dalam majalah JJ edisi April 2020, tidak hanya pelesapan suku kata dalam kata, tetapi frasa yang berasal dari bahasa Inggris diserap kedalam bahasa Jepang dan memiliki arti yang berbeda dengan frasa aslinya dan penggabungan dua kata yang menjadi kosakata baru yang memiliki makna berbeda.
3. Terdapat banyak kelas kata *wasei eigo* dalam majalah JJ edisi April 2020.

## 1.3 Pembatasan Masalah

Penelitian ini diperlukan pembatasan agar cakupan masalah tidak terlalu luas dan lebih terarah. Selain itu, agar sesuai dengan tujuan awal untuk mendapatkan hasil yang diharapkan sempurna. Penelitian ini lebih difokuskan mengenai jenis *wasei eigo* yang ada pada majalah *fashion* Jepang.

#### 1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah dan pembatasan masalah di atas, maka dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut.

1. Apakah jenis pembentukan *wasei eigo* yang dominan pada majalah JJ edisi April 2020?
2. Bagaimana pembentukan struktur kelas kata *wasei eigo* yang terdapat pada majalah JJ edisi April 2020?

#### 1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan sesuai dengan permasalahan yang diteliti, yakni sebagai berikut.

1. Untuk mendeskripsikan jenis *wasei eigo* yang dominan pada majalah JJ edisi April 2020.
2. Untuk mendeskripsikan pembentukan *wasei eigo* berdasarkan kelas kata yang terdapat pada majalah JJ edisi April 2020.

#### 1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian di atas, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini. Semua hasil yang didapatkan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut.