

Analisis Tematik *Japanese Buzzwords 2020*

Windy Harsiwi

Universitas Harapan Bangsa
windyharsiwi@gmail.com

Abstract

Since 1984 in Japan, every year, a publishing company called Jiyu Kokuminsha Co. Ltd. in collaboration with U-Can always hold a polling to find out which words are popular and widely used that year, the polling is called “U-Can Shingo Ryukogo Taisho” or in English it is called U-Can New Words and Buzzwords. There are 30 nominations in the poll each year. This study aims to find out how the buzzwords trend in Japan in 2020. This research is expected to contribute to understanding trends in Japan in 2020 from the category of words that are often used, or popular among the public that year. This research is a qualitative research with thematic analysis method. From this study it was found that there are 5 categories of buzzwords in 2020, namely: (1) entertainment; (2) covid-19; (3) sports; (4) social; and (5) politics. The word distribution according to these categories is as follows: (1) 9 words for the entertainment category; (2) 17 words for the covid-19 category; (3) 1 word for sports category; (4) 2 words for social category; and (5) 1 word for the political category.

Keywords: Buzzwords, Covid-19, Jiyu Kokuminsha, New Words, U-Can

Abstrak

Sejak tahun 1984 di Jepang, setiap tahunnya, sebuah perusahaan penerbitan bernama Jiyu Kokuminsha Co. Ltd. bekerja sama dengan U-Can selalu mengadakan pemilihan untuk mengetahui kata-kata yang populer dan banyak digunakan dalam tahun tersebut, pemilihan tersebut bernama “U-Can Shingo Ryukogo Taisho 2020” atau dalam bahasa Inggris disebut U-Can New Words and Buzzwords. Ada 30 nominasi dalam polling tersebut setiap tahunnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah tren buzzwords di Jepang pada tahun 2020. Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa berkontribusi terhadap pemahaman tren di Jepang pada tahun 2020 dari kategori kata-kata yang sering digunakan, atau populer di kalangan masyarakat pada tahun tersebut. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode Analisis Tematik. Dari penelitian ini ditemukan bahwa terdapat 5 kategori buzzwords tahun 2020, yaitu: (1) hiburan; (2) covid-19; (3) olahraga; (4) sosial; dan (5) politik. Sebaran kata menurut kategori tersebut adalah sebagai berikut: (1) 9 kata untuk kategori hiburan; (2) 17 kata untuk kategori covid-19; (3) 1 kata untuk kategori olahraga; (4) 2 kata untuk kategori sosial; dan (5) 1 kata untuk kategori politik.

Kata kunci: Buzzwords, Covid-19, Jiyu Kokuminsha, New Words, U-Can

1. PENDAHULUAN

Sejak tahun 1984 di Jepang, setiap tahunnya, sebuah perusahaan penerbitan bernama Jiyu Kokuminsha Co. Ltd. bekerja sama dengan U-Can selalu mengadakan pemilihan untuk menge-

etahui kata-kata yang populer dan banyak digunakan dalam tahun tersebut, pemilihan tersebut bernama “U-Can Shingo Ryukogo Taisho 2020” atau dalam bahasa Inggris disebut U-Can New Words and Buzzwords. Nominasi da-

lam pemilihan ini diumumkan pada bulan November sebanyak 30 nominasi. Nominasi-nominasi tersebut akan dipilih lagi sebanyak 10 besar dan diurutkan sesuai peringkat yang paling banyak dipilih. Untuk selanjutnya diumumkan pada bulan Desember. Kata-kata populer ini biasanya adalah kata-kata baru, atau kata-kata yang sudah ada namun menjadi tren, atau banyak dipakai oleh masyarakat pada tahun tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah tren *buzzwords* di Jepang pada tahun 2020. Tahun 2020 merupakan tahun yang spesial di Jepang, selain karena di Jepang telah dijadwalkan untuk diadakan *olympics*, pada tahun itu juga, terdapat pandemi *Novel Coronavirus*, atau biasa juga disebut Covid-19 di seluruh dunia, tak terkecuali di Jepang. Oleh karenanya, dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa berkontribusi terhadap pemahaman tren di Jepang pada tahun 2020 dari kategori kata-kata yang sering digunakan, atau populer di kalangan masyarakat pada tahun tersebut. Dikutip dari Bloomberg, *Jiyu Kokuminsha* Co. Ltd. merupakan perusahaan penerbitan buku dalam bidang

bahasa, hukum, ujian, ekonomi, kehidupan, buku bergambar, dan juga cerita. Selain berbentuk cetak, *Jiyu Kokuminsha* juga menerbitkan buku melalui media elektronik. Dalam kaitannya dengan pemilihan ini, *Jiyu Kokuminsha* Co. Ltd. bekerja sama dengan *U-Can* yang merupakan sebuah perusahaan dalam bidang jasa yang berfokus pada peningkatan kemampuan untuk bertahan hidup. Oleh karenanya, 30 *buzzwords* yang terpilih ini disebut *U-Can New Words and Buzzwords*.

Menurut Cornwall (2010), *buzzwords* adalah kata-kata yang sedang populer, beberapa terus ada, yang lain muncul sebentar lalu menghilang sampai pada akhirnya akan ada cara penggunaan yang baru. Sedangkan dalam Merriam-Webster, *buzzword* adalah (1) kata atau frasa teknis yang terdengar penting, sering kali tidak bermakna, digunakan terutama untuk mengesankan orang awam; (2) kata atau frasa yang modis. Selain itu, menurut Cambridge Dictionary, *buzzword* adalah kata atau ungkapan yang sangat sering digunakan, khususnya dalam diskusi publik karena mewakili pendapat yang populer.

Menurut *CliffsNotes (2021)*, *buzzwords* merupakan istilah yang menyebar di luar ranahnya, dan masyarakat di luar bidang tersebut sering menggunakannya dengan kurang tepat. Dari empat pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa *buzzword* merupakan kata atau ungkapan populer yang sering digunakan oleh masyarakat.

Untuk tahun 2020, ada 30 nominasi *buzzwords* yang dirilis oleh *Jiyu* di *website*-nya, yaitu: (1) 愛の不時着 (*ai no fujichaku*) / 第4次韓流ブーム (*dai 4-ji hanryuu buumu*); (2) 新しい生活様式 (*atarashii seikatsu youshiki*) / ニューノーマル (*nyuunoomaru*); (3) あつ森 (*atsumori*); (4) アベノマスク (*Abe no masuku*); (5) アマビエ (*amabie*); (6) ウーバーイーツ (*uubaa iitsu*); (7) AI 超え (*ai-koe*); (8) エッセンシャルワーカー (*essensharu waakaa*); (9) おうち時間 (*ouchi jikan*) / ステイホーム (*sutei hoomu*); (10) オンライン○○ (*onrain XX*); (11) 顔芸 (*kao gei*) / 恩返し (*ongaeshi*); (12) カゴパク (*ka-*

gopaku); (13) 鬼滅の刃 (*ki-metsu no yaiba*); (14) クラスター (*kurasutaa*); (15) 香水 (*kousui*); (16) GoTo キャンペーン (*GoTo kyanpeen*); (17) 3密 (*3mitsu*) (三つの密) (*mittsu no mitsu*); (18) 自粛警察 (*jishuku keisatsu*); (19) Zoom 映え (*Zoom hae*); (20) 総合的、俯瞰的 (*sougouteki, fukanteki*); (21) ソーシャルディスタンス (*soosharu disutansu*); (22) ソロキャンプ (*soro kyanpu*); (23) テレワーク (*tere waaku*) / ワークেশョン (*waakeshon*); (24) 時を戻そう (*toki o modosou*) (ぺこぱ) (*pekopa*); (25) NiziU (ニジュー) (*nijuu*); (26) 濃厚接触者 (*noukou sesshokusha*); (27) BLM (BlackLivesMatter) 運動 (*BLM Katsudou*); (28) PCR 検査 (*PCR kensa*); (29) フワちゃん (*Fuwa chan*); (30) まあねえ〜 (ぼる壁) (*maanee〜 (borukabe)*)).

Untuk selanjutnya, kata-kata tersebut dipilih lagi menjadi 10 besar. Untuk tahun 2020, ada 1 *Annual Grand*

Prize, dan 9 peringkat. Akan tetapi, tidak setiap tahun memiliki struktur yang sama dalam peringkat. Selanjutnya, hasil akhir peringkat 10 besar tersebut diumumkan pada bulan Desember.

2. METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Menurut Johnston (2009), penelitian kualitatif merupakan cerita atau deskripsi sosial tentang suatu fenomena yang sedang diteliti. Lebih lanjut lagi, menurut Sugiyono (2019), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah. Sejalan dengan hal itu,

Penelitian kualitatif juga bertujuan untuk menyediakan penjelasan tersirat mengenai struktur, tatanan dan pola yang luas yang terdapat dalam suatu kelompok partisipan.

Metode kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis tematik. Menurut Braun and Clarke (2006) dalam Braun and Clarke (2019), *Thematic Analysis (TA)* adalah metode untuk mengidentifikasi tema

dan pola makna diseluruh kumpulan data dalam kaitannya dengan pertanyaan penelitian; mungkin metode analisis data kualitatif yang paling banyak digunakan, tetapi belum “dicap” sebagai metode khusus hingga saat ini. Lebih lanjut lagi, menurut Given (2008), Analisis Tematik merupakan strategi deskriptif yang mana mencari pola dari satu kumpulan data. Hasil akhir atau produk dari analisis tematik adalah deskripsi dari pola-pola tersebut dan desain menyeluruh yang menyatukan kumpulan data tersebut.

Teknik pengumpulan data dari penelitian ini adalah studi pustaka di mana data diambil dari situs web *Jiyu*, yaitu situs web yang menyelenggarakan pemungutan suara *U-Can New Words and Buzzwords* setiap tahun.

Tahapan-tahapan analisis tematik menurut Braun and Clarke (2019) sebagai berikut:

- a. Transkripsi;
- b. Membaca dan membuat terbiasa; mencatat hal-hal yang menarik;
- c. Memberi kode sampai selesai; meliputi seluruh kumpulan data;
- d. Mencari tema;

- e. Meninjau tema (memproduksi peta sebaran tema dan subtema sementara beserta hubungan/kaitannya, disebut pula peta tematik);
- f. Mendefinisikan dan memberi nama tema; dan
- g. Menulis — menyelesaikan analisis.
- 3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam penelitiannya, Bensaude (2013), memaparkan bahwa *buzzwords* merupakan gejala dari hubungan yang tak terpisahkan antara ilmu pengetahuan, teknologi, masyarakat, dan

ekonomi. Schnable, dkk. (2020) juga menambahkan bahwa fungsi *buzzword* dapat bervariasi. Dengan begitu, *buzzwords* tidak hanya merupakan sebuah tren yang terjadi dalam suatu masyarakat pada satu waktu tertentu, namun juga bisa dikembangkan lagi untuk kemudian menjadi suatu keilmuan baru.

Berdasarkan hasil data yang dikumpulkan, yaitu sebanyak 30 nominasi dari kata yang populer di Jepang, bisa dibagi menjadi 5 kategori, seperti di bawah ini:

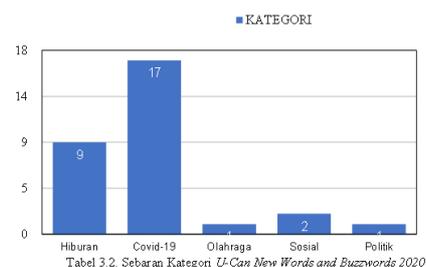
Tabel 1. Nominasi *U-Can New Words and Buzzwords 2020*

NO	KATA	KATEGORI
1	愛の不時着 / 第4次韓流ブーム	hiburan
2	新しい生活様式 / ニューノーマル	covid-19
3	あつ森	hiburan
4	アベノマスク	covid-19
5	アマビエ	covid-19
6	ウーバーイーツ	covid-19
7	AI 超え	olahraga
8	エッセンシャルワーカー	covid-19
9	おうち時間 / ステイホーム	covid-19
10	オンライン○○	covid-19
11	顔芸 / 恩返し	hiburan
12	カゴパク	sosial

NO	KATA	KATEGORI
13	鬼滅の刃	hiburan
14	クラスター	covid-19
15	香水	hiburan
16	GoTo キャンペーン	covid-19
17	3密 (三つの密)	covid-19
18	自粛警察	covid-19
19	Zoom 映え	covid-19
20	総合的、俯瞰的	politik
21	ソーシャルディスタンス	covid-19
22	ソロキャンプ	covid-19
23	テレワーク / ワークেশョン	covid-19
24	時を戻そう (ぺこぱ)	hiburan
25	NiziU (ニジュー)	hiburan
26	濃厚接触者	covid-19
27	BLM (BlackLivesMatter) 運動	sosial
28	PCR 検査	covid-19
29	フワちゃん	hiburan
30	まあねえ〜 (ぼる壁)	hiburan

Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa nominasi-nominasi *buzzwords* di Jepang tahun 2020 dapat dipecah ke dalam 5 kategori, yang mana didominasi oleh kategori covid-19. Kategori-kategori tersebut adalah (1) hiburan; (2) covid-19; (3) olahraga; (4) sosial; dan (5) politik. Untuk lebih

jelas mengenai sebaran kata yang menjadi nominasi tahun ini, bisa dilihat dari grafik berikut:



Gambar 1 Grafik Kategori Nominasi Busswords

Dari grafik tersebut bisa disimpulkan bahwa lebih dari setengah nominasi merupakan kata-kata yang populer dalam kaitannya dengan covid-19. Hal ini merupakan hal yang umum mengingat covid-19 adalah wabah yang terjadi di seluruh dunia. Setelah itu, disusul dengan kata-kata populer yang berhubungan dengan hiburan sebanyak 9 nominasi, kategori sosial dengan 2 nominasi, dan kategori olahraga dan politik masing-masing satu nominasi.

Jarak antar-sebaran kategori sangatlah besar, menunjukkan bahwa topik tentang covid-19 sangat populer pada tahun 2020 di Jepang. Hal ini bertolak belakang dengan topik tentang *olympics* yang mana Jepang ditunjuk sebagai tuan rumah pada tahun 2020. Meskipun bisa dikatakan keduanya merupakan topik kelas dunia, namun tidak ada satupun kata populer yang berkaitan dengan *olympics* di Jepang tahun 2020.

Berikut dipaparkan hasil analisis per kategori:

3.1 Hiburan

Untuk kategori hiburan, terdapat 9 kata yang mengisi nominasi pada tahun 2020 ini. Setiap tahunnya,

memang pasti ada kata-kata populer untuk kategori ini. Hal tersebut tentunya karena memang industri hiburan di Jepang sangatlah maju dan bagus, bahkan sampai ke Asia dan juga seluruh dunia. Selain itu, dunia hiburan memang wadah yang sangat strategis untuk mempopulerkan sesuatu, tidak terkecuali *buzzwords* ini.

Kata-kata populer dalam industri hiburan tersebut adalah: (1) 愛の不時着 / 第4次韓流ブーム (*Ai no Fujichaku / Daiyonkai Kanryuu Boom*); (2) あつ森 (*AtsuMori*); (3) 顔芸 / 恩返し (*kaogei / ongaeshi*); (4) 鬼滅の刃 (*Kimetsu no Yaiba*); (5) 香水 (*Kousui*); (6) 時を戻そう (ぺこぱ) (*Toki wo Modosou (Pekopa)*); (7) NiziU (ニジュー); (8) フワちゃん (*Fuwachan*) (9) まあねえ〜 (ぼる壁) (*Maanee~ (BoruJuku)*).

Tentunya semua kata-kata tersebut di atas tidak berasal dari satu aspek hiburan saja, melainkan beragam, dari lagu, film, *anime*, *game*, dan drama.

3.2. COVID-19

Untuk kategori sosial, terdapat 17 kata yang mengisi nominasi pada tahun ini. Ini adalah yang tertinggi pada tahun 2020. Terdapat perbedaan hampir setengahnya dengan urutan kedua, yaitu kategori hiburan. Kata-kata populer dalam kategori tersebut adalah: (1) 新しい生活様式 / ニューノーマル (*Atarashii Seikatsu Youshiki / New Normal*); (2) アベノマスク (*Abe no Mask*); (3) アマビエ (*Amabie*); (4) ウーバーイーツ (*Uber Eats*); (5) エssenシャルワーカー (*Essential Worker*); (6) おうち時間 / ステイホーム (*Ouchi Jikan / Stay Home*); (7) オンライン○○ (*Online XX*); (8) クラスター (*Cluster*); (9) GoTo キャンペーン (*GoTo Campaign*); (10) 3密 (三つの密) (*3Mitsu (Mitsu no Mitsu)*); (11) 自粛警察; (12) Zoom 映え (*Zoom Hae*); (13) ソーシャルディスタンス (*Social Distance*); (14) ソロキャンプ (*Solo Camp*); (15) テレワーク / ワークেশョン (*Telework /*

Workation); (16) 濃厚接触者; (17) PCR 検査 (*PCR Kensa*).

3.3 Olahraga

Untuk kategori sosial, terdapat 1 kata yang mengisi nominasi pada tahun ini. Kata populer dalam kategori tersebut adalah: (1) AI 超え (*AI Koe*). Ai Koe ini dipopulerkan oleh seorang yang kejeniusannya di bidang shogi (catur Jepang) melebihi *Artificial Intelligence (AI)*. Meskipun dijadwalkan untuk menjadi tuan rumah *olympics 2020*, sepertinya tidak ada satupun kata *yane* berkaitan dengan *olympics* yang menduduki nominasi 30 besar *U-Can New Words and Buzzwords*.

3.4 Sosial

Untuk kategori sosial, terdapat 2 kata yang mengisi nominasi pada tahun ini. Kata-kata populer dalam kategori tersebut adalah: (1) カゴパク (*Kagopaku*); (2) BLM (*BlackLivesMatter*) 運動 (*BLM (BlackLivesMatter) Undou*). Dua nominasi tersebut merupakan istilah atau tren yang berasal dari Jepang sendiri, *kagopaku*, dan pengaruh internasional, *BLM*.

3.5 Politik

Untuk kategori sosial, terdapat 1 kata yang mengisi nominasi pada tahun ini. Kata populer dalam kategori tersebut adalah: (1) 総合的、俯瞰的 (*Sōgō-teki, fukan-teki*), yang bisa diartikan untuk melihat keseluruhan dari bagian-bagiannya. Istilah ini muncul dalam kaitannya dengan penolakan Perdana Menteri Jepang, Yoshihide Suga (Asahi Shimbun, 2020), terhadap 6 dewan sains yang dirasa kurang bisa melihat suatu hal secara keseluruhan.

Dari data tersebut dapat dilihat bahwa sebaran kategori pada *U-Can New Words and Buzzwords* tahun 2020 tidak merata, dilihat dari dominasi jumlah kata yang berkaitan dengan covid-19.

Lebih lanjut lagi, meskipun ada dua peristiwa besar yang dijadwalkan akan terjadi ataupun sudah terjadi di Jepang, yaitu *olympics* dan covid-19, kata yang populer di Jepang lebih banyak didominasi oleh kata-kata yang berhubungan dengan covid-19, dan hanya satu kata yang berhubungan dengan olahraga, yang mana bukan merupakan cabang olahraga yang ada di *olympics*. Dari hal ini bisa ditarik kesimpulan bahwa, pengaruh pandemi covid-19 di

Jepang sangatlah besar dan menyeluruh dari segala aspek dan lapisan masyarakat.

4. KESIMPULAN

Dari pembahasan di atas, bisa disimpulkan bahwa *buzzwords* tidak hanya merupakan sebuah tren yang terjadi dalam suatu masyarakat pada satu waktu tertentu, namun juga bisa dikembangkan lagi untuk kemudian menjadi suatu keilmuan baru. Di Jepang, terdapat 5 kategori *U-Can New Words and Buzzwords* tahun 2020, yaitu: (1) hiburan; (2) covid-19; (3) olahraga; (4) sosial; dan (5) politik. Lebih lanjut lagi, pengaruh pandemi covid-19 juga dirasakan oleh Jepang, terbukti dengan selisih jumlah sebaran kata dalam *U-Can New Words and Buzzwords*, yang mana sebagai berikut: (1) 9 kata untuk kategori hiburan; (2) 17 kata untuk kategori covid-19; (3) 1 kata untuk kategori olahraga; (4) 2 kata untuk kategori sosial; dan (5) 1 kata untuk kategori politik.

Lebih jauh-lagi, *buzzwords* bisa digunakan untuk mengetahui hal-hal penting yang terjadi pada suatu waktu tertentu, dalam hal ini adalah dalam

periode satu tahun. Kata-kata yang terkandung dalam *buzzwords* ini bisa digunakan baik oleh linguist, maupun sejarawan untuk lebih memahami masyarakat, khususnya Jepang.

5. REFERENSI

- Asahi Shimbun. 2020. *VOX POPULI: Obfuscating words reveal the true colors of the Suga government*. Tersedia dalam: <https://www.asahi.com/ajw/articles/13813185> (diakses 24 Agustus 2021)
- Bensaude, V. B. (2013). *The politics of buzzwords at the interface of technoscience, market and society: The case of ‘public engagement in science’*. <https://doi.org/10.1177/0963662513515371>
- Bloomberg. 2021. *Profile Company*. Tersedia dalam: <https://www.bloomberg.com/profile/company/1010188D:JP> (diakses 18 Agustus 2021)
- Braun, V & Clarke, V. 2019. *Successful Qualitative Research A Practical Guide for Beginners*. UK: Sage.
- Cliffnotes. 2021. *Grammar: Jargon and Buzzwords*. Tersedia dalam: <https://www.cliffsnotes.com/study-guides/grammar/idioms-liches-jargon-slang-euphemisms-and-wordiness/jargon-and-buzzwords> (diakses 18 Agustus 2021)
- Cornwall, A & Eade, D. 2010. *Deconstructing Development Discourse: Buzzwords and Fuzzwords*. UK: Oxfam GB.
- Given, L. M. 2008. *The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods Volume 1&2*. USA: Sage Publication, Inc.
- Jiyu Kokuminsha. 2021. 第34回 2017年受賞語. Tersedia dalam: <https://www.jiyu.co.jp/singo/index.php?eid=00034> (diakses 18 Agustus 2021)
- Johnston, D. D.& Vanderstoep, S. W. 2009. *Research Methods for Everyday Life: Blending Qualitative and Quantitative Approaches*. USA: John Wiley & Sons, Inc.
- Schnable, A, DeMattee, A, Robinson, R. S. & Brass J. N. 2020. *International Development Buzzwords: Understanding Their Use Among*

Donors, NGOs, and Academics,
The Journal of Development
Studies, DOI:
10.1080/00220388.2020.179053

2

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian*
Kuantitatif Kualitatif dan R&D.
Yogyakarta: Alfabeta.