

PENGARUH YOUTUBE JOHNNYS' JR. CHANNEL TERHADAP MINAT BELAJAR BAHASA JEPANG PADA KOMUNITAS JUNIOR-TAN

*Alika Shafa Naufal Putri Firdaus¹, Soni Mulyawan Setiana²

Program Studi Sastra Jepang, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Komputer Indonesia
Universitas Komputer Indonesia, Jl. Dipatiukur 112-116, Bandung, Indonesia
alika.63818032@mahasiswa.unikom.ac.id

ABSTRACT

This study is to determine whether or not the influence of YouTube Johnnys' Jr. Channel on interest in learning Japanese in the Junior-tan community. The method used in this journal is a survey research method with a questionnaire or questionnaire. almost all respondents have a desire to learn Japanese because they are influenced by YouTube Johnnys' Jr. Channel. The results of this study indicate the positive benefits of YouTube Johnny's Junior Channel felt by the Junior-tan community. Some of the benefits are that on YouTube Johnnys' Junior Channel all respondents agree that the channel helps in learning Japanese, learning new Japanese vocabulary, learning Japanese used daily. Also, almost all respondents learn Japanese pronunciation through YouTube Johnny's Junior Channel and most respondents make YouTube Johnnys' Junior Channel a reference for learning Japanese.

Keywords: *Learning interest, Japanese, YouTube*

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh YouTube Johnnys' Jr. Channel terhadap minat belajar bahasa Jepang pada komunitas Junior-tan. Metode yang digunakan dalam jurnal ini adalah metode penelitian survey dengan kuesioner atau angket. hampir dari seluruh responden mempunyai keinginan untuk belajar bahasa Jepang karena dipengaruhi oleh YouTube Johnnys' Jr. Channel. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya manfaat positif dari YouTube Johnny's Junior Channel yang dirasakan oleh komunitas Junior-tan. Beberapa manfaatnya yaitu bahwa di YouTube Johnnys' Junior Channel seluruh responden setuju bahwa di channel tersebut membantu dalam mempelajari Bahasa Jepang, mempelajari kosakata baru Bahasa Jepang, mempelajari Bahasa Jepang yang digunakan sehari-hari. Juga, hampir seluruh responden mempelajari pelafalan Bahasa Jepang melalui YouTube Johnny's Junior Channel dan sebagian besar responden menjadikan YouTube Johnnys' Junior Channel sebagai referensi untuk belajar Bahasa Jepang.

Kata kunci: *Minat belajar, Bahasa Jepang, YouTube*

PENDAHULUAN

Budaya populer mengacu pada kepercayaan dan praktik serta objek yang melaluinya mereka diorganisasikan, yang secara luas dibagikan di antara suatu populasi (Mukerji dalam Bellyanto, 2020:6). Menurut Mukerji, hal ini termasuk kepercayaan rakyat, praktik dan objek yang dihasilkan dan pusat-pusat politik dan komersial. Banyak orang di seluruh dunia tertarik pada Jepang dan budayanya setelah mengenal budaya populer dan menjadi penggemar melalui karya dan acara terkenal. Salah satu budaya

populer Jepang yang banyak memikat ketertarikan masyarakat adalah *idol* atau dalam bahasa Jepang 「アイドル /aidoru」 (Reyna Sapphira, 2021).

Menurut Risyadi (2017) grup idola merupakan tokoh media yang populer di Jepang dan bisnis grup idola tersebut sudah berdiri selama 40 tahun lamanya. Grup idola dari Johnny's & Associates (ジャニーズ事務所/*Johnny's Jimusho*) yang mempunyai *sub-unit* yang bernama Johnny's Junior (ジャニーズ Jr.) merupakan salah satu industri musik dari Jepang yang diminati oleh masyarakat Indonesia. Johnny's Junior atau yang dikenal sebagai Johnny's Jr. merupakan idol yang belum didebutkan di agensi Johnny's & Associates. Aktivitas yang dilakukan oleh para anggota Johnny's Jr. yaitu menampilkan lagu orisinal mereka ataupun lagu dari para senior mereka yang sudah debut. Beberapa grup dari Johnny's Jr. juga mengunggah berbagai konten video di YouTube "Johnnys' Jr. Channel" yang semua videonya menggunakan bahasa Jepang.

Johnny & Associates adalah perusahaan manajemen bakat pria Jepang yang didirikan pada tahun 1960-an oleh Johnny Kitagawa (Mansor, 2018). Sebagai pionir dalam industri idola, Johnny & Associates dan artis-artis di bawah manajemennya sangat berpengaruh dalam industri hiburan Jepang kontemporer (Mansor et al., 2020). Idola di bawah naungan Johnny mendaftar sebagai Johnny's Junior/Johnny's Jr. ketika berusia antara enam dan dua belas tahun. Kitagawa juga melatih Johnny's Jr. tentang cara menari, menyanyi, dan menjadi penari latar untuk senior mereka (Mansor, 2018).

Idola Johnny's mendaftar sebagai Johnny's Jr. ketika mereka berusia antara enam sampai dua belas tahun. Menurut Mansor (2018) dari sudut pandang penggemar, para idola kehilangan masa kecilnya atau seolah-olah mereka mengalami masa kecil yang berbeda dan sulit dari masa kecil para penggemar. Pandangan tentang bekerja keras sejak usia dini dan akhirnya debut sebagai idola Johnny's benar-benar menjadi inspirasi bagi para penggemar. Para penggemar mengklaim bahwa mereka menggunakan pengalaman hidup dan etos kerja idola Johnny's sebagai titik acuan untuk mengatasi kesulitan di tempat kerja dan situasi kehidupan nyata mereka (Mansor, 2018).

Johnny's Junior atau disingkat menjadi Johnny's Jr. (ジャニーズ Jr./Janiizu Jr.) merupakan bagian dari agensi Johnny's & Associates yang hanya berfokus pada anak laki-laki yang belum resmi debut sebagai unit grup maupun solo karir. Johnny's Jr. terdiri dari anak laki-laki usia sekitar remaja awal yang dilatih untuk menyanyi dan menari. Ketika mereka mencapai usia tertentu, mereka beralih bekerja sebagai suatu grup, trio, duo, ataupun solo.

Awalnya hanya ada Johnny's Jr. saja dengan basis utama di wilayah Tokyo, namun karena semakin banyak anak-anak di wilayah Kansai yang bergabung dengan agensi tersebut, sehingga dipisahkan menjadi Kanto Jr. (Jepang bagian timur) dan Kansai Jr. (Jepang bagian barat).

Sebagai Johnny's Jr. mereka menjadi penari latar dan mendukung penampilan para anggota dan unit grup Johnny's & Associates yang sudah debut. Selain itu, mereka juga tampil di acara TV, konser, musikal, drama panggung, radio, dan majalah. Bahkan beberapa diantaranya bisa berakting di drama maupun film.

Seperti yang sudah disebutkan di awal, mereka juga mengunggah konten video di YouTube "Johnnys' Jr. Channel" dan juga situs ISLAND TV (j-island.net). Johnnys' Jr. Channel bergabung dengan YouTube pada tanggal 31 Januari 2018 dan mengunggah video pertamanya yang berisi video teaser perkenalan pada tanggal 5 Maret 2018. Untuk saat ini grup yang terlibat di Johnnys' Jr. Channel yang berasal dari Kanto Jr adalah:

Travis Japan, HiHi Jets, Bi Shounen, 7 Men Samurai, dan Shounen Ninja; dan yang berasal dari Kansai Jr. adalah Ae! Group dan Lil Kansai.

Ada beberapa video di Johnnys' Jr. Channel yang tersedia dalam *subtitle* Inggris dan juga Indonesia, tetapi *subtitle* tersebut disediakan oleh penggemar di komunitas Junior-tan itu sendiri. Jadi, untuk bisa menonton video dengan *subtitle* harus menunggu beberapa lama sampai *subtitle* tersebut diterima oleh pihak YouTube. Saat ada video baru yang diunggah, tentu saja video tersebut menggunakan bahasa Jepang dan sama sekali tidak tersedia *subtitle*, tetapi kebanyakan para penggemar langsung menonton video tersebut walaupun tidak mengerti apa yang sedang mereka bicarakan. Salah satu faktor inilah yang membuat komunitas Junior-tan mempunyai minat untuk belajar bahasa Jepang dan menjadikan Johnnys' Jr. Channel sebagai salah satu media untuk mempelajari bahasa Jepang.

Istilah 「Jr.担/Junior-tan」 biasa dipakai oleh masyarakat Jepang di komunitas penggemar idol untuk merujuk pada hal yang disukainya, maka dari itu para penggemar Johnny's Jr disebut dengan Jr.担/Junior-tan. Istilah Junior-tan selain digunakan di Jepang, juga digunakan di seluruh dunia termasuk di Indonesia.

Galbraith dan Karin (2012) mengatakan bahwa jika menjelajahi Jepang modern, salah satu yang membuat terkesan adalah budaya "idol". Kata "idol" (アイドル/*aidoru*) mulai dikenal di Jepang setelah film Perancis yaitu *Cherchez L'idole* dirilis pada tahun 1963 dengan judul *Aidoru wo Sagasu* (Mencari Idola) (Aoyagi 2005, 4-5). Idol merupakan pria dan wanita yang biasanya berusia belasan dan dua puluhan, yang membutuhkan dukungan langsung dari para penggemar. Idol bekerja keras untuk mengembangkan dan menyempurnakan karakter dan juga menjadi seseorang yang profesional untuk mencapai puncak bidang mereka. Meskipun mereka menyanyi, menari, berakting, menjadi model, bakat seorang idol tidak hanya itu saja, tetapi lebih pada *idoling* atau menjadi idola bagi para penggemar. Menjadi idola juga harus bisa untuk menangkap dan mempertahankan perhatian dari penonton, membangun dan memelihara hubungan dengan para penggemar, dan juga menggerakkan para penggemar untuk melakukan pembelian CD, tiket konser, produk, dan lainnya (Galbraith, 2018).

Menurut Rozal, Ananda, Zb, Fauziddin, dan Salman (2021) fakta yang terjadi saat ini adalah pembelajar dapat dengan mudah menemukan informasi penting dan berharga melalui YouTube. Sebagai media online untuk berbagi informasi, YouTube dapat meningkatkan minat belajar, mendorong kreativitas, dan cocok untuk pembelajaran berbasis proyek (Guo et al., 2020; Kokotsaki et al., 2014).

Minat didefinisikan sebagai karakteristik motivasi spesifik konten yang terdiri dari kapasitas yang terkait dengan perasaan dan nilai intrinsik (Krapp, 1999). Di bidang psikologi pendidikan, banyak penelitian telah dilakukan untuk menganalisis bagaimana pembelajaran dan prestasi dipengaruhi oleh faktor-faktor motivasi, yang dihubungkan dengan minat pada individu atau sebuah situasi tertentu (Krapp, 1999). Karena kebutuhan akan dunia pendidikan dan ditambah dengan sebagian masyarakat Jepang yang tidak ingin menggunakan bahasa selain bahasa aslinya, bahasa Jepang kini menjadi bahasa yang sangat penting (Renninger et al., 2014). Di sisi lain, dilihat dari kemampuan berbahasa seseorang, berdasarkan hasil survei terhadap 100 mahasiswa internasional yang melanjutkan studi di Jepang, 81 mengatakan bahasa Jepang sulit dipahami, karena hurufnya beda dengan huruf alfabet biasa (Renninger et al., 2014).

Selain kesulitan tersebut, masih ada kesulitan lainnya seperti pelafalan bunyi panjang. Menurut Prastiti dan Samopa (2016) Bahasa Indonesia dan Jepang pada

dasarnya berbeda dalam hal huruf, pengucapan kosakata, dan penggunaan tata bahasa. Mengenai pengucapan kosakata, ada kosakata dalam bahasa Jepang yang harus diucapkan sesuai dengan apa yang ditulis dalam panjang pendek. Bahasa Indonesia, di sisi lain, tidak mengenal kosakata fonetis yang panjang. Pembelajar bahasa Indonesia kesulitan mendengar dan mengucapkan kosa kata yang panjang ketika belajar bahasa Jepang (Prastiti dan Samopa, 2016).

Saat belajar bahasa Jepang, biasanya yang diajarkan merupakan kalimat baku yang cara pemakaiannya beda secara sehari-hari. Oleh karena itu diperlukan suatu model pembelajaran baru untuk menarik minat dan meningkatkan kemampuan bahasa Jepang seseorang, salah satunya dengan menggunakan YouTube Johnnys' Jr. Channel.

Ada banyak jenis metode pembelajaran yang biasa digunakan untuk belajar bahasa Jepang. Masing-masing metode ini mempunyai kelebihan dan kekurangannya. Oleh karena itu, tidak ada cara paling baik atau paling jelek untuk mempelajari keterampilan bahasa Jepang. Cara belajar keterampilan bahasa Jepang yang baik adalah dengan memilih dan menggunakannya sesuai dengan situasi dan kondisi kegiatan pembelajaran, materi pembelajaran yang diberikan, media pembelajaran yang digunakan, dan komponen pembelajaran lainnya.

Menurut Jobar dan Hanum (2016) strategi merupakan suatu rencana mengenai penggunaan potensi dan sarana yang ada dan bertujuan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dari sasaran kegiatan. Secara umum strategi mempunyai tujuan untuk bertindak melalui usaha mencapai sasaran yang sudah ditentukan yang berupa garis-garis besar haluan. Menurut Lee (2010) selama proses pembelajaran, dapat ditemukan bahwa beberapa orang dapat mempelajari semua mata pelajaran atau beberapa pelajaran dengan baik dan cepat. Tetapi, di sisi lain beberapa orang mempunyai masalah dalam belajar. Oleh karena itu, banyak penelitian mencoba menemukan bagaimana pembelajar mempelajari sesuatu, apa yang membuat pembelajar berhasil dalam mempelajari sesuatu, dan mengapa beberapa orang lebih efektif dalam belajar daripada yang lain.

Menurut Saifudin (2017) tujuan pembelajaran tercapai bila didukung oleh media pembelajaran yang tepat. Media secara harfiah diartikan sebagai alat atau perantara. Media pembelajaran adalah alat atau mediator yang digunakan pengajar untuk pembelajar dalam proses pembelajaran. Media digunakan untuk menyampaikan pesan yang dapat merangsang pikiran, perasaan dan minat khalayak (siswa) serta meningkatkan proses belajarnya sendiri (Sadiman, 2002: 2).

YouTube menawarkan banyak saluran untuk pembelajaran informal, seperti konten-konten video berupa video pembelajaran, tutorial, vlog, dan video informasi (Lange, 2019). Pembelajaran informal umumnya dilakukan di luar jalur pendidikan formal, tidak direncanakan secara ketat, menempatkan kontrol pembelajaran di tangan peserta didik, dan memfasilitasi berbagai tingkat kesadaran bahwa peserta terlibat dalam pembelajaran (Drotner, 2008).

Di YouTube, pembelajaran informal dapat dilakukan dalam berbagai cara, misalnya belajar dari konten video dan belajar melalui interaksi dengan orang lain, atau belajar dari para penonton dan belajar melalui penilaian diri terhadap karya seseorang (Lange, 2019).

Menurut Suwarno (2017) sebagai sumber belajar siswa, dampak negatif dari YouTube yaitu: Fokus siswa teralihkan saat mempelajari materi karena video yang tidak sesuai dengan materi dan tidak cocok bagi siswa yang "kuno".

Selain itu, menurut Widiartanto (2016) beberapa dampak negatif dari YouTube yaitu, anak-anak bertumbuh dewasa sebelum waktunya dikarenakan oleh video tutorial

makeup dan pada kalangan remaja atau anak-anak dapat memicu tindakan asusila dikarenakan oleh video pendidikan seks. Tetapi, hal tersebut dapat diminimalisir dengan cara memberi informasi mengenai materi-materi pembelajaran (Bere, 2016).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Moghawemi, Sulaiman, Jafar, dan Kasem (2018) menyatakan bahwa banyak siswa mengandalkan YouTube untuk memecahkan masalah akademis dan menjawab pertanyaan apapun yang mereka miliki. Hampir semua siswa menggunakan YouTube untuk mencari informasi dan belajar. Selain itu, hasil penelitian dari DeWitt, Alias, Siraj, Yaakub, Ayob, dan Ishak (2013) mengemukakan bahwa integrasi teknologi informasi dalam pembelajaran dan pengajaran seni pertunjukan dapat dilakukan dengan menggunakan YouTube. Dari hasil penelitian yang sama juga menyatakan bahwa studi tersebut dapat diperluas ke bidang materi pelajaran lainnya.

Kim Sumi dan Hyeon-Cheol Kim (2021) menyatakan bahwa fitur-fitur bermanfaat dari YouTube untuk tujuan pendidikan dapat meningkatkan minat dan kekuatan belajar siswa. Juga, YouTube dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan akan pilihan pedagogis yang efektif untuk memenuhi tujuan pembelajaran siswa yang menekankan keragaman linguistik dan budaya di era pasca-COVID.

Menurut Szeto dan Cheng (2014) calon guru lebih suka menggunakan YouTube sebagai alat yang berguna untuk mengajar di berbagai tingkat sekolah. Lewis dan Park (2018) juga mendukung bahwa video YouTube adalah alat yang efektif untuk mengajar geografi.

Snelson (2018) menyatakan bahwa YouTube berguna dalam hal hosting video gratis. YouTube memiliki banyak fitur dan peluang untuk membantu guru mendukung proses belajar mengajar mereka dengan pembelajaran aktif, kreatif, kooperatif, dan untuk meningkatkan interaksi guru-siswa dan mengembangkan keterampilan penelitian, penyelidikan dan pemecahan masalah siswa (Nacak, Baglama, Demir., 2020).

Pengembangan YouTube sebagai media pembelajaran yang diharapkan tidak hanya sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai sumber untuk menghasilkan produk yang efektif dari para siswa sekaligus meningkatkan kemampuan komunikasi mereka (Sari dan Margana, 2019). Hal ini sangat memungkinkan untuk dilakukan karena saat ini penggunaan YouTube sudah sangat familiar dan dapat digunakan sebagai akun pribadi dengan mudah.

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wahidati, Kharismawati, dan Mahendra (2018) menyatakan bahwa produk budaya populer Jepang memiliki pengaruh yang besar terhadap pembelajar bahasa Jepang di Program Studi Bahasa Jepang Sekolah Vokasi di Universitas Gadjah Mada. Menurut Saifudin (2017), manga terutama *yonkoma* manga yang berjenis humor adalah media menarik, efektif, serta dapat membangkitkan minat dan motivasi pemelajar dalam pembelajaran bahasa Jepang. Rastarie (2020) menyatakan bahwa pada salah satu komunitas *cosplay* di Bandung, sebagian dari anggotanya menyukai bahasa Jepang dan memiliki minat untuk melanjutkan studi jurusan bahasa Jepang di universitas. Hasil dari penelitiannya yaitu, hampir dari seluruh responden tertarik pada bahasa Jepang, sedangkan sisanya lagi tidak tertarik pada beberapa keadaan untuk belajar bahasa Jepang.

Kesimpulan dari apa yang telah dipaparkan di atas yaitu budaya populer Jepang seperti manga dan *cosplay* mempengaruhi minat terhadap pembelajaran bahasa Jepang. Perbedaan dari penelitian-penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu pada penelitian ini fokus kepada pengaruh dari YouTube Johnnys' Jr. Channel terhadap minat belajar bahasa Jepang pada komunitas Junior-tan di Indonesia.

Hard skill dan *soft skill* mempunyai hubungan yang erat dan tidak dapat dipisahkan karena keduanya saling menyeimbangkan (Setiana, Setiawati, Mustaqim: 2019). Menurut Setiana, Setiawati, dan Mustaqim (2019) Departemen Bahasa Jepang perlu untuk memperkuat *hard skill* dan *soft skill* agar lulusannya dapat bersaing di pasar global

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survei, yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran umum karakteristik dari populasi. Penelitian digunakan untuk mengumpulkan informasi berupa opini dari banyak orang terhadap topik atau isu tertentu.

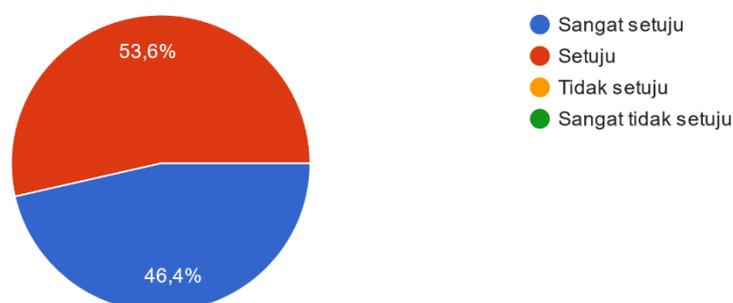
Sumber data primer dalam penelitian ini yaitu sumber utama yang dijadikan sumber referensi dalam penelitian ini, yang diperoleh penulis dari komunitas junior-tan yang berstatus SMA yang berada di Indonesia melalui kuesioner *online*. Sedangkan sumber data sekunder yaitu sumber data yang diperoleh penulis melalui sumber data yang sudah ada, seperti buku, literatur, jurnal, dan internet.

Instrumen dalam penelitian ini adalah data hasil dari kuesioner atau angket. Kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data yang memberi responden serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan survei kuesioner (angket) pada komunitas Junior-tan yang berada di Indonesia yang berstatus murid SMA. Kuesioner atau angket merupakan suatu metode pengumpulan data melalui formulir yang meliputi pertanyaan-pertanyaan tertulis kepada seorang individu atau sekelompok individu untuk memperoleh jawaban dan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti (Mardalis: 2008:66).

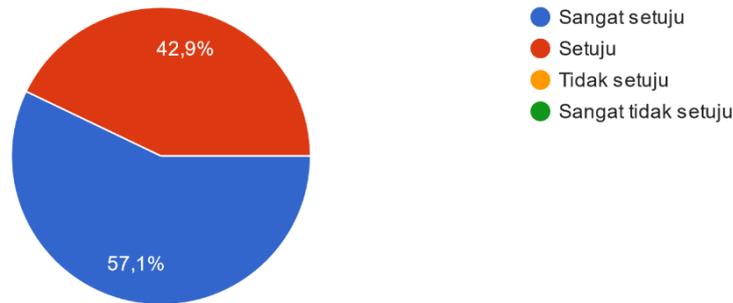
HASIL

Pada penelitian ini, penulis mengumpulkan data melalui kuesioner yang telah dibagikan kepada responden. Hasil kuesioner yang telah dibagikan, dianalisis menggunakan metode deskriptif untuk menemukan hasil penelitian mengenai pengaruh YouTube Johnnys' Jr. Channel terhadap minat belajar bahasa Jepang pada komunitas Junior-tan di Indonesia. Hasil tanggapan responden mengenai konten YouTube yang dapat membantu mempelajari Bahasa Jepang dapat dilihat pada gambar 1 berikut.



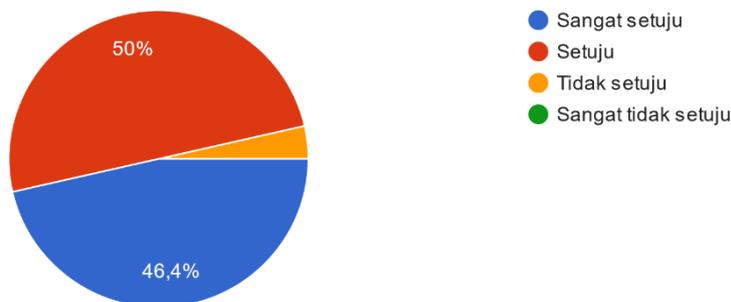
Gambar 1. Tanggapan responden mengenai konten YouTube yang dapat membantu mempelajari Bahasa Jepang

Gambar 1 menunjukkan bahwa YouTube Johnnys' Jr. Channel membantu seluruh responden dalam mempelajari bahasa Jepang. Hasil tanggapan responden mengenai kosakata baru di YouTube Johnnys' Jr. Channel dapat dilihat pada gambar 2.



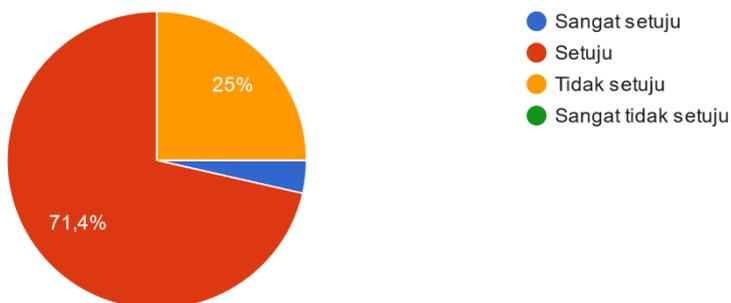
Gambar 2. Tanggapan responden mengenai kosakata baru Bahasa Jepang

Gambar 2 menunjukkan bahwa seluruh responden mempelajari kosakata baru bahasa Jepang di YouTube Johnnys' Jr. Channel. Hasil tanggapan responden mengenai pelafalan Bahasa Jepang pada YouTube Johnnys' Jr. Channel disajikan dalam gambar 3.



Gambar 3. Tanggapan responden mengenai pelafalan Bahasa Jepang

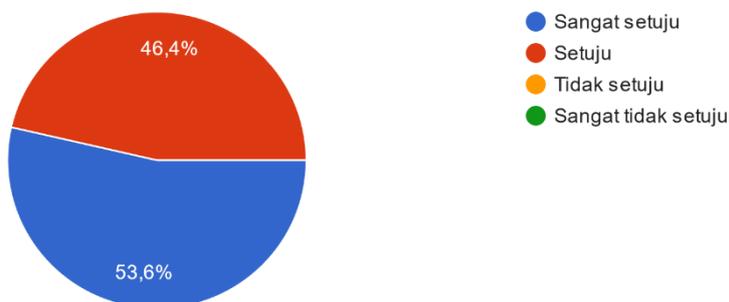
Gambar 3 menunjukkan 27 (96,4%) responden mempelajari pelafalan dalam bahasa Jepang melalui YouTube Johnnys' Jr. Channel dan 1 orang (3,6%) responden tidak mempelajari pelafalan dalam Bahasa Jepang melalui YouTube Johnnys' Jr. Channel. Hasil tanggapan responden mengenai kemudahan pemahaman Bahasa Jepang yang digunakan di YouTube Johnnys' Jr. Channel disajikan dalam gambar 4 sebagai berikut.



Gambar 4. Tanggapan responden mengenai kemudahan pemahaman Bahasa Jepang

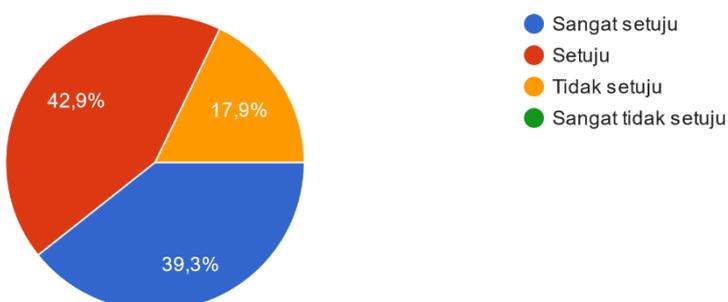
Gambar 4 menunjukkan bahwa 21 orang (75%) memahami bahasa Jepang yang digunakan di YouTube Johnnys' Jr. Channel dan 7 orang (25%) tidak memahami bahasa

Jepang yang digunakan di YouTube Johnnys' Jr. Channel. Hasil tanggapan responden mengenai pengetahuan bahasa Jepang yang digunakan sehari-hari dalam YouTube Johnnys' Jr. Channel disajikan dalam gambar 5 sebagai berikut.



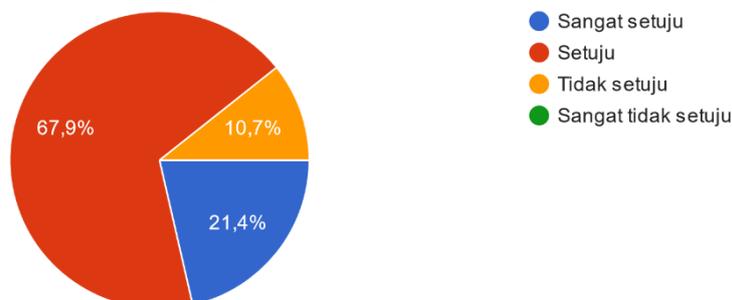
Gambar 5. Tanggapan responden terkait pengetahuan bahasa Jepang penggunaan sehari-hari

Gambar 5 menunjukkan bahwa YouTube Johnnys' Jr. Channel membantu dalam mengetahui bahasa Jepang yang digunakan sehari-hari. Hasil tanggapan responden mengenai gaya berbicara di YouTube Johnnys' Jr. Channel dapat dilihat pada gambar 6 berikut.



Gambar 6. Tanggapan responden mengenai gaya berbicara

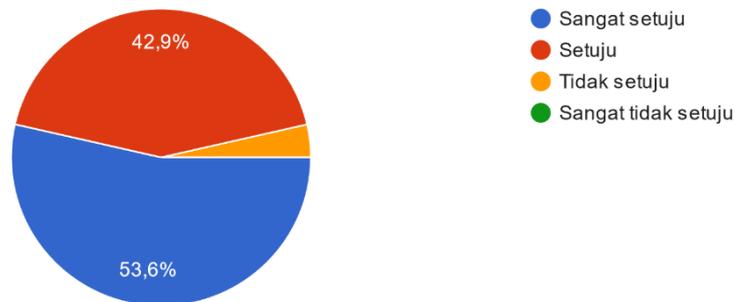
Gambar 6 menunjukkan bahwa 23 orang (81,2%) responden suka meniru gaya berbicara di YouTube Johnnys' Jr. Channel dan 5 orang (17,9%) responden tidak suka meniru gaya berbicara di YouTube Johnnys' Jr. Channel. Hasil dari tanggapan responden mengenai YouTube Johnnys' Jr. Channel sebagai sumber referensi belajar bahasa Jepang disajikan dalam gambar 7 sebagai berikut.



Gambar 7. Tanggapan responden mengenai referensi belajar Bahasa Jepang

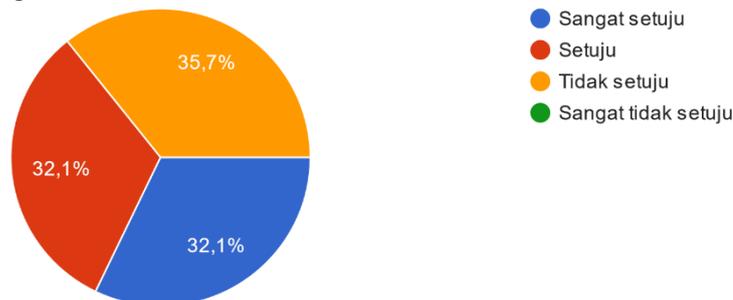
Gambar 7 menunjukkan bahwa 25 orang (89,3%) responden menjadikan YouTube Johnnys' Jr. Channel sebagai referensi untuk belajar bahasa Jepang dan 3 orang (10,7%) responden tidak menjadikan YouTube Johnnys' Jr. Channel sebagai referensi

untuk belajar bahasa Jepang. Hasil tanggapan responden mengenai keinginan belajar bahasa Jepang karena YouTube Johnnys' Jr. Channel dapat dilihat pada gambar 8.



Gambar 8. Tanggapan responden mengenai keinginan belajar Bahasa Jepang

Gambar 8 menunjukkan bahwa 27 orang (96,5%) responden berkeinginan belajar bahasa Jepang karena YouTube Johnnys' Jr. Channel dan 1 orang (3,6%) responden tidak berkeinginan belajar bahasa Jepang karena YouTube Johnnys' Jr Channel. Hasil tanggapan responden tentang keinginan mempelajari bahasa Jepang di perguruan tinggi dapat dilihat dalam gambar 9.



Gambar 9. Tanggapan responden mengenai keinginan mempelajari Bahasa Jepang di Perguruan Tinggi

Gambar 9 menunjukkan bahwa 18 orang (64,2%) responden ingin lanjut mempelajari bahasa Jepang di Perguruan Tinggi dan 10 orang (35,7%) responden tidak ingin lanjut mempelajari bahasa Jepang di Perguruan Tinggi.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil data yang diperoleh peneliti, diketahui bahwa hampir dari seluruh responden mempunyai keinginan untuk belajar Bahasa Jepang karena dipengaruhi oleh YouTube Johnnys' Jr. Channel, sedangkan sisanya tidak. Menurut Biggs (1995), pembelajar "hanya termotivasi untuk mempelajari hal-hal yang penting dan bermakna bagi mereka." Para anggota komunitas Junior-tan cenderung menganggap Johnny's Jr. "penting dan bermakna". Fandom mereka dapat memotivasi mereka untuk belajar bahasa Jepang dalam arti yang lebih luas juga (Fukunaga, 2006). Williams (2006) menyebutkan hubungan erat antara motivasi pelajar dan ketekunan mereka dalam program pembelajaran bahasa. Dia juga menyatakan bahwa pentingnya peran guru dalam memahami minat dan motivasi siswa untuk melihat apakah budaya populer Jepang tidak hanya menginspirasi minat belajar bahasa Jepang, tetapi juga mempertahankan minat itu.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya manfaat positif dari YouTube Johnny's Junior Channel yang dirasakan oleh komunitas Junior-tan. Beberapa manfaatnya yaitu bahwa di YouTube Johnnys' Junior Channel seluruh responden setuju bahwa di channel

tersebut membantu dalam mempelajari Bahasa Jepang, mempelajari kosakata baru Bahasa Jepang, mempelajari Bahasa Jepang yang digunakan sehari-hari. Juga, hampir seluruh responden mempelajari pelafalan Bahasa Jepang melalui YouTube Johnny's Junior Channel dan sebagian besar responden menjadikan YouTube Johnnys' Junior Channel sebagai referensi untuk belajar Bahasa Jepang.

Hal ini selaras dengan Garza (1996) bahwa salah satu manfaat penting menggunakan video adalah bahasa dan materi budaya lebih mudah dikontekstualisasikan dan lebih mudah diakses oleh pembelajar. Hal ini juga didukung oleh Raya dan Fernandez (2002) yang menyatakan bahwa teknologi baru menyediakan sarana praktis dimana pembelajar dapat mengambil bagian yang lebih aktif dalam keputusan termasuk dalam pembelajaran.

SIMPULAN

Isi video dari YouTube Johnnys' Jr. Channel yaitu *games* dan kuis, jalan-jalan, memasak, penampilan musik, dan promosi produk. Channel ini memberikan pengaruh terhadap peningkatan minat belajar komunitas Junior-tan untuk belajar bahasa Jepang. Hal tersebut dikarenakan materi yang disajikan sangat informatif dengan membahas konten-konten berisi kosakata baru, pelafalan dan bahasa Jepang, bahasa Jepang yang digunakan sehari-hari.

REFERENSI

- Bere, Sigiranus Marutho. 2016. Jokowi: Anak Harus Dilindungi dari Dampak Negatif Teknologi. Kompas. Edisi Sabtu 30 Juli.
- DeWitt, D., Alias, N., Siraj, S., Yaakub, M. Y., Ayob, J., & Ishak, R. (2013). The potential of Youtube for teaching and learning in the performing arts. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 103, 1118-1126.
- Galbraith, P. W., & Karlin, J. G. (2012). Introduction: The mirror of idols and celebrity. In *Idols and celebrity in Japanese media culture* (pp. 1-32). Palgrave Macmillan, London.
- Guo, P., Saab, N., Post, L. S., & Admiraal, W. (2020). A review of project-based learning in higher education: Student outcomes and measures. *International Journal of Educational Research*, 102, 101586.
- Johar, R., & Hanum, L. (2016). *Strategi belajar mengajar*. Deepublish.
- Johnny & Associates. No date. Retrieved from <https://www.johnny-associates.co.jp/>
- Kim, S., & Kim, H. C. (2021). The Benefits of YouTube in Learning English as a Second Language: A Qualitative Investigation of Korean Freshman Students' Experiences and Perspectives in the US. *Sustainability*, 13(13), 7365.
- Kokotsaki, D., Menzies, V., & Wiggins, A. (2014). Durham research online woodlands. *Critical Studies on Security*, 2(2), 210-222.
- Krapp, A. (1999). Interest, motivation and learning: An educational-psychological perspective. *European journal of psychology of education*, 14(1), 23-40.
- Lange, P. G. (2019). Informal learning on YouTube. *The international encyclopedia of media literacy*, 1-11.
- Lee, C. K. (2010). An overview of language learning strategies. *Annual Review of Education, Communication & Language Sciences*, 7.

- Mansor, A. (2018). Johnny's Idol Persona Constructions and Transcultural Female Fandom Consumption. *Disassembling the Celebrity Figure: Credibility and the Incredible*, 13.
- Mansor, N. A., Razak, R. A., Mohamad, Z. Z., Din, N., & Razak, A. A. (2020). The Affective Economy and Online Fan Communities: A Case Study of Johnny & Associates. In *Leveraging Consumer Behavior and Psychology in the Digital Economy* (pp. 91-105). IGI Global.
- Moghavvemi, S., Sulaiman, A., Jaafar, N. I., & Kasem, N. (2018). Social media as a complementary learning tool for teaching and learning: The case of youtube. *The International Journal of Management Education*, 16(1), 37-42.
- Nacak, A., Bağlama, B., & Demir, B. (2020). Teacher candidate views on the use of youtube for educational purposes. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 10(2), e202003.
- Prastiti, N., & Samopa, F. (2016). ANALISIS PELAFALAN BAHASA JEPANG SEBAGAI IDENTIFIKASI PENULISAN AKSARA JEPANG BERDASARKAN AKSEN. *Network Engineering Research Operation*, 1(3), 173-181.
- Rastarie, B. A. (2020). *PENGARUH COSPLAY TERHADAP MINAT BELAJAR BAHASA JEPANG PADA KOMUNITAS COSPLAY BANDUNG* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Renninger, K. A., Hidi, S., Krapp, A., & Renninger, A. (2014). *The role of interest in learning and development*. Psychology Press.
- Reyna Sapphira, R. (2021). *ANALISIS MINAT MAHASISWA BAHASA DAN KEBUDAYAAN JEPANG TERHADAP J-IDOL SEBAGAI PENGARUH SOFT POWER JEPANG* (Doctoral dissertation, Universitas Darma Persada).
- Risyadi, R. W. *Dampak Keberadaan JKT48 Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Fans JKT48 Dikalangan Mahasiswa (Studi Kasus di Komunitas JFUIN)* (Bachelor's thesis, FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Rozal, E., Ananda, R., Zb, A., Fauziddin, M., & Sulman, F. (2021). The Effect of Project-Based Learning through YouTube Presentations on English Learning Outcomes in Physics. *AL-Ishlah: Jurnal Pendidikan*, 13(3), 1924-1933.
- Saifudin, A. (2017). Penggunaan manga humor dalam pembelajaran bahasa dan penelitian bahasa Jepang. *JAPANEDU: Jurnal Pendidikan dan Pengajaran Bahasa Jepang*, 2(2), 99-113.
- Sari, Y. N., & Margana, M. (2019). YouTube as a learning media to improve the student's speaking ability in 21st century. *Journal of English Language Teaching and Linguistics*, 4(2), 263.
- Setiana, S. M., Setiawati, L., & Mustaqim, M. (2019). Hard Skills Versus Soft Skills: How Do they Affect Different Job Types of Japanese Language Graduates?. *International Journal of Learning, Teaching and Educational Research*, 18(11), 176-192.
- Snelson, C. (2018). *The benefits and challenges of YouTube as an educational resource. The Companion to Media Education, Copyright, and Fair Use*, 203-218. Routledge
- Suwarno, M. (2017). Potensi youtube sebagai sumber belajar matematika. *Pi: Mathematics Education Journal*, 1(1), 1-7.

- Szeto, E., & Cheng, A. Y. N. (2014). Exploring the usage of ICT and YouTube for teaching: A study of pre-service teachers in Hong Kong. *The Asia-Pacific Education Researcher*, 23(1), 53-59.
- Wahidati, L., Kharismawati, M., & Mahendra, A. O. (2018). Pengaruh konsumsi anime dan manga terhadap pembelajaran budaya dan bahasa jepang. *Izumi*, 7(1), 1-10.
- Widiartanto, Yoga Hastyadi. 2016. Mengapa ICMI Minta Pemerintah Blokir Google dan YouTube?. Kompas. Edisi Rabu 8 Juni.