



The Use of Japanese Loanwords in Culinary Content on Instagram

Linna Meilia Rasiban*, Amalia Rahmayanti, Renariah, Dedi Sutedi

Departemen of Japanese Language Education

Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, West Java, Indonesia

**linnameilia@upi.edu*

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the phenomenon of Japanese loanwords (*gairaigo*) used in culinary content on Instagram, and to describe the analytical framework of those meaning and formation. This study used descriptive qualitative method with data sources from 8 Instagram accounts of culinary content. This data in this study including 74 postings and 115 data of loanwords use from the Instagram accounts. The results from this study showed that lexical and word-formation structure that form the Japanese loanwords mostly were the compound word form (*fukugougo*) because many cuisine terms used two or more words. The results also showed that many of Japanese loanwords in culinary content are using derivative forms and acronyms. It is suggested that teachers and Japanese learners should be aware of these structure changes and semantic change in Japanese loanwords, which can help Japanese learners to understand the meaning of loanwords in Japanese.

KEYWORDS

Gairaigo; Japanese loanwords; Instagram; Social Media; Japanese language learning

ARTICLE INFO

First received: 07 December 2020

Final proof accepted: 15 June 2021

Available online: 30 June 2021

PENDAHULUAN

Setiap bahasa ‘meminjam’, mengadopsi, dan membuat kata-kata pinjaman dari bahasa lain (Olah, 2007; Oshima, 2002). Kata pinjaman maupun serapan adalah kata atau frase yang artinya diambil dari bahasa lain dengan sedikit atau tanpa perubahan (Matras, 2009). Tren ini terus berakselerasi tahun ke tahun, khususnya di bidang populer budaya dan studi ilmiah (Tamaoka & Miyaoka, 2003). Kata pinjaman

tersebut dalam bahasa Jepang disebut *gairaigo*, dituliskan dengan huruf *katakana*, yang merupakan simbol fonetik yang digunakan khusus untuk transkripsi fonetik kata asing (Goddard, 2017; Tamaoka & Miyaoka, 2003).

Fenomena maraknya penggunaan *gairaigo* sebagai kata serapan dalam bahasa Jepang yang digunakan oleh mayoritas kaum muda Jepang yang terkadang dapat berubah dari waktu ke waktu. *Gairaigo* dapat berganti kosakata namun tetap memiliki makna yang sama. *Gairaigo* yang

digunakan pada tingkat percakapan, terutama di kalangan anak muda (Oshima, 2002; Tamaoka & Miyaoka, 2003). Perubahan pola dan sikap terhadap *gairaigo* terungkap dengan jelas di surat kabar, yang dapat dianggap sebagai standar penggunaan *gairaigo* umum di masyarakat (Oshima, 2002). Misalnya, kata '*kaisha-in*' (karyawan perusahaan) dari kata asli bahasa Jepang diganti dengan kata serapan dari '*salary man*' menjadi '*sarariiman*' (pekerja yang digaji) dan kemudian diganti dengan '*bijinesuman*' (pengusaha). Akan tetapi, hal ini tidak berarti bahwa kata dalam bahasa Jepang '*kaisha-in*' kemudian hilang. Kata ini masih digunakan sebagai istilah yang netral. Sedangkan kata '*sarariiman*' sering digunakan untuk merujuk pada pria Jepang yang bekerja keras, berorientasi pada pekerjaan, menunjukkan sebuah stereotip, yang terkadang menunjukkan citra negatif. Kata '*bijinesuman*' (pengusaha) diadaptasi setelah '*sarariiman*' dan membawa citra negatif yang lebih kuat. Ketiga kata tersebut memiliki definisi yang berbeda dan digunakan pada situasi yang berbeda. Meningkatnya penggunaan *gairaigo* tidak serta merta menghancurkan bahasa Jepang, tetapi menunjukkan variasi bahasa dengan tujuan penggunaan yang berbeda (Oshima, 2002).

Gairaigo membawa beberapa masalah ke dunia bahasa Jepang (Daulton, 2011; Oshima, 2002). Misalnya, ada pandangan bahwa *gairaigo* adalah simbol bahasa baru daripada bahasa yang menyampaikan konten. Dengan kata lain, *gairaigo* dikatakan kehilangan fungsinya sebagai bahasa dan menjadi tanda yang melambangkan sesuatu.

Masalah lainnya adalah adanya dugaan penyalahgunaan *gairaigo* dalam bahasa Jepang sehingga menyebabkan kesulitan bagi orang asing pembelajar bahasa Jepang dalam memahami bahasa Jepang. Oleh karena itu, akhir-akhir ini banyak penelitian yang mengkhususkan analisis *gairaigo* pada bidang tertentu, seperti pada bidang otomotif-teknologi (Sari, et.al (2019), surat kabar (Kelvin, 2017), dan penggunaan di media sosial Twitter dan Facebook (Ashari, 2018). Berdasarkan studi empirik yang telah dilakukan belum ada yang memfokuskan analisis *gairaigo* pada media sosial Instagram yang kini banyak digunakan baik oleh orang Indonesia maupun orang Jepang, terutama dalam konten kuliner yang sedang populer saat ini. Oleh karena itu, penelitian ini akan memfokuskan kajian *gairaigo* pada konten kuliner di media social Instagram.

Menurut Ifm-lab (2020) yang merupakan *influencer* pemasaran Jepang, media sosial

Instagram memiliki peningkatan jumlah pengguna yang luar biasa, terutama akun yang mengangkat konten kuliner yang sangat populer.

Setelah zaman Meiji, *gairaigo* yang paling banyak diadopsi kedalam bahasa Jepang adalah kosa kata yang berasal dari bahasa Inggris. Saat ini, hampir mustahil bagi orang Jepang untuk berbicara mengenai berbagai topik tanpa menggunakan satu atau lebih kata-kata dari luar negeri yang telah diserap ke dalam bahasa Jepang (Raversa & Haristiani, 2020). Terutama dalam bidang bisnis dan teknologi, orang Jepang hampir tidak bisa lepas dari penggunaan *gairaigo* karena banyak istilah khusus yang berasal dari kata serapan. *Gairaigo* juga banyak dipakai untuk menyebutkan barang elektronik dan sering muncul dalam iklan (De Mente, 2004; Frellesvig, 2010 dalam Kelvin, 2017).

Pembentukan kata dalam bahasa Jepang terdiri dari empat macam kategori (Sudjianto & Dahidi, 2014).

(1) *Haseigo* (kata turunan/*derivative word*), kata yang dapat ditempelkan sebagai unsur tambahan pada suatu kata. Unsur tambahan ini disebut afiks. Sedangkan unsur *haseigo* yang diberikan penambahan afiks disebut akar kata dasar (Masuoka & Takubo, 2010).

Contoh: '*samusa*' bagian '*samu*' adalah akar kata dasar, sedangkan '*sa*' adalah afiks.

(2) *Fukugougo/goseigo* (kata majemuk), yang disebut dengan *Goseigo* merupakan kata yang terbentuk sebagai hasil penggabungan beberapa morfem isi (Sutedi, 2014).

Contoh: Nomina + nomina: '*ame*' + '*kasa*' menjadi '*amagasa*' (payung hujan).

(3) *Shouryaku/ryakugo* (singkatan, pemendekan yang berupa suku kata dari kosakata aslinya), pemendekan kata yang terbentuk dari suku kata (silabis) yang berasal dari kosa kata aslinya. Silabis dalam bahasa Jepang disebut dengan *onsetsu*, dapat dipadankan dengan 17 suku kata dalam bahasa Indonesia (Sutedi, 2011).

Contoh: '*terebi*' (テレビ) yang dipendekkan dari kata '*terebison*' (テレビジョン).

(4) *Toujigo* (akronim, singkatan huruf pertama yang dituangkan dalam huruf alfabet) (Sutedi, 2011).

Contoh: NHK yang berasal dari kata *Nippon Housou Kyokai*.

Penelitian sebelumnya mengenai *gairaigo* sebagian besar lebih fokus pada proses pembentukan kata serapan berdasarkan

abreviasi/singkatan dan semantik leksikalnya. Terdapat juga penelitian yang menggarap berdasarkan kecenderungan penggunaan kata serapan berdasarkan jenisnya seperti dari bahasa pembentuknya, *wasei-eigo*. Pada penelitian ini *gairaigo* akan dianalisis berdasarkan bentuknya, yaitu *haseigo*, *fukugougo*, *ryakugo* dan *toujigo*. Selain itu juga akan dianalisis berdasarkan jenis kata dan makna penggunaannya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran dan pemahaman mengenai pembentukan pola struktur *gairaigo* berdasarkan kategorinya, sebagai salah satu upaya untuk mempermudah pembelajar bahasa Jepang untuk memahami makna dari kosakata *gairaigo* dengan lebih baik.

Sumber data pada penelitian ini adalah media sosial Instagram. Media sosial adalah alat atau jasa komunikasi yang memfasilitasi hubungan antara orang satu dengan yang lain yang memiliki kepentingan atau ketertarikan yang sama (Garrett & Danzinger, 2007). Pemilihan media sosial ini dikarenakan Instagram merupakan media sosial peringkat 5 teratas yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Jepang pada periode April 2019 – April 2020 (StatCounter-Global Stats, 2020). Berdasarkan situs web *imf-lab* (2020) yang merupakan *influencer* pemasaran media sosial Jepang, Instagram merupakan media sosial yang banyak digunakan oleh orang Jepang, dengan postingan terpopuler adalah postingan berkonten makanan/kuliner.

Media sosial terdiri atas tiga bagian, yaitu a) infrastruktur informasi dan alat yang digunakan untuk memproduksi dan mendistribusikan isi media, b) isi media yang berupa pesan-pesan pribadi, berita, gagasan, dan produk-produk budaya yang berbentuk digital, dan c) subjek yang memproduksi dan mengkonsumsi isi media yaitu individu, organisasi, dan industri (Howard & Parks, 2012). Pendapat lain menyatakan media sosial adalah media yang digunakan oleh individu agar menjadi sosial secara daring dengan cara berbagi isi, berita, foto, dll (Taprial & Kanwar, 2012).

Instagram merupakan kependekan dari kata “Instan-Telegram”. Jadi bila dilihat dari perpaduan dua kata “insta” dan “gram”, Instagram berarti kemudahan dalam mengambil serta melihat foto yang kemudian dapat dikirimkan atau dibagikan kepada orang lain (Atmoko, 2012). Instagram menyediakan fitur yang lengkap, dimana pengguna tidak hanya dapat mengunggah foto dan video, dapat

menambahkan *caption* dan *hashtag*, dan melakukan siaran langsung dengan berbagai konten. Selain itu, Instagram juga merupakan salah satu pendorong berkembangnya bidang industri pemasaran (Syahadatina, 2018).

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, penelitian ini akan mengambil sumber data dari media sosial Instagram dengan fokus kajian untuk mengidentifikasi bentuk, struktur, dan makna *gairaigo* pada konten bidang kuliner di media sosial Instagram.

METODE

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk memberikan (menjabarkan) suatu keadaan atau fenomena yang ada secara apa adanya. Objeknya berupa fenomena aktual yang terjadi pada masa kini dalam suatu populasi tertentu atau berupa kasus yang aktual dalam kehidupan sehari-hari (Sutedi, 2011). Metode ini digunakan karena penelitian ini dikategorikan dalam jenis penelitian observasional yang mengambil korpus data dari *caption* media sosial Instagram.

Bahan referensi yang digunakan untuk menentukan makna *gairaigo* dalam penelitian ini adalah *NINJAL-LWP for BCCWJ*, Kamus Inggris-Jepang Jepang-Inggris Kotobank, dan Kamus Inggris-Jepang Jepang-Inggris Weblio. Sedangkan data penelitian diambil dari *caption* yang diunggah pada akun Instagram orang Jepang dengan konten bidang kuliner untuk memperjelas konteks penggunaan *gairaigo*.

Akun Instagram Jepang yang dipilih sebagai sumber data adalah sebagai berikut.

1. *Yamamoto Hiromi (love_kitchen_salon)*, seorang ahli memasak yang membuka kelas memasak *Love Kitchen Salon* di Osaka, juga menjual peralatan dan interior memasak.
2. *Kawai Mayuko (kawaimayuko)*, seorang koki profesional, penata makanan, dan pengembang resep makanan di TV, iklan, dan *website*.
3. *Oki Hayashi (hayashioki)*, seorang *chef patissier*, manajer toko, barista, dan konsultan makanan di Tokyo. Selain itu, dia juga aktif di *Youtube*.
4. *Chef Takashi (chef_takashiyoshida)*, seorang koki profesional masakan Prancis di sebuah restoran terkenal bernama *Dominique Bouchet* di Tokyo.

5. *Chikaraonma* (*h.chikara_cook*), seorang koki berlisensi di Tokyo.
6. *Koichi Sasada* (*chanko_chef33*), seorang *chef* masakan Prancis di Hiroshima dan pembuat video resep.
7. *Mizuki* 【料理ブロガー・簡単レシピ】 (*mizuki_31cafe*), seorang peneliti makanan dan pembuat resep. Dia juga memiliki penghargaan blog resep Jepang modern selama 3 tahun berturut-turut dari *Grand Prix* dan *Hall of Fame*.
8. *Food Story* (*4you_sns*), seorang pengkritik dan penikmat makanan.

Dari 8 akun instagram dengan konten kuliner di atas, peneliti mengambil data dari bulan Maret 2020 – Juni 2020 dan mendapatkan 74 unggahan dan 115 kosakata *gairaigo* (lihat Tabel 1).

Tabel 1: Media sosial sumber data konten kuliner.

No	Akun Instagram	Jumlah Unggahan	Penggunaan <i>Gairaigo</i>
1	Yamamoto Hiromi (<i>love_kitchen_saloon</i>)	28 unggahan	<i>Haseigo</i> : 9 kosakata <i>Fukugougo</i> : 37 kosakata <i>Ryakugo</i> : 5 kosakata <i>Toujigo</i> : 1 kosakata
2	Kawai Mayuko (<i>kawaimayuko</i>)	18 unggahan	<i>Haseigo</i> : 4 kosakata <i>Fukugougo</i> : 19 kosakata <i>Ryakugo</i> : 1 kosakata <i>Toujigo</i> : 2 kosakata
3	Oki Hayashi (<i>hayashioki</i>)	11 unggahan	<i>Haseigo</i> : 3 kosakata <i>Fukugougo</i> : 13 kosakata <i>Ryakugo</i> : 2 kosakata
4	Chef Takashi (<i>chef_takashiyoshida</i>)	9 unggahan	<i>Haseigo</i> : 1 kosakata <i>Fukugougo</i> : 8 kosakata <i>Toujigo</i> : 1 kosakata
5	Chikaraonma (<i>h.chikara_cook</i>)	4 unggahan	<i>Fukugougo</i> : 3 kosakata <i>Ryakugo</i> : 2 kosakata
6	Koichi Sasada (<i>chanko_chef33</i>)	2 unggahan	3 kosakata
7	Food Story (<i>4you_sns</i>)	1 unggahan	1 kosakata
8	Mizuki (<i>mizuki_31cafe</i>)	1 unggahan	1 kosakata

Dari 74 unggahan yang diambil ada 115 kosakata *gairaigo* yang didapatkan. Sejumlah unggahan tersebut, didapatkan beberapa kosakata *gairaigo* yang selanjutnya diklasifikasikan menjadi 4 bagian yaitu *Haseigo*, *Fukugougo*, *Ryakugo* dan *Toujigo* beserta jumlah kosakatanya pada Tabel 2.

Tabel 2: Klasifikasi *Gairaigo* berdasarkan bentuk.

No	Klasifikasi Bentuk <i>Gairaigo</i>	Jumlah kosakata
1	<i>Haseigo</i>	18
2	<i>Fukugougo</i>	81
3	<i>Ryakugo</i>	11
4	<i>Toujigo</i>	5

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi. Penelitian ini termasuk kedalam penelitian kualitatif non interaktif karena tidak menggunakan teknik pengumpulan data langsung secara alamiah.

Langkah-langkah dalam pengumpulan data yang dilakukan sebagai berikut:

1. Mencari akun pengguna media sosial Instagram orang Jepang yang mengunggah konten bidang kuliner.
2. Mengumpulkan sejumlah kosakata yang menggunakan huruf katakana dan alfabet dari pengguna akun media sosial Instagram pada konten bidang kuliner.
3. Mengkategorikan (diteliti) kosakata yang sudah di dapat kedalam bentuk *haseigo*, *fukugougo*, *ryakugo* dan *toujigo*.
4. Mempelajari lebih lanjut kosakata *gairaigo* yang telah diperoleh dari pengguna media sosial Instagram orang Jepang yang mengunggah konten bidang kuliner.

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Gairaigo dengan bentuk *Haseigo*

Berdasarkan hasil analisis data yang telah diperoleh dari *caption* unggahan pengguna akun media sosial Instagram dari Maret - Juni 2020, pada arti maknanya dan jenisnya diambil dari kamus Inggris-Jepang *Kotobank*, kamus Inggris-Jepang *Weblio* dan *Ninjal-LWP for BCCW* menunjukkan bahwa semua kosakatanya adalah bentuk *haseigo* yang diikuti verba *suru*. Misalnya,

アップします (*appushimasu*) merupakan *gairaigo* bentuk *haseigo* yang diikuti verba *suru*. アップ (*appu*) sendiri merupakan singkatan dari アップロード berasal dari kata upload yang diserap dari bahasa Inggris yang memiliki arti mengunggah. Bentuk *haseigo* yang diperoleh 18 kosakata (lihat Appendix 1).

アップします	=	Mengunggah
Up (bahasa Inggris)	+	<i>shimasu</i> (bentuk 'masu' dari <i>suru</i>)
Nomina	+	Verba → Verba

Pada kalimat (1), kata '*appushimasu*' mengandung makna 'mengunggah' resep (di Instagram) dan tidak mengalami perubahan pada makna dari padanan bahasa aslinya.

Contoh kalimat:

- (1) 春巻きはまた後日♥レシピをアップします〜
Harumaki wa mata gojitsu ♥reshipi o appu shimasu ~
“(Menu) Lumpia akan segera datang, resepnya akan diunggah nanti~”
(Sumber: https://www.instagram.com/p/B-4o6ILjpzz/?utm_source=ig_web_copy_link)

Gairaigo dengan bentuk *Fukugougo*

Pada bentuk *fukugougo* terdapat 81 kosakata yang merupakan gabungan dari dua kata atau lebih. Dan dalam satu kosakata terdapat serapan dari satu bahasa yang sama maupun berbeda, bahkan terdapat juga kosakata yang merupakan gabungan dari bahasa Jepang + bahasa asing atau sebaliknya. Contohnya sebagai berikut.

アーモンドクリーム	=	Krim almond
アーモンド(<i>aamondo</i>)	+	クリーム (<i>kurimu</i>)
<i>Almond</i> (bahasa Inggris)		<i>Cream</i> (bahasa Inggris)
Nomina	+	Nomina → Nomina

アーモンドクリーム (*aamondo kuriimu*) merupakan *gairaigo* bentuk *fukugougo* karena berbentuk majemuk yang terdiri dari dua kata yaitu *almond cream*, keduanya diserap dari bahasa Inggris. アーモンドクリーム (*aamondo kuriimu*) merupakan krim yang terbuat dari olahan kacang almond. Pada kalimat (2), *Aamondo kuriimu* merupakan 'krim almond' yang dioleskan di atas makanan dan tidak mengalami perubahan pada arti dari padanan bahasa aslinya.

Contoh kalimat:

- (2) クロワッサンの売れ残りを潰してアーモンドクリームを塗ったり、アーモンド 散らしたり
...

Kurowassan no urenokori o tsubushite āmondokurīmu o nuttari, āmondo chirashi tari...

“Hancurkan sisa croissant dan oleskan krim almond juga taburkan almond di atasnya.”

(Sumber: https://www.instagram.com/p/B-PZ_tsp1AV/?utm_source=ig_web_copy_link)

Gairaigo dengan bentuk *Ryakugo*

Kemudian bentuk *ryakugo* diperoleh 11 kosakata, terdapat kosakata yang mengalami penghapusan di akhir kata (*geryaku*) dan ditengah kata (*churyaku*).

アスパラ = Asparagus → アスパラガス
asuparagasu
(bahasa Inggris)
(Nomina)

アスパラ (*asupara*) merupakan *gairaigo* bentuk *ryakugo* jenis *tanshikishouryaku* (pemendekan sederhana) karena mengalami penghapusan di bagian akhir kata (*geryaku*). アスパラガス (*asuparagasu*) sendiri berasal dari kata *asparagus* yang diserap dari bahasa Inggris. *Asrapargus* merupakan tunas muda yang digunakan untuk sayuran pada musim semi. Pada kalimat (3), *asupara* tidak mengalami perubahan pada makna dari padanan bahasa aslinya.

Contoh kalimat:

- (3) フライパンにサラダ油をひいてパプリカとアスパラを入れます。

Furaipan ni sarada-yu o hīte papurika to asupara o iremasu.

“Tuang minyak salad ke dalam wajan lalu tambahkan paprika dan asparagus.”

(Sumber: https://www.instagram.com/p/CBU2lBcDSH/?utm_source=ig_web_copy_link)

Berikut contoh *fukugougo* dalam bentuk *chuuryaku*.

エスプレッソトニック = Kopi espresso
dengan air tonik
→ エスプレッソ + トニックウオーター
(*esupressu*) (tonikkuwootaa)
Espresso (bahasa Inggris) (bahasa Inggris)

(Nomina) + (Nomina) → (Nomina)

エスプレッソトニック (*esupuresstotonikku*) merupakan *gairaigo* bentuk *ryakugo* jenis *tanshikishouryaku* (pemendekan sederhana) karena mengalami penghapusan di bagian tengah kata (*churyaku*). エスプレッソ (*esupuresso*) yang berasal dari kata *espresso* yang berarti kopi hitam pekat yang pahit dan トニック (*tonikku*) merupakan pemendekan dari kata *tonikku uootaa* yang berasal dari kata *tonic water* yang berarti minuman ringan berkarbonasi, keduanya diserap dari bahasa Inggris. Pada kalimat (4), *esupuresstotonikku* merupakan menu yang akan disajikan pagi ini dan tidak mengalami perubahan pada makna dari padanan bahasa aslinya.

Contoh kalimat:

(3) 今朝はエスプレッソトニック。

Kesa wa esupuresstotonikku.

“(menu) Pagi ini adalah ekspesso tonik.”

(Sumber:

https://www.instagram.com/p/B_8feTiFmjU/?utm_source=ig_web_copy_link)

Gairaigo dengan bentuk *Toujigo*

Pada bentuk *toujigo* terdapat 5 kosakata, dan 3 diantaranya merupakan istilah atau kata-kata yang sering digunakan dalam media sosial Instagram saat berkomunikasi untuk bertukar informasi. Contohnya pada kata SNS.

SNS = Layanan Jejaring Sosial/ Media sosial

ソーシャル+ ネットワーキング +サービス

(*soosharu*) (*nettowaakingu*) (*saabizu*)

Social + *Networking* + *Service*

(bahasa) (bahasa Inggris) (bahasa Inggris)

(Nomina) + (Nomina) + (Nomina)

→ (Nomina)

SNS merupakan *gairaigo* bentuk *toujigo* karena huruf alphabet menjadi inisial sebuah kata yang terdiri dari kata-kata jamak. ソーシャル・ネットワーク・サービス (*soosharu nettowaakingu saabizu*) sendiri berasal dari kata *Social Networking Service* yang diserap dari bahasa Inggris yang memiliki arti layanan jejaring/media sosial. SNS mengacu pada layanan media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *Twitter* dalam bahasa Inggris yang spesifik untuk bahasa Jepang. Pada kalimat (5), SNS mengandung makna yang lebih

spesifik yaitu ‘media sosial’ *Instagram* dan tidak mengalami perubahan pada arti dari padanan bahasa aslinya.

Contoh kalimat:

(5) 普段 SNS ではメインおかずばかりなので本では副菜にも力を入れています。

Fudan SNS de wa mein okazu bakarinanode honde wa fukusai ni mo chikara o irete imasu

“Biasanya di media sosial hanya menampilkan hidangan utama, maka di buku akan lebih fokus ke (resep) lauk/ makanan pendamping”

(Sumber: https://www.instagram.com/p/B_5e1Kwh7MC/?utm_source=ig_web_copy_link)

Dari data di atas, dapat disimpulkan bahwa pengguna akun media sosial Instagram konten bidang kuliner di Jepang lebih sering menggunakan *gairaigo* bentuk *fukugougo* karena mayoritas nama hidangan menggunakan dua kata atau lebih. Berikut contoh kosakatanya.

ビター (*bitaa*) + チョコレート (*chokoreeto*)

Bitter *Chocolate*

(bahasa Inggris) (bahasa Inggris)

→ ビターチョコ = Coklat hitam

ビターチョコ (*bitaachoko*) merupakan *gairaigo* bentuk *ryakugo* jenis *tanshikishouryaku* (pemendekan sederhana) karena mengalami penghapusan di bagian akhir kata (*geryaku*). ビター (*bitaa*) berasal dari bahasa Inggris yang berarti pahit dan チョコ (*choko*) merupakan pemendekan dari kata *chokoreeto* yang berasal dari kata *chocolate* yang berarti coklat yang diserap dari bahasa Inggris. Pada kalimat (6), *Bitaachoko* merupakan coklat pahit dan tidak mengalami perubahan pada makna dari padanan bahasa aslinya.

Contoh kalimat:

(6) ビターチョコとウイスキーの絶妙な組み

合わせに香るオレンジが上品すぎた…

Bitachoko to u~isuki no zetsumyōna kumiawase ni kaoru orenji ga jōhin sugita...

“Kombinasi indah dari cokelat pahit, wiski dan aroma jeruk membuatnya menjadi terlalu elegan ...”

Contoh lainnya sebagai berikut.

海老 (*ebi*) + マヨネーズ (*mayoneezu*)

Ebi Mayo

(bahasa Jepang) (bahasa Prancis)

→ 海老マヨ (*ebimayo*)

Ebimayo merupakan *gairaigo* bentuk *ryakugo* jenis *tanshikishouryaku* (pemendekan sederhana) karena mengalami penghapusan di bagian akhir kata (*geryaku*). 海老 (*ebi*) berasal dari bahasa Jepang yang berarti udang dan マヨ (*mayo*) merupakan pemendekan dari kata *mayoneezu* yang berasal dari kata *mayonnaise* yang berarti saus yang terbuat dari campuran minyak, kuning telur dan asam, teksturnya seperti krim ringan yang diserap dari bahasa Prancis. Pada kalimat (7), *Ebimayo* merupakan udang mayo yang akan disajikan sebagai menu makanan di hari ibu dan tidak mengalami perubahan pada makna dari padanan bahasa aslinya.

Contoh kalimat:

(7) 今日はそんな母の日の夕飯から海老マヨ。

Kyō wa son'na haha no hi no yūhan kara Ebi Mayo.
“Makan malam untuk Hari Ibu ini adalah udang mayo.”

(Sumber:

https://www.instagram.com/p/CACHL5cHZXn/?utm_source=ig_web_copy_link)

Pembahasan

Dari 74 unggahan pada delapan akun orang Jepang pengguna media sosial Instagram terdapat 115 kosakata yang diperoleh. Untuk jenis kata yang paling banyak digunakan adalah jenis kata nomina (*meishi*) dengan jumlah 167 kata, yang kedua adalah kata verba (*doushi*) sebanyak 20 kata (18 diantaranya merupakan verba *suru*) dan adjektiva-*na* (*na-keiyoushi*) dengan satu kata. Lalu ada pula kosakata yang merupakan gabungan dari kata (nomina + nomina), (nomina + verba), dan (verba + verba). Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar kosakata yang digunakan dalam konten bidang kuliner di media sosial Instagram adalah jenis kata nomina atau kata benda dan kosakata yang tergabung dari (nomina + nomina).

Selain itu, terdapat kosakata yang mengalami perubahan makna yaitu チャレンジしました (*charenjishimashita*) yang berarti “menantang/tantangan” menjadi “telah mencoba” pada bentuk *haseigo*; dan *Golden Week* yang berarti “minggu emas” menjadi “hari libur panjang” pada bentuk *toujigo*. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar kosakata yang digunakan dalam konten bidang kuliner di media sosial Instagram tidak mengalami perubahan makna yang berarti.

Seperti dijelaskan di atas, dari 115 kosakata *gairaigo* yang diperoleh dari hasil penelitian ini terdapat *gairaigo* bentuk *haseigo*, *fukugougo*, *ryakugo* dan *toujigo*. Pada data *gairaigo* bentuk *haseigo* diperoleh kosakata yang diikuti verba *suru*. Pada *gairaigo* bentuk *fukugougo* terdapat kosakata yang diserap dari kombinasi bahasa asing. Sementara pada *gairaigo* bentuk *ryakugo* terdapat kosakata yang mengalami penghapusan di akhir kata (*geryaku*) dan ditengah kata (*churyaku*). Sedangkan pada *gairaigo* bentuk *toujigo* terdapat kosakata yang mengalami pemendekan huruf pertama yang dituangkan dalam huruf alphabet. Pada bentuk *toujigo* terdapat 5 kosakata dan 3 diantaranya merupakan istilah atau kata-kata yang sering digunakan dalam media sosial Instagram saat berkomunikasi untuk bertukar informasi. Jenis kata yang banyak digunakan merupakan jenis kata nomina. Dan sebagian besar kosakata yang telah diperoleh tidak mengalami perubahan makna yang signifikan.

Dari kedelapan akun pengguna media sosial Instagram orang Jepang berkonten bidang kuliner, ditemukan penggunaan 115 *gairaigo* dalam 74 unggahan. Banyaknya penggunaan *gairaigo* ini dikarenakan banyaknya penggunaan nama menu makanan khas yang berasal dari berbagai negara tersebut, yang kosakata atau istilahnya tidak terdapat padanannya dalam bahasa Jepang.

Dari data yang ditemukan, bentuk *gairaigo* yang paling banyak digunakan adalah bentuk *fukugougo* karena mayoritas nama hidangan menggunakan dua kata atau lebih. Lalu sebagian besar kosakata yang digunakan dalam konten bidang kuliner di media sosial Instagram adalah jenis kata nomina atau kata benda dan kosakata yang tergabung dari (nomina + nomina). Dan penggunaan kosakata yang digunakan tidak mengalami perubahan makna yang signifikan. Seperti yang dikatakan Sudjianto dan Dahidi (2014) bahwa masing-masing *gairaigo* memiliki makna sesuai dengan makna aslinya.

Dari keseluruhan *gairaigo* yang ditemukan dari 8 akun sumber data penelitian ini, ditemukan bahwa asal bahasa serapan kosakata tersebut yaitu yang bahasa Inggris, Prancis, Spanyol, Belanda, Portugis dan Italia. Keseluruhan jumlah *gairaigo* yang ditemukan dalam penelitian ini beserta bentuknya dapat dilihat pada Tabel 3 sedangkan asal bahasanya dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 3: Klasifikasi *Gairaigo* Berdasarkan Bentuknya.

No	Klasifikasi Bentuk <i>Gairaigo</i>	Jumlah kosakata	Persentase
1	<i>Haseigo</i>	18	16%
2	<i>Fukugougo</i>	81	70%
3	<i>Ryakugo</i>	11	10%
4	<i>Toujigo</i>	5	4%

Berdasarkan Tabel 3 di atas, pengguna akun media sosial Instagram di Jepang lebih sering menggunakan *gairaigo* bentuk *fukugougo*. Hal tersebut terjadi karena banyaknya budaya asing yang masuk ke Jepang dalam bidang budaya, teknologi, kuliner, dan sebagainya.

Tabel 4: Klasifikasi *Gairaigo* Berdasarkan Asal Bahasa.

Bentuk	Jumlah	Persentase
Inggris	170	86%
Prancis	15	8%
Belanda	6	3%
Italia	3	1%
Portugis	2	1%
Spanyol	2	1%

Seperti pada Tabel 4, setelah menghitung hasil kosakata *gairaigo* yang diperoleh dari 74 unggahan di delapan akun orang Jepang, asal bahasa dari kosakata yang paling banyak diserap adalah dari bahasa Inggris sebanyak 170 kosakata dengan persentase sebesar 86%. Diurutan kedua terbanyak yang sering digunakan adalah *gairaigo* yang diserap dari bahasa Prancis sebanyak 18 kosakata dan persentasinya sebesar 16%, selanjutnya diurutan ketiga adalah *gairaigo* yang diserap dari bahasa Belanda sebanyak 6 kosakata dan persentasinya sebesar 3%. Di urutan terakhir adalah *gairaigo* yang diserap dari bahasa Italia, Spanyol, dan Portugis masing-masing hanya 2 kosakata (3 kosakata untuk bahasa Italia) dengan persentase sebesar 1%.

Berdasarkan data di atas, dapat diketahui bahwa pengguna akun media sosial Instagram di Jepang lebih sering menggunakan *gairaigo* yang diserap dari bahasa Inggris. Hal tersebut terjadi karena bahasa Inggris adalah bahasa Internasional yang digunakan hampir di seluruh dunia. Bahasa Inggris juga diajarkan di pendidikan formal. Selain itu, bahasa Eropa yang banyak diserap dalam bidang kuliner dalam bahasa Jepang diantaranya Prancis, Italia, Spanyol, Portugis, Belanda karena banyaknya

menu nama makanan khas yang dihidangkan dari negara-negara tersebut.

SIMPULAN

Penelitian ini memberikan pemahaman mengenai bentuk *gairaigo* yang cenderung digunakan dalam kuliner yang biasa digunakan pada konten media sosial Instagram. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa pengguna akun media sosial Instagram di Jepang lebih sering menggunakan *gairaigo* yang diserap atau berasal dari bahasa Inggris. Hal tersebut terjadi karena bahasa Inggris adalah bahasa Internasional yang digunakan hampir di seluruh dunia. Bahasa Inggris juga diajarkan di pendidikan formal. Selain itu, ada bahasa Eropa yang banyak diserap oleh bahasa Jepang diantaranya Prancis, Italia, Spanyol, Portugis, Belanda yang sering digunakan dibidang kuliner ini karena banyaknya menu nama makanan khas yang dihidangkan dari negara-negara tersebut. Masyarakat yang berkembang pesat selalu membutuhkan kosakata baru dan mengikuti tren perkembangan bahasa internasional (Takamura dkk., 2017). Penelitian ini menunjukkan bahwa orang Jepang menyukai penyingkatan kata dari dua kata atau lebih menjadi satu kata yang lebih simple diucapkan. Walau dengan menyingkat kata dengan menghilangkan bagian depan (*geryaku*) atau bagian tengah (*chuuryaku*). Hal ini menyadarkan pembelajar bahasa Jepang untuk lebih menambah wawasan kosakata asing dan memahami pengetahuan mengenai pelafalan (*hatsuon*) orang Jepang. Karena dalam *gairaigo* bentuk penyingkatan kata baik secara singkatan (*ryakugo*) maupun akronim (*toujigo*) disesuaikan dengan bagaimana orang Jepang melafalkan kosakata asing tersebut. Hal ini mempermudah pembelajar bahasa Jepang lebih paham bentuk dan makna *gairaigo* khususnya dalam bidang kuliner ini.

Analisis pada penelitian ini menunjukkan salah satu contoh pesatnya berbagai item leksikal dari jenis kata serapan bahasa Jepang yang dipinjam dari bahasa asing yang secara historis tidak terkait bahasa dan dapat memberikan kesempatan yang sangat kaya untuk penelitian semantik. Keterbatasan dalam penelitian ini hanya memfokuskan pada analisis *gairaigo* dalam bidang kuliner, dimana akhir-akhir ini menjadi tren baru aktivitas seseorang dalam mengisi waktunya di masa pandemi ini. Studi lebih lanjut

agar dapat menganalisis dari sudut pandang hubungan medan semantic dan lebih diarahkan pada pola perubahan semantik yang terjadi dari waktu ke waktu, apakah terdapat pola yang sama dari perubahan struktur kata, bentuk kata maupun perubahan dari segi *semantic lexical*, berbagai hubungan semantik dalam domain tertentu, atau item leksikal individu dan bagaimana mereka mempengaruhi atau dipengaruhi oleh kata-kata terkait.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih pada pihak terkait yang membantu kelancaran kegiatan penelitian ini, terutama kepada UPI yang telah mendukung kegiatan penelitian ini secara finansial dengan hibah Penelitian Penguatan Kompetensi Dana UPI tahun anggaran 2020, Nomor 837/UN40.D/PT/2020.

REFERENSI

- Ashari, B. Y. (2018). *Analisis Penggunaan Gairaigo di Media Sosial Twitter* (Skripsi, Universitas Darma Persada). Diakses dari <http://repository.unsada.ac.id/750/3/Bab%20IV.pdf>
- Garrett, R. K., & Danziger, J. N. (2007). IM=Interruption Management? Instant messaging and disruption in the workplace. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 23-42. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00384.x>
- Goddard, J.A. (2017). Recognition of English Loanwords (*waseieigo*) Among Japanese University Students. *Kitasato Review, Annual Report of Studies in Liberal Arts, and Sciences* 22. https://doi.org/10.20700/KITASATOCCLAS.22.0_59
- Howard, P. N. & Parks, M. R. (2012). Social Media and Political Change: Capacity, Constraint, and Consequence. *Journal of Communication*, 62(2), 359-362. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01626.x>
- Kelvin, K. (2017). *Analisis Perubahan Makna Gairaigo dalam Surat Kabar Asahi Shinbun Edisi April 2017* (Skripsi, Universitas Sumatera Utara). Diakses dari <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/5366>
- Matras, Y. (2009). *Language Contact*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Masuoka, T., & Takubo, Y. (2010). *Kiso Nihongo Bunpou – Kaiteipan-*. Tokyo: Kuroshio Shuuppan.
- Olah, B. (2007). English Loanwords in Japanese Effects, Attitudes and Usage as a Means of Improving Spoken English Ability. *Jurnal Penelitian Humaniora*. 9(1), 177-188. doi=10.1.1.692.2892
- Oshima, K. (2002). Semantic and Structural Shift Pattern of Gairaigo in Japan. *Intercultural Communication Studies* 9(4), 51-65. Diakses dari <https://web.uri.edu/iaics/files/03-Kimie-Oshima.pdf>
- Raversa, A., & Haristiani, N. (2020, March). Can Japanese Speak in Pure Japanese?: The Inevitability of Gairaigo in Japanese. In *3rd International Conference on Language, Literature, Culture, and Education (ICOLLITE 2019)* (pp. 175-180). Atlantis Press.
- Sari, W. D. (2019). The Formation of abbreviated loanwords in Japanese a study of *ryakugo* and *toujigo* in Asahi Shinbun digital website of automotive technology column. *Japanedu, Jurnal Pendidikan dan Pengajaran Bahasa Jepang*, 4(1), 37-45. <https://doi.org/10.17509/japanedu.v4i1.17079>
- Sudjiyanto, S., & Dahidi, A. (2014). *Pengantar Linguistik Bahasa Jepang*. Jakarta: Kesaint Blanc.
- Sutedi, D. (2011). *Dasar-Dasar Linguistik Bahasa Jepang*. Bandung: Humaniora.
- Syahadatina, V. D. (2018). *Bias Perempuan Dalam Postingan Akun Instagram (Analisis Semiotik pada Akun Indozonelife)* (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Malang). Diakses dari <http://eprints.umm.ac.id/42694/>
- Tamaoka, K., & Miyaoka, Y. (2003). The cognitive processing of Japanese loanwords in katakana. Japanese. *Psychological Research*, 45(2), 69-79. <https://doi.org/10.1111/1468-5884.t01-1-00035>
- Taprial, V., & Kanwar, P. (2012). *Understanding Social Media*. Diakses dari Ebooksdirectory.

Sumber lain

- Imf-lab. (2020). Instagram de ninki no ryouri douga akaunto 10-sen to kigyou to no teikei jirei. Diakses dari https://collatech.co.jp/ifm-lab/instagram/instagram_business/5076
- Statcounter Global Stats. Social Media Stats in Japan - July 2020. <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/japan>. https://www.researchgate.net/publication/233729903_Social_Media_and_Political_Change_Capacity_Constraint_and_Consequence