

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bahasa memiliki peran yang penting dalam perilaku manusia di masyarakat dan tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari. Bahasa tidak hanya sebagai alat komunikasi tetapi juga sebagai cerminan norma sosial dan hubungan antar individu. Dalam kehidupan sehari-hari, penutur menyesuaikan pilihan bahasanya bergantung pada situasi yang dihadapi serta relasi antarpenerut. Bahasa yang santai lebih sering digunakan saat berbicara dengan keluarga atau teman dekat. Sementara itu, Bahasa yang sopan biasa digunakan dalam situasi yang formal seperti ketika berbicara dengan orang yang lebih tua, orang yang belum dikenal dekat, atau ketika berada di ruang publik. Namun, penggunaan bahasa sopan tidak selalu terbatas pada situasi formal saja. Penerut juga dapat menggunakan bahasa sopan dalam situasi yang lebih kasual, seperti saat meminta bantuan kepada teman, atau memang karena gaya bicaranya sehari-hari seperti itu. Penggunaan dan komunikasi dengan bahasa yang tepat dibutuhkan dalam menjaga hubungan dan saling menghargai antara semua pihak yang terlibat.

Dalam bahasa Jepang, terdapat bahasa sopan yang dikenal sebagai *keigo*. Menurut Kikuchi (1996:3), *keigo* adalah bentuk ungkapan khusus yang digunakan

untuk menunjukkan rasa hormat atau kesopanan. Secara konvensional *Keigo* terbagi menjadi tiga kategori utama, yaitu *sonkeigo* (bahasa hormat), *kenjougo* (bahasa merendahkan diri), dan *teineigo* (bahasa sopan). *Sonkeigo* adalah bentuk bahasa yang digunakan oleh pembicara untuk menunjukkan rasa hormat kepada lawan bicara. *Kenjougo* adalah bentuk untuk merendahkan diri sendiri kepada lawan bicara sebagai tanda menghormati. Sementara, *teineigo* merupakan bentuk bahasa yang digunakan untuk menunjukkan kesopanan kepada lawan bicara secara umum.

Namun Kabaya pada tahun 2008 (dalam Tjandra 2014:231-233) membagi *keigo* menjadi 6 bagian lagi karena mengikuti perkembangan zaman yaitu, *Sonchougo*, *Teichougo*, *Sonchougo Teichougo*, *Sonhigo*, *Bikago*, dan *Teineigo*. Kabaya (2008, dalam Tjandra, 2014: 231) meneliti berbagai jenis *keigo* dalam komunikasi orang dewasa (*otona no keigo communication*) sebagai bentuk penggunaan *keigo* di masa kini (*present-day keigo*). Menurut Kabaya (dalam Tjandra 2014:228-229) ada 6 faktor yang menentukan penggunaan *keigo* di masa kini yaitu latar pemakaian (*ba*), hubungan antar manusia (*ningen kankei*), posisi dan peran (*tachiba yakuwari*), pengertian dan perasaan (*kimochi*), isi pikiran dan maksud hati (*nakami*), dan wujud penyampaian (*katachi*). Keenam faktor ini menunjukkan bahwa penggunaan *keigo* dalam masyarakat Jepang masa kini tidak hanya didasarkan pada situasi yang formal saja, tetapi juga bergantung pada komunikasi, perasaan pribadi, dan bagaimana penutur ingin menyampaikan pesan mereka. Hal ini mencerminkan bahwa *keigo* masa kini bersifat lebih fleksibel dan menyesuaikan dengan kebutuhan komunikasi yang beragam.

Hal tersebut sejalan dengan perkembangan media dan teknologi komunikasi yang semakin beragam pada masa kini. Cara manusia berinteraksi tidak lagi terbatas pada komunikasi langsung, melainkan juga melalui platform digital yang memungkinkan praktik bahasa ditampilkan secara lebih luas dan dapat diakses oleh siapa saja. Salah satu media yang paling banyak digunakan masyarakat untuk tujuan ini adalah YouTube. Di era digital saat ini, YouTube tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana pembelajaran dan dokumentasi kehidupan sehari-hari. Banyak konten kreator menggunakan platform ini untuk membagikan pengalaman personal maupun pengetahuan akademis, termasuk dalam bidang bahasa.

Salah satu kanal YouTube yang sering memperlihatkan penggunaan *keigo* adalah あかねの日本語教室 (*Akane-teki Nihongo Kyoushitsu*), yang dikelola oleh seorang guru bahasa Jepang bernama Akane. Akane sering memberikan pengajaran mengenai *keigo* yang digunakan dalam bisnis dalam kanal YouTube-nya. Meskipun sering memberikan ajaran mengenai *keigo* yang digunakan dalam bisnis melalui video, tidak semua kontennya berupa video edukasi. Ia juga mengunggah *vlog* yang menampilkan kegiatan sehari-harinya, seperti berjalan-jalan, berbelanja, atau mengunjungi tempat wisata. Dalam *vlog-vlog* tersebut, Akane kerap berinteraksi dengan staf toko, petugas layanan, dan orang-orang di tempat umum. Pada situasi-situasi ini, penggunaan *keigo* sering muncul, baik sebagai bentuk kesopanan, kebiasaan pribadi, maupun strategi komunikasi. Hal ini menunjukkan bahwa *keigo* tidak hanya digunakan dalam situasi yang formal, tetapi juga dalam interaksi sehari-

hari, bergantung siapa yang diajak bicara dan bagaimana penutur ingin menyampaikan sikap atau perasaannya.

Dengan demikian, kanal *Akane-teki Nihongo Kyoushitsu* menjadi sumber data yang tepat untuk penelitian ini karena menghadirkan dua sisi penggunaan *keigo* secara bersamaan, yaitu dalam situasi formal melalui materi edukasi dan dalam situasi non-formal melalui *vlog* keseharian. Akane sendiri merupakan seorang guru bahasa Jepang, sehingga penggunaan *keigo* dalam tuturannya lebih konsisten, autentik, dan mencerminkan norma berbahasa masyarakat Jepang masa kini. Selain itu, keberadaan *keigo* dalam interaksi sehari-hari yang ditampilkan Akane sesuai dengan teori Kabaya (2008) tentang *otona no keigo communication* yang menekankan fleksibilitas penggunaan *keigo* bergantung pada faktor hubungan, peran, dan maksud penutur. *Keigo* yang digunakan Akane di dalam kanal YouTube nya bersifat monoton, sehingga penulis mengambil sembilan data yang dapat menginterpretasikan keseluruhan dari teori Kabaya (2008). Dengan mengkaji kanal ini, penelitian dapat menunjukkan bagaimana *keigo* tidak hanya digunakan di situasi formal tetapi juga dipraktikkan dalam kehidupan sehari-hari, sehingga menjadi contoh yang representatif untuk memahami *keigo* modern.

Oleh karena itu, *vlog Akane-teki Nihongo Kyoushitsu* cocok untuk menjadi sumber data penulis. Sejauh penelusuran penulis, belum ditemukan penelitian skripsi yang secara khusus meneliti penggunaan *keigo* dalam *vlog Akane-teki Nihongo Kyoushitsu*. Penelitian yang ada umumnya masih berfokus pada penggunaan *keigo* dalam ranah bisnis, pembelajaran formal, atau data percakapan yang bersifat simulatif. Dengan demikian, penelitian ini memiliki nilai orisinalitas

karena menggunakan *vlog* Akane sebagai sumber data utama untuk melihat bagaimana *keigo* dipraktikkan dalam interaksi sehari-hari oleh seorang penutur asli yang juga berprofesi sebagai pengajar bahasa Jepang.

Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan *keigo* adalah penelitian yang dilakukan oleh Yuniarsih, Sudjianto, dan Fitri Fauziyyah (2017) dalam jurnal yang berjudul "*Penggunaan Keigo dalam Bahasa Jepang untuk Bisnis*". Penelitian ini membahas penggunaan *keigo* dalam bisnis dengan tujuan untuk menganalisis penggunaan *keigo* dalam komunikasi bisnis, khususnya dalam hubungan hierarkis dan formalitas situasi. Selain itu, penelitian ini juga ingin mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi pemilihan bentuk *keigo* yang tepat dalam interaksi bisnis. Teori yang digunakan, yakni prinsip kesantunan Leech. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *keigo* tidak hanya berfungsi sebagai penanda status sosial, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun dan menjaga hubungan. Pemilihan bentuk *keigo* yang tepat sangat dipengaruhi oleh faktor hierarki sosial, tingkat formalitas situasi, dan tujuan komunikasi.

Penelitian sejenis kedua, yakni penelitian yang dilakukan oleh Lely Demiyati, Rita Susanti, dan Hafizh Abdul Aziz (2023) dalam jurnal berjudul "*Strategi Kesantunan Melalui Ragam Hormat Bahasa Jepang dalam Anime My Next Life as a Villainess: All Routes Lead to Doom Season 1*". Penelitian ini mengkaji penggunaan kesantunan dalam bahasa Jepang yang erat kaitannya dengan budaya, khususnya dalam percakapan kaum bangsawan dalam anime tersebut. Penelitian ini menggunakan teori tindak tutur dari Yule (1996), strategi kesantunan dari Brown dan Levinson (1987), serta teori ragam hormat bahasa Jepang dari Kabaya (2008).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *on record with positive politeness* banyak ditemukan karena para peserta tutur dalam anime tersebut berasal dari kalangan bangsawan yang terbiasa menggunakan bahasa hormat. Sementara itu, strategi *don't do the FTA* tidak ditemukan karena para penutur cenderung menyampaikan maksud mereka secara langsung. Dalam hal ragam hormat, *sonkeigo* lebih dominan digunakan untuk menghormati mitra tutur dan menunjukkan adanya perbedaan status. Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *sonkeigo* dan *kenjougo* dalam anime ini adalah hubungan antar manusia, perasaan, serta cara penyampaian dalam interaksi sosial.

Penelitian terdahulu ketiga sejenis, yakni penelitian yang dilakukan oleh Marly C. A. Masoko dan Indria Mawitjere (2023) yang berjudul "*An Analysis of Honorific Language Found in Comic Book the Ninja Hattori-Kun Serries 2*". Menurut peneliti, *keigo* dianggap sulit dipelajari oleh pemelajar bahasa Jepang yang berbahasa ibu Indonesia karena variasi bahasa hormat seperti dalam bahasa Jepang tidak ditemukan dalam bahasa Indonesia. Penelitian ini menggunakan teori *keigo* milik Sudjianto dan Dahidi. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai bentuk *keigo* yang muncul dalam komik "*Ninja Hattori-Kun 2*", menganalisis bagaimana penggunaan *keigo* mencerminkan norma kesopanan dalam bahasa Jepang, serta mengklasifikasikan *keigo* ke dalam tiga jenis utama, yaitu *sonkeigo*, *kenjougo*, dan *teineigo*. Penelitian ini menghasilkan 15 jenis bahasa kehormatan Jepang yang dikategorikan ke dalam tiga jenis utama, yaitu *sonkeigo* (bahasa hormat), *kenjougo* (bahasa merendahkan diri), dan *teineigo* (bahasa sopan). *Sonkeigo* yang ditemukan meliputi bentuk seperti *kudasaru*, *~sama*, *osaki ni*, *otaku*,

dan *kudasai*, sedangkan *kenjougo* meliputi *sessha*, *mousu*, *choudai*, dan *mairu*. *Teineigo*, yang ditemukan yakni *otsukai*, *~de gozaru*, *kisama*, *gokurou*, *tabemasu*, dan *mamorimasu*.

Ketiga penelitian terdahulu memiliki persamaan dengan penelitian yang penulis lakukan, yaitu sama-sama membahas penggunaan *keigo* dalam interaksi. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis yaitu penulis menggunakan teori *keigo* modern oleh Kabaya (2008), sedangkan penelitian terdahulu menggunakan teori konvensional *keigo* seperti *sonkeigo*, *kenjougo*, dan *teineigo*. Ketiga penelitian terdahulu tersebut memiliki fokus yang berbeda. Penelitian pertama membahas *keigo* dalam bisnis, penelitian kedua menganalisis strategi kesantunan dalam anime, sedangkan penelitian ketiga mengklasifikasi bentuk-bentuk *keigo* dalam komik. Penelitian yang penulis lakukan berbeda dengan ketiga penelitian terdahulu, penulis membahas *keigo* yang digunakan dalam keseharian masyarakat modern Jepang yaitu penggunaan *keigo* oleh penutur asli Jepang dalam interaksi sehari-hari yang ditampilkan dalam *vlog*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk dan fungsi *keigo* yang digunakan dalam *vlog* Akane?
2. Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi penggunaan *keigo* dalam *vlog* Akane?

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan penelitian ini dibatasi pada video dari kanal Youtube milik Akane yaitu *Akane Teki Nihongo Kyoushitsu*. Video yang dijadikan data adalah vlog bertema jalan-jalan yang diunggah antara tahun 2022 hingga 2024. Dari seluruh video yang tersedia, penulis memilih sembilan video yang menampilkan interaksi langsung antara Akane dan penutur lain, seperti staf toko, petugas layanan, atau orang yang ditemui di tempat umum. Pembatasan ini dilakukan karena pada *vlog-vlog* tersebut, penggunaan *keigo* oleh Akane memperlihatkan bentuk-bentuk *keigo* yang tidak hanya ditentukan oleh status sosial atau jabatan, tetapi juga dipengaruhi oleh hubungan antarpener, maksud pembicaraan, kebiasaan pribadi, serta sikap yang ingin ditunjukkan saat berinteraksi.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan penulis ini mempunyai tujuan sebagai berikut ini.

1. Mendeskripsikan bentuk dan fungsi *keigo* di masa kini yang digunakan oleh Akane dalam *vlog*-nya.
2. Mendeskripsikan faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan *keigo* oleh Akane dalam *vlog*-nya.

1.5 Kerangka Teori

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori Kabaya (dalam Tjandra, 2014) yang membagi *keigo* menjadi enam kategori: *sonchougo*, *teichougo*, *sonchougo*

teichougo, *sonhigo*, *bikago*, dan *teineigo*. *Sonchougo* terdiri dari *sonkeigo* dan *kenjougo* I, yang digunakan untuk menghormati lawan bicara atau merendahkan diri sendiri. *Teichougo* adalah *kenjougo* II, yang digunakan untuk merendahkan diri kepada lawan bicara. *Sonchou teichougo* merupakan gabungan dari *sonchougo* dan *teichougo*. *Sonhigo* memiliki arti, *son* yaitu meninggikan orang lain dan *higo* yang artinya merendahkan diri. *Bikago* digunakan untuk memperindah kata, sementara *teineigo* tetap digunakan sebagai bentuk sopan umum. Pembagian baru *Keigo* ini dilakukan untuk mengikuti perkembangan dari pemakaian *keigo* di masyarakat. Penggunaan *keigo* dipengaruhi oleh enam faktor, yaitu: *ba* (latar pemakaian), *ningen kankei* (hubungan antarmanusia), *tachiba/yakuwari* (posisi dan peran), *kimochi* (perasaan), *nakami* (isi pikiran dan maksud hati), serta *katachi* (wujud penyampaian).

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dibagi menjadi teoritis dan praktis. Secara teoritis, hasil penelitian diharapkan memberikan pemahaman tentang mengenai pemakaian *keigo* dalam interaksi sehari-hari masyarakat Jepang di masa kini. Penelitian ini membantu menjelaskan bagaimana *keigo* digunakan dalam kehidupan sehari-hari oleh penutur asli bahasa Jepang, serta menunjukkan bahwa *keigo* tidak hanya digunakan dalam situasi yang bersifat formal atau profesional saja, namun juga dalam situasi sosial yang lebih luas. Secara praktis, penelitian ini bermanfaat bagi Program Studi Sastra Jepang, Universitas Nasional, dengan menambah referensi dan pemahaman tentang penggunaan *keigo* di kehidupan masyarakat Jepang masa

kini. Bagi peneliti, hasilnya diharapkan menambah pengetahuan dan memperluas perspektif dalam studi linguistik terkait penggunaan *keigo*.

1.7 Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Menurut Djajasudarma (2006:11), metodologi kualitatif merupakan prosedur yang menghasilkan data deskriptif, yang berupa data tertulis atau lisan di masyarakat bahasa. Metode ini bertujuan untuk memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti. Secara deskriptif, peneliti dapat memberikan ciri-ciri, sifat-sifat, serta gambaran data yang diperoleh dalam penelitian tersebut.

Metode ini dipilih karena menurut Djajasudarma (2006:9) dalam penelitian bahasa, metode deskriptif cenderung digunakan dalam penelitian kualitatif, terutama untuk mengumpulkan data serta menggambarkan data secara ilmiah. Dalam penelitian ini, metode deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis penggunaan ragam bahasa hormat (*keigo*) yang digunakan Akane dalam *vlog*-nya.

Penelitian ini juga menggunakan teknik simak catat. Menurut Sudaryanto (2015:203), teknik *simak catat* merupakan seperangkat cara atau teknik untuk menyimpulkan fakta-fakta yang terdapat dalam masalah penelitian. Sudaryanto menjelaskan bahwa metode *simak* adalah metode yang digunakan dalam penelitian bahasa dengan cara menyimak penggunaan bahasa pada objek yang diteliti.

Langkah-langkah penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah menonton *vlog* milik Akane untuk mengidentifikasi penggunaan ragam bahasa hormat (*keigo*). Mencatat penggunaan *keigo* dalam percakapan yang terjadi di *vlog*,

khususnya yang termasuk dalam kategori *sonchougo*, *teichougo*, *sonchou teichougo*, *sonhigo*, *bikago*, dan *teineigo* sesuai teori Kabaya (Tjandra, 2014). Data yang dikumpulkan diolah dengan mengelompokkan *keigo* berdasarkan jenisnya, lalu dianalisis dengan mengacu pada teori-teori yang digunakan penulis untuk memahami pola peralihan gaya bahasa dan hubungannya dengan tujuan pembicaraan, hubungan antarpemuter, serta sikap dalam interaksi.

1.8 Sistematika Penyajian

Sistematika penyajian merupakan hasil penelitian yang dalam penelitian ini terbagi menjadi 4 bab yaitu sebagai berikut:

Bab 1 berisi pendahuluan yang berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, kerangka teori, manfaat penelitian, metode penelitian, serta sistematika penyajian.

Bab 2 berisi penjelasan teori-teori yang digunakan dalam penelitian.

Bab 3 berisi analisis penggunaan *keigo* dalam vlog milik Akane

Bab 4 berisi kesimpulan dari hasil analisis data.