

PENGARUH BUDAYA POPULER TERHADAP PAPAN NAMA TOKO DI KOTA PADANG

Arsyan Makarim¹⁾, Irma²⁾

¹⁾Mahasiswa Program Studi Sastra Jepang, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Bung Hatta

Email : arsyan2113@gmail.com

²⁾Dosen Program Studi Sastra Jepang, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Bung Hatta

Email : irma@bunghatta.ac.id

ABSTRAK

Kota Padang, sebagai salah satu kota besar di Indonesia, mengalami budaya populer dalam menggunakan bahasa pada papan nama toko. Penelitian ini bertujuan untuk melihat sejauh mana budaya populer Jepang berkontribusi pada perubahan tersebut. Penelitian ini mengkaji bagaimana pengaruh budaya populer Jepang terhadap toko yang menggunakan bahasa Jepang di kota Padang. Dengan menggunakan metode kualitatif, penelitian ini menganalisis dampak atau pengaruh dari toko yang memakai bahasa Jepang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan bahasa Jepang pada papan nama tidak hanya sekadar tren, tetapi juga merupakan strategi pemasaran yang efektif untuk menarik konsumen, khususnya konsumen muda.

Kata kunci : Pemilik Usaha, Pengaruh Budaya Populer.

PENDAHULUAN

Kota Padang, dengan pesona kuliner dan budaya yang khas, tak luput dari pengaruh budaya populer. Salah satu contoh nyata dari pengaruh budaya populer adalah semakin beragamnya penamaan kios dengan bahasa asing di kota padang. Jika dulu nama toko cenderung sederhana dan mencerminkan jenis dagangan, kini kita sering menjumpai nama-nama yang unik, bahkan menggunakan bahasa asing. Penelitian ini berfokus pada pengaruh budaya populer Jepang, terhadap penamaan papan nama toko di Kota Padang.

Terdapat ketegantungan antara bahasa dan kebudayaan. Ada yang memandang bahasa sebagai kepingan dari kebudayaan, sementara yang lain beranggapan bahasa dan kebudayaan sebagai hal yang berbeda, tetapi sangat terkait dan tidak bisa dipisahkan. Namun, ada juga pendapat bahwa bahasa dipengaruhi oleh kebudayaan serta cara berpikir manusia atau masyarakat yang menggunakannya [1].

Budaya populer diartikan sebagai budaya yang terkenal dan banyak disukai oleh khalayak ramai [2]. Terkait berkembangnya teknologi yang semakin maju, budaya populer sering disamakan dengan istilah budaya massa, seperti animasi, komik. Adanya teknologi memudahkan masyarakat untuk mengakses budaya populer dan juga memudahkan suatu negara untuk menyebarkan budayanya ke negara lain.

Pengaruh budaya populer di Jepang khususnya dikota Padang yang memiliki toko Anime, manga, cosplay, video game dan drama Jepang memiliki sebuah pandangan terhadap budaya populer di Jepang. pengaruh ini mempengaruhi perilaku seseorang atau pemilik toko dipengaruhi oleh rangsangan (stimulus) dari budaya populer di Jepang dan oleh konsekuensi yang mengikuti perilaku tersebut. Atau bisa disebut Behaviorisme. Behaviorisme merupakan salah satu aliran psikologi yang memercayai untuk mempelajari perilaku perorangan harus dilaksanakan terhadap setiap aktivitas perorangan yang dapat diamati, bukan pada peristiwa hipotetis yang terjadi dalam diri perorangan [3].

Dengan menyebarnya budaya populer Jepang keseluruh dunia, Indonesia khususnya Kota Padang, dapat dilihat dari perkembangannya masyarakat yang ingin belajar bahasa dan budaya Jepang. Penyelenggaraan festival-festival budaya Jepang (Bunkasai) dalam rangka memperkenalkan budaya Jepang kepada masyarakat di Kota Padang yang diselenggarakan oleh Sekolah Menengah Atas, Perguruan Tinggi dan Pusat Perbelanjaan. Perhatian yang cukup besar dari masyarakat, dapat kita lihat dari perilaku pecinta budaya Jepang, terutama pelaku usaha yang memiliki toko dengan respon mereka terhadap penggunaan bahasa Jepang pada papan nama toko mereka. Papan nama usaha merupakan salah satu

sarana untuk promosi yang banyak diminati oleh para pelaku usaha untuk menarik pengunjung.

Berdasarkan latar Belakang diatas, penulis ingin meneliti bagaimana pengaruh budaya populer Jepang terhadap penggunaan bahasa Jepang pada papan nama badan usaha yang ada di Kota Padang.

Salah satu penelitian yang membahas budaya populer adalah sisi ayu safitri dari jurusan sastra jepang fakultas ilmu budaya universitas bung hatta tahun 2023 tentang Pengaruh Anime Terhadap Mahasiswa Sastra Jepang Universitas Bung Hatta.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, metode penelitian deskriptif kualitatif adalah suatu metode penelitian yang bergerak pada pendekatan kualitatif sederhana dengan alur induktif. Jenis penelitian deskriptif kualitatif biasanya dipakai dalam fenomena sosial [4].

Pada penelitian ini peneliti menggunakan studi kasus. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terhadap pelaku usaha yang menggunakan bahasa Jepang dalam penamaan papan nama usaha di wilayah kota Padang, Sumatera Barat sebagai sumber primer. Adapun artikel-artikel, jurnal-jurnal, website dan skripsi sebagai sumber sekunder.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah memakai kuesioner atau angket terhadap pelaku usaha yang menggunakan bahasa Jepang dalam penamaan papan nama di wilayah kota Padang, Sumatera Barat. Angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data melalui lembar jawaban yang berisi pertanyaan yang akan dijawab oleh beberapa responden untuk mendapatkan jawaban yang akan dianalisa oleh pihak yang memiliki tujuan tertentu, selain itu kuesioner juga merupakan salah satu teknik yang sering dipakai untuk melakukan penilaian terhadap barang atau aktivitas jasa yang sedang berlangsung. [5].

Teknik analisis data yang dipakai pada penelitian ini yaitu teknik analisis deskriptif. Berdasarkan Analisis statistik deskriptif yaitu statistik yang dipakai untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang sudah terkumpul sebagaimana tanpa bermaksud untuk membuat rangkuman yang berlaku untuk umum atau penyamarataan. [6].

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijalankan terhadap papan nama usaha di kota Padang telah menimbulkan beberapa temuan mengenai penggunaan bahasa Jepang pada papan nama usaha di kota Padang. Data papan nama usaha di kota Padang dikategorikan menjadi 3, yaitu :

1. berdasarkan penyebab pemilik toko menggunakan kata Bahasa Jepang,
2. arti yang terkandung pada papan nama toko,
3. dampak terhadap usaha tersebut.

Berdasarkan penyebab pemilik usaha menggunakan kata bahasa Jepang, terdapat 3 penyebab kenapa pemilik toko menggunakan bahasa Jepang yaitu pernah terdapat 3 penyebab kenapa pemilik toko menggunakan bahasa Jepang yaitu pernah belajar bahasa Jepang sewaktu sekolah, menyukai anime, saran dari saudara atau anak pemilik yang pernah ke Jepang.

Terdapat 6 toko yang memiliki penyebab pernah belajar Bahasa Jepang sewaktu sekolah, 4 toko yang memiliki penyebab menyukai anime, dan 3 toko yang memiliki penyebab memilih saran dari saudara atau anak dari pemilik toko

Berdasarkan hasil jawaban kuesioner, terlihat bahwa 7 dari 13 pemilik usaha memiliki arti dari papan nama usaha mereka, diantaranya :

1. Crepes ichiban artinya pertaman atau paling terbaik.
2. うれしい ureshii drink artinya kebahagiaan.
3. Kedai minuman kenshusei artinya karyawan baru.
4. Nomikichi Food & Drink diambil dari nama karakter dari anime "Gokudo-kun Manyuuki".
5. Toko P&D Kazoku artinya keluarga.
6. Dimsum bakso oishii artinya lezat atau enak.
7. Kazoku Laundry artinya Keluarga.

3 dari 13 pemilik usaha tidak memiliki arti dari papan nama usaha karena pemilik usaha memilih nama usaha mereka dengan kata wasabi, ramen dan Osaka. Wasabi sendiri adalah bahan makanan yang berasal dari Jepang, Cina, Korea, dan Selandia baru. Ramen adalah jenis makanan yang bersal dari Jepang, sedangkan Osaka adalah nama kota berpenduduk terbesar nomor 3 di Jepang.

2 dari 13 pemilik usaha hanya memakai huruf Jepang, diantaranya adalah

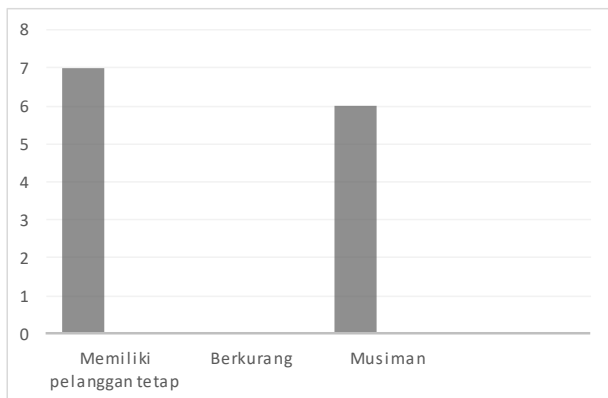
1. Donuts & Coffee ドナツとコーヒー
2. Aurelll Shop オーレルシヨップ.

1 dari 13 pemilik usaha memilih memelesetkan kata dari iki do natsu yang artinya cara hidup di musim panas menjadi ikidonatsu karena pemilik memiliki usaha menjual donat.

Pengaruh merujuk pada efek atau konsekuensi yang dihasilkan oleh suatu tindakan atau kejadian terhadap individu atau kelompok tertentu. Bahasa Jepang dapat memiliki berbagai pengaruh pada pemilik usaha, seperti menambah pelanggan dan meningkatkan daya jual.

pemilik usaha memakai Bahasa Jepang pada papan nama usaha terdapat 2 efek yang terjadi yaitu toko yang memiliki pelanggan tetap atau musiman dan peningkatkan daya jual.

Dari awal berdiri sampai sekarang 7 dari 13 pemilik usaha sudah memiliki pelanggan tetap dan 6 dari 13 pemilik usaha memiliki pelanggan musiman, dan tidak ada pelanggan yang berkurang. Itu menunjukkan bahwa Masyarakat kota padang tertarik dengan budaya populer Jepang, sehingga pemilik usaha memiliki pelanggan tetap dan pelanggan musiman, semenjak mendirikan toko mereka dengan pemberian nama usaha berbahasa Jepang.



Grafik 1 Setelah Menggunakan Bahasa Jepang

Dan dari awal berdiri sampai sekarang ada sebanyak 11 pemilik usaha yang merasakan kenaikan daya jual,

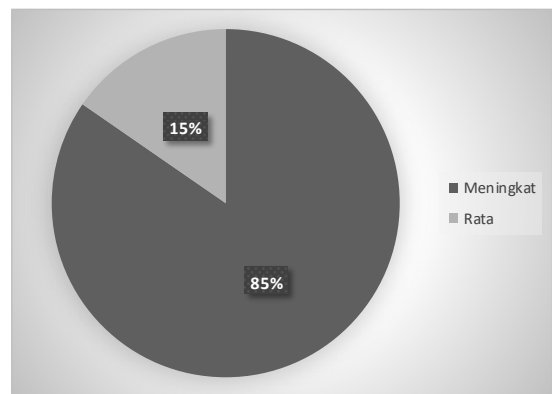
1. Toko Nomikichi Food&Drink, dari awal berdiri sampai sekarang mengalami peningkatan daya jual..
2. Toko Ureshi Drink, dari awal berdiri sampai sekarang mengalami peningkatan daya jual.
3. Toko Taragak Ramen, dari awal berdiri sampai sekarang mengalami peningkatan daya jual.

4. Toko Ikidontsu, dari awal berdiri sampai sekarang mengalami peningkatan daya jual.
5. Wasabi Studio, dari awal berdiri sampai sekarang mengalami peningkatan daya jual

sedangkan 2 pemilik usaha tidak merasakan kenaikan atau penurunan daya jual.

1. Osaka Fried Chiken, dari awal berdiri sampai sekarang tidak mengalami kenaikan dan penurunan daya jual.
2. Kedai Minuman Kenshusei, dari awal berdiri sampai sekarang tidak mengalami kenaikan atau penurunan daya jual.

Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pemilik usaha merasa bahwa Bahasa Jepang memberikan pengaruh dalam meningkatkan daya jual terhadap usaha. Meskipun demikian, bahwa pengetahuan terhadap suatu bahasa tidak dapat hanya didasarkan pada apa yang dipakai semata, melainkan perlu adanya inovasi dan kreatifitas untuk memakai Bahasa Jepang supaya menarik pelanggan.



Grafik 2 Efek Penggunaan Bahasa Jepang Terhadap Daya Jual

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa pemakaian bahasa Jepang pada papan nama usaha di Kota Padang secara signifikan meningkatkan daya jual bagi sebagian besar pemilik usaha, selain juga menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan tetap.

Mayoritas pemilik usaha di Kota Padang yang menggunakan bahasa Jepang pada papan nama mereka termotivasi oleh pemahaman mereka terhadap bahasa

tersebut dan keinginan untuk mengikuti tren yang sedang berkembang di kalangan masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah berkontribusi dalam skripsi ini:

1. Bapak Syahrial, S.S, M.Hum selaku dosen PA.
2. Ibu Dra. Irma, M.Hum. selaku pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu dalam membimbing dan memberikan masukan-masukan dalam penyusunan skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] T. Belajar and S. Albert, "Wong Kapetakan ' s Blog," no. 1964, 2017.
- [2] S. M. Nadila, R. Rastati, A. M. Ratri, and W. Akmaliah, "Survey Result: K-Drama Consumption Amidst COVID-19 Pandemic in Indonesia," *Pus. Penelit. Masy. dan Budaya - LIPI*, vol. 11, no. March, p. 16, 2020, [Online]. Available: <https://pmb.lipi.go.id/survey-result-k-drama-consumption-amidst-covid-19-pandemic-in-indonesia/?amp>
- [3] A. M. I. T. Asfar, A. M. I. A. Asfar, and M. F. Halamury, "Teori Behaviorisme (Theory of Behaviorism)," *Researchgate*, no. September, pp. 1–32, 2019, doi: 10.13140/RG.2.2.34507.44324.
- [4] D. S. Ruhansih, "EFEKTIVITAS STRATEGI BIMBINGAN TEISTIK UNTUK PENGEMBANGAN RELIGIUSITAS REMAJA (Penelitian Kuasi Eksperimen Terhadap Peserta Didik Kelas X SMA Nugraha Bandung Tahun Ajaran 2014/2015)," *QUANTA J. Kaji. Bimbing. dan Konseling dalam Pendidik.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–10, 2017, doi: 10.22460/q.v1i1p1-10.497.
- [5] K. N. Cahyo, Martini, and E. Riana, "Perancangan Sistem Informasi Pengelolaan Kuesioner Pelatihan pada PT Brainmatics Cipta Informatika," *J. Inf. Syst. Res.*, vol. 1, no. 1, pp. 45–53, 2019, [Online]. Available: <http://ejurnal.seminar-id.com/index.php/josh/article/view/44>
- [6] A. Muhson, "Teknik Analisis Kuantitatif 1 Teknik Analisis Kualitatif," *Academia*, pp. 1–7, 2006, [Online]. Available: <http://staffnew.uny.ac.id/upload/132232818/pe-ndidikan/Analisis+Kuantitatif.pdf>