

EFEK TAYANGAN KOKORO NO TOMO DI METRO TV PADA PENERAPAN BUDAYA JEPANG (STUDI PADA KOMUNITAS JAPAN CLUB EAST BORNEO DI SAMARINDA)

Agung Handoko¹

Abstrak

Penelitian yang dilaksanakan oleh Agung Handoko (1002055193) ini, berjudul Efek Tayangan Kokoro no Tomo Terhadap Penerapan Budaya Jepang Studi Pada Komunitas Japan Club East Borneo di Samarinda. Karya ilmiah ini bertujuan untuk merepresentasikan efek tayangan acara kokoro no tomo terhadap penerapan kebudayaan jepang pada komunitas Japan Club East Borneo yang ada di Samarinda. Penggunaan Komunitas japan Club East Borneo sebagai objek penelitian dikarenakan komunitas tersebut merupakan komunitas pertama dan terbesar di Samarinda.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan menggunakan teknik Snowball sampling model interaktif Miles dan Huberman. Informan dalam penelitian ini merupakan anggota aktif dari komunitas Japan Club East Borneo di Samarinda. Pengumpulan data primer didapat dari wawancara dan observasi pada anggota komunitas Japan Club East Borneo. Pengumpulan data sekunder didapat melalui tayangan-tayangan Kokoro no Tomo di Metro TV.

Hasil dari penelitian dan observasi terdapat tiga perubahan yakni perubahan sikap setuju dalam menjaga kebersihan, sikap tepat waktu dan sikap taat pada peraturan. Pada perubahan perilaku diketahui perubahan dalam bahasa Jepang, perubahan perilaku menerapkan kebersihan dan perubahan perilaku menerapkan tepat waktu. Sedangkan pada perubahan penjadwalan diketahui tidak adanya perubahan pada informan secara signifikan dalam penjadwalan kegiatan.

Dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan, hasil dari menggunakan analisis teori kultivasi pada efek tayangan Kokoro no Tomo yaitu adanya efek perubahan setelah menonton tayangan Kokoro no Tomo. Perubahan sikap menjaga kebersihan, datang tepat waktu dan taat peraturan. Perubahan perilaku menerapkan kebersihan yang menjadi perilaku orang Jepang pada umumnya. Penjadwalan kegiatan terpaan yang terjadi tidak terlalu mengubah jadwal kegiatan seseorang sehingga tidak adanya perubahan yg signifikan pada informan.

Kata kunci: *Efek Tayangan , Kokoro no Tomo , Budaya Jepang , Kultivasi, Komunitas Japan Club East Borneo.*

¹ Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: nakajceb90@gmail.com.

Pendahuluan

Perkembangan dan kecanggihan televisi dapat menjadikan masyarakat mengetahui informasi dari luar negeri dengan sangat mudah seperti informasi mengenai kebudayaan dari luar negeri yang dimana hal ini dapat memberikan pengetahuan bagi setiap masyarakat. Salah satu informasi kebudayaan dari luar negeri yang saat ini banyak diminati yakni kebudayaan dari negeri sakura Jepang, dimana pada kebudayaan dari negeri ini umumnya sangat diminati oleh remaja-remaja di Indonesia pecinta Jepang atau *Japan Lovers*.

Kebudayaan Jepang yang diminati oleh remaja-remaja di Indonesia seperti ; komik (manga), animasi (anime), fashion, musik, dan makanan khas Jepang. Salah satu acara televisi yang mendukung dalam pencarian informasi mengenai kebudayaan Jepang yakni program tayangan Kokoro no Tomo yang disiarkan di metro TV yang dimana acara ini dibawakan oleh presenter bernama Amanda Zevanya pada hari Sabtu jam 09:15 wib yang dimana pada acara ini membahas mengenai hubungan antara Jepang dan Indonesia yang dimana pada acara ini lebih membahas kepada bagaimana kehidupan sehari-hari masyarakat di Jepang termasuk cara mereka bersosialisasi bahkan juga kehidupan warga Indonesia yang tinggal di Jepang, selain itu tayangan ini juga menayangkan apa saja yang menjadi trend bagi remaja di Jepang.

Fenomena remaja-remaja pecinta Jepang sendiri dapat dilihat di Kalimantan Timur tepatnya di Samarinda, karena di Samarinda sendiri cukup banyak terlihat dengan adanya komunitas-komunitas pecinta budaya Jepang seperti ; Japan Club East Borneo, Nyakayo Samarinda, Japan Extreme Club dan Kaizoku no Sora.

Salah satu komunitas yang menjadi pilihan penulis sebagai penelitian mengenai kebudayaan Jepang yakni komunitas Japan Club East Borneo karena pada komunitas ini merupakan salah satu komunitas terbesar yang memiliki anggota terbanyak dibanding komunitas lainnya sehingga pada komunitas ini dianggap sangat cocok untuk meneliti efek tayangan Kokoro no Tomo di Metro TV pada komunitas Japan Club East Borneo di Samarinda serta Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam penerapan budaya Jepang pada komunitas Japan Club East Borneo di Samarinda.

Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi, memperluas pengetahuan dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya mata kuliah Ilmu Komunikasi Massa juga sebagai referensi dan informasi bagi mahasiswa ilmu komunikasi yang akan melakukan penelitian sejenis.
2. Secara praktis hasil penelitian ini bertujuan untuk menjadikan anggota komunitas Japan Club East Borneo lebih memahami kebudayaan Jepang itu sendiri dan juga dapat menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.

Kerangka Dasar Teori

Komunikasi Massa

Menurut Bittner (dalam Rakhmat, 2003:188), yakni : komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang, sehingga diketahui komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khlayak tanpa menggunakan media massa maka itu bukan merupakan komunikasi massa.

Media Massa

Media massa terbagi menjadi dua kategori yakni media cetak dan media elektronik. Media massa merupakan sumber informasi, hiburan dan sarana promosi (iklan). Menurut Cangara (dalam Ardianto, 2002:134) media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Adapun alat dalam media massa seperti surat kabar, film, radio dan televisi.

Karakteristik Media massa

1. Bersifat melembaga.
2. Bersifat satu arah.
3. Meluas dan serempak.
4. Memakai peralatan teknis atau mekanis.
5. Bersifat terbuka.

Fungsi Media Massa

1. Fungsi informasi.
2. Fungsi pendidikan.
3. Fungsi mempengaruhi.

Efek Media Massa

1. Efek kognitif
2. Efek afektif
3. Efek behavioral

Teori Kultivasi

Teori ini digagas oleh George Gebner bersama rekan-rekannya di Annenberg School of Communication di Universitas Pannsylvania pada tahun 1969. Penelitian Gebner tentang “indikator budaya” dilakukan pada pertengahan tahun 60-an untuk mempelajari pengaruh dari menonton televisi. Penelitian ini dilakukan lebih kepada “dampak” (dalam Nurudin, 2004:157). Menurut Wood (dalam Ardianto, 2000:245) kata “culltivation” sendiri merujuk pada proses

komulatif dimana televisi menanamkan keyakinan tentang realitas sosial kepada khalayaknya.

Esensi Teori

1. Televisi media yang unik karena membawa pesan audio dan visual sekaligus.
2. Televisi membentuk budaya mainstream.
3. Televisi menanamkan asumsi tentang hidup secara luas.
4. Banyaknya waktu untuk menonton televisi memberikan kecendrungan penonton.
5. Penonton ringan dan penonton berat.
6. Perkembangan teknologi baru memperkuat pengaruh televisi.

Definisi Konsepsional

Definisi Konsepsional atau kerangka konsepsional adalah suatu abstraksi dari kejadian yang menjadi sasaran penelitian dan juga memberikan batasan tentang luas ruang lingkungannya.

Definisi Konsepsional dari penelitian ini adalah efek-efek tayangan Kokoro no Tomo mengenai informasi kebudayaan Jepang baik itu yang modern maupun tradisional yang dimana efek dari tayangan tersebut kemudian diterapkan ke kehidupan sehari-hari oleh anggota dari komunitas Japan Club East Borneo yang dimana efek tersebut seperti perubahan sikap, perubahan perilaku dan penjadwalan kegiatan.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan peneliti bersifat kualitatif yaitu, merupakan metode penelitian yang sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan dalam kondisi yang ilmiah, metode ini juga disebut sebagai metode etnografi, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya (dalam Sugiyono, 2010:8).

Fokus Penelitian

Fokus penelitian dalam sebuah penelitian dimaksudkan untuk membatasi studi, sehingga dengan pembatasan studi tersebut akan mempermudah penelitian dan pengolahan data yang kemudian akan menjadi kesimpulan. Sesuai dengan permasalahan yang di rumuskan, maka penelitian ini berfokus pada efek behavioral dari efek media massa seperti :

1. Perubahan sikap.
2. Perubahan perilaku.
3. Penjadwalan kegiatan.

Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan informasi sebagai sumber memperoleh data untuk penulisan skripsi ini. Pemilihan informan didasarkan pada subjek yang banyak memiliki informasi yang berkualitas dengan permasalahan yang diteliti memberikan data.

Untuk menunjang penelitian yang dilakukan maka diperlakukan data yang berhubungan dengan penelitian ini, adapun jenis data tersebut antara lain:

1. Data Primer adalah data yang diperoleh melalui narasumber dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung dan dipandu melalui pertanyaan yang sesuai dengan fokus penelitian yang dipersiapkan oleh peneliti dengan informan. Yang bersumber dari :
 - a. KeyInforman atau narasumber dari ketua komunitas japan Club East Borneo
 - b. Informan anggota resmi dan aktif dari komunitas Japan Club East Borneo Kemudian untuk menentukan informan tersebut menggunakan tehnik snowball.

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari sumber-sumber lain. Antara lain dari tayangan-tayang acara Kokoro no Tomo serta dari web resmi Kokoro no Tomo.

Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan beberapa teknik dalam mengumpulkan data-data yang diperlukan, antara lain :

- a. Observasi, dilakukan dengan cara mengamati obyek yang merupakan sumber utama data secara langsung pada obyek penelitian.
- b. Wawancara, pada penelitian ini peneliti menggunakan wawancara mendalam untuk memperoleh data. Wawancara mendalam adalah suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam. Wawancara dilakukan secara terbuka dan terstruktur pada permasalahan sehingga informasi yang dikumpulkan cukup lengkap dan mendalam.
- c. Bukti dokumentasi berupa foto, video, rekaman suara, dan lain sebagainya yang kredibel atau dapat dipercaya.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif induktif yang dikembangkan oleh Milles dan Huberman (2014:92) sebagai berikut :

1. Pengumpulan Data
Tahap pengumpulan data yaitu proses memasuki lingkungan penelitian dan melakukan pengumpulan data penelitian.

2. Reduksi Data / Penyederhanaan Data
Tahap reduksi data yaitu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis dari lapangan.
3. Penyajian Data
Tahap penyajian data yaitu penyajian informasi untuk memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.
4. Penarikan Kesimpulan
Merupakan langkah akhir yang meliputi pemberian makna data yang memungkinkan diprediksi hubungan sebab akibat melalui hukum empiris.

Hasil dan pembahasan

Profil Singkat Acara Kokoro no Tomo

Merupakan salah satu program tayangan televisi di Indonesia yang menceritakan tentang Jepang- orang-orangnya, budaya, perjalanan, kuliner serta orang-orang Indonesia yang tinggal di Jepang. Kokoro no Tomo sendiri selain sebagai salah satu program televisi tetapi juga merupakan sebagai salah satu media iklan untuk produk dan jasa yang berhubungan dengan jepang atau merek-merek yang mencari khas kan Jepang.

Kokoro no Tomo sendiri saat ini sejak ditayangkan sudah memiliki 3 *season* yakni *season* 1 yang pertama kali ditayangkan di televisi pada tanggal 2 Februari 2014 pada hari minggu jam 09:00 WIB dengan durasi \pm 30 menit. Kemudian di lanjutkan dengan *season* 2 dimana di kedua *season* ini dengan Amanda Zevanya sebagai pembawa acaranya.

Profil Singkat Komunitas Japan Club East Borneo

Japan Club East Borneo adalah salah satu komunitas Jepang di Kalimantan Timur, dan berpusat di samarinda. *Japan Club - East Borneo* yang bermaksud klub Jepang yang berada di kalimantan Timur. Awal mula berdirinya komunitas ini adalah atas dasar keisengan seorang pengangguran yang baru lulus kuliah dari tanah Jawa. kemudian diawali dengan gather pertama di tepian depan Islamic center pada bulan Januari 2010 dan terbentuknya komunitas ini dilakukan setelah gather ke 2, dimana pada saat itu terlihat banyaknya anggota yang bergabung.

Japan Club East Borneo sendiri merupakan salah satu komunitas Jepang dengan jumlah anggota terbanyak di Samarinda dimana anggotanya saat ini terdiri dari berbagai latar belakang seperti pelajar, mahasiswa dan juga sebagian dari mereka yang sudah bekerja. Selain itu anggota *Japan Club East Borneo* sendiri bukan hanya berasal dari Samarinda saja tetapi juga berasal dari Tenggarong.

Berdirinya komunitas ini dimulai tanggal 10 November 2009, dimana diambil dari kelahiran komunitas ini melalui *Facebook*, dan semenjak itu Komunitas ini berkembang hingga dikenal oleh warga Kalimantan Timur dan khususnya *J-lover* di Kalimantan Timur.

Tujuan *Japan Club East Borneo* sendiri awalnya sebagai bagian dr event Jepang di Kaltim. Namun beriringnya waktu, *Japan Cluib East Borneo* lebih fokus pada kegiatan "*fun with Rule*", kita bersenang-senang namun dibatasi dengan aturan yang berlaku dalam lingkungan *eksternal* maupun *internal*.

Analisis dan Pembahasan Perubahan Sikap

Perubahan sikap adalah kecenderungan seseorang untuk merespon atau bereraksi terhadap objek tertentu. Sikap ini baru tampak/kelihatan jika direalisasikan / diwujudkan dalam bentuk perbuatan/perilaku/tindakan. Sebelum seorang mempunyai kecenderungan untuk merespon, maka yang harus terlebih dahulu harus ada ialah objek dan objek yang dimaksud adalah sikap (dalam Tubbs & Moss, 2013 : 12).

Dari hasil observasi dan wawancara dilapangan mengenai perubahan sikap dari menonton tayangan Kokoro no Tomo dalam penerapan budaya Jepang sesuai dengan teori kultivasi menurut Gerbner menandakan, media massa khususnya televisi diyakini memiliki pengaruh yang besar atas sikap penontonnya (*behavior effect*).

Adapun perubahan sikap yang terjadi dari 5 *informan* yang merupakan anggota dari komunitas *Japan Club East Borneo* terdapat 3 *informan* yang memberikan penjelasan mengenai perubahan sikap setelah menonton tayangan Kokoro no Tomo yakni perubahan sikap yang terjadi pada informan yang akrab disapa naokie ini sangat setuju dengan kebudayaan Jepang yang lebih mengacu kepada menjaga kebersihan, tertib dan teratur serta bersikap lebih ramah dan sopan karena sebagaimana yang diketahui hal-hal tersebut merupakan kebudayaan masyarakat di Jepang yang sudah menjadi dasar kehidupan mereka sehari-hari. Begitu pula dengan informan yang disapa dengan nama Ahong juga menuturkan bahwa dirinya sangat setuju dengan kebudayaan Jepang seperti datang tepat waktu karena baginya datang tepat waktu memberikan dirinya pembelajaran dari pentingnya menghargai sebuah waktu dan menurutnya itu juga memberikan efek yang positif bagi dirinya sendiri dan kedepannya, namun seperti yang dijelaskannya pada saat wawancara bahwa hal ini sangatlah tidak mudah karena untuk mengikuti kebiasaan datang tepat waktu memerlukan pembelajaran setiap harinya dan juga perubahan secara perlahan-lahan. Selain itu salah satu informan yang disapa dengan nama Fariz juga memberikan pendapatnya mengenai kebudayaan Jepang bahwa dirinya juga sangat setuju dengan kebudayaan Jepang salah satunya kebudayaan patuh terhadap rambu lalu lintas, karena seperti yang telah dijelaskan oleh informan bahwa budaya patuh terhadap rambu lalu-lintas di Jepang merupakan kebudayaan yang benar-benar patut untuk ditiru dan diterapkan di Indonesia karena di Jepang sendiri jika rambu lalu-lintas menunjukkan warna merah maka masyarakat di Jepang baik keadaan jalan dalam keadaan sepi pun tetap akan berhenti dan mematuhi peraturan dan akan melanjutkannya lagi jika lampu rambu lalu-lintas sudah menunjukkan warna hijau dan hal ini tentunya berlaku baik untuk pengguna kendaraan maupun pejalan kaki

yang akan menyebrang. Sehingga hal ini lah yang menjadikan informan sangat menyukai dan informan pun berharap hal ini nantinya dapat dicontoh oleh masyarakat yang ada di Indonesia dan juga oleh teman-teman di komunitas Japan Club East Borneo.

Perubahan Perilaku

Tindakan atau perilaku adalah peunjuk yang paling mudah dilihat sebagai tanda telah berlangsung suatu proses komunikasi efektif, meskipun paling sulit untuk menggerakkan orang untuk melakukan suatu perilaku/perbuatan.

Dari hasil observasi dan wawancara dilapangan mengenai perubahan perilaku dalam efek tayangan Kokoro no Tomo dalam penerapan budaya Jepang jika diteliti menggunakan teori kultivasi menurut George Gerbner maka dapat diketahui bahwa terdapat indikator budaya dalam produksi isi media, kesan isi media dan hubungan antara terpaan pesan televisi dengan keyakinan dan perilaku khalayak.

Adapun perubahan perilaku yang terjadi dari 5 *informan* yang merupakan anggota dari komunitas Japan Club East Borneo terdapat 3 *informan* yang memberikan penjelasannya mengenai perubahan perilaku yakni pada *Key Informan* yang akrab disapa Dandy adalah adanya perubahan pada bahasa Jepang yang sangat terlihat pada dirinya dalam perubahan perilaku.yang dimana pada perubahan dalam hal bahasa ini sangat sering digunakan ketika dalam acara *gathering* komunitas dimana bahasa yang digunakan merupakan bahasa yang umum dipakai oleh masyarakat Jepang dalam keseharian. Selanjutnya diketahui dari *informan* yang akrab disapa Ahong juga menuturkan perubahan sikap yakni perubahan sikap tepat waktu karena menurut ahong tepat waktu memberikan pembelajaran untuk menghargai waktu sama seperti yang dilakukan oleh orang-orang di Jepang dan mereka sangat menghargai waktu telebih ketika mereka ada melakukan pertemuan maka mereka memilih untuk datang lebih awal dan menunggu dibandingkan harus ditunggu dan hal ini juga diterapkan oleh ahong dan anggota-anggota lain di komunitas. Selain itu adapula salah seorang *informan* yang akrab disapa Naokie juga memberikan pernyataan mengenai perubahan perilaku yang terjadi setelah menonton tayangan Kokoro no Tomo yakni adanya perubahan perilaku dalam menjaga kebersihan seperti halnya orang Jepang yang memang selalu menjaga kebersihan dengan cara tidak membuang sampah secara sembarangan.

Penjadwalan Kegiatan

Salah satu efek dari kehadiran komunikasi massa menurut Steven M. Chaffee dalam buku Komunikasi Massa yaitu penjadwalan kegiatan sehari-hari. Seperti pada dasarnya penjadwalan kegiatan sehari-hari sudah menjadi salah satu rutinitas masyarakat dalam menikmati media yang terkadang hingga mengubah jadwal yang sebelumnya sehingga menjadikan jadwal baru ini menjadi sebuah penjadwalan kegiatan rutinitas.

Dari hasil observasi dan wawancara peneliti selama dilapangan mengenai penjadwalan kegiatan dari efek tayangan Kokoro no Tomo dalam penerapan budaya Jepang terdapat beberapa perubahan dalam penjadwalan kegiatan seperti yang dijelaskan sebelumnya oleh *informan* kita yang akrab disapa Nachibe ini baginya perubahan penjadwalan kegiatan sehari-hari tidak terlalu berpengaruh ketika menyaksikan tayangan Kokoro no Tomo karena baginya ketika tidak dapat menyaksikan tayangan Kokoro no Tomo pada hari itu dia tetap dapat menyaksikan tayangan tersebut dihari lain melalui *channel Youtube* sehingga *informan* tidak perlu mengubah penjadwalan kegiatannya, karena bagi *informan* dirinya akan menyaksikan tayangan Kokoro no Tomo pada hari itu juga apabila tema pada tayangan tersebut memang sangat ditunggu- tunggu. Begitu pula dengan *informan* yang disapa dengan nama Fariz pun menuturkan bahwa dalam perubahan penjadwalan akibat menonton tayangan Kokoro no Tomo tidak terlalu berpengaruh pada dirinya karena menurut *informan* ketika dirinya tidak memiliki waktu untuk menonton tayangan Kokoro no Tomo pada hari itu maka dirinya akan menonton tayangan Kokoro no Tomo melalui *channel Youtube* di internet sehingga dirinya tidak perlu bingung ketinggalan menyaksikan tayangan tersebut. Sehingga dari kedua *informan* diatas dapat diketahui bahwa perubahan penjadwalan kegiatan sehari-hari dalam menonton sebuah tayangan dapat dilihat apakah orang tersebut termasuk dalam kategori *Heavy Viewer* atau *Light Viewer*.

Efek Tayangan Kokoro no Tomo

Dari beberapa efek tayangan pada acara Kokoro no Tomo dalam penerapan budaya Jepang diketahui terdapat beberapa efek behavioral yang terjadi akibat munculnya media massa. Efek penerapan budaya Jepang yang pertama yaitu efek perubahan sikap seperti setuju dalam hal menjaga kebersihan, setuju pada peraturan serta setuju dengan sikap ramah dan sopan juga sikap setuju dalam menghargai waktu dimana sikap ini menjadi sikap yang dimiliki oleh orang-orang di Jepang. Efek penerapan budaya Jepang yang kedua yaitu efek perubahan perilaku dimana perubahan perilaku disini mengacu pada pemakaian bahasa Jepang antar sesama anggota komunitas ketika mengadakan gathering komunitas, selain itu perubahan perilaku berikutnya adalah perubahan perilaku tepat waktu dimana ketika mengadakan gathering ketua komunitas sudah pasti memberikan informasi dimana dan jam berapa untuk harus berkumpul pada hari tersebut, berikutnya perubahan perilaku yang terjadi yakni perubahan perilaku dalam menjaga kebersihan dimana ketika gathering akan memasuki akhir acara anggota dari komunitas japan Club East Borneo akan bersama-sama membersihkan lokasi gathering yang mereka pakai dan mereka akan meninggalkan lokasi gathering ketika lokasi benar-benar dalam keadaan bersih. Efek penerapan budaya Jepang yang ketiga yaitu penjadwalan kegiatan dimana pada penjadwalan kegiatan ini kedua *informan* merasa tidak terganggu jadwal kesehariannya karena *informan* dalam ini tetap dapat mengikuti program tayangan Kokoro no Tomo melalui internet ketika *informan* tidak dapat mengikutinya

melalui televisi sehingga informan tidak perlu takut untuk ketinggalan informasi yang ditayangkan pada program tayangan Kokoro no Tomo.

Faktor Pendukung dan Penghambat

Faktor Pendukung

1. Adanya media konvensional seperti majalah
2. Adanya situs-situs kebudayaan Jepang
3. Adanya fan page kebudayaan Jepang pada media sosial Facebook
4. Adanya faktor pendukung secara langsung yakni komunitas Japan Club East Borneo

Faktor Penghambat

1. Terbatasnya buku yang membahas kebudayaan Jepang
2. Kurangnya minat anggota komunitas dalam mencari informasi kebudayaan baik itu tradisional maupun modern
3. Kurangnya dukungan dari orang tua dan lingkungan sekitar dalam penerapan budaya Jepang dari masing-masing anggota komunitas.

Penutup

Kesimpulan

1. Diketahui adanya efek tayangan Kokoro no Tomo dan efek tersebut adalah efek perubahan perilaku pada bahasa, menjaga kebersihan, perilaku sopan dan ramah dan lain-lain. Serta perubahan sikap yang lebih mengacu kepada sikap setuju terhadap kebudayaan Jepang dan perubahan penjadwalan kegiatan dimana menurut *informan* hal ini tidak terlalu berpengaruh besar.
2. Adanya faktor pendukung media konvensional, web, media sosial dan *gathering* dalam penerapan budaya Jepang serta adanya faktor penghambat keterbatasan buku, kurangnya minat dalam memperdalam kebudayaan Jepang dalam semua aspek dan lingkungan sekitar yang kurang mendukung.

Saran

1. Diharapkan anggota-anggota komunitas *Japan Club East Borneo* dapat memperbanyak ataupun memperdalam lagi informasi-informasi mengenai kebudayaan Jepang guna menjadikan komunitas *Japan Club East Borneo* lebih baik lagi kedepannya dan semakin banyak peminatnya serta semakin dikenal oleh masyarakat di kota Samarinda.
2. Dalam penerapan budaya Jepang dikeseharian diharapkan masyarakat sekitar juga dapat menerapkannya guna memberikan perubahan yang lebih baik lagi serta dalam penerapannya dapat diterapkan selamanya bukan hanya pada saat tertentu saja.
3. Dalam mempelajari kebudayaan Jepang diharapkan tidak memfokuskan pada kebudayaan modern saja tetapi juga kepada kebudayaan tradisional.

Daftar Pustaka

Sumber Buku

- Ardianto, Elvinaro, dkk. 2007. *Komunikasi Massa*. Bandung : Simbiosia Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta : Kencana.
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Heryanto, Ariel. 2012. *Budaya Populer di Indonesia*. Yogyakarta : Jala Sutra.
- Liliweri, Alo. 2011. *Gatra-Gatra Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Nasrullah, Rulli. 2012. *Komunikasi Antarbudaya*. Jakarta : KENCANA PRENADA MEDIA GROUP.
- Nurudin, 2013. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Riswandi. 2013. *Psikologi Komunikasi*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Rakhmat, Jalaludin. 2013. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : Rosda.
- Santoso, Edi dan Mite, Setiansah. 2010. *Teori Komunikasi*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Severin, Werner J. Dan James W. Tankard, Jr. 2011. *Teori Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Subarkah, Imam. 2013. *Ilham-Ilham Dahsyat dari Kesuksesan Bangsa Jepang*. Jogjakarta : Flash Books.
- Widyahartono, Bob. 2003. *Belajar dari Jepang*. Jakarta : Salemba Empat.

Sumber Internet

- Televisi Menurut Para Ahli, (Online) (<http://repository.usu.ac.id>, diakses 19 November 2015)
- Budaya Jepang (<http://www.jnto.or.id/culture.html>, di akses 20 Agustus 2015)
- Kokoro no Tomo (<http://www.kokoronotomoworld.com>, di akses 15 April 2015)
- Japan Club East Borneo (<http://www.japanclubeastborneo.grup.com>, di akses 15 April 2015)
- Situs resmi program pendidikan bahasa jepang Unnes (universitas negeri semarang) (<http://www.pendidikanbahasajepang-unnes.com/2014/01/tradisi-membungkuk-ojigi-dan-artinya.html>, diakses 15 april 2015)
- Situs resmi kedutaan indonesia di jepang (http://www.id.emb-japan.go.jp/expljp_09.html, diakses 15 april 2015)
- Televisi (<http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/392/jbptunikompp-gdl-yanuaradit-19597-6-babii.doc>, diakses pada 15 april 2015)
- Budaya menurut para ahli tersedia di (<http://e-journal.uajy.ac.id/2374/3/2TA12077.pdf>, diakses 15 april 2015)

Cosplay (<http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20320764-S-Randy%20Fajrian.pdf>, diakses 15 april 2015)

Pengertian Cosplay tersedia di <http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/571/jbptunikompp-gdl-nurullatie-28541-9-bab2.pdf>, (diakses 15 april 2015)

Pengertian Harajuku tersedia di (<http://elib.unikom.ac.id/download.php?id=15416>, diakses pada 15 april 2015)

Musik (<http://library.binus.ac.id/eColls/eThesiscoll/Bab1/2010-2-00305-jp%20bab%201.pdf>, diakses pada 15 april 2015)

Idol grup (<https://translate.google.com/translate?hl=id&sl=en&u=http://akb48.wikia.com/wiki/AKB48&prev=search>, diakses 20 april 2015)

Budaya antri (<http://www.brilio.net/news/20-hal-keren-di-jepang-yang-mungkin-tidak-kamu-temukan-di-indonesia--151204n.html>, diakses pada 20 april 2015)

Mandiri (<http://www.brilio.net/news/ini-alasan-anak-sd-di-jepang-berangkat-sekolah-tanpa-diantar-orangtua-151005a.html>, diakses pada 20 april 2015).