

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi yang ditandai dengan kemajuan teknologi, aplikasi *streaming Over the Top* (OTT) telah menjadi salah satu inovasi terdepan dalam industri hiburan dan media. Konsep Aplikasi *Streaming Over The Top* OTT merujuk pada penyediaan konten hiburan melalui internet, umumnya tanpa memerlukan infrastruktur tradisional seperti kabel. Perkembangan ini sejalan dengan munculnya era *smartphone*, dimana pengguna dapat mengakses internet dengan mudah dan cepat melalui perangkat pintar mereka. *Smartphone* (Ponsel) menjadi alat utama bagi masyarakat global dalam mengakses berbagai informasi dan hiburan. Melalui aplikasi *streaming* ini pengguna dapat mengakses konten video secara langsung melalui perangkat yang terhubung ke internet, seperti smartphone, tablet, komputer, laptop dan smart TV. Menurut pendapat Jones (2009: 10) bahwa jumlah perangkat yang mampu mendukung media digital akan meningkat seiring dengan peningkatan kecepatan akses internet, menawarkan konsumen kemampuan untuk mengetahui informasi di mana saja tanpa khawatir tentang pembatasan pada apa yang mereka tonton dan lakukan. Aplikasi OTT menyediakan berbagai macam konten, termasuk acara televisi, film, serial, dokumenter, konten lokal, hingga *streaming* acara olahraga yang dapat dinikmati oleh pengguna sesuai keinginan mereka.

Mengutip dari Jurnal Ryoma Yoshida (2024) "スポーツ中継は現在、無料の地上波放送からサブスクリプション型のOTT（オーバーザ・トップ）サービスへと移行している。例えば、日本のサッカーのトップリーグであるJ1リーグの試合は、現在、有料配信サービスのDAZNを通じて放送されており、リーグ戦306試合が配信されている。OTTへの移行により、契約者は自分が見たいすべての試合を視聴できるようになった。"

"Supōtsu chūkei wa genzai, muryō no chijōha hōsō kara sabusukuripushon-gata no OTT (ōbā za toppu) sābisu e to ikō shite iru. Tatoeba, Nihon no sakkā no toppu rīgu de aru J1 rīgu no shiai wa, genzai,

yūryō haishin sābisu no DAZN wo tsūjite hōsō sarete ori, rīgu-sen sanbyaku roku shiai ga haishin sarete iru. OTT e no ikō ni yori, keiyaku-sha wa jibun ga mitai subete no shiai wo shichō dekiru yō ni natta."

Siaran olahraga saat ini telah mengalami pergeseran dari yang sebelumnya bisa ditonton gratis lewat siaran TV terestrial, menjadi beralih ke layanan OTT (Over-The-Top) berbasis langganan. Misalnya, pertandingan J1 League yang merupakan divisi tertinggi dalam sepak bola Jepang sekarang disiarkan melalui layanan berbayar DAZN, yang menayangkan total 306 pertandingan liga. Dengan adanya perubahan ke OTT ini, pelanggan jadi bisa menonton semua pertandingan yang mereka inginkan sesuai pilihan mereka sendiri.

Dari penelitian yang dilakukan oleh Ryoma, menunjukkan bahwa penggunaan OTT sebagai platform hiburan mengalami kenaikan yang signifikan. Pengguna biasanya dapat memilih konten yang ingin mereka tonton dari perpustakaan yang luas, dan mereka dapat menontonnya kapan saja dan di mana saja yang mereka inginkan, memberikan fleksibilitas yang tidak dimiliki oleh model distribusi perangkat televisi tradisional. Dalam era digital yang terus berkembang pesat, layanan *streaming Over The Top* (OTT) telah menjadi salah satu inovasi terbesar dalam konsumsi media. Layanan ini memungkinkan pengguna untuk mengakses konten audio-visual melalui internet tanpa memerlukan langganan televisi kabel atau satelit. Di Indonesia, popularitas platform OTT seperti Youtube, Netflix, Hulu, Amazon Prime, dan Disney+ telah meningkat secara signifikan ditambah lagi produk lokal Indonesia yang berkembang pesat seperti Vidio, Viu, Genflix, Iflix dan lainnya. Platform-platform ini menawarkan berbagai jenis konten, termasuk film, serial televisi, dokumenter, dan acara realitas dari berbagai negara dan budaya.

Streaming adalah proses pengiriman konten media secara langsung melalui internet ke perangkat pengguna yang memungkinkan mereka untuk menonton atau mendengarkan konten secara real-time tanpa harus mengunduhnya terlebih dahulu. *Streaming* seringkali mengacu pada pengiriman konten video atau audio, seperti film, acara televisi, musik, atau

siaran langsung, melalui jaringan internet. Menurut para ahli, *streaming* telah menjadi fenomena yang signifikan dalam industri media dan hiburan.

Mengutip dari Jurnal Dr. Shani Orgad (2009) “Mobile TV: Old and new in the construction of an emergent technology”, mengatakan “streaming has changed the media landscape by encouraging freedom and ease in accessing media content, allowing individuals to enjoy entertainment without being bound by the constraints of time or space.”

Streaming telah mengubah lanskap media dengan mendorong kebebasan dan kemudahan dalam mengakses konten media, memungkinkan individu untuk menikmati hiburan tanpa terikat oleh batasan waktu atau tempat.

Dari kutipan tersebut *streaming* telah menjadi bagian integral dari kehidupan digital modern, mengubah cara kita mengakses, mengonsumsi, dan berinteraksi dengan konten media. Dengan teknologi yang terus berkembang dan minat konsumen yang terus meningkat, *streaming* diprediksi akan tetap menjadi tren dominan dalam industri hiburan dan media di masa depan.

Seiring dengan semakin banyaknya konten yang tersedia, minat masyarakat terhadap budaya populer dari negara lain, termasuk Jepang, juga mengalami peningkatan. Budaya populer Jepang, yang meliputi anime, manga, musik, dan film, telah menjadi fenomena global. Anime dan manga khususnya, telah menjadi jendela bagi banyak orang untuk mengenal lebih dekat budaya Jepang. Tidak hanya itu, budaya populer Jepang juga sering kali menyajikan aspek-aspek budaya tradisional Jepang yang terintegrasi dalam ceritanya. Menurut Williams (1993: 90), budaya merupakan pandangan hidup tertentu dari individu, periode, atau suatu kelompok yang merujuk kepada karya praktik-praktik intelektual, terutama aktivis artistik seperti lagu, puisi, lukisan, novel, film, dan sebagainya. Budaya mencakup semua ekspresi kreatif yang menggambarkan dan membentuk pandangan hidup suatu komunitas atau individu pada masa tertentu. Pentingnya media digital dalam menyebarkan budaya populer Jepang juga terlihat dari peningkatan pembelajaran bahasa Jepang. Banyak penonton yang tertarik untuk mempelajari bahasa Jepang agar

dapat menikmati konten dalam bahasa aslinya tanpa terhalang oleh terjemahan atau dubbing. Hal ini menciptakan peluang besar bagi aplikasi dan layanan pembelajaran bahasa Jepang yang berbasis digital.

Mengutip dari Craig, Timothy J. (2000). "Japan Pop! : Inside The World of Japanese Popular Culture" mengatakan The bloodlines of today's popular culture go back in particular to the vibrant bourgeois culture, born of the common people and aimed at the new urban middle class, which developed and flourished during Japan's Edo Period 1603-1867.

Garis keturunan budaya populer saat ini terutama berasal dari budaya borjuis yang dinamis, lahir dari rakyat jelata dan ditujukan kepada kelas menengah perkotaan baru, yang berkembang dan tumbuh subur selama periode Edo di Jepang 1603-1867.

Dari kutipan tersebut dapat disimpulkan akar budaya populer modern dapat ditelusuri kembali ke budaya borjuis dinamis yang berkembang selama periode Edo di Jepang (1603-1867). Budaya ini, yang muncul dari rakyat jelata dan ditujukan kepada kelas menengah perkotaan baru, memainkan peran penting dalam membentuk karakteristik dan nilai-nilai budaya populer yang kita kenal saat ini. Kini, budaya populer sedang mengalami perkembangan pesat berkat pengaruh globalisasi dan kemajuan teknologi. Ini mencakup berbagai aspek seperti musik, film, fashion, dan media digital, serta secara signifikan mempengaruhi gaya hidup, tren, dan preferensi masyarakat di seluruh dunia. Fenomena ini menciptakan jembatan budaya yang menghubungkan berbagai belahan dunia, menjadikan budaya populer sebagai kekuatan pendorong yang menghubungkan dan mempengaruhi kehidupan kita sehari-hari. Salah satu pendorong utamanya adalah layanan *streaming Over The Top* (OTT). Melalui OTT, pengenalan budaya populer Jepang menjadi lebih mudah dan luas, dengan akses tanpa batas ke berbagai konten seperti anime, drama, film, dan musik Jepang. Ini tidak hanya memungkinkan masyarakat global untuk menikmati hiburan Jepang, tetapi juga mendukung pembelajaran bahasa Jepang. Dengan fitur-fitur seperti subtitle, dubbing, dan akses langsung ke konten asli, pengguna dapat belajar bahasa Jepang secara

alami sambil menikmati konten favorit mereka. Ini menciptakan pengalaman belajar yang lebih menyenangkan dan efektif, sekaligus memperluas pemahaman budaya Jepang di seluruh dunia. Dengan demikian, layanan OTT berperan penting dalam mempromosikan budaya populer dan pembelajaran bahasa Jepang, membangun jembatan budaya yang menghubungkan berbagai belahan dunia.

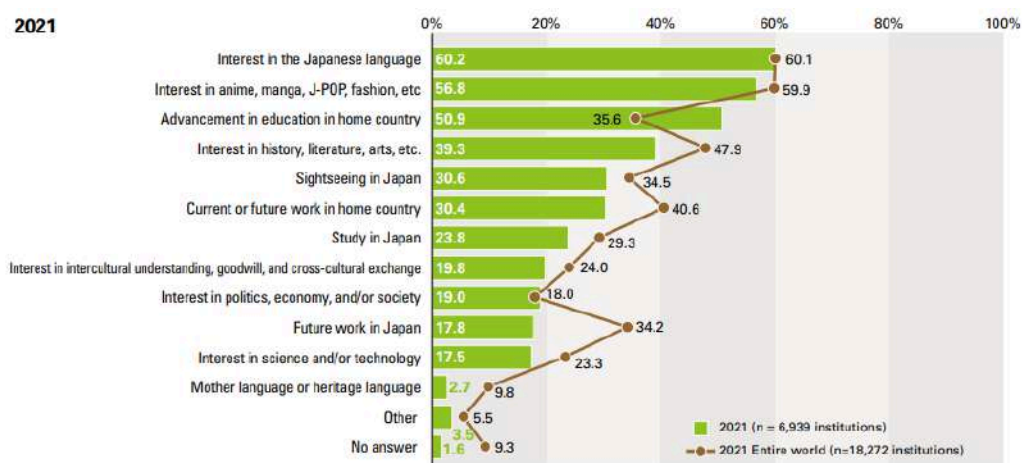
Dikutip dari Japan Foundation “Survey Report on Japanese-Language Education Abroad, 2021 berisi “In the field of Japanese-language education overseas, the Japan Foundation is cooperating with the relevant domestic institutions, the governments of the target countries, and Japanese language educational institutions in each country and region, while developing the Japanese language education environment overseas in the form of dispatching Japanese-language education experts abroad, providing training to Japanese-language teachers abroad, and supporting and networking Japanese-language educational institutions through projects it organizes, co-organizes, or subsidizes.”

Dalam bidang pendidikan bahasa Jepang di luar negeri, Japan Foundation bekerja sama dengan lembaga domestik terkait, pemerintah negara sasaran, dan lembaga pendidikan bahasa Jepang di setiap negara dan wilayah, sambil mengembangkan lingkungan pendidikan bahasa Jepang di luar negeri dalam bentuk pengiriman pakar pendidikan bahasa Jepang ke luar negeri, memberikan pelatihan kepada guru bahasa Jepang di luar negeri, serta mendukung dan menjalin jaringan dengan lembaga pendidikan bahasa Jepang melalui proyek-proyek yang diselenggarakan, bekerja sama, atau disubsidi.

Berdasarkan hasil survei diatas Japan Foundation, melalui jaringan kerjasama domestik dan internasional yang luas, telah memberikan kontribusi besar pada infrastruktur yang mendukung pendidikan bahasa Jepang. Ini termasuk pengiriman pakar pendidikan, program pelatihan guru, dan penyediaan materi pengajaran serta metode evaluasi kecakapan. Tidak hanya itu survei ini menekankan upaya kolaboratif dari berbagai pemangku kepentingan, termasuk lembaga pendidikan, pemerintah, dan individu, dalam

mempromosikan dan mempertahankan pendidikan bahasa Jepang secara global. efektivitas penggunaan media digital dalam pembelajaran bahasa Jepang juga didukung oleh upaya Japan Foundation ini. Dengan memanfaatkan teknologi digital, seperti platform online, materi pengajaran berbasis web, dan aplikasi pembelajaran interaktif, Japan Foundation mampu memperluas jangkauan dan aksesibilitas pendidikan bahasa Jepang ke seluruh penjuru dunia. Media digital memungkinkan penyebaran informasi dan metode pengajaran yang lebih cepat dan efisien, serta memungkinkan pembelajaran yang lebih fleksibel bagi pelajar di berbagai negara. Melalui integrasi media digital, Japan Foundation sendiri tidak hanya memfasilitasi pembelajaran bahasa Jepang secara lebih efektif, tetapi juga mendorong pemahaman lintas budaya yang lebih mendalam di antara para pelajar global.

Tabel Minat Budaya dan Bahasa Jepang



(Tabel Minat Budaya dan Bahasa Jepang, sumber: survei report on japanese-language education abroad 2021)

Grafik survei Japan Foundation tahun 2021 menunjukkan bahwa motivasi utama pelajar dalam mempelajari Bahasa Jepang didominasi oleh ketertarikan terhadap bahasa itu sendiri (60,2%) dan budaya populer Jepang seperti anime, manga, J-POP, serta fashion (56,8%). Selain itu, alasan signifikan lainnya adalah untuk menunjang pendidikan di negara asal (50,9%)

dan minat terhadap sejarah, sastra, dan seni Jepang (39,3%). Faktor praktis seperti keinginan untuk berwisata ke Jepang (30,6%), bekerja di negara asal (30,4%), atau studi dan kerja di Jepang juga turut mempengaruhi meskipun dalam persentase lebih rendah. Sementara itu, motivasi terkait pertukaran budaya, pemahaman masyarakat Jepang, hingga teknologi dan bahasa warisan menempati urutan lebih kecil. Temuan ini menegaskan bahwa budaya populer Jepang yang tersebar luas melalui media, termasuk platform *streaming* OTT, memainkan peran penting dalam menarik minat global terhadap pembelajaran Bahasa Jepang.

Tabel Jumlah Pelajar, Guru dan Institusi dengan Minat Bahasa Jepang

| Rank | 2018 Rank | Country and region | Learners (People) | | | Institutions (Institutions) | | | Teachers (People) | | |
|------|-----------|--------------------|-------------------|-----------|----------------------------|-----------------------------|-------|----------------------------|-------------------|--------|----------------------------|
| | | | 2021 | 2018 | Increase/decrease rate (%) | 2021 | 2018 | Increase/decrease rate (%) | 2021 | 2018 | Increase/decrease rate (%) |
| 1 | 1 | China | 1,057,318 | 1,004,625 | 5.2 | 2,965 | 2,435 | 21.8 | 21,361 | 20,220 | 5.6 |
| 2 | 2 | Indonesia | 711,732 | 709,479 | 0.3 | 2,958 | 2,879 | 2.7 | 6,617 | 5,793 | 14.2 |
| 3 | 3 | Republic of Korea | 470,334 | 531,511 | ▲11.5 | 2,868 | 2,998 | ▲4.3 | 13,229 | 15,345 | ▲13.8 |
| 4 | 4 | Australia | 415,348 | 405,175 | 2.5 | 1,648 | 1,764 | ▲6.6 | 3,052 | 3,135 | ▲2.6 |
| 5 | 5 | Thailand | 183,957 | 184,962 | ▲0.5 | 676 | 659 | 2.6 | 2,015 | 2,047 | ▲1.6 |
| 6 | 6 | Vietnam | 169,582 | 174,521 | ▲2.8 | 629 | 818 | ▲23.1 | 5,644 | 7,030 | ▲19.7 |
| 7 | 8 | United States | 161,402 | 166,905 | ▲3.3 | 1,241 | 1,446 | ▲14.2 | 4,109 | 4,021 | 2.2 |
| 8 | 7 | Taiwan | 143,632 | 170,159 | ▲15.6 | 907 | 846 | 7.2 | 3,375 | 4,106 | ▲17.8 |
| 9 | 9 | Philippines | 44,457 | 51,530 | ▲13.7 | 242 | 315 | ▲23.2 | 1,111 | 1,289 | ▲13.8 |
| 10 | 10 | Malaysia | 38,129 | 39,247 | ▲2.8 | 215 | 212 | 1.4 | 484 | 485 | ▲0.2 |
| 11 | 11 | India | 36,015 | 38,100 | ▲5.5 | 323 | 304 | 6.3 | 1,132 | 1,006 | 12.5 |
| 12 | 16 | France | 29,569 | 24,150 | 22.4 | 302 | 229 | 31.9 | 930 | 763 | 21.9 |
| 13 | 13 | New Zealand | 28,072 | 32,764 | ▲14.3 | 224 | 275 | ▲18.5 | 432 | 421 | 2.6 |
| 14 | 15 | Hong Kong | 27,665 | 24,558 | 12.7 | 73 | 70 | 4.3 | 625 | 575 | 8.7 |
| 15 | 14 | Brazil | 20,732 | 26,157 | ▲20.7 | 261 | 380 | ▲31.3 | 942 | 1,182 | ▲20.3 |
| 16 | 12 | Myanmar | 19,124 | 35,600 | ▲46.3 | 189 | 411 | ▲54.0 | 896 | 1,593 | ▲43.8 |
| 17 | 18 | Canada | 18,293 | 19,489 | ▲6.1 | 131 | 161 | ▲18.6 | 566 | 662 | ▲14.5 |
| 18 | 17 | United Kingdom | 14,631 | 20,040 | ▲27.0 | 172 | 288 | ▲40.3 | 473 | 646 | ▲26.8 |
| 19 | 20 | Mexico | 14,552 | 13,673 | 6.4 | 139 | 120 | 15.8 | 612 | 483 | 26.7 |
| 20 | 23 | Mongolia | 13,334 | 11,755 | 13.4 | 117 | 128 | ▲8.6 | 363 | 363 | 0.0 |

(Tabel Jumlah Pelajar, Guru dan Institusi dengan Minat Bahasa Jepang, sumber: survei report on japanese-language education abroad 2021)

Grafik ini menampilkan data survei dari Japan Foundation tahun 2021 terkait jumlah pembelajar Bahasa Jepang di berbagai negara dan wilayah, serta perubahan jumlah institusi dan guru dibandingkan tahun 2018. Grafik mencakup tiga indikator utama: jumlah pelajar, jumlah institusi, dan jumlah pengajar Bahasa Jepang, beserta persentase kenaikannya. Indonesia menempati peringkat ke-2 dunia dalam jumlah pelajar Bahasa Jepang pada tahun 2021,

yaitu sebanyak 711.732 orang, hanya berada di bawah Tiongkok. Meskipun terjadi penurunan sebesar 3,9% dibandingkan tahun 2018 (709.479 orang), Indonesia tetap menunjukkan pertumbuhan positif pada aspek lainnya. Jumlah institusi pendidikan yang mengajarkan Bahasa Jepang meningkat sebesar 2,7%, dari 2.879 menjadi 2.958 institusi. Lebih menonjol lagi, jumlah pengajar Bahasa Jepang mengalami lonjakan signifikan sebesar 14,2%, dari 5.793 orang pada 2018 menjadi 6.617 orang pada 2021. Ini menunjukkan bahwa meskipun minat siswa sedikit menurun, infrastruktur pendidikan Bahasa Jepang di Indonesia justru terus berkembang. Secara global, Tiongkok, Indonesia, dan Korea Selatan adalah tiga negara teratas dengan jumlah pelajar Bahasa Jepang terbanyak. Negara-negara seperti Myanmar dan New Zealand menunjukkan peningkatan yang cukup besar dalam jumlah institusi dan pelajar. Sementara itu, beberapa negara seperti Taiwan, Amerika Serikat, dan Inggris mengalami penurunan jumlah pelajar. Data ini mencerminkan bagaimana perkembangan pembelajaran Bahasa Jepang berbeda-beda di tiap wilayah, tergantung pada faktor budaya, pendidikan, dan hubungan bilateral dengan Jepang.

Melalui analisis ini, diharapkan dapat ditemukan bagaimana layanan *streaming* OTT dapat dimanfaatkan secara optimal sebagai alat pengenalan budaya populer Jepang dan sebagai media pembelajaran bahasa Jepang yang efektif. Penelitian ini juga akan mengeksplorasi potensi dan tantangan yang dihadapi dalam menggabungkan hiburan digital dengan pendidikan, serta memberikan rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut dalam bidang ini.

1.2 Penelitian Relevan

Dalam penelitian ini, penulis merujuk pada beberapa penelitian sebelumnya yang relevan untuk mendukung pembahasan. Berikut adalah beberapa hasil penelitian yang digunakan sebagai acuan:

Penelitian yang pertama berjudul “Serial Netflix sebagai Media Digital Pembelajaran Bahasa Asing Mahasiswa” karya Ricky Amanah dari Fakultas Ilmu Pengetahuan dan Budaya Universitas Indonesia, 2022. Fokus penelitian ini adalah untuk menjelajahi dan menganalisis potensi serta efektivitas

penggunaan serial Netflix sebagai media pembelajaran bahasa asing bagi mahasiswa di lingkungan perguruan tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang bagaimana serial Netflix dapat diintegrasikan ke dalam konteks pembelajaran bahasa asing yang lebih luas, dengan mempertimbangkan berbagai aspek seperti pengucapan, perluasan kosakata, pengembangan tata bahasa, dan pemahaman konteks budaya yang terkandung dalam materi yang disajikan. Selain itu, penelitian ini akan mengevaluasi tingkat efektivitas penggunaan serial Netflix dalam meningkatkan kemampuan bahasa asing mahasiswa dibandingkan dengan metode pembelajaran tradisional yang lebih konvensional. Poin persamaan dengan penelitian ini adalah membahas media digital *streaming Over The Top* dalam pembelajaran bahasa asing. Lalu poin perbedaannya adalah subjek beberapa aplikasi *streaming* OTT dan objek pengenalan salah satu bahasa asing yang akan digunakan oleh penulis.

Penelitian yang kedua berjudul “Penggunaan YouTube Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Inggris Pada Masa Pandemi COVID-19” karya Rasman dari MTsN Luwu Utara, Kabupaten Luwu Utara, 2021 Fokus penelitian ini adalah untuk melakukan penyelidikan yang mendalam mengenai penggunaan YouTube sebagai media pembelajaran bahasa Inggris selama periode pandemi COVID-19. Pandemi ini telah menghadirkan tantangan besar dalam konteks pendidikan, khususnya dalam hal pembatasan interaksi langsung di sekolah dan perpindahan ke pembelajaran jarak jauh. Dalam menghadapi situasi ini, banyak guru dan siswa telah beralih ke platform online seperti YouTube sebagai sarana pembelajaran yang alternatif dan efektif. Penelitian ini akan mengeksplorasi cara-cara di mana YouTube digunakan oleh guru untuk menyampaikan materi pembelajaran bahasa Inggris secara kreatif dan menarik kepada siswa mereka. Selain itu, penelitian ini juga akan memeriksa bagaimana siswa merespons dan berinteraksi dengan materi yang disajikan melalui YouTube, serta dampaknya terhadap pemahaman dan keterampilan bahasa Inggris mereka. Poin persamaannya adalah membahas efektivitas aplikasi *streaming* terhadap

pembelajaran bahasa asing. Lalu perbedaanya adalah batasan waktu pada saat masa pandemi Covid-19.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Peran aplikasi *streaming over the top* (OTT) dalam pengenalan budaya populer Jepang yang mempublikasikan *pop culture* Jepang sangat meluas sehingga dapat dijadikan sebagai pengenalan dan pembelajaran di era digitalisasi.
2. Munculnya konten budaya populer terkini di aplikasi *streaming over the top* (OTT) yang digemari oleh masyarakat luas.
3. Besarnya minat pengetahuan budaya populer jepang melalui aplikasi *streaming over the top* (OTT)
4. Fitur canggih yang disajikan dari berbagai aplikasi *streaming over the top* (OTT)
5. Pengaruh media digital bagi perkembangan budaya populer Jepang

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah untuk penelitian ini meliputi fokus pada aplikasi *streaming Over The Top* (OTT) yang digunakan sebagai alat untuk memperkenalkan budaya populer Jepang dan memfasilitasi pembelajaran bahasa Jepang melalui media digital. Konten yang disajikan oleh aplikasi OTT, seperti anime, film, acara televisi, dan dokumenter, akan menjadi fokus utama evaluasi. Selain itu, penelitian ini akan mengevaluasi efektivitas aplikasi OTT dalam mengenalkan aspek-aspek budaya populer Jepang serta dalam mendukung pembelajaran bahasa Jepang, termasuk pengembangan kosakata, tata bahasa, dan pemahaman konteks budaya yang terkait. Dengan mempertimbangkan pengaruh media digital, khususnya aplikasi OTT, penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam tentang potensi dan efektivitasnya dalam konteks pengenalan budaya populer dan pembelajaran bahasa Jepang.

1.5 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini akan mencoba menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut sebagai fokus permasalahan:

1. Bagaimana peran aplikasi *streaming over the top* (OTT) terhadap pengenalan budaya populer dan pembelajaran bahasa Jepang melalui media digital?
2. Apa saja keunggulan konten dan fitur yang disajikan aplikasi *streaming over the top* (OTT) yang dapat digunakan untuk media pembelajaran bahasa Jepang?
3. Apa saja hal yang menjadi perbedaan antar aplikasi *streaming over the top* (OTT) dalam mempublikasikan budaya populer Jepang.

1.6 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka dapat diketahui tujuan penulis melakukan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Memahami peran aplikasi *streaming over the top* dalam melakukan pengenalan budaya populer dan pembelajaran bahasa Jepang melalui media digital.
2. Mengetahui keunggulan dari konten dan fitur yang disajikan aplikasi *streaming over the top* (OTT) yang dapat mendukung media pembelajaran bahasa Jepang.
3. Mengetahui perbedaan antar aplikasi *streaming over the top* (OTT) dalam mempublikasikan budaya populer Jepang

1.7 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis untuk penelitian kali ini adalah metode penelitian Kuantitatif. Metode ini akan memungkinkan peneliti untuk membandingkan data kuantitatif dari aplikasi *streaming over the top* (OTT). metode penelitian ini akan diambil dari buku, jurnal, sosial media dan website resmi, dan dengan data pendukung yang dibagikan pada *Google Form* dengan 26 pertanyaan yang dianggap penulis dapat mewakili tema penelitian dan akan dibagikan ke 42 orang responden dengan tujuan mendapatkan hasil

data terhadap penggunaan dan efektivitas konten aplikasi *over the top* (OTT) sebagai pengenalan budaya populer dan pembelajaran bahasa Jepang. Dari segi permasalahan atau tujuan penelitian, penelitian kuantitatif menanyakan atau ingin mengetahui tingkat pengaruh, keeratan korelasi atau asosiasi antar variabel, atau kadar satu variabel dengan variabel lainnya dengan cara pengukuran (Hamidi, 2004: 40).

1.8 Landasan Teori

1.8.1 Efektivitas

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Efektivitas merupakan suatu hal yang dilakukan ada efeknya, manjur, mujarab, dapat membawa keberhasilan, dan daya guna. Kamus Ilmiah populer mendefinisikan efektivitas sebagai ketepatan kegunaan, hasil guna atau menunjang tujuan.

Para ahli mendefinisikan efektivitas secara berbeda, menurut Wiyono (2007) efektivitas bisa diartikan suatu kegiatan yang dilaksanakan dan memiliki dampak serta hasil sesuai dengan yang diharapkan. Definisi menurut Gibson dalam Bungkaes (2013) adalah penilaian yang dibuat sehubungan dengan prestasi individu, kelompok dan organisasi. Semakin dekat prestasi mereka terhadap prestasi yang diharapkan (standar) maka mereka dinilai semakin efektif, Ravianto (2014) mendefinisikan efektivitas seberapa baik pekerjaan yang dilakukan, sejauh mana orang menghasilkan keluaran sesuai dengan yang diharapkan, artinya apabila suatu pekerjaan dapat diselesaikan sesuai dengan perencanaan, baik dalam waktu, biaya, maupun mutunya, maka dapat dikatakan efektif. Berdasarkan uraian diatas, penulis dapat menyimpulkan bahwa yang dimaksud dengan efektivitas adalah suatu kegiatan atau sebua usaha yang menghasilkan keberhasilan sesuai yang diterapkan.

1.8.2 Pembelajaran dalam Media Digital (*Online Learning*)

Terdapat tiga teori belajar yang mempunyai kontribusi dalam membuat materi belajar online, ketiga teori ini pun dapat digunakan unala sesuatu tujuan telah ditentukan sebelumnya, sehingga pelajar bertugas untuk mengelompokan materi pembelajaran online. Teori yang pertama adalah behaviorisme, menurut Weegar dan Pacis (2012) behaviorisme menyerap pengetahuan yang ditawarkan hingga pada tahap akhir dapat menampilkan perilaku yang diinginkan dan ditentukan sebelumnya. Pelajar tidak bekerja sendiri pada lingkungan tetapi sebaliknya, faktor lingkungan yang mengendalikan perilaku mereka sehingga tidak adanya kontrol pembelajaran atau waktu yang dibutuhkan untuk mencapainya. Dengan demikian dosen menjadi pusat pembelajaran, para dosen memberikan rangsangan yang sesuai tanpa memperhitungkan konteks sosial budaya serta kebutuhan mahasiswa hingga dosen dapat memperoleh perilaku yang diinginkan.

Teori behaviorisme, menyatakan bahwa pembelajaran terjadi sebagai hasil dari respons individu terhadap stimulus eksternal yang diberikan oleh lingkungannya. Teori belajar behavioristik menjelaskan bahwa belajar adalah proses perubahan perilaku yang dapat diamati, diukur, dan dinilai secara nyata (Hartati, 2023). Dalam teori ini, fokus utama terletak pada perilaku yang dapat diamati, dengan asumsi bahwa individu akan membentuk pengetahuan atau keterampilan baru melalui pengulangan, penguatan, serta asosiasi antara stimulus dan respons. Dalam konteks penelitian ini, konten yang disajikan melalui platform *Over The Top* (OTT) seperti anime, drama, maupun program hiburan asal Jepang berfungsi sebagai stimulus eksternal yang secara konsisten dihadirkan kepada audiens. Ketika individu secara rutin mengkonsumsi tayangan-tayangan tersebut, mereka secara tidak langsung mulai menunjukkan respons berupa peningkatan pengetahuan mengenai budaya populer Jepang dan kemampuan memahami atau menggunakan elemen dasar dalam bahasa Jepang.

Korelasi antara teori behaviorisme dan efektivitas konten OTT dalam penelitian ini terletak pada proses pembelajaran tidak langsung yang dialami oleh penonton. Stimulus yang disajikan melalui konten visual dan auditori dalam tayangan OTT memunculkan penguatan berulang yang memungkinkan individu menyerap informasi secara bertahap. Misalnya, paparan terhadap kosakata Jepang yang diucapkan secara berulang-ulang dalam dialog, maupun penggambaran kebiasaan budaya tertentu, dapat menciptakan asosiasi kuat yang mempermudah proses pembelajaran. Dengan demikian, perubahan perilaku seperti penggunaan istilah-istilah bahasa Jepang atau meningkatnya pemahaman terhadap budaya Jepang dapat dipahami sebagai bentuk respons yang sesuai dengan prinsip-prinsip behaviorisme. Hal ini menunjukkan bahwa media digital, khususnya OTT, memiliki potensi besar sebagai sarana edukatif informal yang mampu memfasilitasi proses pembelajaran melalui mekanisme stimulus dan respons sebagaimana dijelaskan dalam teori behavioristik.

E-Learning atau *online learning* adalah suatu jenis belajar mengajar yang memungkinkan tersampainya bahan ajar ke siswa dengan menggunakan media Internet, Internet atau media jaringan komputer lain. Darin E. Hartley (Hartley, 2015) Lain halnya dengan Michael (2013), ia mendefinisikan *E-learning* atau *online learning* sebagai pembelajaran yang disusun ialah dengan tujuan menggunakan suatu sistem elektronik atau juga komputer sehingga mampu untuk mendukung suatu proses pembelajaran. Sedangkan Chandrawati (2010) mengartikan *E-learning* atau *online learning* sebagai suatu proses pembelajaran jarak jauh dengan cara menggabungkan prinsip-prinsip di dalam proses suatu pembelajaran dengan teknologi. Definisi *E-learning* atau *online learning* menurut Ardiansyah (2013) adalah suatu sistem pembelajaran yang digunakan ialah sebagai sarana ialah sebagai proses belajar mengajar yang dilaksanakan tanpa harus bertatap muka dengan secara langsung antara pendidik dengan siswa/i Berdasarkan uraian

diasas, penulis dapat menyimpulkan bahwa yang dimaksud dengan *E-learning* atau *online learning* adalah proses pembelajaran yang dapat dilakukan tanpa perlu adanya tatap muka dan tidak memiliki batas ruang dan waktu. Serta dapat dilakukan dengan jarak jauh menggunakan media internet, sistem elektronik dan jaringan internet.

1.8.3 Pengenalan dan Pembelajaran *Pop Culture* Jepang

Budaya populer Jepang meliputi anime, manga, musik J-Pop, drama, hingga cosplay telah menjelma menjadi fenomena global yang dikenal dengan istilah Cool Japan (Sari, 2020). Budaya ini tidak hanya berperan sebagai bentuk hiburan, tetapi juga sebagai sarana efektif dalam pembelajaran lintas budaya, terutama di kalangan generasi muda (Storey, 2018). Dalam dunia pendidikan, penggunaan elemen budaya populer telah terbukti mampu menarik minat peserta didik, meningkatkan motivasi belajar, serta mendorong keterlibatan aktif mereka dalam proses pembelajaran. Kramsch (1993) menekankan bahwa bahasa dan budaya memiliki keterkaitan erat, sehingga penggunaan budaya populer sebagai alat bantu pembelajaran dapat memperkaya pemahaman kosakata dan konteks sosial-budaya secara lebih kontekstual dan alami.

Upaya promosi budaya populer Jepang juga didukung secara strategis oleh pemerintah Jepang melalui kebijakan *soft power* yang bertujuan memperluas pengaruh budaya mereka secara global. Fenomena ini terefleksi dalam munculnya komunitas *fandom* yang tidak hanya menjadi konsumen budaya, tetapi juga berpartisipasi dalam pertukaran nilai dan identitas sosial (Tajfel & Turner, 1979). Proses penyebaran budaya ini dapat dijelaskan melalui Teori Difusi Inovasi oleh Rogers (1962), yang menyoroiti bagaimana produk-produk seperti anime dan manga berhasil menyebar luas karena memiliki daya tarik internal dan didukung oleh saluran distribusi yang efektif. Selain itu, Teori Kognisi Sosial (Bandura, 1986) menyatakan bahwa individu dapat belajar

mengenai budaya melalui pengamatan terhadap karakter dan interaksi yang ditampilkan dalam komunitas daring.

Di Indonesia, integrasi elemen budaya populer Jepang dalam lingkungan pendidikan telah menunjukkan dampak positif terhadap peningkatan minat belajar dan pemahaman lintas budaya peserta didik (Sari, 2020). Hal ini membuktikan bahwa pendekatan pedagogis berbasis budaya populer tidak hanya sebatas hiburan, tetapi juga memiliki peran strategis dalam membentuk literasi budaya generasi muda. Penelitian Hidayat (2021) dalam Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan memperkuat temuan ini dengan menyatakan bahwa penerapan budaya populer dalam proses belajar-mengajar menciptakan suasana kelas yang lebih interaktif dan menarik. Siswa yang terlibat dalam pembelajaran berbasis budaya populer juga menunjukkan peningkatan signifikan dalam keterampilan komunikasi serta pemahaman terhadap dinamika budaya.

Dengan demikian, penggabungan budaya populer Jepang dalam dunia pendidikan bukan hanya memperkaya pengalaman belajar, tetapi juga menyiapkan siswa untuk beradaptasi dalam tatanan masyarakat global yang semakin terhubung dan multikultural.

1.9 Manfaat Penelitian

1.9.1 Manfaat Teoritis

Manfaat Teoritis pada penelitian ini untuk mengembangkan pengenalan budaya Jepang, di kalangan masa kini yang menggunakan media digital sebagai media rekreasi serta menambah pengetahuan di bidang pembelajaran dari mata pembelajaran bahasa Jepang.

1.9.2 Manfaat Praktis

Bagi Pembaca diharapkan penelitian ini dapat mengetahui informasi tentang keefektifan proses pembelajaran dan pengenalan budaya Jepang serta penelitian ini dapat menjadi referensi untuk

penelitian selanjutnya yang memfokuskan perkembangan pendidikan melalui era digital.

1.10 Sistematika Penyusunan Skripsi

Sistematika penulisan ini dimaksud untuk memudahkan dalam memahami pokok bahasan dan memberi gambaran secara garis besar bab dalam penelitian ini, hasil dari penulisan ini akan dibagi menjadi empat bab antara lain:

Bab I Pendahuluan, berisi pembahasan mengenai latar belakang masalah, penelitian relevan, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, landasan teori, dan sistematika penulisan skripsi.

Bab II Pembelajaran Bahasa Jepang Melalui Media Digital, berisi tentang latar belakang aplikasi *streaming over the top* (OTT) dengan data penjelasan mengenai pengenalan *pop culture* Jepang dengan media digital.

Bab III Hasil analisis dan pengolahan data-data efektivitas pengenalan budaya Jepang dan pembelajaran bahasa jepang secara *online* melalui aplikasi *streaming over the top* (OTT) yang disebarakan melalui lembar kuesioner dan hasil *review* pelanggan dalam menggunakan aplikasi *over the top* (OTT) .

Bab IV Kesimpulan, berisi simpulan yang menjawab secara singkat permasalahan penelitian dan kesimpulan secara umum penelitian.