

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Dahidi dan Sudjianto (2009, 4) bahasa Jepang adalah bahasa yang digunakan oleh bangsa Jepang yaitu sekelompok masyarakat yang memiliki wilayah kurang lebih 380.000 km persegi. Fungsi bahasa Jepang sama dengan bahasa lain yaitu untuk menyampaikan suatu makna kepada seseorang dengan lisan maupun tulisan. Dalam hal ini bahasa Jepang digunakan untuk berkomunikasi dengan orang Jepang atau dengan orang lain yang mempelajarinya. Namun, semakin berkembangnya waktu suatu bahasa pasti mengalami perkembangan (Kwarini dan Wedayanti 2016, 72). Salah satu bahasa yang mengalaminya adalah bahasa Jepang.

Bahasa Jepang merupakan bahasa yang berkembang melalui kontak dengan bahasa lain, terutama pada akhir abad ke-4 Masehi (Olah 2007, 177-178). Perkembangan yang terjadi diawali dengan pedagang dan misionaris dari Portugal dan Belanda yang mulai datang ke Jepang pada abad ke-16, setelah itu datangnya para pedagang dari Jerman dan Prancis. Kemudian pada abad ke-19, bahasa Jepang banyak mengalami penambahan kata-kata yang cukup signifikan dari bahasa Inggris yang diakibatkan dari pengaruh budaya Amerika di Jepang setelah Perang Dunia II.

Kata pinjaman yang ada di bahasa Jepang dinamakan dengan *gairaigo*. *Gairaigo* adalah pengucapan berdasarkan bahasa sumber non-Cina dan dimodifikasi (setidaknya sebagian) menurut aturan Jepang. Kadang ditulis dalam

kanji atau hiragana, dengan beberapa yang ditulis dalam *romaji* atau *alfabet* seperti dalam bahasa sumber. Soepardjo (2012, 101) menyatakan bahwa *gairaigo* yang paling banyak berasal dari bahasa Inggris. Selain itu *gairaigo* juga berasal dari bahasa lain seperti bahasa Korea, bahasa Prancis, bahasa Portugis, bahasa Spanyol, bahasa Italia, dan bahasa lainnya.

Penggunaan *gairaigo* di kalangan masyarakat semakin meningkat, terutama penggunaannya oleh mayoritas kaum muda Jepang yang terkadang dapat berubah dari waktu ke waktu (Rasiban, dkk, 2021). Penggunaan *gairaigo* dalam kalangan anak muda ini dapat terlihat dengan bagaimana cara anak muda berbicara. Namun secara umum, perubahan pola dan sikap terhadap *gairaigo* terungkap dengan jelas di surat kabar. Selain itu, *gairaigo* juga digunakan dalam majalah mode, otomotif-teknologi, *fashion*, termasuk dalam media sosial.

Menurut Anwar (2017, 137) media sosial adalah kumpulan dari aplikasi berbasis internet yang berdiri berdasarkan pada teknologi Web 2.0 sehingga dimungkinkan untuk menciptakan dan menukarkan konten oleh penggunanya. Penggunaan media sosial kebanyakan adalah para kaum remaja dan wanita. Media sosial menawarkan beragam manfaat seperti konektivitas sosial, keterlibatan sosial, *update* informasi dan hiburan.

Berdasarkan laman dari statistik global Statcounter Global Stats¹, sebuah web yang menyediakan data mengenai media sosial, secara Nasional (Negara Jepang) Instagram menduduki peringkat lima dari peringkat lima besar. Peringkat

¹Statcounter Global Stats, *Social Media Stats Japan*, diakses dari <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/japan/#monthly-201901-201912>, pada tanggal 11 Desember 2021, pukul 10.00 WIB.

satu diduduki oleh Pinterest yang menyediakan layanan utama yaitu dapat mengupload gambar atau foto yang ditempatkan dalam kategori-kategori tertentu. Peringkat kedua diduduki oleh Twitter yang memiliki layanan utama berupa dapat menuliskan apa yang ingin ditulis dari pemilik akun, dengan batas 280 kata. Peringkat ketiga diduduki oleh Facebook yang menyediakan layanan utama mengunggah tulisan dan mencari teman sebanyak mungkin. Peringkat keempat diduduki oleh Youtube yang menyediakan layanan utama berupa video berdurasi pendek maupun panjang disertai dengan *subtitle*, yaitu terjemahan bahasa dari berbagai negara. Dan terakhir peringkat lima diduduki oleh Instagram yang menyediakan layanan utama berupa dapat mengunggah foto dengan berbagai kualitas dan video yang berdurasi 15 menit (dari perangkat seluler) sampai 60 menit (dari web).

Menurut data yang ditunjukkan dalam laman ifm-lab², sebuah *influencer* pemasaran Jepang, menyatakan bahwa Instagram memiliki popularitas dan pengaruh yang besar. Instagram adalah satu-satunya media dengan tingkat pertumbuhan pengguna 170% atau lebih jika dibandingkan dengan media SNS (*Social Networking Service*) lainnya. Dalam isi artikelnya, yang berjudul “Instagram で人気の料理動画アカウント 10 選と企業との提携事例” (*Instagram de ninki no ryouri douga akaunto 10-sen to kigyō to no teikei jirei*) menjelaskan tentang topik yang beberapa tahun terakhir populer di Instagram, yaitu mengenai masakan. Menurut artikel yang sama, akun Instagram populer

² Ifm-lab, *Instagram で人気の料理動画アカウント 10 選と企業との提携事例*, diakses dari https://collatech.co.jp/ifm-lab/instagram/instagram_business/5076, pada 11 Desember 2021, pukul 14.00 WIB.

nomor 1 tentang masakan adalah akun Instagram *tastyjapan*. Akun Instagram *tastyjapan* adalah akun yang memiliki popularitas dikarenakan konten “siapaapun dapat membuatnya”. Memperoleh popularitas dengan cara menggunakan pendekatan melalui postingan video yang mudah dipahami siapa saja.

Dalam laman *embedsocial*³, sebuah web yang menyediakan konten media sosial dengan cara fungsional dan dinamis, pada artikel yang ditulis oleh Uzunovski menyatakan bahwa *tastyjapan* adalah merek yang dikembangkan oleh *BuzzFeed*, yaitu perusahaan media, berita dan hiburan internet Amerika yang fokus pada media digital, untuk memamerkan platform (kombinasi antara perangkat keras dan perangkat lunak) memasak mereka di Jepang. Merek ini didirikan pada tahun 2015 dan dengan cepat menjadi sensasi karena sekarang memproduksi beberapa konten digital paling populer di dunia. Promosi dilakukan dengan menggunakan foto dan video, tetapi terkenal dengan konten bervideo. Sering melakukan promosi silang di Instagram, Twitter, Facebook dan Youtube mereka. Merek ini menjadi terkenal dengan menggunakan video dengan format kurang lebih hanya 1 menit, narasinya cepat dan tidak perlu audio. Tiap video menggunakan musik latar agar terdengar lebih alami dan menyenangkan. Nama makanan dan resep ditulis di keterangan dan secara aktif menggunakan tagar agar konten makanan mereka mudah dicari. Menurut laman *SPEAKRJ*⁴, sebuah *web* statistik global, *followers* akun Instagram *tastyjapan* hingga saat ini kurang lebih

³ *embedsocial*, *Top 10 most popular Japanese domestic brands on Instagram*, diakses dari <https://embedsocial.com/blog/top-japanese-brands-on-instagram/>, pada tanggal 11 Desember 2021, pukul 16.43 WIB.

⁴ *SPEAKRJ*, *@tastyjapan*, diakses dari <https://www.speakrj.com/audit/report/tastyjapan/instagram>, pada tanggal 11 Desember 2021, pukul 18.03 WIB.

7.000.000. Sementara itu, untuk *followers* akun Twitter terdapat sekitar 1.200.000. Selain itu juga *followers* Facebook berjumlah 5.400.000. Untuk *followers/subscribers* dari akun Youtube berjumlah kurang lebih 603.000.

Berdasarkan statistik yang telah didapat, akun Instagram *tastyjapan* adalah obyek yang cocok untuk dijadikan objek penelitian karena kaya akan sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian, yaitu berfokus pada gambar dan nama makanan yang memiliki *gairaigo* saja. Selain itu, popularitas dari Instagram *tastyjapan* melebihi popularitas media sosial *tastyjapan* yang lain dilihat dari data yang telah ada. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa antusiasme *followers* terhadap konten makanan dari *tastyjapan* di Instagram tinggi.

Penelitian yang akan dilakukan adalah analisis mengenai makna yang ada di tiap nama makanan dalam akun Instagram *tastyjapan*. Penelitian mengenai makna berhubungan dengan semantik. Menurut Chaer (2003, 208) Semantik adalah ilmu tentang makna atau arti. Makna tersebut berada di setiap atau seluruh tataran morfologi, fonologi, dan sintaksis. Peneliti lain yaitu Pateda (2001, 7) juga menyatakan bahwa semantik adalah subdisiplin dari linguistik yang berbicara tentang makna. Dengan kata lain objeknya adalah makna.

Makna yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah makna leksikal yang akan dianalisis menggunakan Teori Pateda (2001). Selain itu, penelitian ini juga menggunakan teori perubahan makna dari Abdul Chaer (2003) dan teori penyebab terjadinya perubahan makna oleh Aminuddin (2011) untuk menganalisis dan membandingkan *gairaigo* dari makna asal dengan makna setelah masuk ke bahasa Jepang. Dalam akun Instagram *tastyjapan* terdapat

penggunaan *gairaigo* sebagai nama makanan. Contoh dari *gairaigo* yang ada di akun Instagram tastyjapan sebagai berikut :

クリスマスといえば、ジンジャーマンクッキー。
Kurisumasu to ieba, jinjyaamankukkii.
 Berbicara tentang Natal, kue jahe motif orang.

(Sumber : Instagram tastyjapan, 2019)

Terdapat tiga unsur *gairaigo*, yaitu ジンジャー(*Jinjyaa*), マン(*Man*), dan クッキー(*Kukki*). Pertama, kata ジンジャー(*Jinjyaa*) adalah *gairaigo* yang berasal dari kata ‘*Ginger*’ dalam bahasa Inggris. Kedua, kata マン(*Man*) adalah *gairaigo* yang berasal dari kata ‘*Men*’ dalam bahasa Inggris. Ketiga, クッキー(*Kukki*) adalah *gairaigo* yang berasal dari kata ‘*Cookies*’ dalam bahasa Inggris.

Untuk mencari data *gairaigo*, peneliti mengambil data dari akun Instagram tastyjapan. Data yang diambil berupa nama makanan yang memiliki unsur *gairaigo* di dalamnya. Peneliti mengambil data sampel gambar nama resep dari tanggal 1 Januari 2019 sampai 31 Desember 2019. Pengambilan data pada rentang waktu tersebut didasarkan pada data terbaru, yaitu data yang diambil sebelum dilakukannya penelitian pada tahun 2020, sehingga data yang cocok adalah data di tahun 2019. Data yang berupa *gairaigo* yang ada pada gambar nama makanan dianalisis menggunakan *web corpus kotobank*, kamus *Oxford dictionary*, dan kamus *Online* bahasa asing lain. Analisis data *gairaigo* akan dijabarkan dengan teori dari beberapa ahli seperti Pateda (2001), Chaer (2003), dan Aminuddin (2011) untuk mengkaji tentang *gairaigo* terutama makna leksikal dan perbandingan yang ada antara bahasa aslinya dan bahasa Jepangnya untuk membantu orang-orang lebih memahami penggunaan *gairaigo*.

1.2 Rumusan Masalah

Pada penelitian ini peneliti akan meneliti tentang penggunaan *gairaigo* yang ada pada nama makanan dalam akun Instagram tastyjapan. Dalam akun tersebut terdapat sebuah pertanyaan tentang *gairaigo* yang ada pada tiap gambar nama makanan yang diposting yaitu mengenai bagaimanakah makna yang muncul dalam *gairaigo* yang digunakan pada gambar nama makanan tastyjapan di Instagram.

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis *gairaigo* yang ada dalam media sosial yaitu tastyjapan. Mengidentifikasi *gairaigo* dari makna asal dengan makna setelah masuk ke bahasa Jepang dengan kamus *online* maupun kamus cetak. Mengkaji perbedaan makna *gairaigo* yang ditunjukkan dalam makna kata asalnya dengan makna setelah masuk ke bahasa Jepang di bidang makanan dalam akun Instagram tastyjapan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dalam hal perkembangan ilmu linguistik Jepang mengenai makna leksikal *gairaigo*, memberikan gambaran terutama dalam bidang semantik khususnya perbandingan makna bahasa asal dan makna setelah masuk ke dalam bahasa Jepang. Mampu memberikan pengetahuan dan wawasan tentang *gairaigo* yang ada dalam bidang makanan dan *gairaigo*

yang lain. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya yang sejenis mengenai *gairaigo*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi bagi pembelajar bahasa Jepang dalam mengenal makna yang ada dalam *gairaigo* dari makna asal dengan makna setelah masuk ke bahasa Jepang. Untuk pengajar bahasa Jepang diharapkan dapat membantu untuk lebih mengetahui tentang *gairaigo* yang ada di media sosial, khususnya dalam bidang makanan sehingga dapat diajarkan kepada pembelajar bahasa Jepang. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan bisa menambah pengetahuan mengenai perbandingan makna *gairaigo* dari makna asal dengan makna setelah masuk ke bahasa Jepang.

1.5 Tinjauan Pustaka

Penelitian mengenai analisis *gairaigo* sudah banyak dilakukan oleh penelitian sebelumnya. Penelitian pertama adalah skripsi yang ditulis oleh Kelvin pada tahun 2017 dengan judul “Analisis Perubahan Makna *Gairaigo* dalam Surat Kabar Asahi Shinbun Edisi April 2017” Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan *gairaigo* yang berasal dari bahasa Inggris dan mengkaji perubahan makna yang terjadi pada *gairaigo* bahasa Jepang yang berasal dari bahasa Inggris. Dalam penelitian ini, Kelvin menggunakan metode deskriptif kualitatif yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data lalu menyusun data, kemudian dilakukan proses pengorganisasian dan pengurutan data *gairaigo* yang ada dalam Surat Kabar Asahi Shinbun Edisi April 2017. Penyajian penelitian dilakukan secara informal, yaitu penyajian hasil penelitian tanpa menggunakan

grafik atau angka, tetapi dengan menggunakan kata-kata. Sumber data pada penelitian ini yaitu Surat Kabar Asahi Shinbun Edisi April 2017. Penyajian data dilakukan dengan mengelompokkan masing-masing data yang sudah didapat. Pengelompokan dilakukan berdasarkan teori yang diambil, yaitu teori Abdul Chaer berupa perubahan makna meluas, perubahan makna menyempit, dan perubahan makna total. Selain itu, Kelvin juga menambahkan pengelompokan berupa adanya *wasei-eigo*. Data masing-masing dalam kelompok ditulis dengan cara menuliskan data sampel (berupa 1 kalimat), romaji, dan artinya. Kalimat yang menjadi data sampel diambil *gairaigo*nya dan kemudian dilakukan analisis secara detail. Kelvin melakukan analisis *gairaigo* dengan mencari makna dari bahasa Jepang (beserta penjelasannya) lalu dibandingkan dengan makna yang berasal dari bahasa asalnya atau bahasa Inggris.

Hasil penelitian yang telah dilakukan Kelvin yaitu, di dalam surat kabar Asahi Shinbun edisi April 2017 terdapat banyak *gairaigo* yang sudah mengalami perubahan makna dari kata aslinya ketika sudah diserap ke dalam bahasa Jepang. Dari penelitian yang telah dilakukan, Kelvin menemukan 21 *gairaigo* yang berasal dari bahasa Inggris. *Gairaigo* yang mengalami perluasan makna sebanyak 2 kata, yang mengalami perubahan makna menyempit sebanyak 9 kata, dan *gairaigo* yang mengalami perubahan makna total terdapat 4 kata. Selain itu Kelvin menemukan *wasei-eigo* yang berjumlah 4 kata.

Selain itu penelitian lain yang ditulis oleh Sato pada tahun 2013 dengan judul “外来語研究における意味分析: 「ムード」と「雰囲気」の類義分析による事例研究” (*Gairai-go kenkyū ni okeru imi bunseki: 'Mūdo' to 'fun'iki' no rui*

Yoshi bunseki ni yoru jirei kenkyū) atau yang berarti “Analisis semantik dalam penelitian kata pinjaman: Studi kasus dengan analisis sinonim "*Mūdo*" dan "*Fun'iki*”. Penelitian ini bertujuan untuk memperjelas perbedaan karakteristik semantik dari dua kata yang dimaksud. Intinya, substitusi kedua kata tersebut bukanlah persoalan semantik langsung, melainkan pembentukan kata majemuk. Dalam penelitian ini, Sato menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penyajian data dilakukan dengan mengambil contoh yang didasarkan dari database artikel Asahi Shimbun (Kikuzo II Visual). Data yang diambil adalah data selama 10 tahun dari 1 Januari 2001 hingga 31 Desember 2010. Data tersebut berupa kalimat yang memiliki "*Mūdo*" dan "*Fun'iki*" di dalamnya. Untuk mengetahui makna dari kalimat, Sato menggunakan buku 国立国語研究所 (*Kokuritsukokugokenkyūsho*) edisi tahun 2006 dan 2007 untuk mengartikan parafrase *gairaigo* dan kata asing lainnya. Setelah menemukan makna masing-masing yang cocok dalam kalimat yang telah diambil, Sato membandingkan satu persatu kegunaan dari "*Mūdo*" dan "*Fun'iki*". Hasil akhir dari penelitian tersebut adalah Sato menemukan 2 makna semantik dari 「ムード」 (*Muudo*) dan 「雰囲気」 (*Fuinki*) yaitu, *Mūdo* berarti sesuatu yang berasal dari emosi manusia yang dapat dirasakan dari keseluruhan suatu objek. Sedangkan, *Fun'iki* memiliki arti sesuatu yang dirasakan keseluruhan objek.

Dari kedua penelitian yang sudah dilakukan terlebih dahulu, terdapat beberapa hal yang dapat dipelajari dan digunakan untuk mengembangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Pada penelitian yang dilakukan oleh Kelvin mengenai analisis *gairaigo* yang ada dalam Surat Kabar Asahi Shinbun

2017, Kelvin membandingkan makna *gairaigo* antara bahasa aslinya atau bahasa Inggris dan bahasa Jepang. Hal yang sama dilakukan dalam penelitian ini, yaitu dengan membandingkan *gairaigo* dari bahasa asal dengan bahasa Jepang. Namun terdapat perbedaan berupa penelitian Kelvin yang berfokus pada *gairaigo* yang muncul hanya dalam Surat Kabar Asahi Shinbun 2017, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti berfokus pada *gairaigo* yang muncul dalam media sosial Instagram yaitu *tastyjapan*. Dengan demikian, penelitian yang dilakukan oleh peneliti bertujuan untuk melengkapi penelitian yang ada pada penelitian sebelumnya.

Selain itu pada penelitian yang dilakukan oleh Sato mengenai analisis penggunaan 「ムード」 (*Muudo*) dan 「雰囲気」 (*Fuinki*), Sato melakukan perbandingan makna sesuai dengan konteks kalimat. Meskipun memiliki arti yang hampir sama antara satu sama lain, namun penggunaan kata 「ムード」 (*Muudo*) dalam kalimat A memiliki suasana yang berbeda dengan 「ムード」 (*Muudo*) yang berada di kalimat B dan begitu seterusnya. Penelitian yang dilakukan Sato berfokus pada analisis makna yang ada pada dua kata yaitu 「ムード」 (*Muudo*) dan 「雰囲気」 (*Fuinki*), sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti berfokus pada analisis makna dan perubahan makna yang terjadi pada *gairaigo* yang muncul dalam nama resep makanan akun Instagram *tastyjapan*. Oleh karena itu, penelitian yang dilakukan peneliti bertujuan untuk melengkapi penelitian yang sebelumnya.

1.6 Landasan Teori

Teori-teori yang digunakan untuk menganalisis data yang telah diambil ada dua. Yang pertama, teori semantik leksikal dari Mansoer Pateda (2001) yang akan digunakan untuk menjelaskan bagaimana perubahan makna dan karakteristik dari *gairaigo*. Kedua, menggunakan teori perubahan makna dari Abdul Chaer (2003) untuk melakukan analisis mengenai perubahan makna yang terjadi dari makna kata aslinya dengan kata yang sudah masuk ke dalam bahasa Jepang. Ketiga, menggunakan teori tentang penyebab dari adanya perubahan makna dari Aminuddin (2011) untuk mengetahui apa yang membuat suatu kata mengalami perubahan makna.

1.7 Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif adalah data yang terkumpul berupa kata-kata dan gambar, tidak berupa angka, serta berfokus pada pemahaman terhadap permasalahan yang ada di dalam objek kajian (Sugiyono 2008, 9). Metode ini digunakan untuk melakukan penelitian ini karena data yang digunakan adalah fakta yang ada di masyarakat. Data yang didapat adalah bentuk verbal seperti frasa dan kalimat yang diinterpretasikan hasilnya berupa narasi bukan dengan angka.

1.7.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan metode observasi. Menurut Sugiyono (2015, 204) observasi merupakan sebuah kegiatan untuk memuat penelitian terhadap suatu objek. Observasi dibedakan menjadi dua yaitu partisipan dan non-partisipan. Jenis observasi yang digunakan pada penelitian ini adalah

observasi non-partisipan. Observasi berupa mengamati pengamat tanpa ikut dalam kehidupan orang yang diamati secara terpisah sebagai pengamat. Penulis melakukan observasi atau pengamatan unsur *gairaigo* yang ada dalam nama makanan akun Instagram tastyjapan. Metode dilanjutkan dengan teknik catat yaitu mencatat data yang ditemukan pada korpus data dan dilanjutkan dengan pengklasifikasian data yaitu memilah *gairaigo* yang berasal dari berbagai bahasa yang mengalami perubahan makna. Adapun langkah-langkah pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Mengamati seluruh data yang berasal dari sumber data yaitu gambar nama makanan yang ada di akun Instagram tastyjapan dalam jangka waktu 1 Januari 2019-31 Desember 2019 dengan ketentuan nama makanan yang hanya memiliki unsur *gairaigo* didalamnya.
2. Memilih dan memilah data, yakni gambar yang juga terdapat nama makanan di dalamnya akan disusun dan digolongkan berdasarkan teori perubahan makna Abdul Chaer (2003) yaitu dengan kategori perubahan makna meluas, perubahan makna menyempit, dan perubahan makna total.
3. Melakukan identifikasi makna yang ada dalam *gairaigo* untuk mempermudah analisis.

1.7.2 Metode Analisis Data

Metode yang digunakan dalam tahap ini adalah metode padan intralingual menurut Sudaryanto (dalam Wilistyani 2018, 213) yaitu metode analisis dengan cara menghubungkan-bandingkan unsur-unsur yang hanya berada dalam ungkapan yang mengandung kata *gairaigo*. Teknik dalam metode padan terbagi atas 2 jenis

yaitu teknik dasar dan teknik lanjutan. Teknik dasar yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik PUP yang berarti menentukan satuan bahasa yang diselaraskan dengan penggunaannya yaitu kata bahasa asalnya dan *gairaigo*. Data-data *gairaigo* kemudian akan dianalisis sehingga menunjukkan perubahan makna yang terjadi. Kemudian teknik lanjutan yang digunakan adalah teknik HBB untuk mengetahui hubungan semantik antara kata dari bahasa asalnya dan *gairaigo* setelah masuk ke bahasa Jepang sehingga dapat melihat perbedaan makna leksikal dari kedua kata tersebut.

1.8 Sistematika Penulisan

Rincian masing-masing bab adalah sebagai berikut:

1. Bab I PENDAHULUAN berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian yang berisi Metode pengumpulan data dan metode analisis data, dan sistematika penulisan skripsi.
2. Bab II LANDASAN TEORI berisi penjelasan teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini. Teori yang digunakan berkaitan dengan masalah yang akan diteliti.
3. Bab III PEMBAHASAN berisi hasil analisis data mengenai makna leksikal *gairaigo* dan perbandingan *gairaigo* makna kata asli dengan makna setelah masuk ke dalam bahasa Jepang.
4. Bab IV PENUTUP berisi simpulan dari semua pembahasan penelitian pada bab 3 atau jawaban dari pertanyaan rumusan masalah, serta saran dari penulis untuk penelitian selanjutnya yang sejenis mengenai *gairaigo*.