

PERSEPSI WARGANET TERHADAP KONTEN BERMUATAN KEBANGGAAN BERBAHASA INDONESIA DALAM KANAL YOUTUBE NIHONGO MANTAPPU

Nunung Sitaresmi¹, Lilis Siti Sulistyaningsih², Rahmawati³

¹Universitas Pendidikan Indonesia: nunungsitaresmi@upi.edu

²Universitas Pendidikan Indonesia: lilissulistyaningsih@upi.edu

³Universitas Pendidikan Indonesia: rahma1a@upi.edu

Artikel Info

Received : 14 Feb 2022
 Reviwe : 18 Feb 2022
 Accepted : 23 Maret 2022
 Published : 20 April 2022

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya konten YouTube bermuatan kebanggaan berbahasa Indonesia dalam kanal YouTube Nihongo Mantappu. Penelitian ini bertujuan untuk melihat persepsi warganet terhadap konten YouTube Nihongo Mantappu. Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan teoretis sociolinguistik dan sintaksis. Data penelitian ini berupa komentar tertulis warganet yang diklasifikasikan ke dalam tiga bentuk, yaitu preposisi mendukung, preposisi membantah, dan preposisi ambigu, sesuai teori anggapan penanggap dari Saifullah (2019). Komentar tertulis warganet diperoleh dari lima buah video yang bermuatan kebanggaan berbahasa Indonesia di kanal YouTube Nihongo Mantappu. Data dikumpulkan dengan teknik catat. Data dianalisis menggunakan metode analisis data model Miles dan Huberman (1994). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa warganet memberikan persepsi yang positif terhadap konten YouTube Nihongo Mantappu. Hal itu ditandai dengan banyaknya komentar warganet yang termasuk ke dalam preposisi mendukung kanal YouTube Nihongo Mantappu. Banyaknya komentar/dukungan positif terhadap konten YouTube dapat menjadi salah satu faktor eksternal dalam keberlangsungan kanal YouTube tersebut.

Kata Kunci: kebanggaan berbahasa, nihongo mantappu, persepsi warganet, respons audiens, YouTube.

Abstract

This research is motivated by the existence of YouTube content containing pride in Indonesian on the Nihongo Mantappu YouTube channel. This study aims to look at the perception of netizens on Nihongo Mantappu's YouTube content. To achieve this goal, this research uses descriptive qualitative methods with sociolinguistic and syntactic theoretical approaches. The data of this research are in the form of written comments from netizens which are classified into three forms, namely supporting prepositions, refuting prepositions, and ambiguous prepositions,

according to the theory of responders' assumptions from Saifullah (2019). The netizens' written comments were obtained from five videos containing pride in the Indonesian language on the Nihongo Mantappu YouTube channel. Data were collected by note-taking technique. The data were analyzed using the data analysis method model of Miles and Huberman (1994). The results of this study indicate that netizens have a positive perception of Nihongo Mantappu's YouTube content. This is indicated by the number of netizen comments which are included in the preposition to support Nihongo Mantappu's YouTube channel. The number of positive comments/support for YouTube content can be one of the external factors in the sustainability of the YouTube channel.

Keywords: *respondent's opinion, language pride, nihongo mantappu, netizen's perception, audience response, YouTube.*

A. PENDAHULUAN

Bahasa dapat menunjukkan kemampuan, keyakinan, dan atribut penutur lain (Cargile dkk., 1994, hlm. 211; Dragojevic & Giles, 2016, hlm. 396). Bahasa adalah simbol identitas sosial yang penting dalam sebuah kelompok dan dapat meningkatkan perasaan solidaritas dalam komunitas linguistiknya sendiri (Bourhis, 1983, hlm. 165; Bourhis dkk., 1973, hlm. 163; Dragojevic & Giles, 2016, hlm. 398; Giles dkk., 1977, hlm. 398; Saidat, 2010). Bahasa menjadi sarana penutur untuk mengekspresikan diri secara sengaja dan tidak sengaja. Callan dan Gallois (1982, hlm. 345) menyebutkan bahwa bahasa merupakan indikator penting dari status sosial, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan seseorang, serta ciri pengenal dari kelompok nasional atau budaya tertentu.

Keberadaan bahasa Indonesia sangat kuat sebab telah diikrarkan dalam Sumpah Pemuda pada tanggal 28 Oktober 1928 dan dijamin dalam Undang-undang RI Nomor 24 Tahun 2009 tentang bendera, bahasa, dan lambang negara, serta lagu kebangsaan. Bagian yang menjelaskan mengenai bahasa terdapat pada BAB I Pasal 1 poin 2 adalah “Bahasa Negara Kesatuan Republik Indonesia yang selanjutnya disebut Bahasa Indonesia adalah bahasa resmi nasional

yang digunakan di seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia”. UU terkait bahasa Indonesia pun terdapat dalam Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 63 Tahun 2019 tentang penggunaan bahasa Indonesia yang isinya sama dengan UU RI Nomor 24 Tahun 2009. Selain itu, badan bahasa membuat politik bahasa yang berisi “utamakan bahasa Indonesia, lestarikan bahasa daerah, dan kuasai bahasa asing”. Dengan begitu, bahasa Indonesia telah menjadi bahasa yang kuat dan terjamin kedudukannya.

Penggunaan bahasa erat kaitannya dengan ruang lingkup penggunaannya. Selain di ruang konvensional, penggunaan bahasa pun terjadi di ruang virtual. Hal itu disebabkan saat ini sudah memasuki era digital dan perkembangan globalisasi pada abad ke-21. Perkembangan teknologi memaksa setiap bahasa untuk saling bersaing di ruang virtual agar dapat terus mempertahankan eksistensinya. Kondisi ini diperparah dengan meningkatnya jumlah persentase penggunaan bahasa asing di ranah global yang sangat pesat, khususnya bahasa Inggris sebagai lingua franca (Feely & Harzing, 2003). Mesthrie, Swann, Deumert, dan Leap (2009, hlm. 245) menyebutkan bahwa untuk mempertahankan

bahasa, penutur harus terus menggunakan bahasanya dalam menghadapi persaingan bahasa lebih kuat. Dengan begitu, interaksi sosial dilihat sebagai kunci bagaimana kita dapat memahami perilaku dan hubungan manusia satu sama lain dalam komunitas (Marranci, 2008, hlm. 94).

Kemajuan teknologi yang belum dimanfaatkan dapat menimbulkan dampak negatif, salah satunya terhadap keberlangsungan suatu bahasa. Fishman (dalam García dkk., 2006, hlm. 24) menyebutkan bahwa perkembangan zaman dapat mengakibatkan pergeseran bahasa tradisional ke bahasa yang dianggap lebih modern. Kemajuan teknologi menghapus sekat-sekat antaretnis, antardaerah, bahkan antarnegara. Kemajuan teknologi mendorong terjadinya kontak bahasa secara besar-besaran di ruang virtual sehingga mendorong persaingan bahasa antara bahasa daerah yang lebih dominan, bahasa Indonesia, dan bahasa asing. Salah satu platform yang banyak digunakan adalah YouTube.

YouTube adalah sebuah industri yang baru berusia 10 tahun, dimulai setelah akuisisi YouTube oleh Google pada tahun 2006 (Cunningham & Craig, 2017, hlm. 72; Fernández-Carballo, 2021, hlm. 142). YouTube adalah situs berbagi video paling populer di dunia karena kemudahan penggunaan dan aksesibilitasnya dalam mengakses, mencari, menonton, berbagi, dan membuat konten video (Balakrishnan & Griffiths, 2017, hlm. 364; Hosseinmardi dkk., 2021, hlm. 5; Li dkk., 2020, hlm. 1–2; Ozsoy-Unubol & Alanbay-Yagci, 2021, hlm. 198; Pires dkk., 2019, hlm. 1; Szmuda dkk., 2021). Perkembangannya meningkat sangat pesat secara global (Cunningham & Craig, 2017, hlm. 72). Tidak hanya digunakan untuk tujuan hiburan, tetapi dalam beberapa tahun terakhir YouTube telah berkembang menjadi platform untuk pendidikan. Moghavyemi, Sulaiman, Jaafar, dan Kasem (2018, hlm. 37) menyebutkan bahwa video YouTube yang berkaitan dengan pendidikan, hiburan, pemasaran, dan

sains terus diunggah ke YouTube. Lee dan Chau (2017, hlm. 1) menyebutkan bahwa media sosial digital telah memberikan banyak kesempatan bagi masyarakat awam untuk terlibat dalam berbagai aktivitas sosial karena media sosial sudah mudah diakses. Melihat fakta tersebut, masyarakat Indonesia harus memandang kemajuan teknologi sebagai peluang, bukan ancaman.

Chung (2015, hlm. 116) menyebutkan bahwa komentar warganet dalam kolom komentar dapat membantu YouTuber untuk memahami sentimen dan pendapat warganet terhadap konten YouTube. Komentar warganet dapat mengungkapkan sejauh mana warganet menerima atau menolak pesan yang terdapat dalam konten (Chung, 2015, hlm. 116). Ada beberapa indikator yang menunjukkan tanggapan positif dari warganet terhadap konten kita. Bareket (2016, hlm. 790) menyebutkan bahwa cara yang paling terukur untuk melihat jumlah warganet yang menyukai dan tidak menyukai adalah dengan cara melihat jumlah “suka” dan komentar sebagai umpan balik dari warganet. Tentu, selain konsistensi YouTuber dalam membuat konten bermuatan kebanggaan berbahasa Indonesia, persepsi warganet pun menjadi faktor eksternal terbesar dalam keberlangsungan sebuah kanal YouTube.

Saifullah (2019, hlm. 46) menyebutkan bahwa ada tiga kategori yang dapat digunakan untuk menganalisis anggapan dari penanggap berdasarkan karakteristik proposisi, yaitu (1) proposisi mendukung, (2) proposisi membantah, dan (3) proposisi ambigu. Merujuk pada teori tersebut, peneliti akan mengategorikan respons warganet ke dalam tiga kategori, yaitu proposisi mendukung konten-konten YouTube Nihongo Mantappu, proposisi membantah/menolak konten-konten YouTube Nihongo Mantappu, dan proposisi ambigu/netral.

Ada dua penelitian terdahulu yang relevan dengan persepsi warganet. **Pertama**, penelitian dari Gumiar (2022) melalui

penelitiannya yang berjudul “Sikap Bahasa Warganet Terhadap Konten Digital Berbahasa Dayak Ngaju” menunjukkan bahwa warganet memiliki sikap positif terhadap konten YouTube NOC TV yang bermuatan bahasa Dayak Ngaju. Itu ditandai dengan banyaknya komentar warganet yang menggunakan bahasa Dayak Ngaju sebanyak 49,37%. Bahasa yang digunakan pun mengandung makna yang positif sebesar 54,43%. Namun, jumlah konten yang bermuatan kebahasaan jauh lebih sedikit dibandingkan unsur non-kebahasaan yaitu sebesar 70,89%. **Kedua**, penelitian dari Bareket-Bojmel, Moran, dan Syahar (2016) dengan judul “Strategic self-presentation on Facebook: Personal motives and audience response to online behavior” yang menunjukkan bahwa postingan yang mencerminkan citra diri yang positif akan mendapatkan umpan balik yang positif pula, tetapi itu bukanlah sesuatu yang statis. Artinya, postingan bermuatan negatif pun kerap kali mendapatkan peningkatan jumlah “suka” dan komentar yang mendukung. **Ketiga**, Chung (2015) dengan judul “Antismoking campaign videos on YouTube and audience response: Application of social media assessment metrics” menunjukkan bahwa komentar warganet terhadap konten video tentang kampanye antimerokok didominasi oleh dukungan/repons yang bermuatan positif daripada respons negatif.

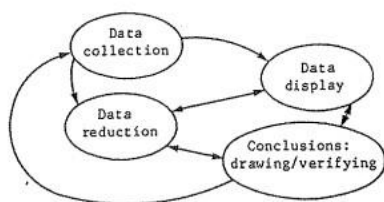
Berdasarkan tiga penelitian di atas, *novelty*/kebaruan penelitian ini adalah objek penelitian dan teori. Penelitian ini berfokus pada respons/persepsi warganet terhadap konten yang bermuatan kebanggaan berbahasa Indonesia dalam kanal YouTube Nihongo Mantappu dengan bantuan analisis anggapan penanggap dari Saifullah (2019). Teori anggapan penanggap terdiri atas tiga preposisi, yaitu preposisi mendukung, preposisi membantah, dan preposisi ambigu/netral (Saifullah, 2019). Dengan begitu, persepsi warganet terhadap konten YouTube Nihongo Mantappu akan terlihat dengan jelas berdasarkan klasifikasinya.

Penelitian ini penting dilakukan untuk melihat antusiasme, ketertarikan, dan keberterimaan warganet terhadap konten YouTube yang bermuatan kebanggaan berbahasa Indonesia. Itu disebabkan persepsi warganet menjadi faktor eksternal terbesar yang mempengaruhi keberlangsungan suatu kanal YouTube. Semakin banyak warganet yang menyukai konten YouTube tersebut, maka kanal YouTube tersebut akan semakin berkembang. Selain berguna bagi YouTuber, penelitian ini pun dapat menambah data bagi lembaga bahasa terkait kanal-kanal YouTube yang mengenalkan bahasa Indonesia di ruang virtual. Lalu, banyaknya warganet yang menyukai konten YouTube yang bermuatan kebanggaan berbahasa Indonesia dapat dijadikan sebagai salah satu peluang oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan dan Badan Bahasa untuk mengampanyekan, mengembangkan, dan menyebarkan bahasa Indonesia di ruang virtual melalui konten-konten YouTube yang edukatif dan kreatif sehingga penyebarannya menjadi jauh lebih luas dan masif. Dengan begitu, semakin banyak konten YouTube bermuatan kebanggaan berbahasa Indonesia maka misi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan untuk mendorong bahasa Indonesia menjadi bahasa resmi Perserikatan Bangsa-bangsa (PBB) pada tahun 2045 akan cepat terwujud. Terlebih, bidikan target tersebut merupakan bentuk upaya pemerintah untuk mewujudkan amanat UU No. 24 Tahun 2009 pasal 44 ayat (1) yang berbunyi, “Pemerintah meningkatkan fungsi bahasa Indonesia menjadi bahasa Internasional secara bertahap, sistematis, dan berkelanjutan”.

B. METODE

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan teoretis sosiolinguistik dan sintaksis. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan persepsi

warganet terhadap konten YouTube yang bermuatan kebanggaan berbahasa Indonesia dalam kanal YouTube Nihongo Mantappu. Data penelitian ini berupa komentar tertulis warganet yang bersumber dari kanal YouTube Nihongo Mantappu. Untuk itu, data penelitian ini akan dikumpulkan menggunakan metode teknik catat. Lalu, data dianalisis menggunakan metode analisis data model Miles dan Huberman (1994).



Gambar 1. Teknik Analisis Data Model Miles dan Huberman (1994)

Data penelitian dibatasi pada video yang diunggah pada tanggal 5 Juni 2020 s.d. 14 April 2021. Video yang telah diunggah pada kurun waktu tersebut berjumlah 185 buah video. 185 video tersebut dijadikan sebagai populasi data dalam penelitian ini. Kemudian, 185 buah video tersebut dipilih kembali berdasarkan video-video yang memuat kebanggaan berbahasa Indonesia. Dengan begitu, lima buah video yang memuat kebanggaan berbahasa Indonesia dipilih sebagai sampel penelitian.

Tabel 1. Data dan Sumber Data

No.	Video	Tautan
1	Judul: “Cinta Kebudayaan Indonesia, Orang Jepang ini Kuliah Jurusan Bahasa Indonesia” Waktu publikasi: 5 Juni 2020	https://www.youtube.com/watch?v=JCS4mW6sOsc&t=70s
2	Judul: “Tes 3 Orang Jepang Tulis Bahasa Indonesia! Sejago apa ya Mereka?” Waktu publikasi: 14 April 2021	https://www.youtube.com/watch?v=ZB5iOkdlUxc&t=1024s
3	Judul: “Jerome vs Erika Tes Pengetahuan Bahasa Indonesia Seru Banget!” Waktu publikasi: 16 November 2020	https://www.youtube.com/watch?v=MBvJ87x4i3M&t=916s
4	Judul: “Quiz Orang Jepang Tulis Nama-nama Orang Terkenal Indonesia! (Renatta Moeloek, dll) pt.2” Waktu publikasi: 10 Januari 2021	https://www.youtube.com/watch?v=xLuu0OwDvXs&t=176s
5	Judul: “Tes Orang Jepang Tulis Bahasa Indonesia! Wasedaboys Ngakak!” Waktu publikasi: 27 Juli 2020	https://www.youtube.com/watch?v=NcqxFqWH6Q&t=147s

Berdasarkan lima buah video di atas, penelitian ini akan melihat persepsi/komentar warganet terhadap lima buah konten video tersebut. Persepsi warganet diklasifikasikan ke dalam tiga bentuk, yaitu preposisi mendukung, preposisi membantah, dan preposisi ambigu/netral. Tiga preposisi tersebut merupakan teori anggapan penanggap dari

Saifullah (2019). Untuk itu, dibuatlah indikator dari masing-masing preposisi sebagai berikut.

(1) Indikator Proposisi Mendukung:

- jumlah menyukai lebih besar daripada jumlah tidak menyukai;
- komentar verbal dan nonverbal yang digunakan mengandung makna positif; dan

- c) komentar verbal dan nonverbal yang digunakan setuju dengan isi konten YouTube Nihongo Mantappu.
- (2) Indikator Proposisi Membantah:
 - a) jumlah menyukai lebih sedikit daripada jumlah tidak menyukai;
 - b) komentar verbal dan nonverbal yang digunakan mengandung makna negatif; dan
 - c) komentar verbal dan nonverbal yang digunakan menentang/tidak setuju dengan isi konten YouTube Nihongo Mantappu.
- (3) Indikator Proposisi Ambigu/Netral:
 - a) jumlah menyukai sama banyak dengan jumlah tidak menyukai;
 - b) komentar verbal dan nonverbal yang digunakan tidak mengandung makna positif dan negatif; dan
 - c) komentar verbal dan nonverbal yang digunakan tidak setuju dan tidak pula menentang (netral) isi konten YouTube Nihongo Mantappu.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi warganet terhadap konten bermuatan kebanggaan berbahasa Indonesia di kanal YouTube Nihongo Mantappu didominasi oleh persepsi yang termasuk ke dalam preposisi mendukung. Itu dibuktikan melalui (1) jumlah menyukai lebih banyak daripada tidak menyukai, (2) komentar verbal dan nonverbal yang digunakan mengandung makna positif, dan (3) komentar verbal dan nonverbal yang digunakan setuju dengan isi konten YouTube Nihongo Mantappu. Data persepsi di atas menunjukkan bahwa persepsi warganet lebih banyak yang mendukung dan menyukai konten YouTube Nihongo Mantappu yang bermuatan kebanggaan berbahasa Indonesia. Persepsi itu pun diwujudkan melalui komentar yang dituliskan secara lugas. Komentar tersebut kemudian dilakukan analisis frasa dan kalimat sehingga ditemukanlah penggunaan kelas kata yang paling banyak digunakan oleh warganet dalam mengekspresikan dukungannya seperti di bawah ini.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Tabel 2. *Kategori Kelas Kata dan Jumlah Kemunculannya*

No.	Kategori	Jumlah
1.	Kalimat eksklamatif	30
2.	Frasa nominal pengkhususan nama	26
3.	Frasa adjektival derajat	15
4.	Frasa verbal keinginan	6
5.	Frasa preposisional lokatif keberadaan	6
6.	Frasa verbal negatif	3
7.	Frasa nominal negatif	2
8.	Frasa verbal keharusan	1
9.	Frasa verbal perfektif/kesudahan	3
10.	Frasa verbal kekinian	3
11.	Frasa verbal futuratif perfektif	2
12.	Frasa adjektival derajat superlatif	1
13.	Frasa preposisional kecaraan	1
14.	Frasa preposisional identifikasi	1
15.	Frasa preposisional temporal	1
16.	Frasa preposisional lokatif asal	1

17.	Frasa preposisional similatif	1
18.	Frasa preposisional kausatif	1
19.	Frasa verbal keakanan	1
20.	Kalimat majemuk cara	1
21.	Frasa preposisional tujuan	1
22.	Frasa verbal kesanggupan	1
23.	Kalimat ajakan	1
24.	Kalimat imperatif	1
25.	Kalimat deklaratif	1
26.	Kalimat majemuk kegunaan	1

Berdasarkan tabel di atas, komentar warganet mayoritas mengandung kalimat eksklamatif. Komentar-komentar itu termasuk ke dalam eksklamatif/interjeksi karena menunjukkan perasaan kagum warganet terhadap konten YouTube Nihongo Mantappu (Tarno & Iswanto, 2019, hlm. 198). Selain itu, komentar warganet pun selalu menekankan frasa nominal pengkhususan nama, seperti bahasa Indonesia, bahasa Jepang, orang Indonesia, orang Jepang, dan lain-lain. Lebih jelasnya akan dijelaskan pada bagian pembahasan di bawah ini.

Pembahasan

Data bahasa yang telah direduksi akan diklasifikasikan ke dalam tiga bentuk, yaitu preposisi mendukung, preposisi membantah, dan preposisi ambigu. Saifullah (2019) menyebutkan bahwa anggapan penanggap harus dikaji wujud bahasanya. Oleh karena itu, data bahasa yang telah diklasifikasikan ke dalam tiga bentuk preposisi akan dideskripsikan dan dianalisis menggunakan analisis sintaksis.

- a. **Analisis Video 1:** “Cinta Kebudayaan Indonesia, Orang Jepang Ini Kuliah Jurusan Bahasa Indonesia”
(https://www.youtube.com/watch?v=JC_S4mW6sOsc&t=70s)

Video pertama yang berjudul “Cinta Kebudayaan Indonesia, Orang Jepang Ini Kuliah Jurusan Bahasa Indonesia” yang dipublikasikan pada 5 Juni 2020 dan sudah ditonton sebanyak 3.261.812 kali. Konten ini disukai oleh 161.000 penonton dan tidak ada

penonton yang menekan tombol *dislike*/tidak menyukai. Video ini pun mendapat komentar sebanyak 13 ribu komentar dan mayoritas berisi komentar positif. Berdasarkan data tersebut, video ini termasuk ke dalam preposisi mendukung karena memenuhi indikator ke-1, jumlah menyukai lebih banyak daripada tidak menyukai. Persepsi warganet mayoritas termasuk ke dalam preposisi mendukung karena komentarnya bermuatan positif, mendukung, dan setuju terhadap isi kontennya seperti berikut ini.

Preposisi Mendukung

Berikut adalah beberapa persepsi warganet yang termasuk ke dalam preposisi mendukung.

- (1) *Jerome, saya bangga pdmu. Kamu org Indonesia yg luar biasa, bisa menghargai budaya Jepang dg tetap bangga jadi Indonesia. Sukses trs anak muda, semoga muda lainnya bisa ikuti karakter Jerome: ramah, suka bergaul, ceria dan kontennya sll 'pas banget'. Semoga Mentri Pendidikan berhasil d raih, nntinya. Salam dari Aceh.*
- (2) *Keren  org Jepang aja suka sama Indonesia bahkan sampe belajar bhs kita, nahn apalagi kita, seharusnya hrs tambah bangga dong jadi orang Indonesia     *
- (3) *Bangga sama bahasa Indonesia   *
- (4) *Orang Jepang aza suka bngt budaya Indonesia. Kita yg orang Indo...musti*

lebih dan lebih untuk mencintai budaya kita.

(5)Semoga saja dgn konten abg jerome ini menjdi inspirasi utk seluruh pemuda/i Indonesia 😊👍

Berdasarkan data di atas, frasa “org Indonesia” dan “budaya Jepang” pada data (1) termasuk ke dalam frasa nominal pengkhususan nama. Frasa tersebut tersusun atas nomina selaku penguasa diikuti nomina selaku pembatas dalam hubungan endosentrik atributif, peran unsur langsungnya (Tarno & Iswanto, 2019, hlm. 40). Lalu, data (1) pun mengandung kalimat eksklamatif, khususnya pada kalimat “Jerome, saya bangga pdmu” dan “kamu org Indonesia yg luar biasa”. Kalimat tersebut termasuk ke dalam kalimat eksklamatif/interjeksi karena kalimatnya menunjukkan perasaan kagum warganet terhadap Jerome Polin Sijabat (Tarno & Iswanto, 2019, hlm. 198). Selanjutnya, data (1) mengandung frasa verbal keinginan, khususnya pada bagian “sukses terus anak muda”, “semoga muda lainnya bisa ikuti karakter Jerome”, dan “semoga Menteri Pendidikan berhasil d raih”. Data tersebut ditandai dengan adanya kata “semoga” yang menunjukkan harapan atau keinginan warganet ke depannya, sehingga peran unsur langsungnya menyatakan ‘keinginan untuk melakukan tindakan pada intinya’ (Tarno & Iswanto, 2019, hlm. 53).

Data bahasa nomor (2) mengandung kalimat eksklamatif, khususnya pada kalimat “Keren 🤩”. Kalimat tersebut termasuk ke dalam kalimat eksklamatif/interjeksi karena kalimatnya menunjukkan perasaan kagum warganet terhadap konten YouTube Nihongo Mantappu (Tarno & Iswanto, 2019, hlm. 198). Selain itu, emotikon berbentuk 🤩 mengandung makna yang positif. Emotikon tersebut menunjukkan bahwa konten YouTube Nihongo Mantappu sangat bagus dan warganet itu menyukainya. Lalu, data (2) pun mengandung frasa verbal keharusan, khususnya bagian “seharusnya hrs tambah

bangga”. Frasa tersebut berperan untuk menyatakan ‘keharusan’ atau ‘kepastian’ (Tarno & Iswanto, 2019, hlm. 51). Selain itu, data (2) memiliki frasa “org Jepang” dan “orang Indonesia” yang termasuk ke dalam frasa nominal pengkhususan nama.

Data bahasa nomor (3) mengandung kalimat eksklamatif, khususnya kalimat “Bangga sama bahasa Indonesia 🤩🤩🤩”. Kalimat tersebut termasuk ke dalam kalimat eksklamatif/interjeksi karena kalimatnya menunjukkan perasaan kagum warganet terhadap konten YouTube Nihongo Mantappu (Tarno & Iswanto, 2019, hlm. 198). Selain itu, emotikon 🤩 mengandung makna yang positif. Emotikon hati menunjukkan bahwa warganet sepenuh hati mencintai bahasa Indonesia. Selain itu, data nomor (2) pun tersusun atas frasa “bahasa Indonesia” yang termasuk ke dalam frasa nominal pengkhususan nama.

Data bahasa nomor (4) mengandung frasa nominal pengkhususan nama, khususnya frasa “orang jepang” dan “orang indo”. Frasa tersebut tersusun atas nomina selaku penguasa diikuti nomina selaku pembatas dalam hubungan endosentrik atributif, peran unsur langsungnya (Tarno & Iswanto, 2019, p. 40). Selain itu, data ini pun mengandung frasa verbal keharusan, lebih tepatnya frasa “musti lebih dan lebih untuk mencintai budaya kita”. Frasa tersebut berperan untuk menyatakan ‘keharusan’ atau ‘kepastian’ (Tarno & Iswanto, 2019, hlm. 51). Kata “musti” merupakan bentuk tidak baku dari kata “mesti” yang memiliki makna pasti, tentu; tidak boleh tidak, harus. Jika dilihat dari konteks komentarnya, warganet yang memberikan komentar tersebut menyebutkan bahwa masyarakat Indonesia harus lebih mencintai budaya bangsa Indonesia.

Data nomor (5) mengandung frasa verbal keinginan, khususnya bagian “semoga saja dengan konten jerome ini menjdi inspirasi (...)”. Kalimat tersebut memiliki kata “semoga” yang berarti “moga-moga” atau berarti sebuah pengharapan atau keinginan.

Tarno dan Iswanto (2019, hlm. 53) menyebutkan bahwa frasa verbal keinginan memiliki peran langsung untuk menyatakan keinginan. Selain itu, frasa “pemuda/i Indonesia” termasuk ke dalam frasa nominal pengkhususan nama. Selain itu, emotikon 😊 dan 🇮🇩 mengandung makna yang positif. Emotikon wajah yang sedang tersenyum menandakan bahwa warganet itu senang setelah menonton konten YouTube. Terakhir, emotikon kedua belah tangan yang ditempelkan berarti sebuah pengharapan agar muda/i Indonesia lainnya bisa terinspirasi oleh Jerome.

b. Analisis Video 2: “Tes 3 Orang Jepang Tulis Bahasa Indonesia! Sejago apa ya Mereka!?”

(<https://www.youtube.com/watch?v=ZB5iOkdlUxc&t=1024s>)

Video kedua berjudul “Tes 3 Orang Jepang Tulis Bahasa Indonesia! Sejago apa ya Mereka!?” dipublikasikan pada **14 April 2021** dan sudah ditonton sebanyak 709.199 kali. Konten ini disukai oleh 44.000 penonton dan tidak ada penonton yang menekan tombol *dislike*/tidak menyukai. Video ini pun mayoritas mendapatkan komentar positif. Berdasarkan data tersebut, video ini termasuk ke dalam preposisi mendukung karena memenuhi indikator ke-1, jumlah menyukai lebih banyak daripada tidak menyukai. Selain melihat dari jumlah suka dan tidak suka, penelitian ini juga akan melihat dari komentar tertulis warganet dalam kolom komentar.

1. Preposisi Mendukung

Berikut adalah beberapa persepsi warganet yang termasuk ke dalam preposisi mendukung.

(1)Bangga bila negara dan bahasa kita dikenal. Terima kasih nak yg membuat NKRI dikenal dan ingin dikunjungi oleh turis mancanegara.

(2)Seneng banget deh liat orang jepang yg suka belajar bahasa indonesia!!! Aku sebagai orang indonesia ngerasa bangga banget! 🇮🇩 🇮🇩

(3)Saya bangga dengan Indonesia. Bahasa Indonesia sekarang sudah dikenal di dunia. Anda telah membawa harum nama Indonesia dengan memperkenalkan bahasa Indonesia, makanan khas nya, permainan nya, dll. 🇮🇩 🇮🇩 🇮🇩. Arigatou gozaimasu. Sekarang banyak orang luar negeri yang ingin belajar bahasa Indonesia. Anda sangat baik dan juga ramah

(4)Salut dengan bang Jerome dan orang orang Indonesia yang ada di luar sana, selalu ingin memperkenalkan budaya Indonesia walaupun berada di luar negeri. Contohnya yang kayak di video ini, bang Jerome memperkenalkan bahasa Indonesia ke mereka semua, Udahlah pokoknya bangga banget !!

(5)Akhirnyaaa video education ada lagi, Aku dah lama nunggu yang kayak gini lagii. Makasih Bang Jerome

Berdasarkan data bahasa nomor (1), kalimat “Bangga bila negara dan bahasa kita dikenal” termasuk ke dalam kalimat eksklamatif sebab kalimat tersebut menunjukkan perasaan kagum. Itu ditandai melalui kata “bangga” yang bermakna besar hati, merasa gagah (karena mempunyai keunggulan). Lalu, frasa “ingin dikunjungi” termasuk ke dalam frasa verbal keinginan. Tarno dan Iswanto (2019, hlm. 53) menyebutkan bahwa frasa verbal keinginan memiliki peran langsung untuk menyatakan keinginan. Selain data bahasa nomor (1), data bahasa nomor (2) pun mengandung kalimat eksklamatif, khususnya pada kalimat “seneng banget deh liat orang jepang yg suka belajar bahasa Indonesia!” dan “aku sebagai orang Indonesia ngerasa bangga banget!”. Kedua buah kalimat tersebut dikatakan sebagai kalimat eksklamatif karena menunjukkan perasaan bahagia dan bangga karena bahasa Indonesia disukai oleh masyarakat Jepang. Frasa yang menjadi penanda kalimat eksklamatif adalah frasa “seneng banget” dan “bangga banget”. Kedua frasa tersebut pun termasuk ke dalam

frasa adjektival derajat. Frasa ini dibangun dengan pola penguasa-pembatas. Peran pembatasnya menyatakan ‘derajat atau tingkat perbandingan sifat yang dinyatakan penguasanya’ (Tarno & Iswanto, 2019, hlm. 58). Lalu, data nomor (2) pun memiliki frasa “orang jepang”, “bahasa Indonesia”, dan “orang Indonesia” yang ketiganya termasuk ke dalam frasa nominal pengkhususan nama. Selain itu, pada data nomor (2) terdapat dua buah emotikon, seperti 🇮🇩 dan 🇮🇩. Kedua emotikon tersebut menandakan bahwa warganet terharu, menangis bahagia, dan hatinya tersentuh oleh konten YouTube Nihongo Mantappu.

Sama halnya dengan data nomor (1) dan (2), data nomor (3) pun mengandung kalimat eksklamatif berupa “saya bangga dengan Indonesia”. Kalimat tersebut menunjukkan perasaan kagum terhadap Indonesia. Itu ditandai melalui kata “bangga”. Lalu, frasa “sekarang sudah dikenal” termasuk ke dalam frasa verbal futuratif perfektif. Frasa tersebut menandakan bahwa tindakan atau peristiwa yang dinyatakan oleh warganet sudah berlangsung, tetapi masih berlangsung hingga saat ini (Tarno & Iswanto, 2019, hlm. 52). Data ini pun mengandung frasa verbal perfektif/kesudahan, khususnya frasa “telah membawa”. Frasa tersebut menunjukkan bahwa peristiwa Jerome yang mengharumkan nama Indonesia sudah terjadi. Selain itu, frasa “sekarang banyak orang luar (...)” termasuk ke dalam frasa verbal kekinian. Itu ditandai dengan penggunaan kata “sekarang” yang menunjukkan bahwa peristiwa sedang berlangsung (Tarno & Iswanto, 2019, hlm. 52). Selain frasa yang berkaitan dengan waktu, data nomor (3) juga mengandung frasa nominal pengkhususan nama, seperti frasa “bahasa Indonesia”. Selanjutnya, frasa “di dunia” termasuk ke dalam frasa preposisional lokatif keberadaan. Frasa tersebut menunjukkan bahwa pembatasnya menjadi ‘tempat bagi keberadaan sesuatu yang berdistribusi dengan frasa preposisional tersebut’ (Tarno & Iswanto,

2019, hlm. 63). Terakhir, data ini mengandung frasa adjektival derajat, khususnya “sangat baik”. Frasa tersebut menyatakan intensitas, berfungsi sebagai pembatas, dan bersifat endosentri atributif (Tarno & Iswanto, 2019, hlm. 58).

Kalimat “Salut dengan bang Jerome dan orang orang Indonesia yang ada di luar sana (...)” dan “Udahlah pokoknya bangga banget!!” pada data bahasa nomor (4) termasuk ke dalam kalimat eksklamatif. Kedua kalimat tersebut menunjukkan perasaan kagum warganet terhadap upaya Jerome dalam mengenalkan Indonesia ke mancanegara. Data ini pun dibangun oleh frasa nominal pengkhususan nama, lebih tepatnya pada frasa “orang Indonesia” dan “budaya Indonesia”. Ada pula frasa “bangga banget!!” yang termasuk ke dalam frasa adjektival derajat. Frasa ini dibangun dengan pola penguasa-pembatas. Peran pembatasnya menyatakan ‘derajat atau tingkat perbandingan sifat yang dinyatakan penguasanya’ (Tarno & Iswanto, 2019, hlm. 58). Sementara itu, data bahasa nomor (5) memiliki frasa verbal futuratif perfektif, khususnya frasa “dah lama tunggu”. Itu menunjukkan bahwa warganet sudah menanti konten terbaru dari kanal YouTube Nihongo Mantappu dan masih terus menunggu sampai saat ini.

2. Preposisi Membantah

Video ini pun mengandung persepsi warganet yang membantah, baik itu isi konten ataupun lainnya. Ada satu buah komentar yang menganggap bahwa isi konten Jerome ada yang keliru. Akan tetapi, jika dilihat dari konteksnya, persepsi ini lebih bertujuan untuk memberitahu dan membenarkan kekeliruan tersebut. Berikut adalah persepsi warganet yang termasuk ke dalam preposisi membantah.

Izin koreksi, ya, Bang Jer. Cenderawasih bukan cendrawasih, ritsleting bukan resleting, mangkuk (cawan) bukan mangkok, dan untuk kata mempertanggungjawabkan jika tidak muat ditulis/diketik dalam satu baris

diberi tanda hubung (-). Semoga bermanfaat 😊

Berdasarkan data di atas, ditemukan tiga buah frasa verbal negatif yang ditandai dengan penggunaan kata “bukan”. Data tersebut adalah “Cenderawasih bukan cendrawasih”, “ritsleting bukan resleting”, dan “mangkuk (cawan) bukan mangkok. Selain itu, data nomor 5 pun mengandung frasa verbal keinginan, khususnya pada bagian “semoga bermanfaat”. Itu menunjukkan bahwa warganet yang memberikan persepsi tersebut berharap itu akan berguna untuk bahan perbaikan.

3. Preposisi Ambigu/Netral

Persepsi warganet pun ada yang termasuk kategori ambigu. Artinya, tidak ditemukan data secara verbal yang menunjukkan ketertarikan atau ketidaksukaannya terhadap konten Nihongo Mantappu. Berikut adalah persepsi warganet yang termasuk ke dalam kategori preposisi ambigu/netral.

(1) Menurut ku orang Jepang itu susah bedain antara huruf: L Sama R. Penggunaan huruf H . Enggak bisa sebut ENG. Letak huruf yang suka ketuker 😊. Jadi itulah kenapa bagi orang Jepang bahasa Indonesia susah. 😊

(2) Sebenarnya bahasa indonesia super simple, hampir semua yang diucapkan sama dengan apa yang ditulis dan konsisten dengan tata cara baca abjadnya, jadi kalo mau belajar spelling tinggal apalin aja tata cara baca abjadnya, contohnya b ketemu a hampir di semua kata bacanya ba, beda banget sama bahasa inggris dan prancis

Berdasarkan data di atas, data nomor (1) mengandung frasa nominal pengkhususan nama, khususnya frasa “orang Jepang” dan “bahasa Indonesia”. Selain data nomor (2), data bahasa nomor (2) pun mengandung frasa nominal pengkhususan nama, seperti “bahasa Indonesia” dan “bahasa inggris dan prancis”. Selain itu, data ini pun memiliki frasa “super simple” dan “beda banget” yang

termasuk ke dalam frasa adjektival derajat. Frasa ini dibangun dengan pola penguasa-pembatas. Peran pembatasnya menyatakan ‘derajat atau tingkat perbandingan sifat yang dinyatakan penguasanya’ (Tarno & Iswanto, 2019, hlm. 58).

c. Analisis Video 3: “Jerome vs Erika Tes Pengetahuan Bahasa Indonesia Seru Banget!”

(<https://www.youtube.com/watch?v=M BvJ87x4i3M&t=916s>)

Video ketiga yang berjudul “Jerome vs Erika Tes Pengetahuan Bahasa Indonesia Seru Banget!” dipublikasikan pada **16 November 2020** dan sudah ditonton sebanyak 1.699.548 kali. Konten ini disukai oleh 107.000 penonton dan tidak ada penonton yang menekan tombol *dislike*/tidak menyukai. Video ini pun mayoritas mendapatkan komentar positif. Berdasarkan data tersebut, video ini termasuk ke dalam preposisi mendukung karena memenuhi indikator ke-1, jumlah menyukai lebih banyak daripada tidak menyukai. Selain melihat dari jumlah suka dan tidak suka, penelitian ini juga akan melihat dari komentar tertulis warganet dalam kolom komentar.

1. Preposisi Mendukung

Berikut adalah beberapa persepsi warganet yang termasuk ke dalam preposisi mendukung.

(1) SUMPAH KEREN BANGET
CONTENT KAYAK GINI!!

😊😊❤️❤️ nambah banyak banget hal baruu, semangat terus baang
❤️❤️

(2) Saya suka sekali memperkaya kosakata bahasa Indonesia saya, dan senang sekali melihat langkah Badan Bahasa yang menggandeng Nihongo Mantappu seperti ini, harapannya pengetahuan seperti ini bisa menjangkau lebih banyak orang! Terima kasih!

(3) Lembaga-lembaga lain harus membuat kegiatan semacam begini.

Buktinya banyak yang nonton, ilmunya dapat. Ini konten terbaik dari Jerome menurut saya. Lanjut lagi episode tentang Bahasa Indonesia lainnya.

(4) konten kali ini seru banget kak! makasih udah mengangkat konten edukatif yang fun kaya gini. aku wow dan tambah terbuka lagi wawasannya tentang Indonesia. Apalagi sering banget tuh kalau di sekolah masih bingung kata baku, penulisan ejaan, dll. Nonton youtube kaya gini bisa bikin seneng malem2 sambil kerjain PR sekaligus denger fakta baru dan penjelasan yang menarik banget. semoga semakin banyak ya konten youtube kaya gini dan bisa mencerdaskan anak bangsa dengan cara yang super asik! semangat terus kak^

(5) Terima kasih buat Nihongo Mantappu (bang Jer), Erikacang (kak Erika), Kemendikbud dan the legend Bang Ian karena sudah membuat konten seperti ini. Sebagai seorang yang bukan WNI, justru saya belajar banyak hal dari video kali ini. Kalau di sini, diftong itu ada 3 saja yaitu ai, au, dan oi. Antara semua part, saya suka bagian 'lantatur' dan 'mancakrida' itu, baru pernah dengar 😊 Mantap 🙌

Berdasarkan data nomor (1) di atas, kalimat “sumpah keren banget content kayak gini!!” termasuk ke dalam kalimat eksklamatif sebab menunjukkan perasaan kagum pada konten YouTube Nihongo Mantappu. Persepsi itu diperkuat dengan ditambahkannya emotikon yang sedang menangis bahagia dan emotikon hati berwarna putih, seperti 😊 😊 ❤️ ❤️. emotikon tersebut menandakan bahwa warganet merasa sangat bahagia dan menyukai konten YouTube ini. Lalu, ada pula frasa “keren banget” dan “banyak banget” yang termasuk ke dalam frasa adjektival derajat. Selanjutnya, data nomor (2) pun memiliki kalimat eksklamatif, khususnya pada kalimat “saya suka sekali

memperkaya kosakata bahasa Indonesia saya”. Kalimat tersebut secara lugas menyatakan kesukaan/ketertarikan warganet terhadap konten YouTube. Selain itu, data nomor (2) mengandung frasa adjektival derajat superlatif, khususnya frasa “suka sekali” dan “senang sekali”. Fungsi frasa tersebut sama dengan penguasanya (Tarno & Iswanto, 2019, hlm. 59).

Selain data nomor (1) dan (2), data nomor (3) pun mengandung kalimat eksklamatif, seperti “Ini konten terbaik dari Jerome menurut saya” dan “aku wow dan tambah terbuka lagi wawasannya tentang Indonesia”. Keduanya menggambarkan perasaan kagum akan konten-konten YouTube Nihongo Mantappu. ketertarikannya terhadap konten YouTube Nihongo Mantappu, membuat warganet meminta lembaga lain untuk membuat konten yang edukatif dan bermanfaat, seperti Nihongo Mantappu. Itu ditandai dengan hadirnya frasa verbal keharusan berupa “harus membuat”. Tidak sampai di situ, warganet pun meminta YouTuber, Jerome Polin Sijabat, untuk terus konsisten membuat konten-konten sejenis ini. Itu pun ditandai dengan hadirnya frasa verbal keinginan berupa “lanjut lagi episode tentang bahasa Indonesia”. Walaupun tidak ada kata “ingin”, tetapi permintaan atau keinginan untuk melihat konten sejenis ditandai melalui frasa “lanjut lagi”. Selain itu, data nomor (3) pun mengandung frasa nominal pengkhususan nama, seperti “bahasa Indonesia”.

Sama seperti bagian sebelumnya, data nomor (4) pun mengandung kalimat eksklamatif, seperti “konten kali ini seru banget kak!”. Kalimat tersebut termasuk ke dalam kalimat eksklamatif/interjeksi karena menunjukkan perasaan kagum terhadap konten YouTube ini. Ditambah dengan adanya frasa adjektival derajat berupa “seru banget” dan “super asik”. Selain itu, data nomor (4) pun mengandung frasa verbal perfektif/kesudahan, khususnya “udah mengangkat”, yang berarti peristiwa tersebut

sudah terjadi. Selain menandakan kesudahan, ada pula frasa “masih bingung” yang termasuk ke dalam frasa verbal kekinian yang berarti warganet itu sampai saat ini masih banyak mengalami kesulitan dalam belajar bahasa Indonesia. Lalu, ada frasa “di sekolah” yang termasuk ke dalam frasa preposisional lokatif keberadaan. Frasa tersebut menunjukkan bahwa pembatasnya menjadi ‘tempat bagi keberadaan sesuatu yang berdistribusi dengan frasa preposisional tersebut’ (Tarno & Iswanto, 2019, hlm. 63). Data nomor (4) ini pun mengandung frasa preposisional kecaraan, seperti “dengan cara yang super asik!”. Frasa tersebut menunjukkan bahwa belajar bisa dengan cara yang asyik melalui konten YouTube yang kreatif dan edukatif.

Data nomor (5) mengandung frasa preposisional identifikasi, khususnya frasa “sebagai seorang yang bukan WNI”, yang berarti pembatasnya berperan sebagai pengidentifikasi (Tarno & Iswanto, 2019, hlm. 67). Lalu, ada pula frasa “di sini” yang termasuk ke dalam frasa preposisional lokatif keberadaan. Frasa “di sini” merujuk pada kanal YouTube Nihongo Mantappu. Terakhir, kalimat “saya suka bagian 'lantatur' dan 'mancakrida' itu, baru pernah dengar” dan “Mantap 🤩” yang keduanya termasuk ke dalam kalimat eksklamatif. Keduanya menunjukkan ketertarikan dan perasaan kagum terhadap konten YouTube ini.

2. Preposisi Membantah

Setelah membahas persepsi yang termasuk ke dalam kategori preposisi mendukung, di bawah ini adalah persepsi warganet yang termasuk ke dalam kategori preposisi membantah. Perhatikan contoh di bawah ini.

(1) Tulat bukan istilah baru, gue dari kecil udh tau istilah itu wkwkwk 😂😂 Efek sering dengerin cerita dari nenek sebelum tidur jadi tau istilah² khas bahasa Indonesia

(2) Sepertinya yang benar adalah "sate Padang", bukan "Sate Padang"

karena nama makanan itu pada dasarnya ditulis dengan huruf kecil, seperti bika ambon, rendang, nasi liwet, rawon, termasuk juga sate. Nah, satenya khas Padang, makanya jadi sate Padang.

Berdasarkan data nomor (1) di atas, ditemukan frasa nominal negatif berupa “tulat bukan istilah baru”. Frasa tersebut mengandung kata yang bermuatan negatif, seperti “bukan”. Warganet ini menentang pernyataan YouTuber yang menyatakan bahwa tulat adalah istilah baru. Itu diperkuat melalui komentarnya yang termasuk ke dalam frasa preposisional temporal, seperti “dari kecil udh tahu”. Frasa tersebut menunjukkan penekanan bahwa istilah tulat sudah ada sejak lama. Lalu, data ini pun mengandung frasa verbal keakanan, khususnya frasa “sebelum tidur”, yang berarti aktivitas “tidur” belum terjadi. Selanjutnya, frasa “dari nenek” termasuk ke dalam frasa preposisional lokatif asal. Tarno dan Iswanto (2019, hlm. 64) mendefinisikan bahwa frasa preposisional lokatif asal menunjukkan ‘tempat asal bagi sesuatu’. Itu menunjukkan bahwa warganet ini mengetahui istilah tulat dari neneknya. Kemudian, ada pula frasa “bahasa Indonesia” yang termasuk ke dalam frasa nominal pengkhususan nama.

Data nomor (2) di atas mengandung frasa nominal negatif, khususnya “sate Padang, bukan Sate Padang”. Frasa tersebut membantah cara penulisan “sate Padang” yang berada dalam video. Lalu, warganet pun memberikan contoh cara penulisan serupa. Itu dibuktikan melalui frasa “seperti bika ambon” yang termasuk ke dalam frasa preposisional similitif. Frasa tersebut berperan sebagai pembandingan/penyamaan terhadap sesuatu yang bersangkutan (Tarno & Iswanto, 2019, hlm. 68). Selanjutnya, frasa “satanya khas Padang, makanya jadi sate Padang” termasuk ke dalam frasa preposisional kausatif yang peran pembatasnya menyatakan ‘penyebab’ (Tarno & Iswanto, 2019, hlm. 69).

- d. **Analisis Video 4:** “Quiz Orang Jepang Tulis Nama-nama Orang Terkenal Indonesia! (Renatta Moeloek, dll) pt.2” (<https://www.youtube.com/watch?v=xLuu0OwDvXs&t=176s>)

Video keempat berjudul “Quiz Orang Jepang Tulis Nama-nama Orang Terkenal Indonesia! (Renatta Moeloek, dll) pt.2” dipublikasikan pada **10 Januari 2021** dan sudah ditonton sebanyak 2.423.566 kali. Konten ini disukai oleh 188.000 penonton dan tidak ada penonton yang menekan tombol *dislike*/tidak menyukai. Video ini pun mayoritas mendapatkan komentar positif. Berdasarkan data tersebut, video ini termasuk ke dalam preposisi mendukung karena memenuhi indikator ke-1, jumlah menyukai lebih banyak daripada tidak menyukai. Selain melihat dari jumlah suka dan tidak suka, penelitian ini juga akan melihat dari komentar tertulis warganet dalam kolom komentar.

Preposisi Mendukung

Berikut adalah beberapa persepsi warganet yang termasuk ke dalam preposisi mendukung.

- (1)Selalu bangga tiap bang jer dengan semangat dan tingkat kepercayaan diri yg tinggi, mau memberi pengenalan seputar Indonesia, bahkan nyetel lagu kebangsaan Indonesia di depan temen²nya yg berbeda tanah air, huhu aku bangga:')
- (2)Gk sia² que ngidolain lu bng ❤️ bangga banget sama lu bang Jerome bisa ngenalin Indonesia ke temen² Jepang,sampai ke sejarah²nya..terharu pas bang Jerome ngenalin pahlawan Nasional Indonesia ke Waseda boys sampe badan gemetaran semua 🥰🥰 love u.. so much 🥰🥰🥰
- (3)Bangga banget sama kak Jerome, bisa ngenalin Indonesia ke temen-temen Jepang. Semangat dan sukses kak ❤️

(4)Sumpah disini salut banget sama jerome main games tapi sekalian memperkenalkan nama2 pahlawan dan lagu kebangsaan indonesia. Syukaaa konten seperti ini... Barangkali ada anak2 zaman now yg ga tau jadi tau nama2 pahlawan.. ah mantap ni calon menteri pendidikan indonesia hehe aamiin

(5)Seneng dan bangga, ngelihat konten bang Jerome, yang ingin memperkenalkan budaya Indonesia ke orang luar, lanjutkan Bang. GBU AYO TRENDING!!

Berdasarkan data di atas, data nomor (1) mengandung kalimat majemuk cara, khususnya kalimat “Selalu bangga tiap bang jer dengan semangat dan tingkat kepercayaan diri yg tinggi (...)”. Kalimat tersebut menunjukkan bahwa Jerome Polin Sijabat selalu mengenalkan Indonesia dengan semangat dan percaya diri. Data ini pun mengandung frasa “di depan” yang termasuk ke dalam frasa preposisional lokatif keberadaan. Selain itu, data nomor (1) pun menunjukkan perasaan kagum warganet terhadap upaya Jerome Polin Sijabat yang mengenalkan Indonesia. Itu ditandai oleh adanya kalimat eksklamatif berupa “huhu aku bangga :)”.

Sama halnya dengan data nomor (1), data nomor (2) pun mengandung tiga buah kalimat eksklamatif, yaitu “bangga banget sama lu bang Jerome bisa ngenalin Indonesia ke temen² Jepang,sampai ke sejarah²nya”, “terharu pas bang Jerome ngenalin pahlawan Nasional Indonesia ke Waseda boys sampe badan gemetaran semua 🥰🥰”, dan “love u.. so much”. Data pertama menunjukkan perasaan kagum. Data kedua menunjukkan perasaan haru. Terakhir, data ketiga menunjukkan rasa cinta warganet terhadap kanal YouTube Nihongo Mantappu. Selain kalimat eksklamatif, data nomor (3) pun mengandung frasa nominal pengkhususan nama, khususnya frasa “pahlawan nasional Indonesia” dan “temen² Jepang”. Lalu, data ini pun mengandung frasa “ke Waseda boys”

yang termasuk ke dalam frasa preposisional tujuan. Itu menunjukkan bahwa Jerome Polin Sijabat sudah berhasil mengenalkan Indonesia kepada teman-temannya yang asli dari Jepang.

Data nomor (3) mengandung kalimat eksklamatif, lebih tepatnya kalimat “Bangga banget sama kak Jerome, bisa ngenalin Indonesia ke temen-temen Jepang”. Kalimat tersebut menunjukkan perasaan kagum Warganet terhadap Jerome Polin Sijabat yang sudah berhasil mengenalkan Indonesia kepada teman-temannya. Data ini juga mengandung frasa “bangga banget” yang termasuk ke dalam frasa adjektival derajat. Itu menunjukkan bahwa warganet sudah betul-betul bangga kepada Jerome Polin Sijabat. Frasa “bisa ngenalin” yang termasuk ke dalam frasa verbal kesanggupan menandakan bahwa Jerome Polin Sijabat sanggup dan mampu mengenalkan Indonesia. Lalu, ada pula frasa “temen-temen Jepang” yang termasuk ke dalam frasa nominal pengkhususan nama. Selain data nomor (3), data nomor (4) pun mengandung kalimat eksklamatif, khususnya kalimat “Sumpah disini salut banget sama jerome main games tapi sekalian memperkenalkan nama2 pahlawan dan lagu kebangsaan Indonesia”. Kalimat tersebut menunjukkan perasaan kagum Warganet terhadap Jerome Polin Sijabat. Lalu, frasa “di sini” pada data nomor (4) termasuk ke dalam frasa preposisional lokatif keberadaan. Terakhir, ada frasa “salut banget” yang termasuk ke dalam frasa adjektival derajat. Frasa tersebut menunjukkan bahwa warganet benar-benar merasa salut atau hormat kepada sosok Jerome Polin Sijabat. Terakhir, kalimat eksklamatif juga terdapat pada data nomor (5) berupa “Seneng dan bangga, ngelihat konten bang Jerome, yang ingin memperkenalkan budaya Indonesia ke orang luar, lanjutkan Bang”. Kalimat tersebut menunjukkan perasaan kagum warganet secara eksplisit. Tidak hanya itu, kalimat ajakan berupa “GBU AYO TRENDING!!” juga memperkuat ketertarikan warganet

terhadap konten YouTube Nihongo Mantappu. Warganet ini bahkan mengajak warganet lainnya untuk membuat konten YouTube ini menjadi viral atau terkenal.

e. Analisis Video 5: “Tes Orang Jepang Tulis Bahasa Indonesia! Wasedaboys Ngakak!”

(<https://www.youtube.com/watch?v=NcqxVfqWH6Q&t=147s>)

Video kelima berjudul “Tes Orang Jepang Tulis Bahasa Indonesia! Wasedaboys Ngakak!” dipublikasikan pada **27 Juli 2020** dan sudah ditonton sebanyak 1.306.759 kali. Konten ini disukai oleh 77.000 penonton dan tidak ada penonton yang menekan tombol *dislike*/tidak menyukai. Video ini pun mayoritas mendapatkan komentar positif. Berdasarkan data tersebut, video ini termasuk ke dalam preposisi mendukung karena memenuhi indikator ke-1, jumlah menyukai lebih banyak daripada tidak menyukai. Selain melihat dari jumlah suka dan tidak suka, penelitian ini juga akan melihat dari komentar tertulis warganet dalam kolom komentar.

Preposisi Mendukung

Berikut adalah beberapa persepsi warganet yang termasuk ke dalam preposisi mendukung.

(1) *Terima kasih jerome sudah mengangkat martabat nilai bahasa indonesia di mata dunia internasional . saya tau di instagram khususnya tomo sudah tekun mempelajari bahasa indonesia. progressnya meningkat cepat . congratulation tomo ! mantappu jiwa! tingkatkan terus kontennya yang selalu mengandung nilai moral dan edukasi .*

(2) *Seneng kalau udah nonton channel ini. Banyak hal baru yang bisa dipelajari, atau tau antusias orang jepang belajar tentang indonesia. 🍷🍷*

(3) *Smua kontennya suka wkwk ga ad yg jelek 😊 keren bg Jerome slalu menghibur, konten belajar pun ttp menghibur wkwk.. The best ini channel*

- (4) *sering-sering bikin konten kek gini bang, selain buat ngenalin bahasa kita ke mereka, konten kek gini itu seru dan lucu, apalagi lihat reaksi mereka waktu salah, gokil wkwkwkwk 😂😂*
- (5) *Suka banget kalo liat konten beginian, soalnya gua kadang suka kesusahan kalo nulis bahasa asing, sekarang malah liat orang asing kesusahan nulis bahasa indonesia. Entah mengapa gua seneng 😊😊*

Berdasarkan data bahasa di atas, data nomor (1) mengandung frasa “sudah mengangkat” yang termasuk ke dalam frasa verbal perfektif/kesudahan. Itu ditandai dengan kata ‘sudah’ yang berarti peristiwa sudah terjadi. Lalu, ada pula frasa “bahasa Indonesia” yang termasuk frasa nominal pengkhususan nama. Selanjutnya, frasa “di mata dunia Internasional” termasuk ke dalam frasa preposisional lokatif keberadaan yang ditandai dengan penggunaan preposisi “di”. Frasa preposisi pengkhususan nama juga terdapat dalam data nomor (2) yang berupa “orang Jepang”. Selain itu, data nomor (2) juga mengandung kalimat eksklamatif yang menunjukkan perasaan senang warganet setelah menonton konten YouTube Nihongo Mantappu. Kalimat tersebut berupa “seneng kalau udah nonton channel ini”. Tidak hanya itu, emotikon ❤️❤️ yang dibubuhkan pada bagian akhir komentar pun menandakan warganet menyukai konten YouTube Nihongo Mantappu dengan sepenuh hati.

Data nomor (3) mengandung kalimat eksklamatif/interjeksi yang menunjukkan ketertarikan dan kekaguman warganet terhadap konten YouTube Nihongo Mantappu. Kalimat tersebut berupa “Smua kontennya suka wkwk ga ad yg jelek 😂” dan “keren bg Jerome slalu menghibur”. Selain itu, kalimat “The best ini channel” termasuk ke dalam kalimat deklaratif yang berarti menyatakan bahwa kanal YouTube Nihongo Mantappu adalah kanal YouTube terbaik versi warganet yang memberikan

komentar. Sementara itu, data nomor (4) mengandung kalimat imperatif berupa “sering-sering bikin konten kek gini bang”. Kalimat tersebut menunjukkan bahwa warganet meminta agar Jerome Polin Sijabat bisa intens membuat konten-konten yang sejenis. Lalu, kalimat “selain buat ngenalin bahasa kita ke mereka, konten kek gini itu seru dan lucu” termasuk kalimat majemuk kegunaan yang menunjukkan bahwa konten YouTube Nihongo Mantappu berguna untuk memperkenalkan bahasa Indonesia dan memberikan keseruan terhadap penonton. Terakhir, data nomor (5) mengandung kalimat eksklamatif berupa “Suka banget kalo liat konten beginian”. Kalimat tersebut menunjukkan bahwa warganet menyukai konten YouTube Nihongo Mantappu. Itu diperkuat dengan penggunaan frasa adjektival derajat berupa “suka banget”. Selain itu, data nomor (5) pun mengandung frasa verbal kekinian berupa “sekarang malah liat” yang menunjukkan bahwa peristiwa tersebut masih berlangsung. Itu ditandai dengan penggunaan kata “sekarang”. Selanjutnya, frasa “bahasa Indonesia” termasuk ke dalam frasa nominal pengkhususan nama.

Hasil penelitian ini pun sejalan dengan penelitian dari Gumiar (2022) melalui penelitiannya yang berjudul “Sikap Bahasa Warganet Terhadap Konten Digital Berbahasa Dayak Ngaju” menunjukkan bahwa warganet memiliki sikap positif terhadap konten YouTube NOC TV yang bermuatan bahasa Dayak Ngaju. Itu ditandai dengan banyaknya komentar warganet yang menggunakan bahasa Dayak Ngaju sebanyak 49,37%. Bahasa yang digunakan pun mengandung makna yang positif sebesar 54,43%. Itu menunjukkan bahwa warganet banyak menyukai konten-konten edukatif dan kreatif, serta konten yang senantiasa melestarikan dan mengenalkan bahasa, baik itu bahasa daerah ataupun bahasa Indonesia.

D. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis pada bagian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa persepsi warganet terhadap konten YouTube bermuatan Kebanggaan Berbahasa Indonesia dalam kanal YouTube Nihongo Mantappu termasuk ke dalam preposisi mendukung. Hal itu disebabkan seluruh indikator preposisi mendukung sudah terpenuhi, seperti (1) jumlah menyukai lebih besar daripada jumlah tidak menyukai; (2) komentar verbal dan nonverbal yang digunakan mengandung makna positif; dan (3) komentar verbal dan nonverbal yang digunakan setuju dengan isi konten YouTube Nihongo Mantappu. Itu diperkuat dengan banyaknya penggunaan kalimat eksklamatif yang menunjukkan kekaguman dan ketertarikan terhadap konten YouTube Nihongo Mantappu. Dukungan itu dilontarkan secara eksplisit melalui komentar verbal dan nonverbal, seperti kata “kagum”, “keren”, “salut”, “suka”, dan lain-lain, serta emotikon hati dan acungan jempol. Selain diwujudkan dalam bentuk kalimat eksklamatif, dukungan warganet pun tergambar melalui penggunaan frasa adjektival derajat, seperti “bagus banget” dan “bangga banget”. Tentu, persepsi warganet yang positif dapat menjadi faktor eksternal terbesar dalam keberlangsungan kanal YouTube Nihongo Mantappu.

DAFTAR PUSTAKA

- Balakrishnan, J., & Griffiths, M. D. (2017). Social media addiction: What is the role of content in YouTube? *Journal of Behavioral Addictions*, 6(3), 364–377. <https://doi.org/10.1556/2006.6.2017.058>.
- Bareket-Bojmel, L., Moran, S., & Shahr, G. (2016). Strategic self-presentation on Facebook: Personal motives and audience response to online behavior. *Computers in Human Behavior*, 55, 788–795.
- Bourhis, R. Y. (1983). Language attitudes and self-reports of french-english language usage in quebec. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 4(2–3), 163–179. <https://doi.org/10.1080/01434632.1983.9994109>.
- Bourhis, R. Y., Giles, H., & Tajfel, H. (1973). Language as a determinant of Welsh identity. *European Journal of Social Psychology*, 3(4), 447–460. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2420030407>.
- Callan, V. J., & Gallois, C. (1982). Language Attitudes of Italo-Australian and Greek-Australian Bilinguals. *International Journal of Psychology*, 17(1–4), 345–358. <https://doi.org/10.1080/00207598208247450>.
- Cargile, A. C., Giles, H., Ryan, E. B., & Bradac, J. J. (1994). Language attitudes as a social process: A conceptual model and new directions. *Language and Communication*, 14(3), 211–236. [https://doi.org/10.1016/0271-5309\(94\)90001-9](https://doi.org/10.1016/0271-5309(94)90001-9).
- Chung, J. E. (2015). Antismoking campaign videos on YouTube and audience response: Application of social media assessment metrics. *Computers in Human Behavior*, 51, 114–121.
- Cunningham, S., & Craig, D. (2017). Being ‘really real’ on YouTube: authenticity, community and brand culture in social media entertainment. *Media International Australia*, 164(1), 71–81. <https://doi.org/10.1177/1329878X17709098>.
- Dragojevic, M., & Giles, H. (2016). I Don’t Like You Because You’re Hard to Understand: The Role of Processing Fluency in the Language Attitudes Process. *Human Communication Research*, 42, 396–420. <https://doi.org/10.1111/hcre.12079>.
- Feely, A. J., & Harzing, A. W. (2003). Language management in

- multinational companies. *Cross Cultural Management: An International Journal*, 10(2), 37–52. <https://doi.org/10.1108/13527600310797586>.
- Fernández-Carballo, M. V. (2021). University Students' Attitudes towards the Use of YouTube in the EFL Classroom. *How*, 28(2), 141–158. <https://doi.org/10.19183/how.28.2.624>.
- García, O., Peltz, R., & Schiffman, H. F. (2006). *Language Loyalty, Continuity and Change*. Clevedon: Multilingual Matters LTD.
- Giles, H., Bourhis, R. Y., & Taylor, D. M. (1977). Towards a Theory of Language in Ethnic Group Relations. In H. Giles (Ed.), *Language, Ethnicity and Intergroup Relations* (pp. 307–348). London: Academic Press.
- Gumiar, A. (2022). Sikap Bahasa Warganet Terhadap Konten Digital Berbahasa Dayak Ngaju. *SINAR BAHTERA I*, 47–56. <https://doi.org/https://doi.org/10.51817/sb.vi.81>.
- Hosseinmardi, H., Ghasemian, A., Clauset, A., Mobius, M., Rothschild, D. M., & Watts, D. J. (2021). Examining the consumption of radical content on YouTube. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 118(32), 1–8. <https://doi.org/10.1073/pnas.2101967118>.
- Lee, C., & Chau, D. (2017). Language as pride, love, and hate: Archiving emotions through multilingual Instagram hashtags. *Discourse, Context and Media*, 21–29. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2017.06.002>.
- Li, H. O. Y., Bailey, A., Huynh, D., & Chan, J. (2020). YouTube as a source of information on COVID-19: A pandemic of misinformation? *BMJ Global Health*, 5, 1–6. <https://doi.org/10.1136/bmjgh-2020-002604>.
- Marranci, G. (2008). *The Anthropology of Islam*. Oxford: Berg. <https://doi.org/10.35632/ajis.v25i4.1440>.
- Mesthrie, R., Swann, J., Deumert, A., & Leap, W. L. (2009). *Introducing Sociolinguistics* (2nd ed.). Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook* (2nd ed.). London: SAGE Publications, Inc.
- Moghavvemi, S., Sulaiman, A., Jaafar, N. I., & Kasem, N. (2018). Social media as a complementary learning tool for teaching and learning: The case of youtube. *International Journal of Management Education*, 16(1), 37–42. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2017.12.001>.
- Ozsoy-Unubol, T., & Alanbay-Yagci, E. (2021). YouTube as a source of information on fibromyalgia. *International Journal of Rheumatic Diseases*, 24(2), 197–202. <https://doi.org/10.1111/1756-185X.14043>.
- Pires, F., Masanet, M. J., & Scolari, C. A. (2019). What are teens doing with YouTube? Practices, uses and metaphors of the most popular audio-visual platform. *Information Communication and Society*, 24(9), 1–17. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1672766>.
- Saidat, A. M. (2010). Language Attitude : the Case of Jordan Language Attitude : the Case of Jordan. *International Journal of Academic Research*, 2(6), 235–243.
- Saifullah, A. R. (2019). *Semiotik dan Kajian Wacana Interaktif di Internet* (D. Sudana (ed.); 1st ed.). UPI Press.
- Szmuda, T., Özdemir, C., Fedorow, K., Ali, S., & Słoniewski, P. (2021). YouTube as a source of information for

narcolepsy: A content-quality and optimization analysis. *Journal of Sleep Research*, 30(2), 1–7.
<https://doi.org/10.1111/jsr.13053>

Tarno, C. A., & Iswanto. (2019). *Sintaksis Bahasa Indonesia* (A. S. Hamidin (ed.); 1st ed.). Bandung: Manggu Makmur Tanjung Lestari.