

**WAKAMONO KOTOBA  
IN LINE JAPAN COMMERCIAL  
ON YOUTUBE**

**Bayu Mayanda<sup>1</sup>, Charlina<sup>2</sup>, Nana Rahayu<sup>3</sup>**

Email: bayu.mayanda@student.unri.ac.id, charlina@lecturer.unri.ac.id, nana.rahayu@lecturer.unri.ac.id  
Phone Number: 081278776149

*Japanese Language Education Study Program  
Language Education and Arts Department  
Teacher Training and Education Faculty  
Riau University*

**Abstract:** *The purpose of this study is to explain how the formation of Wakamono Kotoba is a type of abbreviation that appears in LINE JAPAN on Youtube. Wakamono Kotoba is said to be a variety of languages created by a particular group or society, used in daily communication processes with meanings that are only known to that group. The implementation of Wakamono Kotoba takes place in real and virtual life, such as digital advertising. Advertising is one type of persuasive discourse that aims to influence listeners or readers, one of which is the LINE JAPAN on Youtube which promotes application digital products in the form of video shows. The method used by researchers in collecting data in this study is the note-taking method. Researchers downloaded 140 LINE JAPAN on Youtube first, then searched, listened and recorded the data found. After that, it is described in the form of a description. The results obtained from this study are that in 140 LINE JAPAN on Youtube, 31 Wakamono Kotoba form of abbreviation.*

**Key Words:** *Wakamono Kotoba, Abbreviation, LINE JAPAN Commercial*

# **WAKAMONO KOTOBA PADA IKLAN LINE JAPAN DI YOUTUBE**

**Bayu Mayanda<sup>1</sup>, Charlina<sup>2</sup>, Nana Rahayu<sup>3</sup>**

Email: bayu.mayanda@student.unri.ac.id, charlina@lecturer.unri.ac.id, nana.rahayu@lecturer.unri.ac.id  
Nomor HP: 081278776149

Program Studi Pendidikan Bahasa Jepang  
Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni  
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Riau

**Abstrak:** Tujuan penelitian ini adalah menjelaskan bagaimana pembentukan *Wakamono Kotoba* jenis pelesapan yang muncul dalam iklan *LINE JAPAN* di *Youtube*. *Wakamono Kotoba* dikatakan sebagai ragam Bahasa yang diciptakan oleh suatu kelompok atau masyarakat tertentu, digunakan dalam proses komunikasi sehari-hari dengan makna yang hanya diketahui oleh kelompok tersebut. Implementasi *Wakamono Kotoba* terjadi di kehidupan nyata dan maya, seperti iklan digital. Iklan merupakan salah satu jenis wacana persuasif yang bertujuan mempengaruhi pendengar atau pembaca salah satunya iklan *LINE JAPAN* di *Youtube* yang mempromosikan produk digital aplikasi dalam bentuk tayangan video. Metode yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data pada penelitian ini adalah metode simak catat. Peneliti mengunduh 140 video iklan *LINE JAPAN* di *Youtube* terlebih dahulu kemudian mencari, menyimak dan mencatat data yang ditemukan. Setelah itu, diuraikan dalam bentuk deskripsi. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini yakni dalam 140 video *LINE JAPAN* di *Youtube* ditemukan 31 data *Wakamono Kotoba* bentuk pelesapan.

**Kata Kunci:** *Wakamono Kotoba*, Pelesapan, Iklan *LINE JAPAN*

## PENDAHULUAN

Salah satu contoh dari ragam bahasa santai dan ragam bahasa akrab adalah bahasa slang. Bahasa slang dapat dikatakan sebagai ragam bahasa yang diciptakan oleh suatu kelompok masyarakat tertentu yang digunakan dalam proses berkomunikasi sehari-hari yang maknanya hanya diketahui oleh kelompok tersebut. Bahasa slang menurut Kridalaksana (dalam Sastratmaja, 2013) dirumuskan sebagai ragam bahasa yang tidak resmi yang digunakan oleh kaum remaja atau kelompok sosial tertentu untuk komunikasi intern sebagai usaha agar orang di luar kelompoknya tidak mengerti, bahasa tersebut berupa kosa kata yang serba baru dan berubah-ubah.

Di Jepang, ragam bahasa slang disebut *Wakamono Kotoba*. Kamei dalam *Wakamono Kotoba Jiten* (dalam Erlina, 2018) menyebutkan bahwa anak muda Jepang sering memakai bahasa dan istilahnya sendiri dalam percakapan, sehingga membuat para orang dewasa kadang tidak mengerti apa yang mereka bicarakan. *Wakamono Kotoba* lahir dari penyimpangan aturan baku dalam bahasa Jepang dan memiliki karakteristik salah satunya yaitu bebas digunakan tanpa memikirkan standar bahasa Jepang yang benar.

Pengaplikasian *Wakamono Kotoba* banyak terdapat pada iklan. Sekarang, *Youtube* menjadi salah satu media iklan yang baik. Pemakaian serta pemilihan bahasa pada iklan merupakan strategi produsen untuk menarik perhatian pasar melalui bahasa yang unik dan menarik. Salah satunya dapat dilihat pada *channel LINE JAPAN* yang mempromosikan produk digital aplikasi mereka dalam bentuk tayangan video.

Berikut contoh salah satu cuplikan penggunaan *Wakamono Kotoba* pada iklan *LINE JAPAN* di jejaring *Youtube*.

(1) りょうま: アサイチ!

Ryouma : *asaichi!*

‘Pagi!’

りょうま: モーニング男だ。

Ryouma : *Morning otoko da.*

‘Selamat pagi laki-laki.’

りょうま: エ am りょうま in 部活中。

Ryouma : *Iam ryouma in bukatsuchuu.*

‘Saya ryouma dari klub aktivitas.’

りょうま: レッツ go スクール。

Ryouma : *Let’s go school.*

‘Ayo pergi sekolah.’

ひな : イミフ。

Hina : *Imifu.*

‘Ga penting banget.’

(*Youtube, LINE Japan Commercial*)

Pada kalimat yang di tuturkan oleh Hina terdapat *Wakamono Kotoba* yang digarisbawahi yaitu イミフ (*imifu*) → 意味不明 (*imi fumei*). Kata *imifu* merupakan salah satu bentuk *Wakamono Kotoba* yaitu jenis pelesapan bagian akhir yang artinya ‘maknanya tidak jelas. (Yonekawa dalam Suhada, 2019).

## **Wakamono Kotoba**

Dalam *Gakken Kokugo Daijiten* oleh Haruhiko (dalam Mustika, 2013) menyebutkan kata *Wakamono* sebagai “*Toshi no wakai hito. Wakoudo. Shounen*” artinya (Orang yang berusia muda; orang muda; muda). Sedangkan kata *Kotoba* yaitu “*Hito ga mono wo iu toki ni tsukau, shakaiteki ni kimerareta oto no kumiawase. Hiroku wa, onsei ni yoru hyougen bakari denaku moji ni yoru hyougen wo mosasu*”. Yang artinya Dipakai saat seseorang membicarakan sesuatu, bunyi yang disetujui bersama oleh masyarakat. Secara luas bukan hanya bunyi tapi juga menggunakan huruf.

Yonekawa (dalam Suhada, 2019) dengan bukunya yang berjudul 若者語を科学する mengklasifikasikan *Wakamono Kotoba* ke dalam beberapa kategori yaitu usia, profesi, penampilan, suasana, watak, kemampuan, cara bicara, pernikahan, daerah, dan seks. Akihiko Yonekawa (dalam Revin, 2021) menjelaskan beberapa jenis-jenis *Wakamono Kotoba*, yaitu 借用 (*Shakuyou*) Peminjaman Kata, 省略 (*Shouryaku*) Pelesapan Kata, 読み換え (*Yomikae*) Pengubahan Cara Baca, 言い換え (*Iikae*) Pengubahan Ejaan, もじり (*Mojiri*) Permainan Kata, 語呂合わせ (*Goroawase*) Permainan Kata-kata, 混交 (*Konkou*) Penggabungan 2 Kata Serupa, 倒置 (*Touchi*) Pemindahan Posisi Huruf, 頭字化 (*Kashirajika*) Bentuk Akronim, 動詞の派生 (*Doushi no Hasei*) Derivasi Verba, 名詞の派生 (*Meishi no Hasei*) Derivasi Nomina, 形容詞の派生 (*Keiyoushi no Hasei*) Derivasi Adjektiva, 動詞の複合 (*Doushi no Fukugou*) Gabungan Verba, 名詞の複合 (*Meishi no Fukugou*) Gabungan Nomina, dan 音の変化 (*Oto no Henka*) Perubahan Bunyi.

### **省略 (*Shouryaku*) Pelesapan Kata**

Kosakata pada berasal dari hasil pelesapan suatu kata. Banyak sekali *Wakamono Kotoba* yang merupakan suatu hasil pelesapan karena diciptakan agar memberi kesan lebih praktis dan mudah saat diucapkan. *Wakamono Kotoba* jenis ini sering sekali digunakan sehingga memiliki beberapa macam bentuk, yaitu pelesapan pada bagian depan kata, bagian tengah kata, bagian belakang kata. Pelesapan pada dua bagian kata, pelesapan pada bagian depan kata kata majemuk. Selain itu, ada pelesapan pada bagian belakang kata majemuk, pada bagian depan kata pertama dan bagian belakang kata kedua dari kata majemuk. Selanjutnya adalah pelesapan pada bagian belakang kata pertama dan bagian depan kata kedua dari kata majemuk. Pelesapan pada bagian belakang kata pertama dari kata majemuk. Pelesapan pada bagian belakang kata kedua dari kata majemuk, pelesapan kalimat atau frasa serta pelesapan tiga bagian kata dari kata majemuk. (Akihiko Yonekawa dalam Revin, 2021)

## **METODE PENELITIAN**

Data penelitian merupakan kalimat *Wakamono Kotoba* jenis pelesapan yang terdapat dalam iklan *LINE JAPAN* di *Youtube*. Sumber data dalam penelitian ini adalah kalimat *Wakamono Kotoba* yang terdapat dalam *Youtube* pada channel *LINE JAPAN*, Penelitian ini hanya memfokuskan mengambil data iklan pada channel *LINE JAPAN* di

*Youtube* rentang tahun 2019-2021. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah metode simak. Kriteria menyimak pada penelitian ini yaitu dengan melihat, memperhatikan, memilih data dan kemudian menganalisisnya. Tahap berikutnya adalah tahap pencatatan. Setelah itu data akan diamati berupa data dari kalimat *Wakamono Kotoba* yang terdapat dalam Iklan *LINE JAPAN* di *Youtube*, kemudian data dianalisis dengan menggunakan analisis deskripsi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneli menemukan 31 kata *Wakamono Kotoba* pada iklan *LINE JAPAN* rentang tahun 2019-2021. Kata tersebut sebagai berikut:

No	Asal kata	<i>Wakamono Kotoba</i>
1	<i>wakarimasen</i>	<i>Wakan</i>
2	<i>urusai</i>	<i>Ussai</i>
3	<i>ryoukai</i>	<i>Ryou</i>
4	<i>umai</i>	<i>Umatan</i>
5	<i>sugoi</i>	<i>Sugo</i>
6	<i>majime desuka</i>	<i>Majikaa</i>
7	<i>boun giourno</i>	<i>Boun</i>
8	<i>kakkoi</i>	<i>Kakko</i>
9	<i>bucchigiru</i>	<i>Bucchi</i>
10	<i>emoshionaru</i>	<i>Emo</i>
11	<i>sore maji?</i>	<i>soma?</i>
12	<i>akoosutikku gitaa</i>	<i>akogi</i>
13	<i>kanpai</i>	<i>KP</i>
14	<i>sutanpu wo bakuhatsu</i>	<i>Sutabaku</i>
15	<i>kamatte choudai</i>	<i>kamachou</i>
16	<i>tenshion ageru</i>	<i>teenage</i>
17	<i>sutanpu wo renzokusuru</i>	<i>sutaren</i>
18	<i>wangiri wo dokidokisuru</i>	<i>wandoki</i>
19	<i>notto guddo</i>	<i>NG</i>
20	<i>doraibu kosu</i>	<i>dorakosu</i>
21	<i>iketeru men</i>	<i>ikemen</i>
22	<i>dekorashion fureemu</i>	<i>dekofureemu</i>
23	<i>topu ga gazou</i>	<i>topuga</i>
24	<i>koi no banashi</i>	<i>koibana</i>
25	<i>suki na piipuru</i>	<i>sukipi</i>
26	<i>hima na denwa</i>	<i>himaden</i>
27	<i>shumi no tomodachi</i>	<i>shumitomo</i>
28	<i>kaa nabigeeshon</i>	<i>nabigeeshon</i>
29	<i>imi shinchou</i>	<i>imishin</i>
30	<i>ni no ude hippatte kisu</i>	<i>NHK</i>
31	<i>guu no ne mo denai hodo no kawaii</i>	<i>guukawa</i>

Setelah melakukan analisis terhadap data tersebut, maka pelesapan *Wakamono Kotoba* dalam Bahasa Jepang pada *Youtube LINE JAPAN* diketahui sebagai berikut:

1. Pelesapan bagian tengah kata

No	Asal kata	Wakamono Kotoba	Arti
1	<i>wakarimasen</i>	<i>Wakan</i>	tidak mengerti
2	<i>urusai</i>	<i>Ussai</i>	berisik

2. Pelesapan pada bagian belakang kata

No	Asal kata	Wakamono Kotoba	Arti
1	<i>ryoukai</i>	<i>Ryou</i>	baiklah
2	<i>umai</i>	<i>Umatan</i>	enak
3	<i>sugoi</i>	<i>Sugo</i>	luar biasa
4	<i>majime desuka</i>	<i>Majikaa</i>	apakah benar?
5	<i>boun giourno</i>	<i>Boun</i>	selamat pagi
6	<i>kakkoi</i>	<i>Kakko</i>	keren
7	<i>bucchigiru</i>	<i>Bucchi</i>	sama sekali tidak
8	<i>emoshionaru</i>	<i>Emo</i>	emosional
9	<i>sore maji?</i>	<i>soma?</i>	benarkan itu?
10	<i>akoosutikku gitaa</i>	<i>Akogi</i>	gitar akustik

3. Pelesapan pada dua bagian kata

No	Asal kata	Wakamono Kotoba	Arti
1	<i>kanpai</i>	<i>KP</i>	bersulang

4. Pelesapan pada bagian belakang kata majemuk

No	Asal kata	Wakamono Kotoba	Arti
1	<i>sutanpu wo bakuhatsu</i>	<i>Sutabaku</i>	stiker meledak
2	<i>kamatte choudai</i>	<i>Kamachou</i>	meminta perhatian
3	<i>tenshion ageru</i>	<i>Teenage</i>	ketegangan meningkat
4	<i>sutanpu wo renzokusuru</i>	<i>Sutaren</i>	stiker berulang
5	<i>wangiri wo dokidokisuru</i>	<i>Wandoki</i>	panggilan berdebar
6	<i>notto guddo</i>	<i>NG</i>	tidak bagus

5. Pelesapan pada bagian belakang kata pertama dari kata majemuk

No	Asal kata	Wakamono Kotoba	Arti
1	<i>doraibu kosu</i>	<i>Dorakosu</i>	rute mengemudi
2	<i>iketeru men</i>	<i>Ikemen</i>	lelaki ganteng
3	<i>dekorashion fureemu</i>	<i>Dekofureemu</i>	bingkai dekorasi

6. Pelesapan pada bagian belakang kata kedua dari kata majemuk

No	Asal kata	Wakamono Kotoba	Arti
1	<i>topu ga gazou</i>	<i>Topuga</i>	gambar atas
2	<i>koi no banashi</i>	<i>Koibana</i>	cerita cinta
3	<i>suki na piipuru</i>	<i>Sukipi</i>	orang yang disukai
4	<i>hima na denwa</i>	<i>Himaden</i>	telephone senggang
5	<i>shumi no tomodachi</i>	<i>Shumitomo</i>	hobi bersama teman
6	<i>kaa nabigeeshon</i>	<i>Kanabi</i>	navigasi mobil
7	<i>imi shinchou</i>	<i>Imishin</i>	maknanya dalam

7. Pelesapan kalimat atau frasa

No	Asal kata	Wakamono Kotoba	Arti
1	<i>ni no ude hippatte kisu</i>	<i>NHK</i>	merangkul kemudian mencium
2	<i>guu no ne mo denai hodo no kawaii</i>	<i>Guukawa</i>	imut tidak terpikir kata yang lain

Dalam penelitian ini mengenai *LINE JAPAN* di *Youtube* ditemukan 7 teori dari 12 teori pembentukan *Wakamono Kotoba* jenis pelesapan yang dikemukakan oleh Akihiko Yonekawa. Pembentukan tersebut yaitu pelesapan bagian tengah kata, pelesapan pada bagian belakang kata, pelesapan pada dua bagian kata, pelesapan pada bagian belakang kata majemuk, pelesapan pada bagian belakang kata pertama dari kata majemuk, pelesapan pada bagian belakang kata kedua dari kata majemuk, dan pelesapan kalimat atau frasa. Pelesapan yang banyak ditemukan pada penelitian ini adalah pelesapan dengan pembentukan yang melibatkan kata majemuk.

## SIMPULAN DAN REKOMENDASI

### Simpulan

Proses pembentukan *Wakamono Kotoba* jenis pelesapan yang dijumpai dalam penelitian ini ada 31 data dari 140 video data jenis pelesapan yang di temukan adalah pelesapan bagian tengah kata sebanyak 2 data yaitu (*ussai, wakan*) pelesapan bagian belakang kata sebanyak 10 data yaitu (*ryou, umatan, sugo, majikaa, boun, kakko, bucchi, emo, soma, akogi*) pelesapan pada dua bagian kata sebanyak 1 kata yaitu (*KP*) pelesapan pada bagian belakang kata mejemuk sebanyak 6 data yaitu (*sutabaku, kamacho, teenage, sutaren, wandoki, NG*) pelesapan pada bagian belakang kata pertama dari kata majemuk ada sebanyak 3 data yaitu (*dorakosu, ikemen, dekofureemu*) pelesapan pada bagian belakang kata kedua dari kata majemuk ada sebanyak 7 data yaitu (*topuga, koibana, sukipi, himaden, sumitomo, kanabi, imshin*) pelesapan kalimat atau frasa ada sebanyak 2 data yaitu (*NHK, guukawa*)

## Rekomendasi

Bagi penelitian selanjutnya, peneliti merekomendasikan agar meneliti mengenai perbandingan (kontrastif) pembentukan kata *Wakamono Kotoba* di Jepang dan di Indonesia. Mengenai sumber data, peneliti menyarankan agar menggunakan media sosial lain seperti facebook, instagram, atau media sosial yang paling sering digunakan. Media sosial yang dipilih sebaiknya mempertimbangkan perkembangan zaman dan lonjakan minat pasar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, P.Y., Andnyani, K.E.K., & Antartika, K. (2017). Analisis Variasi Bahasa Remaja (*Wakamono Kotoba*) dalam Anime Orenji. *Jurnal Pendidikan Bahasa Jepang*. 3, no.3: 531-542.
- Ertina, E. (2010). “Analisis *Wakamono Kotoba* Pada *Terebi Bangumi Haneru Tobira Tanshuku Tetsudou No Yoru*”. Skripsi, Jurusan Pendidikan Bahasa Jepang. FPBS UPI.
- Mustika, E. (2013). Pola Pembentukan *Wakamono Kotoba* Dalam Bahasa Jepang. Skripsi, Universitas Pendidikan Indonesia.
- Ronald, R. (2021). “Pembentukan *Wakamono Kotoba* yang Diunggah pada Tahun 2020 dalam Jejaring Sosial Twitter”. Skripsi. Fakultas Ilmu Budaya. Universitas Hasanuddin.
- Savana, A. F. (2012). Ragam Bahasa dalam Iklan Ponsel Jepang. *Diglossia*. 3, no.2: 1-16.
- Suhada, F. (2019). Analisis *Wakamono Kotoba* Dalam Film *Kimi No Na Wa*, (Online), Diakses dari [http://Eprints.Undip.Ac.Id/76968/1/Skripsi\\_Full\\_Fani\\_Bkj2015.Pdf](http://Eprints.Undip.Ac.Id/76968/1/Skripsi_Full_Fani_Bkj2015.Pdf) , Diunduh 15 Juni 2021.