



Proyek *Freepaper* sebagai Media Komunikasi di Nihon Go Gakko

日本 GO 学校におけるコミュニケーションメディアとしてのフリーペーパープロジェクト

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Derajat Ahli Madya Program Studi Diploma 3 Bahasa Jepang
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro Semarang

Oleh:

Titania Novena

40020418060035

PROGRAM STUDI DIPLOMA 3 BAHASA JEPANG

SEKOLAH VOKASI

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2021

HALAMAN PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir yang disusun tidak mengambil bahan hasil penelitian untuk suatu gelar sarjana atau diploma yang sudah ada di universitas maupun hasil penelitian lain. Selama pembuatan Tugas Akhir ini penulis juga tidak mengambil bahan, publikasi, atau tulisan orang lain, kecuali yang telah disebutkan dalam rujukan. Penulis bersedia menerima sanksi jika terbukti melakukan penjiplakan.

Penulis

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : Proyek *Freepaper* sebagai Media Komunikasi di
Nihon Go Gakko

Nama : Titania Novena

Nomor Induk Mahasiswa : 40020418060035

Program Studi : Diploma III Bahasa Jepang

Fakultas : Sekolah Vokasi

Universitas : Universitas Diponegoro

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Sriwahyu Istana Trahutami, S.S., M.Hum.

NIP 197401032000122001

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : Proyek *Freepaper* sebagai Media Komunikasi di
Nihon Go Gakko

Nama : Titania Novena

Nomor Induk Mahasiswa : 40020418060035

Program Studi : Diploma III Bahasa Jepang

Fakultas : Sekolah Vokasi

Universitas : Universitas Diponegoro

Tugas Akhir ini telah dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan dinyatakan lulus pada Senin, 9 Agustus 2021.

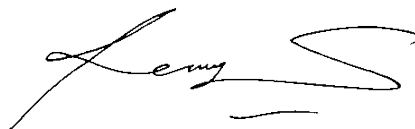
Ketua



Sriwahyu Istana Trahutami, S.S., M.Hum.

NIP 197401032000122001

Anggota I



Reny Wiyatasari, S.S., M.Hum.

NIP 197603042014042001

Anggota II



Maharani Patria Ratna, S.S., M.Hum.

NIP 198609092019032015

MOTTO

“Be inspired before you expire.”

—Pepe Minambo.

“Never be limited by other people’s limited imagination.”

—Dr. Mae Jemison.

“One day, everything will become your strength.”

—Kaji Yuki.

PERSEMBAHAN

- Puji Syukur kepada Allah SWT atas berkat dan karunia-Nya yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik.
- Saya mempersembahkan Tugas Akhir ini kepada kedua orang tuaku yang selalu mendukung dan mendoakanku, Ayah dan Mama, serta adik kecilku Neysa.
- Terima kasih kepada Utami-sensei selaku dosen pembimbing saya, Reny-sensei selaku dosen wali saya, dan Rani-sensei selaku dosen penguji saya yang selalu sabar membimbing dan memberi dukungan sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
- Terima kasih kepada Misaki-sensei, Yuli-sensei, Nur-sensei, serta Sensei-gata lainnya yang telah memberikan dedikasi dan ilmu dan pengalaman yang sangat bermanfaat bagi saya.
- Terima kasih kepada Bapak Makino Masanori selaku Pimpinan Nihon Go Gakko yang telah memberikan saya kesempatan untuk melaksanakan kegiatan internship dan belajar banyak hal mengenai bisnis dan dunia kerja, Kenichi-sensei yang senantiasa membantu menerjemahkan tugas ke dalam bahasa Inggris sehingga memudahkan saya dalam melaksanakan tugas, serta Mori-san yang selalu memberikan arahan, dukungan, dan semangat dalam melaksanakan tugas.
- Terima kasih kepada teman-teman sepermagangan yang selalu mendukung dan membantu satu sama lain untuk tetap semangat dan bertahan di dalam kesibukan magang.

- Terima kasih kepada Faradinna Rahayu, Lunarreza Denira, dan Sabrina Oktavia, yang telah menemaniku sebagai sahabat di masa kuliah dari awal maba hingga lulus.
- Terima kasih kepada sahabat-sahabatku di Bibob Family, Maidiani Zahra, Meilena Cahya, Fernanda Puspa, dan Bopungers kalian selalu menyemangatiku dalam keadaan suka maupun duka dan selalu memberikan saran terhadap Tugas Akhir yang kukerjakan.
- Terima kasih kepada sahabat tidak jelasku, Arya Putra dan Wildan Rizqi, yang telah banyak menolongku untuk bisa terus berpikir positif.
- Terima kasih kepada para Senpai D3 Bahasa Jepang dan Kouhai D4 Bahasa Asing Terapan serta teman-teman seperjuangan Angkatan 2018 D3 Bahasa Jepang atas kenangan indah yang telah kita lalui bersama-sama selama kuliah di Undip.
- Terima kasih untuk Admin D3 Bahasa Jepang, Bu Dian, yang selalu membantu administrasi serta para staf dan karyawan di FIB maupun Sekolah Vokasi Undip.
- Terima kasih kepada komposer Frédéric Chopin atas mahakaryanya yang berjudul *Nocturne No 2 in E Flat Major Op 9 No 2* yang telah menemaniku dan membantuku untuk tetap fokus dan konsentrasi dalam penyusunan Tugas Akhir.
- Yang terakhir aku persembahkan Tugas Akhir ini kepada diriku sendiri, Titania Novena, yang tetap semangat dan telah bekerja keras menyelesaikan kuliah hingga akhir.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga pembuatan Tugas Akhir yang berjudul “Proyek Freepaper sebagai Media Komunikasi di Nihon Go Gakko” dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Tugas Akhir ini dapat terlaksana dengan baik berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak sehingga pada akhirnya Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Budiono, M.Si. selaku Dekan Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.
2. Sriwahyu Istana Trahutami, S.S., M.Hum. selaku Ketua Program Studi D3 Bahasa Jepang Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.
3. Sriwahyuu Istana Trahutami, S.S., M.Hum. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengoreksi Tugas Akhir.
4. Reny Wiyatasari, S.S., M.Hum. selaku dosen wali yang selalu memberikan masukan, nasihat, dan motivasi untuk penulis selama kuliah.
5. Maharani Patria Ratna, S.S., M.Hum. selaku dosen penguji yang telah menguji dan memberikan arahan kepada penulis.
6. Seluruh dosen pengajar di Program Studi D3 Bahasa Jepang Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang sangat berharga kepada penulis.
7. Staf Administrasi Program Studi D3 Bahasa Jepang.

8. Seluruh Staf Nihon Go Gakko telah memberikan penulis kesempatan untuk melakukan kegiatan Pelatihan Kerja Lapangan (PKL).
9. Kedua Orang Tua yang selalu memberikan dukungan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.
10. Teman-teman seperjuangan Program Studi D3 Bahasa Jepang Universitas Diponegoro Semarang Angkatan 2018.
11. Dan semua pihak yang telah membantu terselesainya penulisan Tugas Akhir ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan seluruh pihak yang membutuhkan. Penulis menyadari bahwa tulisan dalam Tugas Akhir ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu penulis memohon maaf atas segala kekurangan dan penulis bersedia menerima kritik dan saran guna memperbaiki kesalahan yang ada.

Semarang, Juni 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
ABSTRAKSI	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Manfaat dan Tujuan.....	3
1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan	4
1.5 Metode Penulisan	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II GAMBARAN UMUM NIHON GO GAKKO.....	8
2.1 Latar Belakang Berdirinya Nihon Go Gakko.....	8
2.2 Bidang Usaha Nihon Go Gakko	9
2.3 Visi dan Misi Nihon Go Gakko.....	12
2.4 Bidang Organisasi Nihon Go Gakko	12
2.5 Proyek Bisnis Nihon Go Gakko	14
BAB III PEMBAHASAN.....	16

3.1 Proyek <i>Free Paper RJapanese</i> Nihon Go Gakko.	16
3.2 Kendala yang dihadapi oleh Nihon Go Gakko dalam melaksanakan Proyek Free Paper RJapanese sebagai Media Komunikasi.	29
BAB IV PENUTUP	38
4.1 Simpulan.....	38
4.2 Saran.....	38

要旨

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BIODATA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Circle Club: Ichigo Society	10
Gambar 2 Peta Sebaran Partisipan Pertemuan Pertukaran.....	11
Gambar 3 Desain dan Layout RJapanese.....	20
Gambar 4 Sampul RJapanese.....	21
Gambar 5 Making Short Film pada halaman 2	22
Gambar 6 Artikel: How to be an Actor Workshop pada halaman 3	23
Gambar 7 King Five Report: SMG de NIPPON.....	24
Gambar 8 Rubrik “Become Kings”	25
Gambar 9 Sampul Belakang.....	26

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penawaran Kolom Iklan RJapanese	28
---	----

ABSTRAKSI

Laporan Tugas Akhir ini merupakan hasil Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang dilaksanakan oleh penulis di Nihon Go Gakko yang berlokasi di 999-2 Kamata, Ito, Shizuoka, 414-0054 Jepang. Penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan secara daring dalam kurun waktu sekitar 100 hari (3 bulan) yang berlangsung dari 1 Januari 2021 hingga 10 April 2021. Penulis mengambil tema Proyek *Freepaper* sebagai Media Komunikasi di Nihon Go Gakko. Tujuan penulis mengambil tema laporan ini adalah untuk menjelaskan pelaksanaan proyek *freepaper* sebagai media komunikasi di Nihon Go Gakko dan menjelaskan kendala yang harus dihadapi dalam melaksanakan proyek *freepaper* sebagai media komunikasi. Untuk menjelaskan hal tersebut, penulis menggunakan metode observasi, wawancara dan studi pustaka.

Freepaper RJapanese merupakan sebuah proyek bisnis media cetak Nihon Go Gakko berupa majalah yang diedarkan secara gratis untuk pembelajar bahasa Jepang guna mengasah kemampuan bahasa Jepangnya. Namun, perkembangan teknologi komunikasi membawa pengaruh bagi industri media cetak yang mulai bergeser ke media online. Untuk mengatasi hal tersebut, Nihon Go Gakko menganalisis peluang di bisnis media cetak *RJapanese* dengan menggunakan metode 5W2H untuk yang memikirkan konsep majalah yang menarik. Kendala dalam menjalankan proyek *freepaper RJapanese* sebagai media komunikasi, di antaranya yaitu, popularitas media cetak yang kian menurun, mahal biaya cetak, strategi pemasaran kurang tepat, dan akomodasi distribusi yang kurang memadai.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ilmu komunikasi adalah ilmu yang mempelajari peristiwa komunikasi dan hubungan antarmanusia. Ilmu komunikasi menarik untuk dipelajari karena ilmu komunikasi menganalisis aspek-aspek penting dalam kehidupan manusia, salah satunya bisnis. Menurut McLean (2013), komunikasi bisnis adalah setiap komunikasi yang digunakan untuk membangun *partnership*, sumber daya intelektual, dan mempromosikan suatu gagasan dengan sasaran untuk menciptakan nilai bagi bisnis yang dijalankan.

Dalam komunikasi bisnis, media komunikasi memiliki peran yang cukup penting dalam menyalurkan informasi. Media komunikasi berperan sebagai perantara dalam menyampaikan sebuah informasi dari pebisnis kepada konsumen atau pihak lain yang memiliki keterkaitan dengan perusahaan. Penggunaan media komunikasi ini bertujuan agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan efisien. Media komunikasi yang biasanya digunakan dalam lingkup bisnis ada dua, yaitu, media komunikasi elektronik dan media komunikasi nonelektronik. Media komunikasi elektronik antara lain situs web, surel, *video conference*, dan televisi. Sedangkan media komunikasi nonelektronik menggunakan media cetak berupa surat, koran, majalah, buletin, dan *freepaper*.

Istilah *freepaper* adalah istilah umum yang mewakili media kertas seperti majalah dan surat kabar yang didistribusikan secara gratis atau menjangkau khalayak tertentu. *Freepaper* merupakan salah satu media komunikasi cetak yang berisikan iklan dan informasi seperti informasi mengenai pariwisata, lowongan pekerjaan, dan sebagainya.

Nihon Go Gakko merupakan sebuah perusahaan di Jepang yang berorientasi pendidikan dengan menggabungkan unsur edukasi dan hiburan dalam setiap kegiatannya. Salah satu tujuan dari Nihon Go Gakko adalah menjangkau seluruh pembelajar Bahasa Jepang di dunia. Dalam rangka mencapai tujuan tersebut, perusahaan Nihon Go Gakko menjalankan sebuah proyek baru berupa bisnis *freepaper* yang nantinya *freepaper* tersebut akan didistribusikan ke seluruh dunia. *Freepaper* yang diterbitkan oleh Nihon Go Gakko memiliki tujuan untuk membantu pembelajar bahasa Jepang di seluruh dunia dalam mengasah kemampuan bahasa Jepang. Dalam hal ini, *freepaper* berperan sebagai media komunikasi yang memberikan informasi seputar kegiatan-kegiatan bermanfaat yang diselenggarakan oleh Nihon Go Gakko untuk pembelajar bahasa Jepang. Untuk menjadikan *freepaper* sebagai media komunikasi yang diterima oleh seluruh dunia, tentunya diperlukan banyak pertimbangan dalam penyusunan *freepaper* tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk mengangkat tema proyek *freepaper* yang berperan sebagai media komunikasi di Nihon Go Gakko serta kendala yang akan dihadapi dalam menjadikan *freepaper* sebagai media komunikasi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dituliskan di atas, rumusan masalah yang akan dibahas pada penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut.

- a. Bagaimana pelaksanaan proyek *freepaper* sebagai media komunikasi di Nihon Go Gakko?
- b. Apa saja kendala yang akan dihadapi dalam melaksanakan proyek *freepaper* sebagai media komunikasi di Nihon Go Gakko?

1.3 Manfaat dan Tujuan

1.3.1 Manfaat Penulisan

Adapun manfaat penulisan tugas akhir ini dibagi menjadi dua yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis yang dijelaskan sebagai berikut.

- a. Manfaat Teoritis

Penulis melakukan analisis ini dengan harapan bahwa secara teoritis dapat memberikan manfaat yang dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan khususnya mengenai proyek *freepaper* sebagai media komunikasi dan kendala yang akan dihadapi dalam melaksanakan proyek *freepaper* sebagai media komunikasi.

- b. Manfaat Praktis

Penulis melakukan penelitian ini dengan harapan bahwa secara praktis dapat memberikan manfaat dan dapat dijadikan sebagai referensi pembaca mengenai proyek *freepaper* sebagai

media komunikasi dan kendala yang akan dijumpai dalam melaksanakan proyek *freepaper* sebagai media komunikasi.

1.3.2 Tujuan Penulisan

Adapun tujuan penulisan tugas akhir ini yaitu sebagai berikut.

- a. Untuk mengetahui pelaksanaan proyek *freepaper* sebagai media komunikasi di Nihon Go Gakko.
- b. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam melaksanakan proyek *freepaper* sebagai media komunikasi di Nihon Go Gakko.

1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan

Waktu dan tempat pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) adalah sebagai berikut.

- a. Waktu pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yaitu dimulai pada tanggal 1 Januari 2021 hingga 31 Maret 2021. Rapat koordinasi dilaksanakan setiap minggu dua kali pada hari Kamis dan Sabtu dari pukul 08.00 - 11.00 WIB.
- b. Tempat pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yaitu bertempat di 日本 GO 学校 (Nihon Go Gakko) yang berkedudukan di Jepang dan dilaksanakan secara daring via Zoom Meeting.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dan informasi yang diperlukan untuk menyusun tugas akhir ini adalah sebagai berikut.

a. Observasi

Penulis melakukan observasi langsung untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan tahapan penyusunan *freepaper* yang terdiri atas penentuan model bisnis, penentuan desain, penentuan harga, dan kendala yang dihadapi dalam penyusunan *freepaper*. Dalam hal ini, penulis terlibat langsung dalam kegiatan penyusunan *freepaper*.

b. Studi Pustaka

Penulis melakukan studi pustaka melalui jurnal, internet, dan website untuk mengumpulkan data mengenai komunikasi bisnis, strategi bisnis, dan strategi pemasaran. Penulis mengumpulkan data tersebut untuk melengkapi data proses penyusunan *freepaper* yang telah diperoleh dari kegiatan observasi.

c. Wawancara

Penulis melakukan kegiatan wawancara kepada beberapa staff di Nihon Go Gakko untuk mengumpulkan data mengenai proses penyusunan *freepaper* serta kendala-kendala yang dihadapi selama proses penyusunan. Data yang diperoleh selama kegiatan wawancara digunakan untuk melengkapi data tentang proses penyusunan *freepaper* yang telah diperoleh melalui kegiatan observasi dan studi pustaka.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika dari penulisan Tugas Akhir ini disusun menjadi empat bab dengan urutan sebagai berikut.

a. Bab I Pendahuluan.

Pada bagian ini penulis membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, manfaat penulisan, tujuan penulisan, waktu dan tempat pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL), metode penulisan, dan sistematika penulisan.

b. Bab II Gambaran Umum Nihon Go Gakko.

Pada bagian ini penulis membahas gambaran umum Nihon Go Gakko yang berisi latar belakang berdirinya Nihon Go Gakko, bidang usaha di Nihon Go Gakko, visi dan misi Nihon Go Gakko, bidang organisasi Nihon Go Gakko, dan proyek bisnis Nihon Go Gakko.

c. Bab III Pembahasan.

Pada bagian ini penulis membahas dari rumusan masalah bagaimana proyek *freepaper* dapat berperan sebagai media komunikasi di Nihon Go Gakko dan kendala apa saja yang dihadapi dalam menjadikan proyek *freepaper* sebagai media komunikasi di Nihon Go Gakko.

d. Bab IV Penutup.

Pada bagian ini penulis menyimpulkan peran *freepaper* sebagai media komunikasi di Nihon Go Gakko dan kendala apa saja yang dihadapi dalam menjadikan proyek *freepaper* sebagai media komunikasi di

Nihon Go Gakko. Kemudian penulis memberikan saran untuk perusahaan dan untuk pembahasan selanjutnya.

BAB II

GAMBARAN UMUM NIHON GO GAKKO

2.1 Latar Belakang Berdirinya Nihon Go Gakko

Nihon Go Gakko adalah sebuah perusahaan yang didirikan oleh Makino Masanori untuk mendukung para pembelajar bahasa Jepang di seluruh dunia. Nihon Go Gakko awalnya merupakan sebuah proyek bersama antara guru bahasa Jepang, aktor, tokoh TV, sutradara, penerbit publikasi, dan penerjemah yang aktif di Jepang, Amerika Serikat, dan Cina untuk mendukung pembelajar bahasa Jepang. Konsep dari didirikannya Nihon Go Gakko adalah penggabungan antara hiburan dengan pendidikan yang memunculkan sebuah konsep pembelajaran bahasa Jepang baru.

Seiring dengan berkembangnya teknologi, Nihon Go Gakko berupaya untuk memperluas jangkauan pembelajar bahasa Jepang di seluruh dunia dengan mengadakan sekolah berbasis daring bernama *Takokuseki Nihon Go de Kouryuukai* (多国籍日本語 de 交流会) atau *Multinational Japanese Language Exchange Meeting* atau dalam bahasa Indonesianya dikenal sebagai sebuah Pertemuan Pertukaran Bahasa Jepang Multinasional. Pertemuan pertukaran ini diadakan sebulan sekali dengan menggunakan tema yang akrab dengan kegiatan sehari-hari seperti film favorit, hobi, atau kegiatan sehari-hari. Pertemuan pertukaran ini juga melibatkan kerjasama antara guru pengajar Bahasa Jepang di setiap negara dengan Nihon Go Gakko dalam mewujudkan

pertemuan pertukaran sebagai wadah belajar atau wadah untuk mengasah kemampuan berbahasa Jepang pembelajar bahasa Jepang di seluruh dunia.

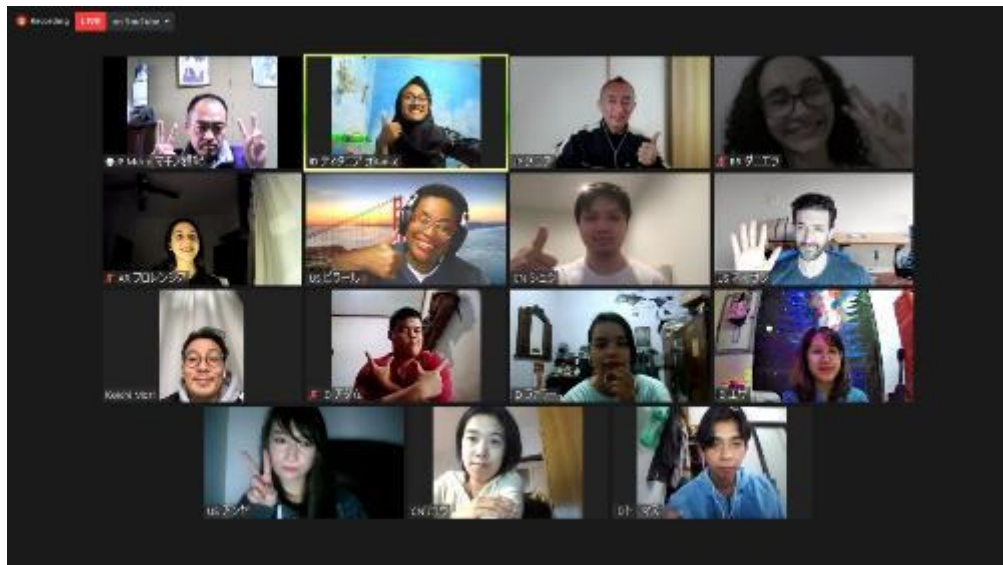
Saat ini jangkauan Nihon Go Gakko telah meluas hingga ke beberapa negara di antaranya Argentina, Australia, Brazil, Cina, Korea, Indonesia, Vietnam, Panama, Paraguay, dan Prancis. Dengan menggunakan konsep dan tema pembelajaran yang menarik, banyak pembelajar bahasa Jepang yang tertarik untuk berpartisipasi dalam kegiatan pertemuan pertukaran. Selain kegiatan pertemuan pertukaran, Nihon Go Gakko juga mengadakan kontes bahasa Jepang bulanan. Tema kontes biasanya berhubungan dengan tema pada pertemuan pertukaran sehingga banyak pembelajar yang tertarik untuk menguji kemampuan bahasa Jepang mereka dengan mengikuti kontes.

Selain kedua proyek tersebut di atas, Nihon Go Gakko juga berencana untuk memperluas jangkauannya dengan mempersiapkan beberapa proyek baru dengan ide terobosan yang menarik dan pembaruan di setiap proyeknya sehingga kedepannya Nihon Go Gakko dapat menjadi sebuah perusahaan edukasi *entertainment* yang menjangkau seluruh pembelajar bahasa Jepang di dunia.

2.2 Bidang Usaha Nihon Go Gakko

Sebagai perusahaan yang menggabungkan konsep edukasi dan hiburan, Nihon Go Gakko menyelenggarakan pertemuan pertukaran setiap bulannya dengan nama kegiatan *Takokuseki Nihon Go de Kouryuukai* (多国籍日本語 de 交流会) atau dalam bahasa Indonesia berarti Pertemuan Pertukaran Bahasa

Jepang Multinasional. Selain itu, Nihon Go Gakko juga menyelenggarakan sebuah *Circle Club* bernama *Ichigo Society* yang berfungsi mengatur dan mengkoordinasi jalannya kontes bahasa Jepang yang diadakan setiap sebulan sekali.



Gambar 1 Circle Club: Ichigo Society

Sumber: Arsip Ichigo Society Nihon Go Gakko

Gambar di atas merupakan kegiatan *circle club*, yaitu *Ichigo Society*, yang diadakan setiap sebulan sekali untuk menyelenggarakan dan mengkoordinasi jalannya kontes atau perlombaan bahasa Jepang. Kegiatan *circle club* tersebut diikuti oleh beberapa pembelajar bahasa Jepang dari berbagai negara di antaranya Amerika Serikat, Argentina, Brazil, Cina, dan Indonesia.

Selain kegiatan *circle club Ichigo Society*, Nihon Go Gakko juga menyelenggarakan pertemuan pertukaran dengan nama *Takokuseki Nihon Go de Kouryuukai* (多国籍日本語 de 交流会) atau dalam bahasa Indonesia

berarti Pertemuan Pertukaran Bahasa Jepang Multinasional. Kegiatan pertemuan pertukaran ini memiliki partisipan yang cukup banyak dibandingkan dengan kegiatan *circle club*.



Gambar 2 Peta Sebaran Partisipan Pertemuan Pertukaran

Sumber: Arsip 多国籍日本語 de 交流会 Nihon Go Gakko, Agustus 2020

Seperti yang tertera pada gambar tersebut, partisipan kegiatan pertemuan pertukaran edisi ke-4 bulan Agustus 2020 diikuti oleh pembelajar bahasa Jepang dari berbagai negara di antaranya Argentina, Brazil, Cina, Korea Selatan, dan Indonesia. Hingga saat ini, sudah ada lebih dari sepuluh negara yang berpartisipasi dalam kegiatan pertemuan pertukaran kegiatan *Takokuseki Nihon Go de Kouryuukai* (多国籍日本語 de 交流会).

Selain kedua kegiatan yang disebutkan di atas, Nihon Go Gakko juga menyelenggarakan proyek yang berfokus pada hiburan dan proyek yang berhubungan dengan bahasa Jepang. Proyek yang berfokus pada hiburan berupa *Film Production* dan *World Japanese Youtuber*. Sedangkan proyek yang

berhubungan dengan bahasa Jepang berupa Bisnis *Free Paper* dan Webinar Bahasa Jepang.

2.3 Visi dan Misi Nihon Go Gakko

2.3.1 Visi Nihon Go Gakko

1. Menjadikan Nihon Go Gakko sebagai tempat untuk menghubungkan pembelajar bahasa Jepang di seluruh dunia.
2. Meningkatkan nilai interaksi antarmanusia.

2.3.2 Misi Nihon Go Gakko

1. Menyelenggarakan kegiatan dengan menggunakan bahasa Jepang yang menyenangkan sebagai sarana pembelajaran para pembelajar bahasa Jepang di seluruh dunia.
2. Menyelenggarakan kegiatan untuk menghubungkan dan menjalin komunikasi antarpembelajar bahasa Jepang di seluruh dunia.

2.4 Bidang Organisasi Nihon Go Gakko

2.4.1 Planning (企画プランニング)

Bidang Perencanaan atau *Planning* memiliki kewajiban sebagai berikut.

- 1) Menyusun proposal perencanaan acara baru.
- 2) Membuat jadwal dan daftar pelaksanaan kegiatan.
- 3) Membuat dokumen pelengkap perencanaan.
- 4) Mengumpulkan, mensistematiskan, dan menganalisa data dan informasi mengenai perencanaan acara.
- 5) Mengevaluasi acara.

2.4.2 Marketing Promotion (マーケティング PR)

Bidang Pemasaran atau *Marketing* memiliki kewajiban sebagai berikut.

- 1) Mengoperasikan akun resmi sosial media Nihon Go Gakko.
- 2) Melakukan promosi acara atau kegiatan dengan inovasi baru.
- 3) Menyebarkan *flyer* atau poster dan informasi mengenai acara atau kegiatan yang sedang berlangsung.
- 4) Meningkatkan kesadaran akan produk dan layanan, branding, dan mendapatkan penggemar.

2.4.3 Creative Production (クリエイティブ制作)

Bidang Produksi Kreatif atau *Creative Production* memiliki kewajiban sebagai berikut.

- 1) Menangani permintaan produksi dengan cepat dan tepat.
- 2) Mendesain *flyer* atau poster mengenai acara atau kegiatan yang sedang berlangsung.
- 3) Melakukan manajemen media.
- 4) Memproduksi film.

2.4.4 Operation Management (運営マネジメント)

Bidang Manajemen Operasi atau *Operation Management* memiliki kewajiban sebagai berikut.

- 1) Merencanakan, melaksanakan, mengkoordinasi, mengawasi, dan mengevaluasi seluruh kegiatan di Nihon Go Gakko.

- 2) Mengatur dan mengawasi pelaksanaan serangkaian kegiatan operasi berupa perencanaan, pelaksanaan, pengevaluasian, dan pengimprovisasian pada seluruh kegiatan di Nihon Go Gakko
- 3) Merencanakan dan mengontrol kebijakan di Nihon Go Gakko agar berjalan dengan maksimal.

2.5 Proyek Freepaper Nihon Go Gakko

Nihon Go Gakko memiliki beberapa perencanaan proyek bisnis yang berkaitan dengan gabungan konsep edukasi dan hiburan. Proyek bisnis tersebut di antaranya *exchange meeting*, *film production*, webinar, dan *freepaper*.

Freepaper merupakan sebuah proyek bisnis media cetak berupa majalah gratis yang diterbitkan oleh Nihon Go Gakko. Bisnis *freepaper* ini merupakan sebuah bisnis baru yang dirintis oleh Nihon Go Gakko untuk mencapai salah satu visinya yaitu menjadikan Nihon Go Gakko sebagai tempat untuk menghubungkan pembelajar bahasa Jepang di seluruh dunia. *Freepaper* memuat berbagai macam informasi mengenai kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh Nihon Go Gakko dalam rangka membantu mengembangkan dan mengasah kemampuan bahasa Jepang bagi para pembelajar bahasa Jepang. Dalam hal ini *freepaper* berperan sebagai media komunikasi yang menghubungkan perusahaan Nihon Go Gakko dengan pembelajar bahasa Jepang yang ada di seluruh dunia khususnya di Indonesia yang memiliki sekitar 700.000 pembelajar bahasa Jepang.

Freepaper yang diterbitkan oleh Nihon Go Gakko memiliki nama RJapanese. RJapanese berasal dari kata bahasa Inggris “*restricted*” yang

bermakna dilarang, sementara “*Japanese*” memiliki makna orang Jepang. Jadi secara harfiah *RJapanese* dapat diartikan sebagai dilarang untuk orang Jepang. *Freepaper RJapanese* disusun dan diterbitkan untuk pembelajar bahasa Jepang, bukan untuk orang Jepang. Proyek *freepaper RJapanese* ini telah terbit edisi pertamanya pada bulan Maret 2021. *Freepaper* tersebut dapat diakses secara *online* pada website <https://rjapanese.wixsite.com/rjapanese> atau dapat dibaca dalam bentuk cetak yang dapat dipesan pada alamat website tersebut.

Kesuksesan bisnis *freepaper* dapat memberikan pengaruh terhadap kesuksesan *Nihon Go Gakko* dalam menjadi suatu perusahaan harapan para pembelajar bahasa Jepang di seluruh dunia khususnya di Indonesia.

BAB III

PEMBAHASAN

Perkembangan teknologi komunikasi membawa perubahan dalam segala aspek kehidupan masyarakat, salah satunya di bidang industri media. Secara perlahan perkembangan teknologi menggeser kepopuleran media cetak dan semakin ditinggalkan. Akibatnya, bisnis media cetak menjadi tidak terlalu menguntungkan. Ini merupakan sebuah tantangan di pasar bisnis media cetak. Supaya dapat bertahan dalam situasi tersebut, sebuah perusahaan perlu memiliki persiapan dan strategi yang matang.

Nihon Go Gakko selaku perusahaan yang akan memasuki pasar bisnis media cetak perlu melakukan persiapan untuk melaksanakan proyek *freepaper RJapanese* agar proyek tersebut dapat berjalan lancar dan bertahan dalam arus persaingan. Adapun pelaksanaan proyek *freepaper RJapanese* sebagai media komunikasi di Nihon Go Gakko akan penulis bahas pada sub-bab berikut ini.

3.1 Pelaksanaan Proyek *Freepaper RJapanese* di Nihon Go Gakko.

Sebagai sebuah perusahaan baru yang memasuki pasar bisnis media cetak, Nihon Go Gakko melakukan serangkaian persiapan untuk melaksanakan proyek *freepaper* sebagai berikut.

3.1.1 Penyusunan Konsep Bisnis Freepaper.

Penyusunan konsep merupakan langkah awal yang dilakukan oleh Nihon Go Gakko dalam melaksanakan proyek *freepaper*. Dalam hal ini, Nihon Go Gakko mengidentifikasi peluang bisnis dengan melakukan

pendekatan menggunakan metode 5W2H (*What, Where, When, Why, Who, How, dan How Much*). Pendekatan menggunakan metode 5W2H menghasilkan ide dengan menggunakan rangkaian pertanyaan yang berkaitan dengan masalah *freepaper*. Misalnya, apa penyebab gagalnya bisnis *freepaper* atau bagaimana membuat pembaca tertarik dengan artikel yang dimuat di *freepaper*. Pendekatan melalui metode 5W2H yang dilakukan oleh Nihon Go Gakko memunculkan solusi dari permasalahan konsep *freepaper* yaitu dengan menggunakan konsep majalah *action*.

Konsep majalah *action* mengharapkan partisipasi aktif pembaca untuk melakukan kegiatan seperti yang terdapat dalam *freepaper RJapanese*. Konsep majalah *action* memanfaatkan fungsi kode QR, di mana pembaca dapat memindai kode QR yang disematkan di setiap artikel *RJapanese* untuk mengetahui informasi lebih lanjut tentang kegiatan yang diselenggarakan oleh Nihon Go Gakko. Kode QR ini juga merupakan jembatan interaksi antara pembaca dengan perusahaan. Pembaca dapat memberikan komentar dan kesan ketika membaca *RJapanese*.

3.1.2 Pertimbangan Penggunaan Bahasa pada Freepaper.

Setelah menentukan konsep bisnis *freepaper*, Nihon Go Gakko mempertimbangkan penggunaan bahasa dalam artikel yang dimuat pada *freepaper*. Dalam hal ini, Nihon Go Gakko ingin menggunakan bahasa yang dapat merangkul semua pembelajar bahasa Jepang di seluruh dunia. Oleh karena itu, bahasa yang digunakan dalam penyusunan *RJapanese* adalah bahasa Inggris dan bahasa Jepang.

Pertimbangan penggunaan bahasa Inggris adalah bahwa bahasa Inggris merupakan bahasa global yang paling banyak digunakan di dunia. Sedangkan pertimbangan penggunaan bahasa Jepang adalah agar pembelajar bahasa Jepang dapat melatih dan membiasakan diri dalam membaca artikel atau tulisan berbahasa Jepang. Sebagian besar artikel yang dimuat pada *RJapanese* ditulis dalam bahasa Inggris dan beberapa frasa ditulis menggunakan bahasa Jepang yang mudah sehingga pembelajar dari tingkat mana pun dapat memahaminya.

3.1.3 Penentuan Desain Rubrik dan Artikel pada *Freepaper*.

Persiapan pelaksanaan proyek *freepaper* selanjutnya adalah menentukan isi artikel dan rubrik yang akan dimasukkan dalam *freepaper*. Sebagai media komunikasi perusahaan, isi artikel dalam *freepaper RJapanese* memuat informasi mengenai kegiatan yang diselenggarakan oleh Nihon Go Gakko. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang dapat membantu pembelajar bahasa Jepang meningkatkan kemampuan bahasa Jepangnya dengan berpartisipasi dalam pertemuan pertukaran dengan pembelajar bahasa Jepang dari seluruh dunia, berpartisipasi dalam *challenge* atau kontes bahasa Jepang, atau berpartisipasi dalam kegiatan *circle club* untuk membangun relasi antarpembelajar bahasa Jepang di seluruh dunia.

Penyajian rubrik sangat penting dalam penyusunan majalah karena hal ini dapat mempengaruhi minat pembaca untuk membaca rubrik. Rubrik yang disajikan harus memiliki sebuah judul dan kalimat utama.

Judul merupakan sorotan utama pada halaman rubrik, oleh karena itu desain dan pemilihan huruf harus berbeda dan mencolok. Sedangkan kalimat utama merupakan pembuka dari keseluruhan artikel, oleh karena itu pada bagian ini menjelaskan apa yang akan dibahas pada artikel pada halaman tersebut. Setelah menentukan judul dan kalimat utama, tim penyusun menentukan letak dan ukuran artikel. Menentukan tata letak dan ukuran artikel akan memudahkan pembaca untuk menyaring informasi mana yang lebih penting.

Selain itu, sebuah rubrik juga harus memiliki nama. Penamaan rubrik dilakukan untuk memudahkan pembaca membedakan sebuah rubrik dengan rubrik lainnya. Misalnya, *RJapanese* menyertakan kata-kata seperti “iklan” atau “reporter” di halaman rubrik. Selain itu, desain dan layout tiap halaman rubrik juga harus berbeda dan memiliki ciri khas. Memiliki desain dan tata letak yang mencolok akan lebih menarik perhatian pembaca. Hal ini juga berlaku untuk desain kode QR yang terdapat pada halaman rubrik. *RJapanese* menggunakan desain kode QR yang menonjol sehingga pembaca dapat langsung mengenali kode QR yang tersemat dalam sebuah halaman.



Gambar 3 Desain dan Layout RJapanese

Sumber: *RJapanese Vol.1* (<https://rjapanese.wixsite.com/>)

Gambar tersebut merupakan salah satu desain dan layout pada *RJapanese* yaitu desain dan layout pada halaman 2 dan halaman 3. Pada halaman tersebut menyajikan sebuah rubrik berjudul “*Education x Entertainment = Enjoy!*” yang memuat artikel tentang proyek di perusahaan Nihon Go Gakko yang menggabungkan konsep edukasi dan konsep hiburan sebagai alternatif belajar bahasa Jepang. Seperti yang tertera pada gambar tersebut, desain dan layout pada *RJapanese* menggunakan jenis dan ukuran huruf yang berbeda diikuti dengan perpaduan warna yang kontras sehingga terlihat mencolok dan menarik perhatian pembaca.

RJapanese memiliki desain dan layout yang berbeda untuk setiap rubriknya. Dalam hal ini, *RJapanese* memperhatikan jumlah artikel dan perpaduan warna supaya halaman tidak memiliki kesan padat dan enak

dipandang mata. Namun untuk beberapa artikel yang menjadi sorotan utama, *RJapanese* menggunakan perpaduan warna yang lebih menonjol supaya terlihat lebih mencolok dibandingkan artikel yang lain.

Berikut ini adalah penjelasan desain halaman pada *freepaper RJapanese* yang memuat rubrik-rubrik tertentu.

1. Sampul (Cover).

Sampul pada *RJapanese* menampilkan *headline* masing-masing artikel yang dimuat dalam majalah. Sampul *RJapanese* menggunakan konsep gambar *manga* atau komik yang familiar dikalangan pembelajar bahasa Jepang. Hal ini bertujuan untuk menampilkan sisi *entertainment* dan *fun* dari majalah tersebut.



Gambar 4 Sampul *RJapanese*

Sumber: *RJapanese Vol.1* (<https://rjapanese.wixsite.com/>)

2. Rubrik “*Education x Entertainment = Enjoy!*”.

Rubrik “*Education x Entertainment = Enjoy!*” merupakan rubrik utama dari *RJapanese*. Oleh karena itu rubrik ini disajikan tepat setelah sampul, yaitu pada halaman 2 dan halaman 3. Rubrik “*Education x Entertainment = Enjoy!*” mengulas tentang kegiatan di balik layar pembuatan *short film* dan kegiatan *workshop* yang diselenggarakan oleh pembelajar bahasa Jepang di Indonesia di bawah naungan perusahaan Nihon Go Gakko.



Gambar 5 Making Short Film pada halaman 2

Sumber: *RJapanese Vol.1* (<https://rjapanese.wixsite.com/>)

Gambar di atas merupakan tampilan dari halaman 2 yang memuat artikel tentang “*Making Short Film*”. Artikel dalam rubrik tersebut mengulas tentang kegiatan pembuatan *Short Film* berjudul “*The One Word*” dan *Spin Off* berjudul “*Rebellion*”. Kedua *short film* tersebut merupakan proyek kolaborasi antara pembelajar bahasa

Jepang di Indonesia dengan Nihon Go Gakko. Artikel ditulis menggunakan bahasa Inggris dan bahasa Jepang. Pada halaman ini juga terdapat sebuah kode QR yang nantinya kode QR tersebut akan mengarahkan pembaca untuk menonton *short film* dan pembaca juga dapat memberikan kesan pesan terhadap *short film* tersebut.



Gambar 6 Artikel: *How to be an Actor Workshop* pada halaman 3

Sumber: *RJapanese Vol.1* (<https://rjapanese.wixsite.com/>)

Gambar di atas merupakan tampilan dari halaman 3 yang memuat artikel tentang “*How to be an Actor Workshop*”. Halaman ini berfokus pada promosi kegiatan *workshop*. *Workshop* tersebut merupakan proyek kolaborasi Nihon Go Gakko dengan pembelajar bahasa Jepang yang berpartisipasi dalam pembuatan *short film* dan *spin off*. Kegiatan *workshop* berfokus pada bagaimana cara belajar

bahasa Jepang melalui akting. Pada halaman ini juga terdapat sebuah kode QR yang akan mengarahkan pembaca ke *link* pendaftaran *workshop*.

3. Rubrik “*King Five Report: SMG de NIPPON*”.

Rubrik “*King Five Report: SMG de NIPPON*” merupakan rubrik yang memberikan informasi mengenai tempat-tempat di Semarang yang memiliki nuansa kejepangan seperti restoran sushi, warung ramen, hingga toko yang menjual *merchandise anime* Jepang.



Gambar 7 *King Five Report: SMG de NIPPON*

Sumber: *RJapanese Vol.1* (<https://rjapanese.wixsite.com/>)

Gambar di atas merupakan tampilan rubrik “*King Five Report: SMG de NIPPON*” yang terdapat di halaman 4 dan halaman 5 *freepaper RJapanese*. Desain yang digunakan berkesan minimalis dan tidak banyak mengandalkan perpaduan warna. Artikel yang dimuat dalam rubrik “*King Five Report: SMG de NIPPON*” merupakan jenis artikel advertorial. Isi artikel mengulas dan mempromosikan tempat-tempat yang direkomendasikan oleh tim reporter *RJapanese*. Ulasan

tidak hanya berupa artikel advertorial, namun pembaca juga dapat melihat ulasan tersebut dalam bentuk video ulasan dengan memindai kode QR yang tersemat di bagian atas rubrik.

4. Rubrik “*Become Kings*”.

Rubrik “*Become Kings*” merupakan rubrik yang mengulas tentang salah satu proyek di Nihon Go Gakko yaitu “*GO Challenge*” atau yang biasa dikenal dengan kontes bahasa Jepang bulanan. Proyek “*GO Challenge*” ini merupakan proyek yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan bahasa Jepang para pembelajar bahasa Jepang di seluruh dunia dengan cara berkompetisi satu sama lain dalam sebuah kontes.



Gambar 8 Rubrik “*Become Kings*”

Sumber: *RJapanese Vol.1* (<https://rjapanese.wixsite.com/>)

Rubrik “*Become Kings*” berisi artikel tentang *challenge* yang telah diadakan dan pemenang dari *challenge* tersebut. Desain artikel untuk setiap *challenge* berbeda. Hal ini untuk memudahkan pembaca

membedakan pemenang *challenge* yang satu dengan yang lain. Selain itu, rubrik “*Become Kings*” juga memuat *challenge* yang sedang berlangsung. Pembaca yang ingin mengikuti *challenge* atau ingin melihat karya pemenang sebelumnya dapat memindai kode QR yang telah disediakan.

5. Sampul Belakang.

Sampul belakang *RJapanese* memuat informasi tambahan yang berhubungan dengan interaksi langsung antara pembaca dengan tim editorial *RJapanese*. Desain yang diterapkan pada sampul belakang pun lebih sederhana dibandingkan halaman lainnya. Artikel yang dimuat pada sampul belakang berupa ajakan untuk bergabung ke dalam grup chat *RJapanese*, pengenalan karya lukis ilustrator *RJapanese*, dan pengenalan tim editorial *RJapanese*.



Gambar 9 Sampul Belakang

Sumber: *RJapanese Vol.1* (<https://rjapanese.wixsite.com/>)

Terdapat dua artikel yang dimuat pada sampul belakang, yaitu artikel *Let's have a fun chat together* dan *Auction*. Artikel *Let's have a fun chat together* merupakan ajakan untuk bergabung dalam sebuah grup chat yang berfungsi untuk menampung aspirasi, kritik, dan saran dari pembaca. Selain itu, pengadaan grup chat juga diharapkan dapat mempererat hubungan antarpembaca *RJapanese* sehingga dapat menjadi media untuk sharing minat dan belajar bahasa Jepang bersama. Artikel *Auction* merupakan artikel yang menjual lukisan yang dilukis oleh ilustrator *RJapanese*. Kedua informasi tersebut dapat diakses lebih lanjut dengan memindai kode QR yang tersemat di majalah.

3.1.4 Penawaran Iklan.

Iklan merupakan suatu bentuk komunikasi massa yang dirancang untuk menarik perhatian masyarakat terhadap suatu barang atau jasa yang dipasarkan. Hingga saat ini, kebutuhan iklan di masyarakat sangatlah besar. Hal ini tentunya memberikan sebuah peluang yang menguntungkan bagi bisnis media cetak seperti *RJapanese* untuk menjual kolom iklan.

	Ketentuan
Space Iklan A	- Terletak dihalaman 3 - Ukuran 10cm x 8cm
Space Iklan B	- Terletak dihalaman 3 - Ukuran 10cm x 8cm
Space Iklan C	- Terletak dihalaman 5 (halaman tengah) - Ukuran 9,5cm x 5,5cm
Space Iklan D	- Terletak dihalaman 5 (halaman tengah)

	- Ukuran 9,5cm x 5,5cm
Space Iklan E	- Terletak dihalaman 6 - Ukuran 10cm x 8cm
Space Iklan F	- Terletak dihalaman 6 - Ukuran 10cm x 8cm
Space Iklan G	- Terletak dihalaman 8 (halaman belakang) - Ukuran 10cm x 8cm

Tabel 1 Penawaran Kolom Iklan RJapanese

Sumber: Arsip *RJapanese*.

Tabel di atas merupakan tabel penawaran kolom iklan yang ditawarkan oleh *RJapanese* kepada calon pengiklan. Iklan pada *freepaper RJapanese* dicetak *full color*. Harga kolom iklan yang ditawarkan oleh *RJapanese* sama untuk setiap kolomnya, yaitu minimal Rp150.000 perkolom. Penetapan harga tersebut mempertimbangkan faktor popularitas. Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan anggota tim penyusun *RJapanese*, *freepaper RJapanese* merupakan produk baru yang mana produk tersebut belum begitu dikenal oleh masyarakat secara luas, sehingga untuk menetapkan harga jual yang tinggi pada setiap kolom iklan dirasa kurang tepat. Dalam hal ini, *RJapanese* berfokus untuk membangun kepercayaan promosi iklan. Oleh karena itu, sebagai langkah awal untuk membangun kepercayaan promosi iklan pelanggan, penetapan harga tersebut dinilai cukup dan mampu menarik perhatian pelanggan.

RJapanese sebagai media komunikasi perusahaan Nihon Go Gakko memiliki peranan yang sangat penting untuk membangun komunikasi dengan pembelajar bahasa Jepang dan pelanggan iklan. Dalam hal ini, Nihon Go Gakko selaku perusahaan yang menerbitkan *RJapanese* harus memperhatikan beberapa aspek supaya *RJapanese* mampu bersaing dan bertahan dengan media komunikasi cetak lainnya. Adapun kendala dalam menjalankan proyek *freepaper RJapanese* sebagai media komunikasi akan penulis bahas pada sub-bab berikut ini.

3.2 Kendala yang dihadapi oleh Nihon Go Gakko dalam melaksanakan Proyek Free Paper *RJapanese* sebagai Media Komunikasi.

Proyek *Freepaper RJapanese* sebagai media komunikasi merupakan komunikasi massa yang mana dalam proses penyusunan *freepaper* tersebut perusahaan mempertimbangkan berbagai macam faktor supaya *RJapanese* dapat berperan sebagaimana mestinya. Ada beberapa kendala yang dihadapi dalam menjalankan proyek *freepaper RJapanese*. Berdasarkan hasil observasi langsung dan wawancara terhadap anggota tim penyusun *RJapanese*, penulis memperoleh data sebagai berikut.

1. Perkembangan teknologi mendorong popularitas media *online* sehingga *RJapanese* harus memiliki konsep dan strategi baru.

Perkembangan teknologi komunikasi membawa perubahan dalam segala aspek kehidupan masyarakat khususnya di bidang industri media. Perkembangan teknologi komunikasi mendorong munculnya media *online* yang memiliki keunggulan lebih cepat dan akses lebih luas.

Keberadaan media *online* menjadikan persaingan di pasar bisnis media cetak semakin ketat. Bagi perusahaan yang tidak dapat beradaptasi dengan perubahan tersebut akan berdampak pada organisasi perusahaan sehingga menyebabkan perusahaan tersebut tidak mampu bersaing pada akhirnya memutuskan untuk berhenti dan tidak melanjutkan bisnis media cetaknya.

Freepaper RJapanese merupakan sebuah proyek bisnis media cetak berupa majalah gratis yang diterbitkan oleh Nihon Go Gakko. Sebagai salah satu media cetak yang beredar di tengah popularitas media *online*, *RJapanese* harus memiliki strategi bisnis yang tepat supaya dapat terus bertahan di arus persaingan. Meskipun *RJapanese* menggunakan konsep majalah *action*, sebuah konsep baru di mana pembaca melakukan sebuah aksi interaksi langsung dengan cara *scan QR Code* yang tertera pada majalah, konsep ini belum cukup untuk dijadikan sebagai senjata utama dalam menghadapi persaingan. Perusahaan perlu memikirkan sebuah upaya dan strategi yang tepat supaya dapat bertahan di pasar bisnis media cetak.

2. Biaya cetak yang mahal.

Beban terbesar dalam proyek bisnis *Freepaper RJapanese* adalah biaya cetak. *RJapanese* merupakan majalah *full color* sehingga biaya cetaknya lebih mahal daripada biasanya. Biaya cetak juga semakin tinggi dikarenakan bahan baku yang terus naik harganya. Biaya cetak juga memengaruhi lama percetakan. Salah satu anggota tim penyusun *RJapanese*

mengatakan bahwa semakin tinggi harga semakin cepat pula proses percetakannya, begitu pula sebaliknya.

Biaya yang dihabiskan untuk mencetak satu eksemplar majalah *RJapanese* yang terdiri atas delapan halaman yaitu sekitar Rp4.000 dengan ketentuan minimal cetak 1000 (seribu) eksemplar. Sehingga total yang dihabiskan untuk memenuhi tanggungan biaya cetak yaitu sekitar Rp4.000.000 untuk satu edisi *RJapanese*. Apabila perusahaan ingin menambah jumlah halaman *RJapanese*, maka biaya cetak yang dikeluarkan pun akan bertambah besar.

Selain biaya cetak, masih ada biaya lainnya seperti biaya operasional sehari-hari dan gaji karyawan. Jika keseluruhan dana hanya digunakan untuk membayar biaya cetak, maka biaya lain yang tidak terpenuhi akan menghambat jalannya proyek *Freepaper RJapanese*. Oleh karena itu, biaya cetak yang terlalu tinggi menjadi salah satu kendala terbesar yang dihadapi oleh Nihon Go Gakko dalam menjalankan proyek bisnis *freepaper RJapanese*. Apabila kendala tersebut tidak segera diatasi, perusahaan tidak mendapatkan profit dan dapat mengancam keberlangsungan proyek *RJapanese* hanya dapat berlangsung hingga beberapa edisi saja.

3. Strategi pemasaran kurang tepat.

Strategi pemasaran dibutuhkan dalam menghadapi persaingan di dunia bisnis media cetak. Strategi pemasaran yang harus diterapkan di sini adalah sebuah strategi pemasaran yang dapat membuat pelanggan menjadi loyal atau setia terhadap produk perusahaan sehingga akan memberikan

dampak terhadap pemasukan perusahaan berkelanjutan dalam jangka panjang.

Perusahaan perlu menerapkan sebuah strategi yang tepat untuk menarik pelanggan yang dapat memberikan pemasukan perusahaan, yaitu pelanggan yang akan membeli *space* iklan di halaman majalah perusahaan. Tamtama, Setiawan, dan Wajdi (2017) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa strategi yang diterapkan bukan hanya strategi kompetisi harga, tetapi juga strategi yang dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang dengan didapatkannya pendapatan dari penjualan yang berasal dari pelanggan iklan yang loyal.

Namun, strategi pemasaran yang diterapkan pada *RJapanese* hanya berfokus pada kompetisi harga saja, yaitu *space* iklan dengan harga yang relatif murah. Hal ini tentunya memberikan dampak terhadap pemasukan perusahaan yang sangat kecil dan tidak sebanding dengan pengeluaran perusahaan yang dikeluarkan untuk mencetak *RJapanese*. Padahal pendapatan perusahaan media cetak ditentukan berdasarkan penjualan *space* iklan kepada sponsor atau pengiklan. Jika tidak ada pendapatan yang masuk ke perusahaan, perusahaan akan mengalami defisit yang mengancam keberadaan *RJapanese* untuk undur diri di pasar media cetak. Strategi yang berfokus pada kompetisi harga tentunya kurang tepat untuk diterapkan di tengah persaingan bisnis media yang ketat seperti ini. Perusahaan harus segera menemukan strategi pemasaran baru yang memiliki dampak jangka panjang terhadap pendapatan perusahaan sehingga perusahaan tidak

mengalami defisit dan keberadaan *RJapanese* dapat terus bersaing di pasar media cetak.

4. Kurangnya pengalaman dalam menyusun freepaper.

Freepaper merupakan majalah yang didistribusikan secara gratis atau menjangkau khalayak tertentu. Secara keseluruhan, *freepaper* hampir mirip dengan majalah karena sama-sama memuat informasi gaya hidup seperti pariwisata, toko, lowongan pekerjaan, iklan, dan lain sebagainya.

Freepaper RJapanese merupakan proyek bisnis Nihon Go Gakko yang dalam proses penyusunannya melibatkan mahasiswa *internship* secara langsung. Mahasiswa *internship* tersebut diberikan kesempatan untuk menyusun dan merencanakan keseluruhan konsep dari *RJapanese*. Akibatnya konsep dan ide-ide bisnis yang muncul kurang sempurna dan masih banyak celah. Kurangnya pengalaman dalam menyusun dan merencanakan *freepaper* tersebut dapat menjadi sebuah kendala bagi kelanjutan keberadaan *RJapanese* di masyarakat.

Sumber daya manusia perlu dipertimbangkan karena sumber daya manusia tersebut yang akan mengurus dan mengelola *freepaper* dan menentukan eksistensi *RJapanese* di masyarakat. Dalam hal ini, tim redaksional *RJapanese* rata-rata adalah seorang pemula yang belum mengetahui seluk-beluk perjurnalistikan. Akibatnya, dalam proses penyusunan *RJapanese*, tim merasa bingung akan menata layout seperti apa dan apa saja yang harus dimuat ke dalam *RJapanese*. Kurangnya pengalaman tersebut juga membawa hasil konsep rubrik *freepaper* yang

kurang matang dan kurang tertata rapi. Padahal konsep rubrik sangat penting untuk menentukan apakah *RJapanese* layak bersaing dengan media cetak lainnya atau tidak. Selain itu, penulisan artikel advertorial juga terkesan amatir dan kurang persuasif. Hal ini sangat beresiko dan dapat memengaruhi hubungan kerja sama yang telah dibangun antara perusahaan dengan pelanggan iklan advertorial.

Kurangnya pengalaman dalam menyusun *freepaper* dapat menjadi kendala yang serius apabila kedepannya perusahaan tidak merekrut orang-orang yang sudah berpengalaman ataupun memberikan pelatihan terhadap tim redaksional *RJapanese*.

5. Bahasa pada *freepaper*.

Pemilihan bahasa dalam sebuah media cetak merupakan salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi pembaca untuk membaca media cetak tersebut atau tidak. Pemilihan bahasa dalam penyusunan *RJapanese* menjadi salah satu faktor yang membentuk branding *RJapanese*, yaitu sebagai majalah khusus pembelajar bahasa Jepang.

Sebagai majalah khusus pembelajar bahasa Jepang, *RJapanese* memilih menggunakan bahasa Jepang dan bahasa Inggris. Pertimbangan Nihon Go Gakko mengkombinasikan kedua bahasa tersebut adalah supaya *RJapanese* dapat merangkul semua pembelajar bahasa Jepang di seluruh dunia.

Namun dalam penerapannya, *RJapanese* lebih banyak menggunakan bahasa Inggris daripada bahasa Jepang. Hal ini menunjukkan

ketidakselarasan antara penerapan pemilihan bahasa dengan *branding RJapanese* sebagai majalah khusus pembelajar bahasa Jepang. Penggunaan bahasa Inggris terlalu dominan tidak memberikan kesan bahwa majalah tersebut ditujukan untuk pembelajar bahasa Jepang. Penggunaan bahasa Jepang dalam *RJapanese* masih sedikit dan sulit dipahami. Frasa bahasa Jepang yang dimuat dalam *RJapanese* juga tidak dilengkapi dengan *furigana* atau cara baca kanji yang memudahkan pembelajar bahasa Jepang tingkat pemula untuk memahami cara membaca frasa tersebut. Sehingga hal ini membuat pembaca yang masih berada di tingkat pemula mengalami kesusahan untuk memahami artikel berbahasa Jepang. Apabila *RJapanese* terus menerbitkan majalah tanpa menyelaraskan *branding* dengan pemilihan bahasa, citra *RJapanese* sebagai majalah khusus pembelajar bahasa Jepang akan hilang.

6. Akomodasi distribusi kurang memadai.

Distribusi memiliki peranan penting dalam mempertahankan keberadaan media cetak. Kegiatan distribusi yang dilakukan *RJapanese* merupakan kegiatan distribusi mandiri, di mana tim *RJapanese* membagikan *freepaper* kepada pembaca secara langsung. Kegiatan distribusi semacam ini tentunya memiliki sisi positif dan sisi negatifnya. Sisi positif dalam melaksanakan kegiatan distribusi mandiri yaitu perusahaan dapat menjalin komunikasi secara personal dengan pembaca. Komunikasi yang terjalin antara perusahaan dengan pelanggan dapat mewujudkan hubungan yang baik dan menumbuhkan loyalitas pelanggan. Hal ini

tentunya merupakan peluang yang bagus bagi perusahaan untuk menciptakan pelanggan yang loyal terhadap produknya.

Sisi negatif dalam melaksanakan kegiatan distribusi mandiri di antaranya yaitu membutuhkan tenaga dan waktu yang lebih besar untuk melakukan kegiatan distribusi. Orang yang bertugas melakukan distribusi akan bekerja lebih keras untuk mendatangi satu persatu calon pembacanya agar *RJapanese* dapat terdistribusikan secara merata ke seluruh pembelajar bahasa Jepang. Sisi negatif dalam melaksanakan kegiatan distribusi mandiri tentunya tidak bisa diabaikan begitu saja. Bisa jadi di masa mendatang sisi negatif kegiatan distribusi mandiri malah menjadi kendala yang serius.

Di sisi lain, pandemi Covid-19 juga menjadi kendala terbesar dalam melaksanakan kegiatan distribusi. Hal ini dikarenakan instansi atau lembaga pendidikan tidak beroperasi sebagaimana mestinya, akibatnya tim distribusi *RJapanese* tidak bisa mendistribusikan majalah ke sekolah atau instansi pendidikan lainnya. Oleh karena itu, *RJapanese* juga mengandalkan kegiatan distribusi *online* dengan membuat salinan majalah yang bisa diakses secara *online* oleh pembelajar bahasa Jepang baik di Indonesia maupun di seluruh dunia. Namun kegiatan distribusi *online* ini juga tidak berjalan lancar. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan lagi, salah satunya yaitu relasi dan pengetahuan dalam pengelolaan *website*. Kedua hal tersebut tidak bisa dipisahkan untuk menjangkau khalayak luas di jejaring sosial *online*. Untuk itu, Nihon Go Gakko selaku perusahaan yang

menerbitkan *RJapanese* harus segera memikirkan strategi distribusi yang tepat untuk mengatasi kendala tersebut.

Kendala dalam menjalankan bisnis freepaper *RJapanese* tidak bisa dipandang sebelah mata. Perusahaan tetap harus memikirkan strategi baru yang tepat, mulai dari strategi promosi hingga strategi distribusi, supaya dapat bersaing dengan lebih baik hingga menjadi kompetitor yang unggul di pasar.

BAB IV

PENUTUP

4.1 Simpulan

Berdasarkan hasil Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang penulis laksanakan di Nihon Go Gakko, penulis menyimpulkan uraian yang sudah dibahas pada bagian pembahasan sebagai berikut.

1. Proyek *freepaper RJapanese* merupakan proyek bisnis Nihon Go Gakko yang bertujuan untuk mendukung pembelajar bahasa Jepang di seluruh dunia. Pelaksanaan proyek *freepaper RJapanese* terbagi menjadi beberapa tahapan, yaitu, penyusunan konsep dan strategi bisnis *freepaper*, pertimbangan penggunaan bahasa pada *freepaper*, penentuan desain rubrik dan artikel pada *freepaper*, dan penawaran iklan.
2. Kendala dalam menjalankan proyek *freepaper RJapanese* sebagai media komunikasi, yaitu perkembangan teknologi mendorong popularitas media online sehingga *RJapanese* harus memikirkan konsep dan strategi baru, mahalnya biaya cetak, strategi pemasaran kurang tepat, kurangnya pengalaman dalam menyusun *freepaper*, bahasa pada *freepaper*, dan akomodasi distribusi yang kurang memadai. Kendala dalam menjalankan proyek harus segera diatasi supaya *RJapanese* dapat terus bersaing dengan media cetak lainnya.

4.2 Saran

Berkaitan dengan hasil pembahasan tentang Proyek *Freepaper* sebagai Media Komunikasi di Nihon Go Gakko, di mana dapat diketahui bahwa strategi

yang diterapkan pada proyek *freepaper* masih belum cukup untuk mengatasi kendala yang dihadapi dalam melaksanakan proyek *freepaper*, maka penulis memberikan saran sebagai berikut.

4.2.1 Saran yang dapat penulis sampaikan kepada perusahaan adalah sebagai berikut.

1. Penyusunan strategi bisnis sebaiknya menggunakan metode pendekatan bisnis model canvas karena bisnis model canvas membagi hal-hal penting ke dalam 9 elemen penting yaitu *customer segments*, *value propositions*, *channels*, *customer relationships*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnerships*, dan *cost structure*. 9 elemen tersebut saling berkaitan sehingga dapat memudahkan pengelola bisnis untuk memahami permasalahan yang sebenarnya terjadi.
2. Penawaran dan pemasaran iklan sebaiknya menggunakan strategi *relationship marketing* sebagai strategi utama karena strategi *relationship marketing* berfokus pada pengembangan hubungan dengan pelanggan. Dengan demikian hubungan antara perusahaan dengan pelanggan iklan dapat terjalin dengan baik.
3. Penggunaan bahasa dalam *freepaper RJapanese* sebaiknya difokuskan menggunakan bahasa Jepang. Penggunaan bahasa Jepang dapat menjadi sebuah identitas bagi *RJapanese* yang merupakan majalah gratis khusus pembelajar bahasa Jepang.

4.2.2 Saran yang dapat penulis sampaikan kepada penulis berikutnya yang ingin mengulas *RJapanese* pada Tugas Akhir adalah sebagai berikut.

1. Pembahasan strategi penawaran dan pemasaran iklan pada proyek *freepaper RJapanese* diulas dalam satu tema Tugas Akhir sehingga permasalahan mengenai hal tersebut dapat dibahas lebih rinci.

要旨

本実習報告を書く前に、筆者は 414-0054（日本）静岡県伊東市鎌田 9 9 9-2 にある日本 Go 学校で実習した。実習期間は約 100 日（3 ヶ月）で 2021 年 1 月 1 日～4 月 10 日であった。勤務日は、毎日で、毎週木曜と土曜には上司とミーティングを行い、プロジェクトを話し合った。勤務時間はフレキシブルだが、ミーティングはインドネシア時間の 08.00 から 10.00 までであった。実習のとき、筆者は日本 Go 学校のフリーペーパーの編集長とインターンのマネージャーで仕事を手伝うことになった。筆者の仕事はマネジメントを手伝うことになった。

暇な時、筆者はレポートを作成するためにデータを収集した。筆者は「Proyek Freepaper sebagai Media Komunikasi di Nihon Go Gakko」という題名をとっている。このレポートを書く目的は日本 Go 学校におけるコミュニケーションメディアとしてのフリーペーパープロジェクトについて説明するということと、コミュニケーションメディアとして使用する際に直面する障害について説明するということである。それを説明するために、著者は観察、インタビュー、文献調査の方法を使用している。

観察の結果は次の通りである：

1. フリーペーパープロジェクトは、日本 Go 学校のビジネス事業の一つである。日本 Go 学校では、フリーペーパー事業を実行する前に、さまざまな準備をした。フリーペーパー事業を始めるための準備とは、事業戦略の準備、雑誌のテンプレートやデザインの作成、どのような記事を書くことである。
2. フリーペーパーをコミュニケーションメディアとして使用する際に直面する障害は、印刷コストが高いこと、マーケティング戦略が適切でないこと、フリーペーパー作成の経験がないこと、フリーペーパーに書かれている言葉こと、パンデミックによる配布の困難さことである。

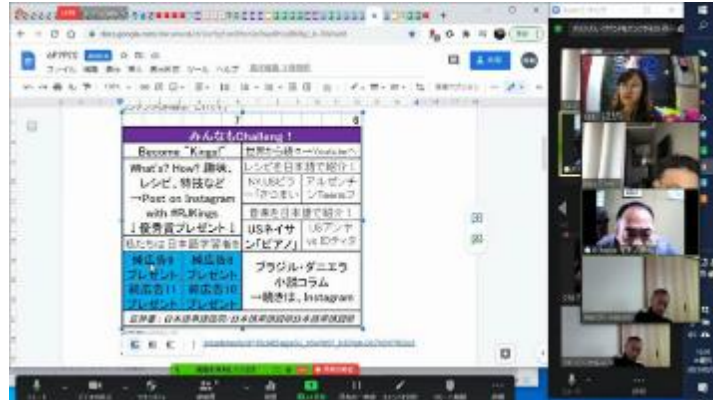
実習が終わって、筆者は一度に多くのことを学ぶようになった。筆者が行った実習の活動はすべて日本語を使っているので、毎日一生懸命に日本語を話さなければならなかった。また、日本人の仕事の習慣に合わせるのも大変だった。実習の短期間で、適応しなければならなかったことである。

しかし、これは筆者にとって、時間をうまくマネジメントする方法を学ぶための良い勉強になっていた。筆者は、時間のマネジメントやビジネスの運営や時間を守ることなどを分かるようになった。また、毎日日本語を話しているので、筆者の日本語能力が高めることになった。

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. *New Edition*. RJapanese. (n.d.). Diperoleh dari <https://rjapanese.wixsite.com/rjapanese/new-edition> pada tanggal 20 April 2021.
- Bakker, P. (2002). Free daily newspapers-business models and strategies. *International Journal on Media Management*, 4(3), 180-187.
- Drs. Djoko Purwanto, M. (2006). *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kusuma, S. (2016). Posisi media cetak di tengah perkembangan media online di Indonesia. *Jurnal InterAct*, 5(1), 56-71.
- Permana, D. J. (2015). Analisis peluang bisnis media cetak melalui pendekatan bisnis model canvas untuk menentukan strategi bisnis baru. *Faktor Exacta*, 6(4), 309-319.
- Rolyana Ferinia, A. Z. (2020). *Komunikasi Bisnis*. Yayasan Kita Menulis.
- Tamtama, N. N., Setiawan, A. A., & Wajdi, M. F. (2017). *Peran Relationship Marketing (Pemasaran Hubungan) dalam Menciptakan Loyalitas Pelanggan Pemasang Iklan pada Perusahaan Penerbit Media Cetak* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Yuliaty, K., Sari, W., & Safitri, D. (24 Agustus 2013). (PDF) Pengantar Komunikasi Bisnis. Diakses pada 10 Februari 2021, dari https://www.researchgate.net/publication/311715604_Pengantar_Komunikasi_Bisnis
- Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Penerbit PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

LAMPIRAN



Dokumentasi 1 Rapat koordinasi membahas freepaper



Dokumentasi 2 Hasil jadi freepaper



Dokumentasi 3 Distribusi freepaper

修了証

CERTIFICATE OF COMPLETION

Titan殿

貴殿は以下の通り日本Go学校のインターンシップに参加し
所定のプログラムを修了されましたのでこれを証します

実習期間：自2021年1月1日 至2021年3月31日

マネージャーとして、チームをまとめるのは大変でしたでしょう
が、よく頑張りましたね！素晴らしいです！ マキノ

よくKINGS5をまとめてくれました。沈黙のMTGのなか、決まっ
て切り出したのはTitan-san！更なる日本語の上達を期待してい
ます。 Kenichi

この大変なインターン活動を経験したら、ティタンさんの夢は半
分叶ったのも同然です。作家になる夢、応援しています！ Mori

2021年4月10日

日本 **GO** 学校

代表 マキノ雅紀

Representative *Masanori Makino*



Lampiran 1

**PENILAIAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN
PRODI DIPLOMA III BAHASA JEPANG
SEKOLAH VOKASI UNIVERSITAS DIPONEGORO**

Nama : Titania Novena
NIM : 40020418060035
Tempat Praktik : Nihongo Gakko

NO	SCORING ELEMENT	SCORE 50-100	NOTE		
1	Presence	91.0	Assessment description:		
2	Discipline	91.0	Score	Predicate	Value
3	Attitude and Personality	95.0	80 - 100	A	Very Good
4	Basic Skills	95.0	70 - 79	B	Good
5	Facility Skills	96.0	60 - 69	C	Enough
6	Ability to read situations and make decisions	95.0	50 - 59	D	Not Good
7	Participation and relationships between employees	95.0	Average Score		$\frac{Total\ Score}{10}$
8	Activity and creativity	91.5			$= \frac{939.5}{10}$
9	Timeliness	95.0			= 93.95
10	Completion of Tasks	95.0	Final Score		= 94
TOTAL SCORE		939.5	Round Letter Numbers		= A

Penilai,

Nihongo Gakko
CEC
Makino Masanori


BIODATA

Nama : Titania Novena

Tempat, Tanggal Lahir : Semarang, 4 November 2000

Agama : Islam

Nama Ayah : Achmad Dwi Janarko (Ayah Tiri)

Nama Ibu : Riana Praptiwi

Alamat : Jalan Rejosari Gumuk A No.9 RT004/XI,
Kel. Rejosari, Kec. Semarang Timur, Kota
Semarang 50125

No. HP : 082220621290

Jenis Kelamin : Perempuan

Riwayat Pendidikan : SD Negeri Rejosari 01 (2006 – 2012)
SMP Negeri 3 Semarang (2012 – 2015)
SMA Negeri 3 Semarang (2015 – 2018)
Universitas Diponegoro, D3 Bahasa Jepang (2018
– 2021)

