

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Pustaka

Pembuatan buklet sebagai media komunikasi, informasi, dan promosi sudah banyak dilakukan dan pembuatan buklet ini dilakukan seperti jurnal terdahulu yang berjudul “*Perancangan Komunikasi Visual Booklet Promosi Pariwisata Danau Kembar Alahan Panjang*” (2016) isi jurnal ini membahas pembuatan buklet yang memberikan informasi kepada masyarakat luar dengan adanya pariwisata di Danau Kembar Alahan Panjang dapat menambah wawasan pengetahuan tentang objek wisata di daerah setempat dan menjadi pemandu yang informatif untuk para turis mancanegara. Selain dari penelitian jurnal pertama, penulis juga menggunakan referensi dari laporan penelitian yang berjudul “*Buklet Bahasa Indonesia Bahasa Jepang Sebagai Media Promosi Museum Nasional*” (2021) yang melakukan pembahasan tentang pembuatan buklet untuk memberikan informasi kepada masyarakat dengan penjelasan yang kreatif, mudah dipahami, dan inovatif dalam penggunaan dua bahasa, yaitu Bahasa Indonesia dan Bahasa Jepang. Penggunaan kedua bahasa ini diharapkan dapat memberikan kemudahan serta kenyamanan untuk turis yang berasal dari Jepang, serta memberikan kemudahan kepada pemandu turis ketika menjelaskan tentang museum nasional. Untuk referensi ketiga penulis menggunakan referensi dari “*Buku Glosarium Multibahasa Sebagai Media Peningkatan Pemahaman Kosakata Kebandaraan*” (2024) proyek terdahulu yang dilakukan mahasiswa Universitas Diponegoro ini mengutamakan pada kosakata yang ada di bandara serta penjelasan istilah dari kosakata yang ada di dalam bandara menggunakan tiga bahasa asing yaitu, Inggris, Jepang, dan Indonesia.

Penulis memilih ketiga tinjauan pustaka tersebut dikarenakan tema untuk pembahasan memiliki kesamaan dengan penulis, yaitu pembuatan buklet sebagai desain komunikasi, buklet dengan dwibahasa, dan

pembuatan buku untuk pemahaman kosakata yang ada di bandara. Perbedaan dari referensi untuk tinjauan pustaka ini terletak pada fungsi dari pembuatan produk tersebut dan objek penelitian. Dari ketiga tinjauan pustaka tersebut penulis membuat sebuah produk berbentuk buklet berukuran A5 yang akan digunakan peserta *internship* ketika berangkat ke Jepang untuk pembekalan mengetahui informasi apa saja yang ada di bandara Jepang. Dalam hal ini penulis mengharapkan dengan adanya buklet ini dapat memberi kemudahan bagi peserta yang pertama kali datang ke Jepang ketika sampai di bandara.

2.2. Landasan Teori

2.1.1. Media Komunikasi

Media komunikasi memiliki peranan sangat penting dalam menyampaikan informasi dan pesan dari komunikator kepada komunikan. Media ini berfungsi agar pesan yang disampaikan dapat diperoleh dengan jelas dan sesuai dengan tujuan pengirim. Media komunikasi dapat berbentuk media cetak, media elektronik, media sosial, dan lainnya. Menurut Rini Darmasutri (2006, hlm. 1), media adalah sebuah sarana yang digunakan dalam komunikasi, baik dalam bentuk media cetak ataupun media elektronik. Media cetak, yaitu majalah, buklet, brosur, dan surat kabar bersifat nyata dan permanen sehingga sesuai untuk memberikan informasi secara rinci dan memerlukan pembacaan mendalam (Mulyana, 2010) sebaliknya, Jenkins (2006) mengatakan karakteristik yang ada di dalam media elektronik sangat unik dalam konsep konvergensi media. Dia menjelaskan media digital dapat mengumpulkan berbagai konten dalam format apa pun sehingga memungkinkan pengguna berpartisipasi aktif ketika menggunakannya.

Dalam konteks ini pemilihan media komunikasi seperti apa yang digunakan untuk sebuah pembelajaran harus dilakukan peninjauan untuk siapa media ini akan dibuat, apa tujuan dari pembuatan, dan penggunaannya. Misalnya, untuk sebuah materi edukasi pemilihan media cetak lebih baik

dibandingkan media elektronik, dikarenakan bentuk perwujudan fisik dapat memberikan pembaca kesan dalam hal kredibilitas, kemampuan menyimpan informasi, dan desain dari bentuk fisik tersebut. Dalam hal ini perkembangan kedua era tersebut dapat digabungkan menjadi satu melihat bagaimana kelebihan serta kekurangan yang ada di dalam media komunikasi, dapat menciptakan sebuah pengalaman yang lebih interaktif dan efektif sehingga dapat memudahkan pembelajaran yang dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja. Peningkatan ini dapat dilakukan dengan membuat buklet yang diberi *QR Code* yang memudahkan pengguna lainnya mengakses tanpa harus membawa bentuk fisik dari buklet tersebut dan memperluas jangkauan aksesibilitas untuk membacanya.

2.1.2. Buklet

Buklet adalah buku dengan ukuran yang kecil yang berisi informasi dan wawasan tentang bidang atau suatu hal tertentu (Pribadi, 2017, hlm. 56), menurut Satmoko (2006, hlm.2) buklet adalah buku minimalis yang berisi paling banyak empat puluh halaman dan tidak termasuk dalam halaman judul. Kemudahan buklet ini banyak dipilih sebagai media komunikasi yang telah dibahas di dalam jurnal Parwiyati (2014) buklet merupakan media yang layak digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan informasi dan menurut Khotimah (2015) menjelaskan bahwa buklet layak digunakan untuk meningkatkan pemahaman sebuah materi pembelajaran. Buklet juga sering digunakan dalam penyampaian informasi edukatif, instruksional, dan media promosi suatu produk. Buklet sebagai media komunikasi akan membantu peserta yang akan berangkat ke Jepang untuk mengetahui pembelajaran percakapan materi yang dilakukan setelah tiba di bandara Jepang. Buklet ini akan memberikan informasi mengenai yang ada di bandara Jepang seperti, pengenalan bandara di Jepang, aktivitas yang dapat dilakukan, dan percakapan dengan staf bandara. Spesifikasi buklet sebagai media komunikasi dalam bentuk fisik, yaitu terdapat isi materi yang digunakan dan bentuk fisik buklet;

a. Isi materi:

Materi yang digunakan disesuaikan dengan keadaan bandara di Jepang saat ini.

b. Bentuk fisik:

- Ukuran : A5 (21 x 14.8 cm), vertikal
- Kertas : *ivory* 230 gram dan *cts* 150 gram
- Halaman : 65 halaman
- Warna : biru tua, biru muda, dan merah muda
- Tampilan : desain dan materi di dalam buklet dibuat dengan penggabungan antara bandara dan Jepang, seperti bunga sakura.

2.1.3. Bandara

Bandara yang berada di Jepang mempunyai peran penting sebagai *first point of contact* dan *gateway experience* untuk peserta *internship* ketika pertama kali tiba di Jepang. Bandara sebagai bentuk *interface* pertama untuk peserta *internship* dalam memberikan pengalaman tentang budaya yang ada di Jepang secara mikro. Bandara bukan hanya sebagai wujud material jalur transportasi, tetapi jalur penghubung antara sosial, ekonomi, politik, dan pertukaran budaya di dalamnya. Bandara sebagai “zona kontak budaya” untuk peserta *internship* mengalami proses transkultural atau proses antara kedua budaya yang berbeda saling berinteraksi dalam pertukaran ide dan informasi. Staf bandara yang berperan sebagai *cultural broker* atau seseorang yang menjembatani budaya antara individu dengan individu lainnya, memperkenalkan norma-norma budaya dan sosial yang ada di Jepang pertama kali kepada pengunjung yang sampai di bandara Jepang pertama kali. Peristiwa ini sesuai dengan penelitian Spencer-Oatey (2010) mengenai manajemen kesan budaya, di mana pelayanan bandara di Jepang penuh dengan *omotenashi* atau konsep keramahtamahan yang menciptakan kesan positif bagaimana Jepang sangat menjunjung tinggi pelayanan yang tulus tanpa mengharapkan imbalan. Tahap ini menjadi awal bagaimana lingkungan kerja yang ada di Jepang, sekaligus awal untuk beradaptasi di tempat *internship*.

2.1.4. Bahasa Jepang

Menurut Josefova (2018) salah satu ciri dunia multikultural di masa kini adalah adanya kontak erat antara orang-orang yang berbeda budaya, ras, dan etnis. Jika tidak ada bahasa yang menjadi penghubung, orang-orang ini tidak akan dapat berbagi dan berkomunikasi satu sama lain. Komunikasi adalah sebuah cara untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada orang lain, untuk berinteraksi dalam memahami perasaan dan keinginan orang lain (Cangara, 2007) Informasi atau pesan yang disampaikan dapat berupa verbal dan nonverbal. Komunikasi verbal sebuah bentuk komunikasi dengan menggunakan lisan dan tulisan dengan memakai kata-kata, sedangkan nonverbal bentuk penyampaian tanpa menggunakan kata-kata, melainkan dengan simbol atau kode berupa audio dan visual, serta bahasa tubuh. Di dalam komunikasi verbal sebuah bahasa mempunyai peranan penting di dalamnya (Cangara, 2007) Interaksi komunikasi berbahasa yang digunakan menjadi tujuan untuk membagikan ilmu yang telah dipelajari, di dalam situasi seperti ini bahasa menjadi perantara komunikasi terpenting.

Menurut pendapat Sarah & Oldayo (2021) bahasa bukan hanya mempunyai peran sebagai media komunikasi, bahasa adalah simbol budaya di dalam masyarakat, kaidah di dalam norma, tingkatan sosial, dan nilai-nilai yang ada di dalamnya. Bahasa mempunyai fungsi untuk menyatakan informasi yang dilakukan baik secara langsung dan tidak langsung (Hadi, 2018, hlm. 1) Bahasa Jepang merupakan salah satu bahasa asing yang banyak dipelajari seseorang dan juga Jepang menjadi negara yang memiliki favorit mahasiswa untuk belajar atau tenaga kerja yang menyebabkan Bahasa Jepang banyak dipelajari dan menjadi syarat utama untuk belajar dan bekerja di Jepang. Dengan memahami dan memiliki kemampuan berbicara dengan bahasa lain membuat nilai tambah bagi seseorang karena kemampuan berkomunikasi dalam bahasa lain. Kemampuan untuk berkomunikasi dalam Bahasa Jepang dapat membuka berbagai peluang di dalamnya bagi seseorang yang ingin memiliki kesempatan untuk bekerja atau belajar di Jepang. Bahasa Jepang di dalam media komunikasi memiliki

latar belakang yang kompleks, struktur bahasa, konteks sosial dan budaya, serta global. Memahami Bahasa Jepang tidak hanya sebagai alat komunikasi tetapi, bagian dari identitas budaya Jepang itu sendiri.

2.1.5. Internship

Magang atau yang disebut sebagai *internship*, merupakan program yang dibentuk untuk pembelajaran mahasiswa dalam menggunakan teori dan praktik yang ada di perkuliahan dan memberikan peluang untuk mahasiswa dalam mempersatukan tindakan dan pemikiran (Effrisanti, 2015) dalam pasal 17 dan 18 pada Permendikbudristek No.53 Tahun 2023 tentang Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi yakni, mahasiswa pada program diploma satu, dua, tiga, dan terapan wajib mengikuti kegiatan magang di dunia usaha, industri, dan dunia kerja yang relevan. Dari kedua penjelasan mengenai magang atau *internship* dapat disimpulkan program ini merupakan bentuk pembelajaran secara langsung terhadap dunia kerja yang dapat membentuk mahasiswa siap menghadapi dunia kerja yang asli dan berkompetensi di dalamnya. Untuk beberapa kampus yang memiliki program studi bahasa asing di dalamnya, mereka menyediakan kesempatan *internship* di luar negeri. Pada program studi Bahasa Jepang pihak universitas memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk melakukan *internship* ke Jepang, melalui program ini mahasiswa dapat mengembangkan potensi mereka ke arah yang lebih tinggi dalam menghadapi persaingan sumber daya manusia di dunia pekerjaan secara global.