



- **ANALISIS JENIS WASEI EIGO DI MEDIA SOSIAL TWITTER**
Anggi Prahesta Hermawan, Firdhan Raka Iryananda, & Arianty Visiaty
- **THE ABILITY OF TEXT TRANSLATION (FROM INDONESIAN LANGUAGE TO JAPANESE LANGUAGE) FOR JAPANESE STUDENTS IN NORTH SUMATERA AND WEST SUMATERA**
Yuddi Adrian Muliadi & Siti Maharami Malayu
- **IDENTIFYING THE CAUSE AND IMPACT OF MISINTERPRETATION ON A MASS MEDIA INTERVIEW.**
Harnani
- **PENGGUNAAN KEIGO PADA SITUS BELANJA DARING “AMAZON” (アマゾン) DAN “RAKUTEN” (楽天)**
Vera Yulianti, Gita Aulia, & Amalia Septyani
- **CITRA TOYOTA AVANZA MELALUI TANDA VERBAL DAN VISUAL IKLAN PRODUK TOYOTA TAHUN 2018 : KAJIAN SEMIOTIK**
Mohammad Fahmi Heryanda, Dian Indira, & Nani Darmayanti

Diterbitkan oleh:

**SEKOLAH TINGGI BAHASA ASING (STBA)
YAPARI-ABA BANDUNG**

Jln. Cihampelas No. 194 Bandung 40131 Telp. (022) 2035426
 Fax. (022) 203675, email: info@stba.ac.id
 Kontak Redaksi: journalsora@stba.ac.id

ISSN 2541 – 5433

Vol. 3 No. 1, Juli 2018

JURNAL SORA

PERNIK STUDI BAHASA ASING

Jurnal ini diterbitkan setiap enam bulan sekali dan berisi pembahasan berbagai hasil pemikiran dan penelitian tentang Studi Bahasa Asing terkait Pembelajaran, Sastra, maupun Linguistik.

**SUSUNAN KEPENGURUSAN
JURNAL SORA
(Pernik Studi Bahasa Asing)**

Pimpinan Redaksi:

Tom T. Prakoso

Anggota Redaksi:

Ari Rahmat Utama Ardipradja

Citra Kandiawan

Okky Dwi Hapitta

Yudi Satriadi

Yuliani Kusuma Putri

Penyelaras Akhir:

Asteria Permata Martawijaya

Mitra Bebestari untuk Vol.3/No.1/2018:

Ekaning Krisnawati (Universitas Padjadjaran)

Nani Sunarni (Universitas Padjadjaran)

Nia Kurniasih (Institut Teknologi Bandung)

Sri Iriantini (Universitas Maranatha)

Sekretariat Jurnal SORA:

Ruang Jurnal, Kampus STBA Yapari-ABA Bandung

Jl. Cihampelas No. 194 Bandung 40131

Telpon (022) 2035426 – Fax (022) 2036765

Email: jurnalsora@stba.ac.id

Redaksi menerima naskah tulisan yang belum pernah diterbitkan sebelumnya.
Ditulis dalam format Microsoft Word (DOCX) dan dikirimkan ke alamat email sekretariat.
Uraian rinci tentang petunjuk penulisan dapat kami kirimkan dengan mengajukan permohonan ke alamat email tersebut.

PENGANTAR REDAKSI

Setelah melalui berbagai kendala dan penundaan, akhirnya Jurnal SORA Volume 3 No. 1, Juli 2018 dapat diterbitkan. Berbeda dengan dua volume sebelumnya yang menyertakan beberapa penulis dari kampus kami, pada volume ini semua penulisnya berasal dari luar kampus. Jumlahnya masih kami pertahankan lima tulisan. Kali ini dengan tiga topik bahasan terkait bahasa Jepang dan dua tentang bahasa Inggris.

Yang pertama berkenaan dengan kata-kata pada media sosial Twitter dalam konteks penggunaannya pada bahasa Jepang. **Anggi Prahesta Hermawan, Firdhan Raka Iryananda, & Arianty Visiaty** memfokuskan penelitiannya pada jenis *wasei eigo* pada kata khusus di media sosial tersebut. Penelitian ini ditujukan untuk memperoleh gambaran kecenderungan pola pembentukan dan penggunaan *wasei eigo* pada media sosial itu, yang diharapkan nantinya akan mempermudah para pembelajar bahasa Jepang menggunakan bahasa Jepang di media sosial yang populer tersebut.

Masih dalam konteks bahasa Jepang, yang kedua adalah dari **Yuddi Adrian Muliadi & Siti Muharami Malayu**. Keduanya membahas kemampuan menerjemahkan teks bahasa Indonesia ke bahasa Jepang pada para pembelajar yang telah lulus ujian internasional Japanese Language Proficiency Test (JLPT) pada N3. Para peneliti memberikan analisis pada beberapa sampel kalimat yang diterjemahkan dengan mengkategorikan kesalahan-kesalahan yang terjadi, menjelaskan penyebab kesalahan-kesalahan tersebut, dan membandingkan kesalahan-kesalahan penerjemahan yang terjadi antara satu wilayah dengan wilayah lain.

Yang ketiga adalah tentang tulisan dalam konteks bahasa Inggris. **Harnani** sebagai penulisnya secara khusus melakukan identifikasi terhadap penyebab dan dampak dari misinterpretasi yang dilakukan pada wawancara di media massa. Ia menghubungkannya dengan teori *Co-operative Principle dan Conversational Maxims* dari Grice dan menelaahnya, apakah misinterpretasi yang terjadi telah melanggar teori tersebut. Meskipun tulisan ini mengambil sebuah kasus tertentu, namun penulisnya dapat menggeneralisasi hasilnya untuk sebuah kesimpulan yang mengingatkan kita pada kehati-hatian dalam berbahasa.

Kembali lagi ke tulisan tentang bahasa Jepang, **Amalia Septyani, Gita Aulia, & Vera Yulianti** memberikan bahasan tentang apa yang disebut Keigo atau ragam hormat yang digunakan oleh masyarakat Jepang. Secara konvensional mungkin itu dipahami dalam konteks komunikasi tatap muka, namun ketiganya membahas dalam konteks kegiatan jual beli daring pada situs Amazon Jepang dan Rakuten. Dengan menggunakan analisis konten para peneliti berhasil mengungkapkan perbedaan penggunaan *Keigo* pada kedua situs tersebut.

Tulisan terakhir adalah tentang kajian semiotik pada pesan bahasa Inggris yang ada pada iklan Toyota Avanza. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data catat dan simak, beberapa sampel kata-kata iklan dianalisis menggunakan metode kualitatif dengan cara mendeskripsikan, menginterpretasikan, dan menerangkan penanda dan petanda dari tanda verbal dan visual secara semiotis berdasarkan teori dari Barthes. Dengan cara tersebut, penelitian yang disusun oleh tiga orang ini, yaitu **Mohammad Fahmi Heryanda, Dian Indira, & Nani Darmayanti** berhasil

mengungkapkan sifat apa yang paling mendominasi kata-kata pada iklan-iklan tersebut dalam rangka membentuk citra produk kendaraan ini pada persepsi konsumen.

Selamat membaca untuk semua. Terima kasih kepada para kontributor tulisan. Semoga isi Jurnal SORA ini dapat mencerahkan dan memperluas wawasan kita. Terima kasih.

Salam hangat dari kami!

Redaksi

DAFTAR ISI

• Pengantar Redaksi	iii
• Daftar Isi	v
• Analisis Jenis <i>Wasei Eigo</i> di Media Sosial Twitter	
Anggi Prahesta Hermawan, Firdhan Raka Iryananda, & Arianty Visiaty	1 – 10
• <i>The Ability of Text Translation (From Indonesian Language to Japanese Language) for Japanese Students in North Sumatera and West Sumatera</i>	
Yuddi Adrian Muliadi & Siti Muharami Malayu	11 – 20
• <i>Identifying the Cause and Impact of Misinterpretation on a Mass Media Interview</i>	
Harnani	21 – 27
• Penggunaan <i>Keigo</i> pada Situs Belanja Daring “Amazon”	
(アマゾン) dan “Rakuten” (楽天)	
Amalia Septyani, Gita Aulia, & Vera Yulianti	29 – 39
• Citra Toyota Avanza melalui Tanda Verbal dan Visual Iklan Produk Toyota Tahun 2018: Kajian Semiotik	
Mohammad Fahmi Heryanda, Dian Indira, & Nani Darmayanti	41 – 53