



Onomatope pada Pamflet Digital Produk Komersial Makanan dan Minuman Berbahasa Jepang: Kajian Struktur

Onomatopoeia in Digital Pamphlets of Commercial Products Food and Beverage in Japanese: A Structural Study

Muhammad Irsan, Yuyu Yohana Risagarniwa, Ekaning Krisnawati

Universitas Padjadjaran, Jatinangor, Jawa Barat, Indonesia

email: muhammad21407@mail.unpad.ac.id, yuyu.yohana.risagarniwa@unpad.ac.id, ekaning@unpad.ac.id

Info Artikel

Masuk: 10 Juni 2024

Revisi: 15 September 2024

Diterima: 29 Oktober 2024

Terbit: 30 Nopember 2024

Keywords: Japanese Onomatopoeia; syntactic categories; types of Onomatopoeia

Kata kunci: Onomatope Bahasa Jepang; kategori sintaksis; jenis Onomatope

Corresponding Author: Muhammad Irsan, email: muhammad21407@mail.unpad.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.24843/JH.2024.v28.i04.p10>

Abstract

This research is a structural study that focuses on describing the syntactic categories and the types of Japanese onomatopoeia that taken from advertising pamphlets of commercial food and beverage products. The data analysis method that applied in this research is the intralingual pairing method. Some of the theories that used are the theory of syntactic categories from Ikuhiro and Lawrence (1998) as well as from Kaori (2006), the theory of onomatopoeia types from Kaori (2006) and the theory of sentence analysis through phrase structure trees from Tsujimura (1996). From the analysis that have done, it was found about 78 data, including 33 different onomatopoeias that appearing in 68 sentences on 48 digital pamphlets of commercial products from various brands. Based on syntactic categories, Japanese onomatopoeia can be categorized as verb, adjective, noun and adverb with particles and affixes as the marker that are quite diverse. Based on the type, Japanese onomatopoeia in digital pamphlets can be classified as giongo, giseigo, gitaigo, giyougo and also gijougo, with gitaigo is the most dominant type of onomatopoeia that used in digital pamphlets of food and beverages.

Abstrak

Penelitian ini merupakan kajian struktural yang berfokus untuk mendeskripsikan kategori sintaksis maupun jenis onomatope bahasa Jepang yang diambil dari pamflet iklan produk komersial makanan dan minuman. Metode analisis data yang diterapkan pada penelitian ini adalah metode padan intralingual. Teori yang digunakan adalah teori kategori sintaksis dari Ikuhiro dan Lawrence (1998) maupun dari Kaori (2006), teori jenis-jenis onomatope dari Kaori (2006) dan teori analisi kalimat melalui pohon struktur frase dari Tsujimura (1996). Dari hasil analisis dijumpai 78 data yang mencakup 33 onomatope yang berbeda, yang muncul di 68 kalimat pada 48 pamflet digital produk komersial dari berbagai macam merek. Berdasarkan kategori sintaksis, onomatope bahasa Jepang dapat dikategorikan sebagai verba, adjektiva, nomina maupun adverbial dengan penanda berupa partikel maupun imbuhan yang cukup beragam. Berdasarkan jenisnya, onomatope bahasa

jepang pada pamflet digital dapat diklasifikasikan sebagai giongo, giseigo, gitaigo, giyougo dan juga gijougo, dengan onomatope jenis gitaigo merupakan jenis onomatope yang paling dominan dipakai pada pamflet digital makanan maupun minuman.

PENDAHULUAN

Bahasa bermula dari bunyi-bunyi onomatope, hal ini dibuktikan dengan penamaan benda-benda menurut bunyi yang dihasilkannya (Keraf, 1991: 3). Benda-benda tersebut dapat berasal dari suara binatang atau peristiwa-peristiwa yang terjadi di lingkungan alam. Risagarniwa (2022: 3) menjelaskan bahwa onomatope berasal dari bahasa Yunani, *onomapoieo*, yang berarti kata atau sekelompok kata yang menirukan bunyi-bunyi dari sumber yang digambarnya. *Onoma* berarti ‘nama’, dan *poieo* berarti ‘saya buat’ atau ‘menamai sebagaimana bunyinya’. Sehingga dapat dikatakan bahwa onomatope adalah penamaan benda atau perbuatan dengan peniruan bunyi yang diasosiasikan dengan benda atau perbuatan tersebut (Kridalaksana, 1984: 135).

Seorang ahli bahasa bernama Yamamoto (1993:3-4) menjelaskan bahwa orang Jepang kerap kali menggunakan onomatope dalam percakapan sehari-hari. Pada saat ini, kata-kata dari jenis onomatope membentuk lapisan penting dari keseluruhan struktur leksikal bahasa Jepang. Hal ini dapat dilihat dari beberapa penulis dan peneliti terdahulu yang sudah mendata onomatope bahasa Jepang. Misalnya seperti Haruhiko (1981) dalam bukunya yang berjudul *Giongo Gitaigo Jiten* memaparkan setidaknya 1696 onomatope, Nakami (2003) dengan judul *Kurashi no kotoba Gion-Gitaigo Jiten* memaparkan setidaknya 1683 onomatope, serta yang terbaru yaitu dari Risagarniwa (2022) dengan judul *Onomatope Bahasa Jepang: Padanannya dalam Bahasa Indonesia & Jepang*, menjelaskan sebanyak 1575 Onomatope. Fakta ini secara tidak langsung menunjukkan betapa pentingnya mempelajari onomatope bahasa Jepang ini oleh orang asing yang ingin menguasai bahasa tersebut dengan baik.

Onomatope bahasa Jepang tidak hanya digunakan dalam sebuah percakapan, melainkan turut juga hadir dalam banyak penggunaan sehari-hari misalnya pada sebuah lirik lagu dan juga di dalam bahan bacaan seperti komik, novel, dan tak terkecuali pada sebuah pamflet, baik dalam bentuk cetak maupun digital. Hal ini senada dengan pendapat Chang (1990: v-vi) yang mengatakan bahwa bahasa Jepang sebagai bahasa yang amat kaya akan kosakata onomatope, dapat dibuktikan dari betapa seringnya jenis kosakata tersebut digunakan oleh para penuturnya dalam setiap percakapan sehari-hari, di majalah maupun pada surat kabar.

Terkait dengan penggunaan onomatope dalam pamflet iklan, Medvediv & Dmytruk (2019:78) menyebutkan bahwa onomatope bahasa Jepang yang digunakan dalam teks iklan terkadang menimbulkan suatu tantangan tersendiri dalam menerjemahkannya. Misalnya seperti pada contoh kalimat (a) berikut ini.

(a) パチパチ、キャンデイ増量！

Pachi-pachi, kyandei zouryou!

Kletek-kletek, lebih banyak permen!

Contoh kalimat di atas dikutip dari pamflet digital makanan berupa es krim. Dari cuplikan kalimat tersebut, sebagian dari pemelajar bahasa Jepang akan kesulitan dalam

menyerap informasi yang termuat di dalamnya. Kekhasan dari onomatope bahasa Jepang yang tidak ada dalam bahasa Indonesia sering kali menyebabkan kesulitan besar bagi orang Indonesia untuk belajar bahasa Jepang (Inose, 2007: 97). Selain karena padanan katanya yang dalam bahasa Indonesia cukup sukar dipahami, permasalahan klasik lainnya adalah seperti kurangnya pemahaman bahwa sebenarnya onomatope tersebut sedang merujuk dan mendeskripsikan kata yang mana di dalam kalimat tersebut. Misalnya, kata *pachi-pachi* ‘kletek-kletek’ apakah sedang mendeskripsikan nomina *kyandi* ‘permen’? Atau pada nomina *zouryou* ‘meningkat/ bertambah banyak’? Atau mungkin justru pada frasa nomina *kyandi zouryou* ‘lebih banyak permen’? Dengan kata lain, secara tidak langsung pemelajar dituntut untuk memahami bagaimana hubungan suatu onomatope dengan kata yang lainnya di dalam suatu kalimat. Pemahaman tersebut baru akan diraih ketika seseorang dapat mengkategorikan onomatope tersebut dengan tepat.

Pemahaman terhadap onomatope bahasa Jepang ini kemudian terasa lebih menyulitkan lagi tatkala pemelajar bahasa dihadapkan dengan fakta bahwa onomatope bahasa Jepang dapat dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu: *giseigo*, *giongo* dan *gitaigo* (Kaori, 2006: 194). Kemudian, jenis *gitaigo* ini juga dapat dibedakan lagi menjadi tiga jenis, yaitu: *gitaigo*, *giyougo* dan *gijougo*. Pemahaman mengenai jenis onomatope ini juga dirasa perlu dibahas mengingat dengan mengetahui hal itu pemelajar bahasa Jepang menjadi paham dari mana sumber bunyi onomatope tersebut berasal, maupun hal/kondisi seperti apa yang sedang digambarkan oleh suatu onomatope tersebut.

Sesuai dari pemaparan singkat di atas, dapat disimpulkan bahwa tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis kategori sintaksis suatu onomatope dan juga untuk mengklasifikasi jenis onomatope yang digunakan dalam pamflet iklan produk komersial makanan dan minuman berbahasa Jepang.

METODE DAN TEORI

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Data yang terkumpul cenderung dianalisis melalui penjabaran berupa deskripsi yang bersifat apa adanya (Sugiyono, 2019:8). Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah berupa metode simak dengan teknik dasar yang berwujud teknik sadap. Adapun penyadapan tersebut kemudian diwujudkan dalam bentuk teknik baca dan teknik catat. Mula-mula peneliti memasukkan kata kunci *日本での飲食料品広告パンフレット* *nihon-de-no inshokuryouhin koukoku panfuretto* ‘pamflet makanan dan minuman di Jepang’ pada mesin pencari di Pinterest maupun Google Image, dan kemudian mulai membaca satu persatu kalimat pada pamflet tersebut. Kalimat yang diindikasikan memiliki kata onomatope di dalamnya kemudian akan dicatat, untuk kemudian dipastikan absahannya dengan *cross-check* pada kamus onomatope Jepang, seperti: Haruhiko (1981), Nakami (2003), maupun kamus dari Risagarniwa (2022).

Metode analisis data yang diterapkan pada penelitian ini adalah metode padan intralingual. Metode padan intralingual adalah metode analisis dengan cara menghubungkan-bandingkan unsur-unsur yang bersifat lingual, baik yang terdapat dalam suatu bahasa maupun dalam bahasa yang berbeda (Mashun, 2020: 120). Metode padan intralingual tersebut diwujudkan berupa: (a) metode agih dengan teknik lanjutan berupa teknik bagi unsur langsung (BUL), dan juga (b) metode padan *identity* dengan teknik lanjutan berupa padan *translational*. Teknik bagi unsur langsung yaitu teknik urai unsur terkecil atau mengurai suatu lingual tertentu atau unsur-unsur terkecilnya, sedangkan teknik padan translasional adalah metode dengan alat penentunya merupakan bahasa

atau lingual lain (Surdayanto, 1993:13-15). Onomatope bahasa Jepang yang terdapa pada pamflet tersebut dipisahkan menggunakan metode agih kemudian dicari artinya menggunakan metode padan translasional, setelah itu onomatope yang sudah diterjemahkan artinya dari bahasa Jepang ke dalam bahasa Indonesia dianalisis kategori sintaksisnya, kemudian dicari jenis onomatopenya.

Adapun mengenai teori kategori sintaksis untuk onomatope bahasa Jepang, baik itu dari Ikuhira & Lawrence (1998: 47-63) maupun dari Kaori (2006: 195-197) sama-sama sependapat bahwa ada beberapa penanda kata maupun partikel kebahasaan yang muncul di dalam suatu kalimat sehingga suatu onomatope bahasa Jepang dapat berwujud berupa *doushi* (verba), *keiyoushi* (adjektiva), *fukushi* (adverbial) maupun berupa *meishi* (nomina). Pengkategorian onomatope tersebut dimaksudkan agar dapat memahami bagaimana hubungan antara suatu onomatope dengan kata yang lain di dalam suatu kalimat. Sedangkan untuk teori jenis onomatope, Kaori (2006: 194) menjelaskan bahwa onomatope bahasa Jepang dapat dibagi menjadi beberapa jenis: *giseigo* sebagai kata yang berupa bunyi-bunyi tiruan yang menggambarkan suara hewan maupun pun suara manusia, *giongo* sebagai jenis kata tiruan bunyi-bunyian yang dihasilkan dari kejadian alam, dan *gitaigo* bunyi-bunyi tiruan yang mengungkapkan suatu tindakan, aspek benda, dan keadaan. Kemudian, jenis *gitaigo* dapat dibedakan lagi menjadi tiga jenis, yaitu: *gitaigo* sebagai kosakata yang merupakan penggambaran suatu keadaan dari sebuah benda, *giyogo* sebagai jenis kata yang menyatakan keadaan (tingkah laku) makhluk hidup, dan yang terakhir yaitu *gijougo* sebagai kata yang seolah-olah menyatakan keadaan hati (perasaan) manusia. Di dalam penelitian ini juga dihadirkan cara penganalisisan kalimat bahasa Jepang melalui pohon struktur frase (*phrase structure tree*) seperti yang telah Tsujimura (1996:162-165) contohkan dalam bukunya. Dikarenakan keterbatasan halaman, analisis kalimat bahasa Jepang melalui pohon struktur frase tersebut pada penelitian ini akan disederhanakan melalui penggunaan tabel, namun tetap tidak menghilangkan susunan strukturnya.

Penelitian terkait dengan onomatope bahasa Jepang ini sejatinya juga sudah pernah dilakukan oleh para peneliti terdahulu, misalnya seperti penelitan dari Atmi Rahayu (2015) yang berjudul “Prosedur dan Strategi Penerjemahan Onomatope Bahasa Jepang Dalam Novel Botchan Karya Natsume Soseki”. Penelitian Arisuta & Wedayanti (2018) yang berjudul “Strategi Penerjemahan dan Pergeseran Makna Onomatope pada Lirik lagu JKT48”. Ayu Roslia *et al.* (2019) yang berjudul “Onomatope yang Digunakan oleh *Food Blogger* Jepang dalam Media Sosial Instagram. Penelitian Putri *et al.* (2020) dengan judul “*Emotional Onomatopoeia in Japanese Animation Series*”. Serta penelitian yang terakhir yaitu dari Nissa *et al.* (2021) dengan judul “*Forms and Translation Procedures of Korean Onomatopoeia and Mimesis in the Webtoon*”. Dari kelima penelitian terdahulu tersebut, dapat diketahui bahwa sejauh ini onomatope kerap kali masih dikupas dari segi penerjemahan maupun maknanya saja. Sedangkan telaah dari ilmu sintaksis masih terbilang cukup minim. Selain itu, hal lain yang jadi faktor pembeda penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu dari segi sumber data. Penelitian kali ini menggunakan sumber data yang diambil dari kalimat-kalimat yang mengandung onomatope pada pamflet digital produk komersial berbahasa Jepang, khususnya produk jenis makanan dan minuman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini berhasil menemukan 78 data berupa onomatope bahasa Jepang, dengan 33 onomatope yang berbeda, yang muncul di 68 kalimat pada 48 pamflet digital produk komersial makanan dan minuman, misalnya dari: Burger King, Koara no Maachi, Gura-Kuro, Rich Milk Crunch, Cocai Cola, Sprite, Fanta, Starbuck, Calpis Water Zero, Hyouketsu, Kirin, Yougurt Paruteno, Aisushitorasutii, Astalift Water, Hare Cha, dan masih banyak lagi. Dari hasil analisis yang telah dilakukan, berikut adalah rangkuman dari 78 data onomatope bahasa Jepang yang disajikan dalam bentuk Tabel 1 dan Tabel 2.

Tabel 1. Kategori Onomatope, Penanda dan Pola yang Terbentuk

Kategori	Penanda	Pola
Verba	Verba <i>suru</i>	Onomatope + V <i>suru</i> + N/FN
	Partake <i>to</i> + Verba <i>suru</i>	Onomatope + <i>to</i> + V <i>suru</i> + N/FN
	Partikel <i>no</i>	Onomatope + <i>no</i> + N/ FN
Adjektiva	Sufiks <i>-na</i>	Onomatope + <i>na</i> + N/ FN
	Terletak di akhir kalimat	Onomatope + <i>desu/da</i>
Nomina	Partikel <i>o</i>	Onomatope + <i>o</i> + V + N/FN
		Onomatope + <i>to</i> + N/ FN
Adverbia	Partikel <i>to</i>	Onomatope + <i>to</i> + V + N/FN
		Onomatope + <i>to</i> + A/FA
	Partikel <i>ni</i>	Onomatope + <i>ni</i> + V + N/FN
		Onomatope + V+ N/ FN
	Tidak ada penanda	Onomatope + N/ FN
	N/ FN + Onomatope	
	Onomatope + A/FA	

Tabel 2. Jenis Onomatope, Data dan Jumlah Data

Jenis Onomatope	Onomatope	Total Data
<i>Giongo</i>	<i>koto-koto, pachi-pachi, pant, sara-sara</i>	5
<i>Giseigo</i>	<i>fuu-fuu, jurut, goku-goku</i>	3
<i>Gitaigo</i>	<i>kira-kira, gyuut/gyut/gyu-gyu/gyut-gyu, gun-gun, saku-saku, sappari, shikkari, shittori, shaki-shaki/shakit, shari-shari, sukkiri, tappuri, toro-toro, neba-neba, parit, pika-pika, pittari, fukkura, puri-puri/purip-puri, fuwat, fuwari, hoku-hoku, bari-bari, sara-sara</i>	61
<i>Giyougo</i>	<i>kirit, shikkari, jikkuri, don-don</i>	7
<i>Gijougo</i>	<i>kyun, waku-waku</i>	2

Pada Tabel 1, dapat dilihat bahwa berdasarkan kategori sintaksis, onomatope bahasa Jepang dapat dikategorikan sebagai verba, adjektiva, nomina maupun adverbia. Sebagai kategori verba, suatu onomatope biasanya dapat ditandai ataupun tidak ditandai oleh partikel *to*, kemudian diikuti oleh verba *suru* ‘melakukan’ dan suatu nomina/frasa nomina. Sebagai kategori adjektiva, suatu onomatope biasanya akan ditandai oleh partikel *no* maupun sufiks *-na* yang kemudian diikuti oleh suatu nomina/frasa nomina.

Onomatope bahasa Jepang juga dapat dikategorikan sebagai adjektiva ketika berada di akhir suatu kalimat dengan hadirnya sebuah kopula *desu* atau *da* setelahnya, yang secara langsung menandakan bahwa predikat pada kalimat tersebut diisi oleh sebuah onomatope dari kategori adjektiva. Sebagai kategori nomina, pada penelitian ini hanya dijumpai satu penanda, yaitu hadirnya partikel *o* yang kemudian diikuti oleh verba/frasa verba. Sedangkan sebagai adverbial, onomatope biasanya dapat ditandai oleh partikel *to*, *ni* maupun tanpa penanda sama sekali. Dalam kategori sebagai adverbial ini, pola yang muncul bisa sangat beragam. Sebab, setelah onomatope tersebut biasanya dapat diikuti oleh nomina/frasa nomina, verba/frasa verba, adjektiva/ frasa adjektiva. Selain itu, pada kategori sebagai adverbial ini juga ditemukan pola dimana terdapat onomatope yang menerangkan kata yang berada sebelumnya, bukan setelahnya.

Kemudian dari Tabel 2, dapat dilihat bahwa onomatope jenis *gitaigo*, yaitu kata yang menyatakan keadaan suatu benda, merupakan jenis onomatope yang paling dominan dipakai pada pamflet digital, yaitu sebanyak 61 data. Sedangkan onomatope jenis *giongo*, *giseigi*, *giyougo*, dan *gijougo* merupakan jenis yang tidak terlalu sering digunakan untuk mendeskripsikan suatu makanan maupun minuman, yang masing-masing jenis hanya ditemukan sebanyak 5, 3, 7 dan 2 data. Dari Tabel 2 ini juga dapat dilihat bahwa suatu onomatope bias digolongkan menjadi dua jenis yang berbeda, sesuai dengan rujukan onomatope tersebut ditujukan untuk mendeskripsikan hal apa. Hal ini dapat dilihat dari onomatope *sara-sara*, sebagai kata yang menggambarkan bunyi benda yang tipis dan ringan, atau pun bisa juga untuk menggambarkan keadaan suatu benda yang halus. Oleh karena itu, *sara-sara* dapat dikategorikan sebagai jenis *giongo* maupun *gitaigo*.

Sebagai penjabaran lebih terperinci dari kedua tabel di atas, berikut adalah pemaparan singkat dari beberapa data mengenai penggunaan onomatope pada pamflet digital produk komersial makanan dan minuman berbahasa Jepang, yang diuraikan berdasarkan kategorinya beserta jenis-jenis onomatope yang terdapat di dalamnya.

Onomatope Sebagai Verba

Meskipun tidak ada onomatope bahasa Jepang yang dapat berfungsi secara langsung sebagai kata kerja, onomatope tersebut akan dapat berfungsi sebagai kata kerja jika digabungkan dengan sejumlah kecil akhiran kata kerja. Misalnya seperti menambahkan verba *～する-suru* ‘melakukan’ maupun *～つく-tsuku* ‘membuat’ di belakang beberapa onomatope. Namun dalam penelitian ini hanya ditemukan penggunaan onomatope yang diikuti oleh verba *～する-suru* ‘melakukan’ saja, sebagai mana pada kalimat (01) dan (02) berikut ini:

- (01) 独特のネバネバした食感は癖になる美味しさです。
Dokutoku-no neba-neba shita shokkan-wa kuse-ni-naru oishi-sa desu.
 Tekstur unik yang lengket-kengket, (sehingga) kelezatannya membuat ketagihan (terbiasa).
- (02) サクサクとしたバタークッキーが、食感のアクセントに。
Saku-saku to shita bataa-kukkii-ga, shokkan-no akusento ni.
 Kue mentega yang krenyes-krenyes, (memberikan) penekanan (pada) tekstur.

Dengan menggunakan analisis kalimat melalui pohon struktur frase, didapat hubungan masing-masing onomatope pada kalimat (01) dan (02) di atas dengan kata yang ada di sekitarnya sebagaimana Tabel 3 dan Tabel 4 berikut.

Tabel 3. Hasil Analisis Kalimat (01)

<i>neba-neba</i>	<i>shita</i>	<i>shokkan</i>
lengket-lengket	dilakukan	tekstur
Verba		Nomina
Frasa Nomina		

Tabel 4. Hasil Analisis Kalimat (02)

<i>Saku-saku</i>	<i>to</i>	<i>shita</i>	<i>bataakukkii</i>
krenyes-krenyes	Comp	dilakukan	kue mentega
	Verba		Nomina
	Frasa Verba		Frasa Nomina
Frasa Nomina			

Pada kalimat (1), onomatope *neba-neba* ‘lengket-lengket’ diikuti oleh *shita* ‘melakukan’ (bentuk kala lampau verba *suru*) dan nomina *shokkan* ‘tekstur’ yang kemudian semua itu membentuk sebuah frasa nomina *neba-neba shita shokkan* ‘tekstur yang lengket-lengket’, sehingga dari kalimat (1) didapat sebuah pola: onomatope + V *suru/shita* + N. Sedangkan untuk kalimat (2), terdapat penambahan partikel *to* sebagai komplemen setelah onomatope *saku-saku* ‘krenyes-krenyes’, kemudian diikuti oleh *shita* ‘melakukan’ dan sebuah nomina *bataakukkii* ‘kue mentega’ yang semua itu kemudian membentuk sebuah frasa nomina *saku-saku to shita bataa-kukkii* ‘kue mentega yang krenyes-krenyes’, sehingga dari kalimat (2) didapat pola: onomatope + *to* + V *suru/shita* + N.

Dari kedua pola tersebut, 10 dari 11 data (untuk kategori onomatope sebagai verba) yang dijumpai merupakan kalimat yang memakai pola: onomatope + *to* + V *suru/shita* + N. Kemudian, dari 11 data (semua) yang telah dianalisis tersebut, semuanya merupakan onomatope jenis *gitaigo*, yaitu jenis kata yang menyatakan keadaan suatu benda, berikut adalah beberapa diantaranya: すっきりとした後味 *sukkiri to shita atoaji* ‘aftertest yang bersih’, しっかりとした粘り *shikkari to shita nebari* ‘kelengketan yang benar-benar padat’, つるつるとした食感 *tsuru-tsuru to shita shokkan* ‘tekstur yang halus’, バリバリとした食感 *bari-bari to shita shokkan* ‘tekstur yang kriuk-kriuk’, ピリッとした青唐辛子みそ *pirit to shita ao-tougarashi miso* ‘miso cabai hijau yang pedas’.

Onomatope Sebagai Adjektiva

Onomatope bahasa Jepang tidak berfungsi secara langsung sebagai adjektiva. Namun, onomatope yang berfungsi sebagai adjektiva ini mempunyai ciri-ciri, yaitu: menggunakan partikel 「の」 *no*, menggunakan partikel 「に」 *ni*, penambahan sufiks 「～しい」 *-shii*, penambahan sufiks 「～な」 *-na*, dan penambahan kopula 「～だ」 *-da* di belakang onomatope tersebut. Dari beberapa ciri-ciri tersebut, pada penelitian ini hanya ditemukan tiga di antaranya, yaitu seperti pada kalimat (03), (04) dan (05) di bawah ini.

- (03) サックサクのかき揚げ、お出汁に浸してどうぞ!
Sakku-saku-no kakiage, o-dashi ni hitashite douzo!

Silahkan celupkan kakiage (tempura sayuran dan *seafood*) yang **krenyes-krenyes** ke dalam sup dashi!

- (04) **ぷりっぷりな歯ごたえと程よく脂がのった青森県ブランド魚です。**
Purip-puri-na hagotae-to hodoyoku abura-ga notta Aomori-ken burandogyodesu.
 Ikan berkualitas dari Prefektur Aomori dengan tekstur yang **kenyal** (elastis) dan lemak yang pas.
- (05) **甘くなくてすっきり。**
Amakunakute sukkiri.
 (Rasanya) tidak manis, (dan) **menyegarkan**.

Dengan menggunakan analisis kalimat melalui pohon struktur frase, didapat hubungan masing-masing onomatope pada kalimat (03) s/d (05) di atas dengan kata yang ada di sekitarnya sebagaimana Tabel 5 s/d Tabel 6 berikut.

Tabel 5. Hasil Analisis Kalimat (03)

<i>Saku-saku -no</i>	<i>kakiage</i>
Krenyes-krenyes -Gen	<i>kakiage</i>
Adverbia	Nomina
Frasa Nomina	

Tabel 6. Hasil Analisis Kalimat (04)

<i>Purip-puri-na</i>	<i>hagotae</i>
Kenyal-kenal	kekenyalan
Adverbia	Nomina
Frasa Nomina	

Tabel 7. Hasil Analisis Kalimat (05)

<i>Amakunakute</i>	<i>sukkiri</i>
Tidak manis	segar
Adjektiva	Adjektiva
Kalimat	

Pada kalimat (3), onomatope *saku-saku* ‘krenyes-krenyes’ diikuti oleh partikel *no* sehingga memodifikasi nomina yang berada setelahnya *kakiage* ‘(makanan) kakiage’ yang pada akhirnya membentuk frasa nomina *saku-saku no kakiage* ‘kakiage yang krenyes-krenyes’. Dari kalimat tersebut, didapat pola: onomatope + *no* + N. Dari kalimat (4), onomatope *puri-puri* ‘kenyal-kenyal’ diimbui oleh sufiks *-na* kemudian diikuti oleh nomina *hagotae* ‘kekenyalan’. Di dalam tata bahasa Jepang, penambahan sufiks *-na* menandakan bahwa kata tersebut merupakan bagian dari adjektiva-Na yang dalam bahasa Jepang dikenal sebagai *Na-keiyoushi*. Dari kalimat (4) ini, didapat sebuah pola: onomatope + *na* + Nomina. Sedangkan pada kalimat (5) adalah contoh data yang didapat dengan pencirian onomatope yang diikuti oleh kopula *-da/-desu*. Mengingat bahwa kalimat yang dikutip merupakan bagian dari kalimat yang ada pada sebuah pamflet digital, maka tidak jarang kalimat yang dipakai merupakan kalimat-kalimat informal yang salah satu akibatnya adalah dengan hilangnya pemakaian kopula *-da/-*

desu di akhir kalimat. Hadirnya kopula setelah suatu onomatope dapat menandakan bahwa predikat pada kalimat tersebut diisi oleh sebuah kata dari jenis adjektiva. Oleh karena itu, pola yang dapat disimpulkan pada kasus ini adalah suatu onomatope hadir di akhir kalimat, seperti pada kalimat (5) onomatope *sukkiri* ‘segar’ hadir pada akhir kalimat, sehingga onomatope tersebut dapat dikategorikan sebagai sebuah adjektiva.

Dari 15 data dengan pola seperti pada kalimat (3), (4) dan (5) di atas, didapat bahwa semua onomatope tersebut merupakan jenis *gitaigo*, yaitu jenis kata yang menyatakan keadaan suatu benda, berikut adalah beberapa diantaranya: シャキシヤキのおかひじき *shaki-shaki-no okahijiki* ‘okahijiki yang kriuk-kriuk’, たっぷりの明太子 *tappuri-no mentaiko* ‘mentaiko yang banyak’, ぴかぴかの実 *pika-pika no mi* ‘buah yang (terlihat) mengkilat-kilat’, ぴったりのフラペチーノ *pittari-no furapechiino* ‘frappuccino yang cocok/tepat’, 生茶葉のあまりすつきり *nama-chaba-no amari sukkiri* ‘tidak terlalu banyak daun teh mentah (menjadi terasa) menyegarkan’, 豊かな味わいで後味すつきり *yutaka-na ajiwai de atoaji sukkiri* ‘rasa yang kaya dengan *aftertest* yang segar’, あと味すつきり *atoaji sukkiri* ‘*aftertest* (-nya) menyegarkan’.

Onomatope Sebagai Nomina

Onomatope sebagai nomina merupakan kategori yang paling sedikit ditemukan pada penelitian ini. Biasanya onomatope tersebut diikuti oleh partikel *ga* (penanda nominatif) maupun partikel *o* (penanda akusatif). Dalam penelitian ini hanya ditemukan satu data yang menunjukkan onomatope dapat dikategorikan sebagai nomina, yaitu sebagai mana terdapat pada kalimat (06) berikut.

(06) すつきりを実感した方がどんどん増えています！

Sukkiri o jikkan shita kata ga dondon fuete imasu!

Orang-orang yang merasakan **kesegaran**(nya) semakin bertambah (banyak).

Dengan menggunakan analisis kalimat melalui pohon struktur frase, didapat hubungan onomatope pada kalimat (06) di atas dengan kata yang ada di sekitarnya sebagaimana **Tabel 8** berikut.

Tabel 8. Hasil Analisis Kalimat (06)

<i>Sukkiri -o</i>	<i>jikkan shita</i>	<i>kata -ga</i>
Segar -Acc	merasakan	orang -Gen
Nomina	Verba	Nomina
	Frasa Nomina	

Pada kalimat (06) di atas, onomatope *sukkiri* ‘segar’ ditandai oleh partikel *o*, kemudian diikuti oleh verba *jikkan shita* ‘merasakan’ dan nomina *kata* ‘orang’ yang ke semua runtutan kata tersebut membentuk suatu frasa nomina *sukkiri o jikkan shita kata* ‘orang yang merasakan kesegaran’ dengan pola: *Onomatope + o + V + N*. Untuk mengetahui jenis onomatope yang terdapat pada kalimat (06) di atas, dapat diketahui melalui telaah ke kata yang mana (di dalam kalimat) onomatope tersebut ditujukan. Dalam hal ini, onomatope *sukkiri* ‘segar’ merujuk ke nomina *kata* ‘orang’ sebagai kata yang dijelaskan. Oleh karena itu, *sukkiri* pada kalimat ini digolongkan ke dalam jenis *giyugo*, yaitu kata yang menyatakan keadaan makhluk hidup, dengan kata lain ‘seseorang (yang dalam keadaan) segar’.

Onomatope Sebagai Adverbia

Hampir semua onomatope bahasa Jepang dapat berfungsi sebagai adverbia. Onomatope adverbia tersebut biasanya ditandai oleh partikel 「と」 *to* atau 「に」 *ni* setelah onomatope tersebut. Meskipun demikian, tidak jarang pada kenyataannya partikel *to* tersebut tidak dituliskan setelah onomatope (*to* dihilangkan), namun kalimat tersebut masih tergolong kalimat natural, tetapi tidak demikian halnya dengan kalimat yang memakai partikel *ni*. Tanpa *ni*, ungkapan onomatope tersebut menjadi kalimat yang tidak natural, partikel *ni* wajib dihadirkan. Onomatope yang ditandai dengan partikel *ni* biasanya menandakan sebuah adverbia berupa suatu *hasil*. Onomatope yang termasuk dalam kategori adverbial yang ditandai oleh partikel *to*, *ni* serta tanpa penanda *to* ini dapat dijumpai seperti contoh kalimat (07) sampai dengan (14) berikut ini.

- (07) ...すっきりと爽やかで飲みやすい味わい...
 ...*sukkiri to sawayaka-de nomi yasui ajiwai*...
 ...rasa yang **segar**, menyenangkan, dan mudah diminum...
- (08) サクサク軽やかフィアンテイヌス。
Saku-saku karoyaka fianteinusu.
Fiantine ringan yang **krenyes-krenyes**.
- (09) ぎゅーとつまった、白桃のおいしさ。
Gyuut to tsumatta, hakutou-no oishi-sa.
 Kelezatan buah persik putih yang dikemas.
- (10) じっくり、コトコト煮込んだ野菜の旨味あふれるオリジナルのドミグラスソース。
Jikkuri, koto-koto nikonda yasai-no umami afureru orijinaru-no domigurasu-soosu.
 Saus demi-glace orisinal yang penuh dengan rasa sayuran yang direbus (mendidih perlahan) **dengan hati-hati**.
- (11) ぎゅっとフルーティ、酸っぱさわやか!
Gyut to furuuti, suppa-sawayaka!
Perasan (dari) buah-buahan dan asam-segar!
- (12) すっきりおいしい。
Sukkiri oishii.
 (Rasa) lezat yang menyegarkan.
- (13) たまねぎには、さらさらにする効果集があり、
Tamanegi -ni -wa, sara-sara ni suru kouka-shuu ga ari,
 Bawang memiliki efek **menghaluskan**,
- (14) 豆乳アイスシャリシャリ化計画。
Tounyuu aisu shari-shari ka-keikaku.
 Proyek pembuatan es krim susu kedelai **yang gurih**.

Dengan menggunakan analisis kalimat melalui pohon struktur frase, maka akan didapat hubungan masing-masing onomatope pada kalimat (07) s/d (14) di atas dengan kata yang ada di sekitarnya sebagaimana **Tabel 9** dan **Tabel 16** berikut.

Tabel 9. Hasil Analisis Kalimat (07)

<i>sukkiri</i>	<i>to</i>	<i>sawayakade</i>	<i>nomiyasui</i>	<i>ajiwai</i>
segar		menyenangkan	mudah diminum	rasa
Adverbia	Comp	Adjektiva	Adjektiva	Nomina
		Frasa Nomina		

Tabel 10. Hasil Analisis Kalimat (08)

<i>Saku-saku</i>		<i>karoyaka</i>	<i>fianteinusu</i>
Krenyes-krenyes		ringan	Fiantine
Adverbia		Adjektiva	Nomina
		Frasa nomina	
Frasa Nomina			

Tabel 11. Hasil Analisis Kalimat (09)

<i>Gyuut</i>	<i>to</i>	<i>tsumatta</i>	<i>hakutou -no</i>	<i>oishi-sa</i>
Gyuut	Comp	dikemas	persik putih -Gen	kelezatan
Adverbia		Verba	Nomina	Nomina
		Frasa Verba		Frasa Nomina
Frasa Nomina				

Tabel 12. Hasil Analisis Kalimat (10)

<i>Jikkuri</i>	<i>koto-koto</i>	<i>nikonda</i>	<i>yasai -no</i>	umami
Hati-hati	mendidih perlahan	direbus	sayuran -Gen	rasa
Adverbia	Adverbia	Verba	Nomina	Nomina
		Frasa Verba		Frasa Nomina
Frasa Nomina				

Tabel 13. Hasil Analisis Kalimat (11)

<i>Gyut</i>	<i>to</i>	<i>furuuti</i>	<i>suppa-sawayaka</i>
Perasan	Comp	kebuah-buahan	asam-segar
Adverbia		Adjektiva	Adjektiva
Frasa Adjektiva			

Tabel 14. Hasil Analisis Kalimat (12)

<i>Sukkiri</i>	<i>oishii</i>
Segar	lezat
Adverbia	Adjektiva
Frasa Adverbia	

Tabel 15. Hasil Analisis Kalimat (13)

<i>sara-sara</i>	<i>ni</i>	<i>suru</i>	<i>kouka-shuu</i>
halu-halus	Comp	dilakukan	efek
Adv		V	N
Frasa Verba		Frasa Nomina	
Frasa Nomina			

Tabel 16. Hasil Analisis Kalimat (14)

<i>Tounyuu-aisu</i>	<i>shari-shari</i>	<i>ka-keikaku</i>
Susu kedelai	kriuk-kriuk	rencana
Nomina	Adverbia	Nomina
Frasa Nomina		Frasa Nomina
Frasa Nomina		

Pada kalimat (7), onomatope *sukkiri* ‘segar’ diikuti oleh partikel *to* yang menjelaskan nomina/frasa nomina *sawayakade nomiyasui ajiwai* ‘rasa yang segar dan mudah diminum’. Dari kalimat 7 ini di dapati pola: onomatope + *to* + N/FN. Agak sedikit berbeda dengan kalimat (7), pada kalimat (8) di dapati bahwa onomatope *saku-saku* ‘gurih’ tidak diikuti oleh partikel *to*, namun tetap menjelaskan sebuah nomina/frasa nomina yang pada kalimat ini adalah *karoyaka fienteinusu* ‘fiantine ringan’, sehingga membentuk pola: onomatope + N/FN.

Pada kalimat (9), onomatope *gyuut* (tidak ditemukan padanan artinya dalam bahasa Indonesia) diikuti oleh partikel *to* dan verba *tsumatta* ‘dikemas’ yang kemudian menjelaskan nomina/frasa nomina *hakuto-no oishi-sa* ‘kelezatan persik putih’, dan membentuk pola: onomatope + *to* + V + N/FN. Berbeda dengan kalimat (9), pada kalimat (10) pun di dapati onomatope *jikkuri* ‘hati-hati’ yang kemudian tidak diikuti oleh partikel *to*, namun setelahnya tetap diiringi oleh nomina/frasa nomina yang pada kalimat (10) ini yaitu *koto-koto nikonda yasai-no umami* ‘rasa sayuran yang direbus (sampai berbunyi) mendidih perlahan. Dari kalimat ini kemudian didapat pola: onomatope + V + N/ FN.

Pada kalimat (11), onomatope *gyut* ‘perasan’ diikuti oleh partikel *to* dan kemudian beberapa adjektiva/frasa adjektifa *furuuti* ‘kebuah-buahan’ dan *suppa-sawayaka* asam-segar, onomatope *gyut* tersebut hadir untuk menjelaskan kedua adjektiva tersebut. Dari kalimat (11) tersebut didapat pola: onomatope + *to* + A/FA. Sedangkan pada kalimat (12), onomatope *sukkiri* tidak ditandai oleh partikel *to* dalam membantu mendeskripsikan kata setelahnya, yaitu adjektiva *oishii* ‘lezat’. Oleh karena itu, didapat pula pola: onomatope + A/FA.

Pada kalimat (10), onomatope *sara-sara* ‘halus-halus’ diikuti oleh partikel *ni* kemudian verba *suru* ‘melakukan’ yang hadir untuk menjelaskan nomina/frasa nomina *kouka-shuu* ‘efek’, sehingga membentuk pola: Onomatope + *ni* + V + N/NF. Sebagai mana sudah di jelaskan sebelumnya, dari kalimat (10) ini juga terbukti bahwa onomatope yang diikuti oleh partikel *ni* tersebut menandakan sebuah adverbial berupa suatu hasil, yaitu sesuatu menjadi ‘halus’ karena adanya sesuatu yang lain (bawang).

Sedikit berbeda dari kalimat (7) s/d (13), kalimat (14) adalah contoh data onomatope yang hadir untuk menjelaskan kata yang berada sebelumnya, nomina/frasa nomina *tounyuu-aisu* ‘susu kedelai’ dijelaskan oleh onomatope *shari-shari* ‘kriuk-kriuk’ yang hadir setelahnya. Dari kalimat (14) itulah kemudian didapatkan pola: N/FN + Onomatope.

Terdapat 51 data berupa onomatope berkategori adverbial. Semua jenis onomatope dapat dijumpai pada katagori ini, berikut adalah rincian dari onomatope tersebut. 5 data berupa *giongo*, tiruan bunyi dari suatu benda, 3 data diantaranya yaitu: *パチパチ、キャンデイ増量 pachi-pachi kyandei zouryou* ‘kletek-kletek lebih banyak permen’, *さらさらおいしい sara-sara oishii* ‘(rasa) lezat yang (berbunyi) ser-ser (karena halus)’, *コトコト煮込んだ野菜の旨味 koto-koto nikonda yasai* ‘sayuran yang direbus (sampai berbunyi) mendidih perlahan’.

Tiga data berupa jenis *giseigo*, tiruan bunyi dari makhluk hidup, yaitu: *ふうふうスープ fuu-fuu suupu* ‘sup (yang ditiup) fuuh-fuuh’, *じゅるっ たっぷり甘い天然のジュレ jurut tappuri amai tennen-no jure* ‘jeli alami yang sangat manis dan (berbunyi) slurp’, *ゴクゴクおいしいアスタリフト goku-goku oishii asutarifuto* ‘astalift lezat yang (berbunyi) glek-glek’.

Tiga puluh lima data berupa jenis *gitaigo*, kata yang menyatakan keadaan suatu benda, 5 data di antaranya: *キラキラハジケル kira-kira hajikeru* ‘meletup-meletup dengan berkilau-kilau’, *サクサク食感 saku-saku shokkan* ‘tekstur yang ‘krenyes-krenyes’, *シャリシャリ冷たい新食感 shari-shari tsumetai shin-shokkan* ‘tekstur baru yang dingin (serta) gurih’, *さっぱりといただきます sappari to itadakimasu* ‘disajikan dengan segar’, *シャキッとおいしい shakit to oishii* ‘(Rasa) lezat yang gurih’.

Enam data berupa jenis *giyogo*, kata yang menyatakan keadaan makhluk hidup atau tingkah laku makhluk hidup, 4 data diantaranya yaitu: *じっくり殺菌し jikkuri sakkin-shi* ‘mensterilkan(nya) secara hati-hati’, *どんどん使おう dondon tsukaou* ‘mari (kita) gunakan secara berkesinambungan’, *じっくり コトコト煮込んだ野菜の旨味 jikkuri koto-koto nikonda yasai-no umami* ‘rasa sayuran yang direbus (sampai berbunyi) mendidih perlahan dengan hati-hati’, *キリッとキレ味 kirit to kire-aji* ‘rasa tajam yang (seolah-olah) menusuk-nusuk’.

Dua data berupa jenis *gijougo*, kata yang seolah-olah menyatakan keadaan hati atau perasaan manusia. yaitu: *ワクワク楽しいごはん waku-waku tanoshii gohan* ‘makanan mengasyikkan yang menyenangkan’, *きゅんとつめたいkyun to tsumetai* ‘cekiit (sensasi kulit yang tersa sakit) dingin’.

SIMPULAN

Melalui hasil analisis secara seksama, ditemukan 78 data berupa onomatope bahasa Jepang, dengan 33 onomatope yang berbeda, yang muncul di 68 kalimat pada 48 pamflet digital produk komersial makanan dan minuman dari berbagai macam merek.

Berdasarkan kategori sintaksis, onomatope bahasa Jepang dapat dikategorikan sebagai: verba, adjektiva, nomina maupun adverbial. Sebagai kategori verba, suatu onomatope biasanya dapat ditandai ataupun tidak ditandai oleh partikel *to*, kemudian diikuti oleh verba suru ‘melakukan’ dan suatu nomina/frasa nomina. Sebagai kategori adjektiva, suatu onomatope biasanya akan diandai oleh partikel *no* maupun sufiks *-na*

yang kemudian diikuti oleh suatu nomina/frasa nomina. Onomatope bahasa Bahasa Jepang juga dapat dikategorikan sebagai adjektiva ketika berada di akhir suatu kalimat. Sebagai kategori nomina, pada penelitian ini hanya dijumpai satu penanda, yaitu partikel *o* yang kemudian diikuti oleh verba/frasa verba. Sedangkan sebagai adverbial, onomatope biasanya dapat ditandai oleh partikel *to*, *ni* maupun tanpa penanda sama sekali. Dalam kategori sebagai adverbial ini, pola yang muncul bias sangat beragam, sebab setelah onomatope tersebut biasanya dapat diikuti oleh nomina/frasa nomina, verba/frasa verba, adjektiva/ frasa adjektiva. Selain itu, pada kategori ini juga ditemukan onomatope yang menerangkan kata yang berada sebelumnya, bukan setelahnya.

Dilihat dari hubungan antara suatu onomatope dengan kata yang berada di sekitarnya dalam suatu kalimat, onomatope berkategori adverbial merupakan kategori yang paling banyak dijumpai pemakaiannya dalam mendeskripsikan suatu benda maupun tindakan dari seseorang.

Sedangkan berdasarkan jenisnya, onomatope bahasa Jepang pada pamflet digital dapat diklasifikasikan sebagai: *giongo*, *giseigo*, *gitaigo*, *giyugo* dan juga *gijougo*. Onomatope jenis *gitaigo*, yaitu kata yang menyatakan keadaan dari suatu benda, merupakan jenis onomatope yang paling dominan dipakai pada pamflet digital makanan maupun minuman. Sedangkan onomatope jenis *giongo*, *giseigi*, *giyugo*, dan *gijougo* merupakan jenis yang tidak terlalu sering digunakan untuk mendeskripsikan suatu makanan maupun minuman.

DAFTAR PUSTAKA

- Arisuta, P. C., Luhur Wedayanti, N. P., & Andry Anita Dewi, N. M. (2018). Strategi Penerjemahan dan Pergeseran Makna Onomatope pada Lirik Lagu JKT48. *Humanis*, 22, 58. <https://doi.org/10.24843/jh.2018.v22.i02.p09>
- Atmi Rahayu, N. N. (2015). Prosedur dan Strategi Penerjemahan Onomatope Bahasa Jepang dalam Novel BOTCHAN Karya Natsume Soseki. *Humanis*, 13(1), 1–8.
- Ayu Roslia, N. P., Purnawati, K. W., & Rauh Artana, I. N. (2019). Onomatope yang digunakan oleh Food blogger Jepang dalam Media Sosial Instagram. *Humanis*, 23(3), 250. <https://doi.org/10.24843/jh.2019.v23.i03.p12>
- Chang, Andrew C. (1990). *Giongo Gitaigo Bonrui Youhou Jiten; A Thesaurus of Japanese Mimesis and Onomatopoeia: Usage by Categories*. Arizona: AGSIM.
- Haruhiko, Kindaichi. (1981). *Giongo Gitaigo Jiten*. Tokyoo: Kadokawa Shoten.
- Ikuhiro, Tamori dan Lawrence Skourp. (1998). *Onomatope: Keitai to Imi*. Tokyo: Kurosio.
- Inose, Hiroko. (2007). *Translating Japanese Onomatopoeia and Mimetic Words*. Granada : Universidad de Granada Press.
- Kaori, Tajima. (2006). "Onomatope (Giongo Gitaigo) Ni Tsuite". Kansai: Kansai University of Foreign Studies Special Course for International Students Japanese Language Education. <http://id.nii.ac.jp/1443/00005897/>
- Keraf, Gorys. (1991). *Tata Bahasa Rujukan Bahasa Indonesia untuk Tingkat Pendidikan Menengah*. Jakarta: Gramedia Widiasrana Indonesia.
- Kridalaksana. (1984). *Kamus Linguistik*. Jakarta: Gramedia.
- Mashun. (2020). *Metode Penelitian Bahasa: Tahapan, strategi, Metode, dan Tekniknya*; Edisi Ketiga. Depok: Rajawali Pers.
- Medvediv, A., & Dmytruk, A. (2019). Peculiarities of Conveying the Structural and Semantic Specificity of Japanese Onomatopoeia in Translation of Texts of

- Advertising Character. *Research Trends in Modern Linguistics and Literature*, 2, 77–93. <https://doi.org/10.29038/2617-6696.2019.2.77.93>
- Nakami, Yamaguchi. (2003). *Kurashi no Kotoba Gion-Gitaigo Jiten*. Tokyo: Kondansha.
- Nissa, F. K., Herniwati, Triarisanti, R., Azizah, A., & Megasari, J. (2022). Forms and Translation Procedures of Korean Onomatopoeia and Mimesis in the Webtoon. *Proceedings of the Fifth International Conference on Language, Literature, Culture, and Education (ICOLLITE 2021)*, 595(Icollite), 297–302. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.211119.046>
- Putri, A., Kusriani, D., & Sugihartono. (2020). *Emotional Onomatopoeia in Japanese Animation Series*. 509(Icollite), 35–41. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.201215.006>
- Risagarniwa, Yuyu Yohana, dkk. (2022). *Onomatope (Deret Ha-Wa) Bahasa Jepang Padanannya dalam Bahasa Indonesia & Sunda*. Sumedang: UNPAD PRESS.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sudaryanto. (1993). *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Duta Wacana Utama Press.
- Tsujimura, Natsuko. (1996). *An Introduction to Japanese Linguistics*. Massachusetts, Blackwell Publisher.
- Yamamoto, (Hiroko). 1993. *Sugu Ni Tsukaeru Jissen Nihongo Shirīzu 1 — Oto To Imēji De Tanoshiku Oboeru: Giseigo - Gitaigo (ShōChūkyū) [Practical Japanese Workbooks I — Onomatopoeia: Elementary/ Intermediate]*. Tokyo: Senmon Kyōiku Shuppan.