

Memanfaatkan Budaya Populer sebagai Media untuk Belajar Bahasa Inggris di Kalangan Pelajar

Rudy

PUI Bahasa, Sastra dan Literasi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Prima Indonesia
rudyl@unprimdn.ac.id

Abstract

The discussion about popular culture products used as English language learning media for students has become essential because it can contribute to the increasing of knowledge on English language learning technique. Therefore, this community service program is conducted so that the teachers of Yayasan Winfield can be provided with interesting ways or methods by utilizing popular culture products such as films, videos, songs, TV series or novels which would attract the young people to train their language skills and improve their vocabulary in English. The use of popular culture products is effective because it is fascinating and attractive to the students. From the information shared with the tutors, they observed that their students were more motivated to learn English language through popular culture media. This community service activity arranged in the form of online discussion can be a forum for sharing information as well (question-answer) among the teachers who are enthusiastic in teaching techniques using popular culture products.

Keywords: popular culture, popular culture product, English language learning, language skills

Abstrak

Pembahasan tentang produk budaya populer untuk dimanfaatkan sebagai media pembelajaran Bahasa Inggris bagi para pelajar menjadi penting karena ini dapat berkontribusi terhadap peningkatan wawasan atau pengetahuan mengenai teknik belajar Bahasa Inggris. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini dilakukan agar para pengajar di Yayasan Winfield dapat dibekali cara atau metode yang menarik dengan memanfaatkan produk budaya populer seperti film, video, lagu, TV seri atau novel yang diminati anak-anak muda untuk melatih kemampuan berbahasa dan pengembangan kosakata dalam Bahasa Inggris. Penggunaan media produk budaya populer dapat dikatakan efektif karena menarik dan digemari oleh pelajar. Dari hasil berbagi informasi dengan para pengajar Bahasa Inggris di yayasan tersebut, mereka mengamati bahwa terdapat pelajar di kelas dapat lebih termotivasi untuk belajar Bahasa Inggris dengan menggunakan media budaya populer tersebut. Kegiatan PKM yang dirancang dalam bentuk online discussion dapat menjadi wadah sharing dan tanya-jawab antar sesama pendidik yang antusias terhadap teknik mengajar dengan media produk budaya populer.

Kata Kunci: budaya populer, produk budaya populer, pembelajaran Bahasa Inggris, kemampuan berbahasa

© 2024 Jurnal Pustaka Mitra

1. Pendahuluan

Teknologi yang semakin berkembang di era digital ini menawarkan sejumlah media yang dapat dimanfaatkan untuk berbagai macam kegiatan dalam masyarakat. Salah satu yang mendapat pengaruh besar dari pesatnya perkembangan teknologi adalah budaya populer. Berbicara tentang budaya populer, maka jenis-jenis produknya seperti film, TV, iklan, novel, dan lain-lain menjadi penting untuk dibahas. Budaya populer juga disebut sebagai budaya yang sesuai dengan selera orang awam (khalayak ramai) yang dapat mudah dijumpai di mana-mana dan bisa termasuk segala jenis hiburan yang produksi dan disebar media massa [12]. Selain itu, pemikiran, nilai, opini, isu, pandangan atau fenomena yang diminati, dicari-cari, digemari dan diterapkan oleh mayoritas juga dapat dianggap sebagai budaya populer [13]

Budaya populer ini ditemukan di mana saja dalam masyarakat. Kehidupan masyarakat saat ini memang erat kaitannya dengan budaya populer. Era digital seperti saat ini membuat budaya populer semakin berkembang pesat dengan segala jenis, kreativitas, keefektifitas dan daya tariknya. Orang-orang pada umumnya menggunakan produk budaya populer untuk kepentingan bisnis, hiburan, pemberitaan dan lain-lain. Namun, yang menjadi perhatian dan pembahasan utama dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) adalah pemanfaatan produk budaya populer untuk media pembelajaran Bahasa Inggris. Suatu produk dikatakan budaya populer karena diproduksi dalam jumlah yang besar untuk memenuhi permintaan masyarakat karena tingginya minat masyarakat terhadap produk tersebut [4][11].

Konsep dari produk budaya populer tersebut menunjukkan bahwa hadirnya suatu produk budaya populer tersebut mencerminkan selera dan minat masyarakat. Storey mengemukakan bahwa pembicaraan mengenai produk budaya populer, maka tidak dapat dilepaskan dari pembahasan mengenai jumlah atau kuantitas [14]. Dengan kata lain, populer atau tidaknya suatu produk atau fenomena dapat dilihat dari tingginya minat masyarakat untuk mengonsumsinya. Selera dan jumlah permintaan masyarakat menjadi tolak ukurnya. Berbicara tentang selera, maka tentu disadari bahwa selera akan mengalami perubahan dari waktu ke waktu karena selera orang pasti akan berubah-ubah.

Disebut sebagai produk karena memang itu diproduksi untuk tujuan mencapai keuntungan yang sebanyak-banyaknya. Oleh karena itu, budaya populer selalu dikaitkan dengan faktor ekonomi [1]. Film, TV seri, musik, iklan, fashion, sosial media, majalah, video, novel, dan lain adalah produk-produk budaya populer yang sudah tidak

asing lagi di mata masyarakat sekarang. Semua itu diproduksi untuk memenuhi selera masyarakat agar produk-produk tersebut menjadi laku di masyarakat. Sebagai contoh, film-film yang diproduksi oleh perusahaan perfilman tentu akan menghasilkan film dengan genre yang dicari-cari oleh masyarakat atau menggunakan aktor-aktor yang dapat menarik perhatian masyarakat untuk menonton. Semakin banyak penonton, maka penjualan tiket film akan semakin tinggi dan pendapatan yang diperoleh perusahaan juga semakin besar.

Terlepas dari tujuan yang berorientasi pada pemerolehan profit, produk budaya mendatang kebaikan dan keburukan tergantung kepada bagaimana seseorang menyikapi dengan pandangannya. Karena program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memaparkan dan memperkenalkan fungsi edukatif dari produk budaya populer, maka untuk pembahasannya difokuskan pada kebaikan budaya populer sebagai alat untuk belajar. Budaya populer bisa menjadi media yang bermanfaat dalam dunia pembelajaran [9]. Dalam kehidupan sehari-hari, hampir semua orang menggunakan media sosial untuk berkomunikasi atau memperoleh informasi (berita) seperti *Facebook*, *Instagram*, *X*, *Youtube*, dan lain-lain.

Penggunaan media sosial tampaknya telah menjadi sebuah fenomena atau konsumsi yang populer. Ini menandakan bahwa ada hubungan yang erat antara kemajuan teknologi dengan pembentukan dan penyebaran budaya populer [7]. Semua jenis budaya populer sebetulnya dapat dimanfaatkan sebagai bahan pembelajaran atau media untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan apabila diseleksi dengan teliti sesuai dengan kebutuhan untuk belajar. Tujuan dari pemilihan tema ini adalah untuk mengidentifikasi kegunaan produk budaya populer dalam membantu orang-orang untuk belajar bahasa asing.

Oleh karena itu, program pengabdian kepada masyarakat ini bermanfaat untuk memberi pemahaman dan pengetahuan kepada peserta mengenai peran produk budaya populer untuk sebagai media untuk belajar bahasa asing, terutama Bahasa Inggris. Karena tema ini berkaitan dengan pembelajaran bahasa asing, maka produk budaya populer yang umumnya sesuai untuk digunakan dalam kegiatan belajar mengajar dalam suatu insitusi pendidikan adalah karya sastra populer seperti novel, cerpen, film, TV seri, TV shows, atau lagu. Ada penelitian yang menunjukkan bahwa tidak dapat dipungkiri bahwa produk budaya populer tersebut selain untuk hiburan juga dapat menjadi pilihan untuk melatih kemampuan

berbahasa (*language skills*) atau bahan mengajar bagi guru-guru [15]. Ini artinya orang-orang bisa belajar berbicara, mendengar, membaca dan menulis dengan bantuan produk budaya populer yang disebutkan di atas. Hal ini khususnya dapat diterapkan bagi para pelajar karena mereka sering termasuk konsumen produk budaya populer yang aktif, terutama film, TV, media sosial, dan lagu pop.

Banyak orang sering bertanya bagaimana memanfaatkan budaya populer untuk kegiatan belajar Bahasa Inggris. Oleh karena itu, kegiatan ini juga dapat membantu memberi pengetahuan dan solusi kepada para tenaga pengajar tentang produk budaya populer dan cara atau teknik menggunakannya untuk mengajar bahasa. Karena perkembangan produk budaya populer terutama film, TV, media sosial, dan lagu yang semakin pesat dan diminati oleh kalangan remaja, maka tema untuk kegiatan PKM ini menjadi pilihan yang tepat.

2. Metode Pengabdian Masyarakat

Program pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini diadakan untuk memenuhi kewajiban untuk berbagai informasi dan ilmu pengetahuan kepada masyarakat dan kegiatan PKM kali ini berfokus kepada para pendidik atau pengajar Bahasa Inggris di Yayasan Winfield, kota Medan. Kegiatan ini dilakukan dalam bentuk online discussion sesuai dengan permintaan dari kepala yayasan dengan tujuan agar semua pendidik dan anak-anak didiknya dapat berpartisipasi dalam diskusi ini. Kegiatan PKM ini diadakan pada tanggal 2 November 2024 pada pukul 13.00 - 16.00 WIB dengan memanfaatkan media zoom cloud meetings. Secara umum, kegiatan ini dibagi menjadi 3 tahap yakni, dimulai dari tahap pendahuluan, isi, dan penutup. Masing-masing tahap terdiri dari beberapa aktivitas.

Bagian pertama adalah pendahuluan yang diawali dengan pembukaan oleh seorang tenaga pendidik yang bertindak sebagai pemandu acara dengan menyambut para peserta dan memperkenalkan tema diskusi agar peserta dapat mempersiapkan diri untuk mendengarkan dan memiliki antusias untuk belajar. Setelah itu, ada kata sambutan dari koordinator staf pendidik yang menekankan tujuan tema ini diangkat. Bagian pembukaan ini ditutup dengan pembacaan profil pemateri (pelaksana program PKM) secara singkat. Bagian pendahuluan ini berlangsung sekitar 30 menit. Bagian kedua merupakan isi dari kegiatan yang terdiri dari presentasi oleh pemateri program PKM, kegiatan tanya jawab dan diskusi yang berlangsung selama 120 menit. Bagian terakhir adalah penutup yang

terdiri dari kesimpulan (rangkuman) dari presentasi dan pembahasan, saran serta kata penutup dari pemandu acara.

3. Hasil dan Pembahasan

Program pengabdian kepada masyarakat ini menghasilkan suatu kegiatan berbentuk *online discussion* yang memberi pemahaman mengenai pentingnya memanfaatkan produk-produk budaya populer untuk pembelajaran Bahasa Inggris. Produk budaya populer yang bersifat audio-visual (film, TV Seri, music video, Youtube, video games dan lain-lain) tampaknya menjadi pilihan yang menarik untuk dijadikan sebagai media pembelajaran Bahasa Inggris, meskipun produk budaya populer visual (karikatur, novel, cerpen, novel digital, wappad, dan lain-lain) dan produk budaya populer audio (buku audio, CD, lagu, dan lain-lain). Dari pembahasan materi mengenai budaya populer ini, film, TV seri, media sosial, lagu, dan novel populer menjadi perhatian khusus. Ini dikarenakan respon dari peserta lebih banyak yang tertuju pada kelima produk budaya populer tersebut. Pada umumnya, film dan novel memang lebih banyak dipakai sebagai media pembelajaran bahasa.

Tabel 1. Respon dari para tentor

| Jumlah tentor | Respon |
|---------------|--|
| 7 orang | Pengamatan dan pengalaman selama dalam kelas menunjukkan bahwa murid termotivasi untuk belajar Bahasa Inggris dari media budaya populer seperti film, media sosial, video, dan lain-lain |
| 1 orang | Kurang berpengaruh dalam kelas yang ditanganinya |

Produk budaya populer harusnya tidak hanya dipandang sebagai gaya hidup saja, tetapi juga bisa dimanfaatkan untuk membantu para pelajar untuk meningkatkan perbendaharaan kosa kata, pemahaman struktur bahasa, kemampuan berbicara dan mendengar murid-murid sekolah [2]. Ini juga ternyata sedang diterapkan oleh para pendidik di Yayasan Winfield. Mereka memaparkan adanya kenyamanan dalam menggunakan film sebagai media tambahan untuk melatih anak-anak didik mereka dalam mendengarkan dan memahami percakapan dalam Bahasa Inggris. Berkaitan dengan budaya populer, terdapat hasil kajian yang mengemukakan bahwa kemampuan mendengar (*listening skill*) dapat dilatih dengan menonton atau mendengar lagu tanpa melihat teks atau lirik [8].

Namun, sebenarnya bukan hanya kemampuan mendengar saja yang dapat dilatih dengan media film, TV atau media sosial yang berjenis audio-visual. Sebagai contoh, film animasi Disney yang beraneka jenis bisa menjadi media yang dapat

digunakan oleh para pengajar untuk menarik perhatian anak-anak didiknya untuk melatih kemampuan berbahasa mereka dengan cara mencatat kosa kata yang mereka dengar dari film, meniru cara pengucapan kata atau kalimat tokoh-tokoh dalam film tersebut, menceritakan kembali apa yang mereka tonton. Selain itu, tentu masih terdapat cara-cara kreatif lainnya yang dapat diterapkan oleh pengajar untuk mengajarkan Bahasa Inggris dengan media film. Sebagai tambahan, film juga dapat dimanfaatkan sebagai media pembelajaran bahasa, film juga bisa digunakan untuk mengajarkan kata-karakter-karakter yang baik kepada penontonnya [10].

Jadi, cukup banyak manfaat dari penggunaan film untuk belajar. Dengan hadirnya media sosial youtube, kegiatan menonton film untuk tujuan pembelajaran bahasa menjadi lebih mudah. Harus diakui bahwa, perkembangan media sosial juga berkontribusi terhadap pendidikan apabila dapat dimanfaatkan dengan baik. Ini membuktikan bahwa produk budaya populer berperan penting. Bahkan banyak anak atau pelajar yang gemar menggunakan lagu berbahasa Inggris untuk belajar bahasa Inggris karena lebih efektif dan menyenangkan [5]. Mendengarkan lagu berbahasa Inggris untuk mengasah kemampuan berbahasa Inggris memang telah sering digunakan oleh para pengajar di Yayasan Winfield dan mereka mengakui bahwa anak-anak didik mereka merasa lebih bersemangat dan antusias mendengarkan lagu tersebut untuk melatih kemampuan mendengar dan memperkaya kosa kata mereka dalam Bahasa Inggris. Untuk mengasah kemampuan berbahasa, pengajar hanya perlu selektif memilih lagu-lagu yang tepat sesuai dengan usia, kebutuhan, kondisi dan kemampuan anak-anak didiknya.

Guru juga boleh menggunakan alat bantu lain misalnya gambar atau video musik terkini yang menarik dan kegiatan belajar semacam ini terbukti bermanfaat terutama untuk kelas anak-anak [6]. Generasi muda sekarang menaruh minat yang besar terhadap perkembangan penyanyi-penyanyi kesukaan mereka serta lagu-lagunya. Jadi, dengan menggunakan lagu-lagu, maka mereka bisa belajar Bahasa Inggris dengan lebih efektif. Perlu disadari bahwa semua kemampuan bahasa (*language skills*) dapat dilatih dengan cara memanfaatkan produk budaya populer. Di samping itu, TV seri yang makin hari makin berkembang pesat dengan beragam genre juga dapat digunakan untuk melatih kemampuan berbahasa. Sejumlah layanan streaming berbasis langganan atau seperti Netflix, Prime, HBO, dan lain-lain menyediakan banyak seri drama yang dapat dipilih sesuai dengan usia, kebutuhan dan kemampuan sebagai tontonan untuk belajar Bahasa Inggris.

Namun, TV seri barangkali tidak bisa menjadi opsi untuk kegiatan di dalam kelas karena terdapat sejumlah episode. Apabila itu penting, maka guru dapat mengambil cuplikan atau memangkan menjadi aingkat agar dapat digunakan di dalam kelas. Berkaitan dengan ini, ada penelitian yang mengemukakan bahwa sudah banyak penelitian yang membuktikan bahwa TV seri dapat berfungsi sebagai media yang bermanfaat untuk mengajarkan kemampuan mendengar, pengucapan dan kosa kata [3]. Ini dapat membuktikan bahwa TV sebagai salah satu produk budaya populer dapat dipertimbangkan juga sebagai media untuk melatih berbahasa Inggris. Begitu juga dengan penggunaan novel atau cerpen populer yang banyak dijumpai di toko buku. Sastra populer seperti itu juga bisa dimanfaatkan sebagai media pembelajaran bahasa.

Banyak sekolah atau lembaga pendidikan bahasa yang telah memiliki fasilitas perpustakaan yang menyediakan rak khusus novel-novel populer yang dapat dibaca oleh para murid. Guru dapat menugaskan anak-anak didiknya untuk membaca untuk menemukan kosakata dan menceritakan kembali agar dapat melatih kemampuan berbahasa mereka. Tentunya masih banyak kegiatan yang dapat dilakukan di dalam kelas dari membaca novel populer. Jadi, produk budaya populer khususnya film, video, lagu, dan novel selain sebagai media hiburan yang mudah didapatkan dan digemari, ternyata terbukti dapat dimanfaatkan untuk materi belajar dan melatih *language skills* dalam Bahasa Inggris.

4. Kesimpulan dan Saran

Terdapat beberapa hal yang disimpulkan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yakni: (1) kegiatan ini bertujuan untuk membantu para pengajar Bahasa Inggris di Yayasan Winfield untuk memahami dan memanfaatkan produk budaya populer sebagai media untuk melatih *language skills* (terutama kemampuan mendengar dan pengucapan kata-kata) dan memperkaya kosa kata anak-anak didik mereka. (2) produk budaya populer mencakup produk apapun yang menarik perhatian publik dan berorientasi pada permintaan masyarakat serta diproduksi secara massal untuk kepentingan perolehan keuntungan. (3) produk budaya populer yang lebih sering dipakai dan dipandang lebih efektif adalah film, video, lagu dan novel karena selain dapat menarik perhatian, media tersebut cocok untuk digunakan di dalam kelas. (4) dengan memanfaatkan media budaya populer yang dipilih dengan tepat, maka, pembelajaran Bahasa Inggris menjadi lebih menarik dan pengajar juga termotivasi untuk menciptakan kegiatan-kegiatan yang kreatif dari media budaya populer tersebut.

Daftar Rujukan

- [1] Adi, I. R. (2011). *Fiksi Populer: Teori dan Metode Kajian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [2] Basri, Z. Z., V. L. Septiyanti, & F. Holisah. (2019). "Peranan Popular Culture dalam Pembelajaran Bahasa Inggris untuk Menciptakan Autonomous Learner di Abad 21". *Jurna: Jurnal Program Mahasiswa Kreatif* 3 (1): 49-55. <https://pkm.uika-bogor.ac.id/index.php/pkm-p/article/view/379>.
- [3] Liu, Y. & A. M. Y. Lin. (2017). "Popular Culture and Teaching English to Speakers of Other Language (Tesol)". S. Thomas & S. May (Eds.). *Language, Education and Technology (Encyclopedia of Language and Education)*. Switzerland: Springer. http://dx.doi.org/10.1007/978-3-319-02237-6_38.
- [4] Messianik, A (2023). "Komodifikasi Budaya Populer di Generasi Z (Studi Kasus Anak Muda Sidoarjo) Popular Culture Commodification On Z Generation (Case Study Sidoarjo's Young Generation)". *Jurnal Dinamika Sosial Budaya* 25 (1): 220-223. <http://dx.doi.org/10.26623/jdsb.v25i1.4387>.
- [5] Placer, M. F., A. Calambro, S. Nano, & C. G. Ngo. (2024). "Pop Culture and English Language Learning Motivation among AB English Students". *International Journal Corner of Educational Research* 3(1):39-46. <http://dx.doi.org/10.54012/ijcer.v3i1.237>.
- [6] Ratnawati & L. Angraeni. (2021). "Pembelajaran Bahasa Inggris Berbasis Lagu dan Media Audio Visual". *Madaniya* 2 (1): 79-86. <http://dx.doi.org/10.53696/27214834.40>.
- [7] Ridaryanthi, M. (2014). "Bentuk Budaya Populer dan Konstruksi Perilaku Konsumen Studi terhadap Remaja". *Jurnal Visi Komunikasi* 13 (1): 87-104. <http://dx.doi.org/10.22441/visikom.v13i1.379>.
- [8] Rizka, D. I., F. Rianto & L. Indriani. (2023). "Pop Culture in Education: Amusing Way to Enhance Students' Listening Skill". *Journal of Language, Literature, and English (JULIET)* 4(1): 48-56. <http://dx.doi.org/10.31629/juliet.v4i1.3942>.
- [9] Romeo, R. & T. Ryan. (2023). "Popular Culture as an Educative Teaching Tool in the Elementary Classroom". *International Journal Learning and Instruction* 5 (2): 51-72. <https://dx.doi.org/10.26418/ijli.v5i2.61429>.
- [10] Rudy. (2021). "Film Amerika sebagai Media untuk Pendidikan Karakter". *Jurnal Pustaka Mitra (Pusat Akses Kajian Mengabdikan Masyarakat)* 1(2): 118-123. <https://jurnal.pustakagalerimandiri.co.id/index.php/pustakamitra/article/view/66>.
- [11] Rudy, R. (2024). "Hua Mulan" in Chinese Philosophy: A Study of the Disney Film Mulan (2020). *IdeBahasa* 6 (1): 94-102. <https://doi.org/10.37296/idebahasa.v6i1.155>.
- [12] Simorangkir, I. (2014). "Analyzing American Popular Culture Products To Explore Cultural Values". *DEIKSIS* 6 (1): 19-31. <http://dx.doi.org/10.30998/deiksis.v6i01.512>.
- [13] Singh, A. K. (2022). "A Study of Popular Culture and Its Impact on Youth's Cultural Identity". *The Creative Launcher* 7 (6): 160-157. <https://doi.org/10.53032/tcl.2022.7.6.16>.
- [14] Storey, J. (2006). *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction*. Harlow: Pearson Longman.
- [15] Sudiran. (2021). "The Development of Pop Culture into English Language Teaching Materials". *Journal NX-A Multidisciplinary Peer Reviewed Journal* 6 (06): 475-481. <https://repo.journalnx.com/index.php/nx/article/view/1283>.