

OUTLOOK JAPAN

Journal of Japanese Area Studies

Vol. 10 No. 1 Juni 2022

**AMABIE KEMBALI KE JEPANG:
REPRESENTASI MITOLOGI JEPANG PADA MASA PANDEMI COVID-19**
Nadya Inda Syartanti

JAPANESE SUICIDE DURING COVID-19
Putri Elsy

NEW WORDS RELATED TO THE COVID-19 PANDEMIC IN JAPAN
Murniati Br. Barus

**REINTERPRETASI ANALEK KONFUSIANISME DI AWAL MEIJI:
STUDI ATAS RONGO KOUGI OLEH MOTODA EIFU**
Andy Bangkit Setiawan

**REPRESENTASI MONOZUKURI PADA LABEL KEMASAN JIMOTO POCKY
(ANALIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)**
Nanda Fatimatuz Zahra, Yusida Lusiana, Yudi Suryadi

IMPLIKASI GENDER PADA SHOUSHIKA DI JEPANG DEWASA INI
Wayan Nurita



OUTLOOK JAPAN



Published by
Asosiasi Studi Jepang di Indonesia
The Indonesian Association for Japanese Studies
インドネシア日本研究学会



OUTLOOK JAPAN

Journal of Japanese Area Studies

OUTLOOK JAPAN

Journal of Japanese Area Studies

©ASJI, 2022

Editor-in-Chief	Julian Aldrin Pasha, M.A, Ph.D (Ketua ASJI Periode 2020-2024)
International Advisory Board	Prof. Mikihiro Moriyama (Nanzan University Japan) Prof. Satomi Ohgata (Kyushu International University)
National Advisory Board	Prof. Dr. I Ketut Surajaya, MA (University of Indonesia) Soekotjo Hardiwinoto, SH., LL.M (Diponegoro University)
Managing Editor	Andy Bangkit Setiawan, MA., Ph.D (Dian Nuswantoro University)
Editors	Indra Sasanti Meizar Abdullah Ichsan Gifari
Published by Address	Asosiasi Studi Jepang di Indonesia (ASJI) Gedung Pusat Studi Jepang Lt. 2 R. 224 Universitas Indonesia Depok Jawa Barat INDONESIA 16424 Telephone/Fax 021- 727 42702
Email	halo.asji@gmail.com

KATA SAMBUTAN

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, akhirnya kami dapat menerbitkan *OUTLOOK JAPAN: Journal of Japanese Area Studies* Vol. 10 No. 1 edisi bulan Juni 2022. Kami sampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada para penyumbang artikel, tim redaksi yang telah bekerja keras mengumpulkan, mengedit naskah, sampai dengan proses penerbitan. Tak kalah pentingnya, terimakasih sedalam-dalamnya kepada The Japan Foundation Jakarta yang senantiasa memberikan sumbangsih dana atas jurnal yang dikelola oleh Asosiasi Studi Jepang di Indonesia (ASJI), sehingga kami bisa secara konsisten menerbitkan jurnal ini pada setiap tahunnya.

Jurnal *OUTLOOK JAPAN: Journal of Japanese Area Studies* menyajikan artikel-artikel yang berkaitan dengan studi Jepang dari berbagai sudut pandang keilmuan. Diharapkan artikel yang termuat dalam jurnal kali ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi para pengaji studi Jepang sehingga dapat memahami Jepang lebih mendalam lagi, khususnya yang terkait dengan nilai sosial - budaya dan falsafah hidup orang Jepang.

Jurnal ini juga dapat menjadi wadah publikasi hasil penelitian bagi para peneliti keJepangan, selain juga dapat dijadikan media pertukaran informasi yang dapat meningkatkan kualitas akademik para pengajar, pembelajar dan para pemerhati keJepangan. Hal itu pada akhirnya akan berguna bagi pengembangan studi keJepangan di Indonesia baik pada saat ini maupun pada masa yang akan datang.

Untuk menjaga kesinambungan jurnal ini kami mengharapkan dukungan semua pihak yang berkecimpung dalam bidang studi Jepang, terutama para anggota Asosiasi Studi Jepang di Indonesia (ASJI), sekiranya dapat aktif menyumbangkan naskah atau artikel untuk edisi jurnal selanjutnya.

Editor in Chief

KATA PENGANTAR

OUTLOOK JAPAN: *Journal of Japanese Area Studies* Volume 10 No. 1 edisi Juni 2022 mengangkat tema Japan Socio-Cultural Issues. Subjek bahasan dalam tema edisi Jurnal kali ini mengenai masyarakat dan perilakunya. Mengacu pada ilmu tentang perilaku sosial yang dilontarkan oleh Max Weber bahwa telah terjadi suatu pergeseran tekanan ke arah keyakinan, motivasi dan tujuan pada diri anggota masyarakat yang semuanya memberi isi dan bentuk kepada kelakuannya. Kata “*perikelakuan*” dipakai oleh Weber untuk perbuatan-perbuatan yang bagi si pelaku mempunyai *ARTI SUBJEKTIF*, atau si pelaku didorong oleh *MOTIVASI*. Entah kelakuan itu bersifat lahiriah atau batiniah yang berupa permenungan, perencanaan, pengambilan keputusan dan sebagainya. Entah karena kelakuan itu terdiri dari intervensi positif ke dalam suatu situasi atau, sikap pasif yang sengaja tidak mau terlibat. Penggunaan kata “*kelakuan*” itu hanya untuk perbuatan manusia yang mempunyai arti bagi si pelaku. Kesadaran akan arti dari apa yang dibuat itulah ciri hakiki manusia. Tanpa kesadaran itu suatu perbuatan tidak dapat disebut kelakuan manusia.

Teori perikelakuan menjadi *SOSIAL*, hanya kalau dan sejauh mana arti maksud subjektif dari tingkah laku membuat individu memikirkan dan memperhitungkan kelakuan orang-orang lain dan mengarahkannya kepada arti subjektif tersebut. Hal mana semuanya dikaji berdasarkan perspektif kritis dengan tujuan memajukan sebuah sintesa dan pertimbangan umum yang terjadi di masyarakat.

Melalui riset yang dilakukan para peneliti yang tertuang dalam artikel atau naskah di jurnal ini telah memperluas pengertian kita tentang berbagai isu terkait dengan isu-isu perilaku masyarakat Jepang yang mana dikaji dari berbagai perspektif. Hal ini memberi sumbangan bagi pendefinisian yang lebih jelas dan pengetahuan yang lebih luas terkait bidang sosial-budaya, politik dan ekonomi, sebagaimana tertuang dalam beberapa artikel di jurnal ini antara lain: “*Amabie*

Kembali Ke Jepang: Representasi Mitologi Jepang Pada Masa Pandemi Covid-19”; “Japanese Suicide During Covid-19” dan “Reinterpretasi Analek Konfusianisme Di Awal Meiji: Studi Atas Rongo Kougi Oleh Motoda Eifu.”

Melalui artikel atau naskah yang termuat dalam jurnal Volume 10 No. 1 edisi Juni 2022 ini diharapkan pembaca dapat memahami isi dari artikel yang ada dan menambah wawasan untuk mengenal lebih dalam budaya, nilai-nilai serta norma-norma bangsa Jepang.

Editor

DAFTAR ISI

KATA SAMBUTAN	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii

***AMABIE* KEMBALI KE JEPANG:
REPRESENTASI MITOLOGI JEPANG PADA MASA
PANDEMI COVID-19**

Nadya Inda Syartanti.....	1
---------------------------	---

JAPANESE SUICIDE DURING COVID-19

Putri Elsy.....	21
-----------------	----

**NEW WORDS RELATED TO THE COVID-19 PANDEMIC
IN JAPAN**

Murniati Br. Barus.....	41
-------------------------	----

**REINTERPRETASI ANALEK KONFUSIANISME DI AWAL
MEIJI: STUDI ATAS *RONGO KOUGI* OLEH MOTODA EIFU**

Andy Bangkit Setiawan.....	53
----------------------------	----

**REPRESENTASI *MONOZUKURI* PADA LABEL KEMASAN
JIMOTO POCKY (ANALIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)**

Nanda Fatimatuz Zahra, Yusida Lusiana, Yudi Suryadi.....	63
--	----

**IMPLIKASI GENDER PADA *SHOUSHIKA* DI JEPANG
DEWASA INI**

Wayan Nurita.....	87
-------------------	----

BIODATA PENULIS.....123
KRITERIA PENULISAN.....127

AMABIE KEMBALI KE JEPANG: REPRESENTASI MITOLOGI JEPANG PADA MASA PANDEMI COVID-19

Nadya Inda Syartanti
Universitas Brawijaya
nadya.indasy@gmail.com

ABSTRACT

Japan has been known as a country that believes in mythological creatures such as gods and yōkai. One of the mythical creatures discussed in this article is the amabie which belongs to the yōkai category. Amabie re-emerged and was discussed by the Japanese community when the COVID-19 pandemic hit the world, including Japan. This article will try to show some pictures of amabie represented by Japanese society during the COVID-19 pandemic. The images of amabie representation are taken from various articles from Furukawa & Kansaku (2020), Merli (2020), and Printmag (2020). These pictures show that Japanese society strongly believes in yōkai, including amabie, as much as in gods. This belief is getting more substantial during the COVID-19 pandemic that hit Japan. Therefore, amabie came to protect and protect Japanese people from various infectious diseases, such as the coronavirus.

Keywords: *amabie, mitologi, pandemi COVID-19, virus corona, yōkai.*

PENDAHULUAN

Di balik statusnya sebagai negara maju, Jepang juga mempercayai adanya makhluk tak kasat mata, atau dikenal dengan *yōkai*. *Yōkai* merupakan entitas dan roh supernatural dalam mitologi Jepang. Kata *yōkai* (妖怪) terdiri dari kanji *yō* (妖) untuk "menarik; bencana" dan kanji *kai* (怪) untuk "penampakan; misteri; mencurigakan" (Jisho, 2022). *Yōkai* juga disebut sebagai *ayakashi* (あやかし), *mononoke* (物

の怪) atau *mamono* (魔物). Meskipun sering diterjemahkan seperti itu, *yōkai* tidak secara harfiah berarti “setan” seperti dalam arti kata Bahasa Inggris *demon*, melainkan *yōkai* diartikan sebagai roh dan entitas. Perilaku *yōkai* bisa jahat atau nakal, atau kebalikannya, bisa juga ramah, atau bahkan membantu manusia.

Yōkai sering memiliki ciri-ciri hewan seperti *kappa* yang digambarkan mirip dengan kura-kura (Gambar 1), atau *tengu* yang biasanya digambarkan dengan sayap (Gambar 2), bahkan *yōkai* mungkin juga tampak seperti manusia, seperti *kuchisake-onna* (Gambar 3). Beberapa *yōkai* menyerupai benda mati, seperti *tsukumogami* (Gambar 4), sementara yang lain tidak memiliki bentuk yang terlihat. *Yōkai* biasanya digambarkan memiliki kemampuan spiritual atau supernatural, dengan perubahan bentuk menjadi sifat paling umum yang terkait dengan mereka. *Yōkai* yang berubah bentuk dikenal sebagai *bakemono* (化け物) atau *obake* (お化け) (Wikipedia, 2022)



Gambar 1. Ilustrasi *Kappa*



Gambar 2. Ilustrasi *Tengu*



Gambar 3. Ilustrasi *Kuchisake Onna*



Gambar 4.
Ilustrasi *Tsukumogami* Wujud Lantera

Para pakar sejarawan dan mitologi Jepang menjelaskan bahwa *yōkai* sebagai personifikasi dari "fenomena supranatural atau tidak dapat dipertanggungjawabkan kepada informan mereka." Banyak seniman pada periode Edo, seperti Toriyama Sekien, menemukan *yōkai* baru dengan mengambil inspirasi dari cerita rakyat atau murni dari imajinasi mereka sendiri. Saat ini, beberapa *yōkai* seperti itu, seperti *amikiri* (Gambar 5) disalahartikan berasal dari cerita rakyat yang lebih tradisional (The Obakemono Project, 2022).



Gambar 5.
Ilustrasi *Amikiri* yang digambarkan
oleh Toriyama Sekien

Salah satu *yōkai* yang akan dibahas dalam artikel ini adalah *amabie*, di mana sosoknya kembali diperbincangkan oleh masyarakat Jepang selama pandemi COVID-19. Masyarakat Jepang mengklaim bahwa *amabie* memiliki kekuatan jimat untuk menangkal wabah penyakit menular (Furukawa & Kansaku, 2020). Oleh karena itu, artikel ini akan mencoba menunjukkan beberapa gambar *amabie* yang direpresentasikan oleh masyarakat Jepang selama pandemi COVID-19.

PEMBAHASAN

Asal Usul *Amabie*

Amabie merupakan sosok legenda mitos dari Jepang berwujud ikan duyung bersisik dengan kepala mirip burung beserta paruhnya, memiliki rambut panjang berhelai-helai, dan memiliki tiga kaki menyerupai sirip ekor ikan (Wirayudha, 2022). Tampaknya istilah *amabie* diambil sebagai varian dari *amabiko* atau *amahiko*, atau dikenal juga sebagai *amahiko-nyudo*, tergantung pelafalan masyarakat dari berbagai wilayah di Jepang (Wirayudha, 2022). Dikatakan bahwa *amabiko* merupakan sosok makhluk mitologi yang digambarkan dalam berbagai wujud dengan berbagai ciri. Kebanyakan *amabiko* memiliki tiga atau empat kaki, dengan wujud seperti beruang kera yang kadangkala tanpa batang tubuh, bahkan ada yang bilang mirip boneka *daruma*, burung, atau ikan (Nagano, 2005; Yumoto, 2005). Dahulu gambar sosok *amabiko* tertuang dalam *kawaraban* atau cetakan kayu bergambar, dan *surimono* atau sejenis pamflet. *Amabie* muncul pertama kali dalam sebuah cetakan kayu (*kawaraban*) pada tahun 1846 (Gambar 6). Namun, ditemukan bukti bahwa *amabiko* muncul lebih dulu dalam buklet yang ditulis tangan pada tahun 1844 (Nagano, 2005).



Gambar 6. Ilustrasi Sketsa *Amabie* pada tahun 1846

Gambar 6 memperlihatkan sebuah ilustrasi berupa sketsa *amabie* yang digambarkan oleh masyarakat Jepang dalam *kawaraban* pada tahun 1846. Gambar ini terbit di koran lokal dan sejak itu terus tersebar ke seluruh Jepang (Saunders, 2020).

Sebelum dituangkan dalam *kawaraban*, asal usul *amabie* diungkapkan oleh Eishun Nagano (2005 dalam Wirayudha, 2022), seorang peneliti arsip prefektur Fukui, bahwa *amabie* muncul pertama kali di prefektur Kumamoto pada zaman Edo, tepatnya pada tahun 1846. Dikatakan bahwa pada saat itu *amabie* menampakkan diri di laut pada malam hari. Kemunculannya membuat geger masyarakat setempat, sehingga para pegawai kota melakukan investigasi dengan mewawancarai masyarakat yang melihatnya. Hasil investigasi menunjukkan sketsa gambar *amabie* seperti tampak pada Gambar 1. Nagano juga menyampaikan bahwa kemunculan *amabie* dianggap membawa ramalan adanya panen berlimpah selama enam tahun berturut-turut pada saat itu. Selain itu, kemunculan *amabie* juga dianggap sebagai penghilang wabah penyakit, sehingga masyarakat diminta untuk membuat duplikat kemiripannya dalam berbagai media demi melindungi diri dari penyakit (Murakami, 1999; Nagano, 2005; Yumoto, 2005).

Hal ini diperkuat dengan adanya wabah flu yang menimpa Jepang pada tahun 1847 hingga tahun 1848 yang dianggap sebagai peringatan bagi masyarakat Jepang terhadap wabah flu tersebut. Oleh karena itu, gambar-gambar *amabie* bertebaran di berbagai media seni rupa maupun leaflet bahkan surat kabar pada saat itu. Namun, sejak zaman Meiji, sosok *amabie* tampak dilupakan begitu saja. Sosok *amabie* kembali muncul setelah diperkenalkan oleh seniman *manga*, Mizuki Shigeru, ketika menyelipkan karakter *amabie* dalam serial komik garapannya, *Gegege no Kotaro* pada tahun 1960-an. Meski begitu, pada saat ini, karakter *amabie* tidak sepopuler pada zaman sebelumnya (Wirayudha, 2022). Hal ini diasumsikan bahwa sosok *amabie* muncul pada saat itu bukan untuk melindungi masyarakat Jepang dari wabah penyakit, tetapi dianggap hanya sekadar karakter dalam tokoh komik yang pernah ‘hidup’ pada zaman Edo.

***Amabie* pada Masa Pandemi COVID-19**

Meski karakter *amabie* sempat muncul dalam komik pada tahun 1960-an, tetapi sosoknya tidak sepopuler pada zaman Edo, sehingga

sejak zaman Meiji, sosok *amabie* dianggap menghilang selama enam dekade atau selama 174 tahun. Namun, sejak virus corona menyerang Jepang, karakternya muncul kembali di media sosial dengan membawa harapan kepada publik bahwa pandemi ini akan segera berakhir.

Legenda mitos ini muncul pada akhir Februari 2020 saat ilustrasi *amabie* diunggah di Twitter oleh seorang seniman manga bernama Hide Shigeoka yang men-tweet ilustrasi *amabie* dengan judul "Penanggulangan Virus Corona Baru" dan menambahkan tagar Jepang #Amabie (Alt, 2020). Bersamaan dengan itu, seorang artis *yōkai* bernama Orochido yang menggeluti bisnis seni spesialisasi gulungan gantung *yōkai*, juga ikut mengunggah ilustrasi *amabie* di Twitter, dan meminta para netizen untuk menggambar dan membagikan ilustrasi yang sama, yaitu gambar *amabie* (Furukawa & Kansaku, 2020).

Sejak saat itu, tepatnya pada awal Maret 2020, sosok karakter *amabie* menjadi viral di Twitter melalui tagar #AMABIEchallenge yang kini juga dibagikan dalam bahasa Inggris dan telah menyebar ke lima benua. Tagar tersebut menghasilkan puluhan ribu lukisan, gambar, dan penggambaran pribadi karakter *amabie* di Twitter dan Instagram (Saunders, 2020). Salah satunya adalah trio seniman *manga* Chica Umino, Mari Okazaki, dan Toshinao Aoki, menggunakan Twitter untuk mengunggah dan membagikan interpretasi kartun mereka tentang *amabie* di bawah naungan Mizuki Production (Mainichi Jepang, 2020; Wirayudha, 2022). Kemudian, dilanjutkan akun bot twitter (*amabie14*) yang telah mengumpulkan foto-foto *amabie* sejak Maret 2020 (Kuhn & Kobayashi, 2020). Akhirnya popularitas *amabie* menyebar ke seluruh penjuru wilayah Jepang, dari Hokkaido hingga Okinawa melalui gambar, pamflet, poster, dan lain sebagainya.

Hal ini diperkuat dengan pernyataan Mikles & Laycock (2021, dalam Wirayudha, 2022) bahwa *amabie* dapat menginspirasi masyarakat pada masa krisis, di mana orang dewasa hingga anak-anak membuat duplikat dengan menggambarinya dalam berbagai media. Dikatakan bahwa jika seseorang melihat gambar *amabie* di tengah pandemi, maka orang tersebut akan sembuh dari penyakitnya. Bahkan, saat kota-kota di-*lockdown*, masyarakat Jepang pun menggambar sosoknya sebagai bentuk perlindungan.

Ilustrasi *Amabie* di Berbagai Media

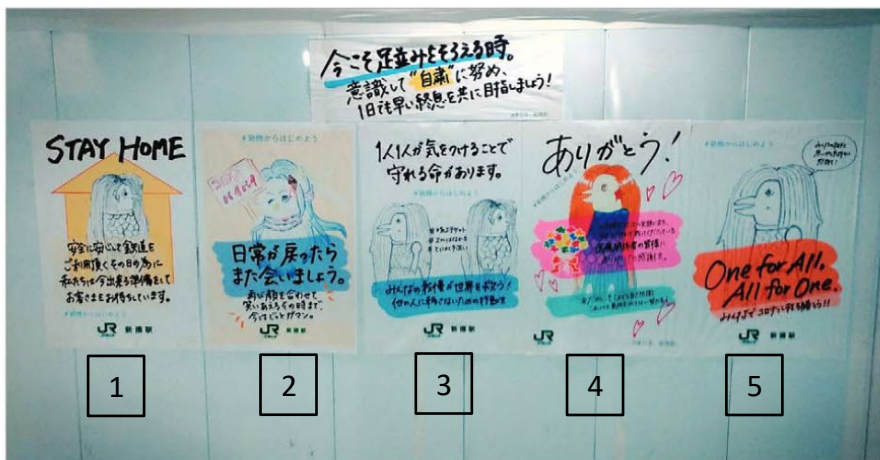
Fenomena sosok *amabie* membuat pemerintah Jepang juga mempercayainya, sehingga tren *amabie* dimanfaatkan untuk menyebarkan berbagai pamflet atau poster berisi pesan kesehatan yang bertebaran di berbagai tempat publik sebagai peringatan bagi masyarakat Jepang agar tidak keluar rumah jika bukan urusan mendesak (Wirayudha, 2022). Hal ini dapat terlihat pada Gambar 7 dan Gambar 8.



Gambar 7. Seruan Peringatan COVID-19 dari Kementerian Kesehatan, Ketenagakerjaan dan Kesejahteraan Jepang (Sumber: Ministry of Health, Labour & Wealth, 2022)

Gambar 7 menunjukkan bahwa Kementerian Kesehatan, Ketenagakerjaan dan Kesejahteraan Jepang ikut menyebarkan seruan peringatan dalam sebuah pamflet untuk menghentikan penyebaran virus corona melalui berbagai media sosial milik pemerintah Jepang. Hal ini dapat dilihat pada kalimat *shiranai uchi ni, hiromechau kara* yang berarti ‘karena saya bisa menyebarkannya (virus corona) tanpa menyadarinya’. Kalimat tersebut mengandung peringatan bagi masyarakat Jepang bahwa virus corona merupakan virus yang dapat menyerang siapa saja tanpa diketahui sama sekali, karena virus corona tersebar melalui tetesan kecil (droplet) dari hidung atau mulut pada saat

batuk atau bersin, yang kemudian tersebar di udara dan jatuh pada benda di sekitarnya (World Health Organization, 2022). Kemudian diikuti dengan kata *STOP* yang ditulis dalam romaji (alfabet), frasa *kansen kakudai* yang berarti ‘penyebaran infeksi’, dan kata *COVID-19*. Oleh karena itu, dengan seruan peringatan tersebut diharapkan *amabie* menjadi kekuatan pemersatu saat Jepang menjangkau jauh ke masa lalu cerita rakyatnya sendiri untuk menemukan pelipur lara selama krisis saat ini.



Gambar 8. Poster Peringatan dan Apresiasi di Stasiun Shimbashi, Tokyo (Sumber: Furukawa & Kansaku, 2020)

Begitu pula gambar 8 memperlihatkan berbagai poster peringatan dan apresiasi dari Japan Railways (JR) yang ditempelkan di salah satu sudut dinding stasiun Shimbashi di Tokyo yang diambil pada 13 Mei 2020 (Furukawa & Kansaku, 2020). Adapun pesan yang disampaikan dalam poster tersebut (setelah diterjemahkan dalam Bahasa Indonesia dari kiri ke kanan) adalah sebagai berikut:

1. Poster 1 berisi ‘Tinggallah di rumah. Kami akan mempersiapkan dan menunggu saat Anda dapat bepergian dengan selamat dan nyaman dengan kereta api. #Mari Dimulai dari Stasiun Shimbashi.’
2. Poster 2 berisi ‘Kami berharap dapat bertemu dengan Anda lagi dan tertawa bersama saat kehidupan kembali normal. Oleh karena itu, bersabarlah hingga saat itu tiba. Selamat tinggal, Corona.’

3. Poster 3 berisi ‘Ada jiwa yang harus dilindungi oleh kita untuk menyelamatkan diri kita sendiri. #Etika Berbatuk #Jaga Jarak 2 meter #Rajin Mencuci Tangan. Kesabaran anda akan menyelamatkan dunia! Lakukanlah agar tidak menularkan ke orang lain.’
4. Poster 4 berisi ‘Terima kasih! Para tenaga kesehatan yang telah berada di posisi paling depan dalam menghadapi krisis ini, dan telah berjuang dari pagi hingga malam. Terima kasih untuk segalanya. Oleh karena itu, kita perlu berusaha untuk menjaga kita dan tidak membebani orang lain.’
5. Poster 5 berisi ‘Terima kasih telah menjaga satu sama lain! Satu untuk Semua, Semua untuk Satu. Ayo, kita lawan corona!’

Tidak hanya pemerintah Jepang dan layanan publik seperti stasiun yang memberikan perhatian terhadap kondisi pandemi COVID-19 di Jepang dengan pesan-pesan kesehatan melalui poster atau pamflet. Masyarakat Jepang sendiri pun juga memiliki kesadaran akan dampak dari pandemi COVID-19 ini, sehingga banyak di antara mereka yang ingin melindungi dan menyelamatkan diri dengan menyebarkan pesan berupa gambar ilustrasi *amabie* melalui berbagai media sosial. Berikut beberapa di antaranya.



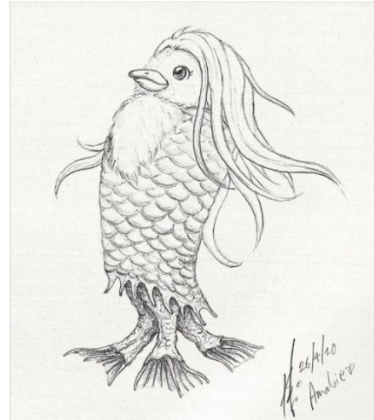
Gambar 9. Ilustrasi *amabie* dan dokter wabah yang digambar dengan tinta di atas kertas oleh Diana Moll (Sumber: Merli, 2020)



Gambar 10. Ilustrasi *amabie* dan dua ekor burung gagak (Sumber: Printmag, 2020).



Gambar 11. Ilustrasi *amabie* sebagai sosok wanita yang berhadapan dengan sosok pria (Sumber: Printmag, 2020).



Gambar 12. Ilustrasi sosok *amabie* tanpa karakter lain (Sumber: Printmag, 2020).

Gambar 9, 10, 11, dan 12 memperlihatkan ilustrasi *amabie* dengan nuansa hitam putih yang dilukiskan menggunakan pensil ataupun tinta pada suatu media kertas. Berbeda dengan gambar 9, 10, dan 11, karakter *amabie* menjadi karakter tunggal tanpa adanya karakter lain seperti pada gambar 9, 10, dan 11.



Gambar 13. Ilustrasi *amabie* dalam adaptasi lukisan *The Persistence of Memory* karya pelukis Italia, Salvador Dali (Sumber: Printmag, 2020).



Gambar 14. Ilustrasi *amabie* dalam adaptasi lukisan *Kanagawa-oki Nami Ura (The Great Wave off Kanagawa)* karya pelukis *ukiyo-e* Hokusai (Sumber: Printmag, 2020)



Gambar 15.
Ilustrasi *amabie* dengan rambut
yang diidentikkan dengan *ramen* dalam
mangkuk beserta sumpitnya
(Sumber: Printmag, 2020)

Gambar 13 dan 14 memperlihatkan ilustrasi *amabie* yang diadaptasi dari lukisan terkenal, seperti *The Persistence of Memory* karya Salvador Dali, dan *Kanagawa-oki Nami Ura (The Great Wave off Kanagawa)* karya Hokusai. Hal ini ditunjukkan oleh para ilustrator tersebut bahwa mereka ingin menunjukkan *amabie* sebagai sosok penyelamat dari wabah penyakit seperti yang diperlihatkan pada Gambar 14. Namun, gambar 14 dan 15 menggunakan adaptasi ilustrasi ciri khas Jepang, seperti Gunung Fuji pada gambar 14, dan *ramen* pada gambar 15. Hal ini menunjukkan bahwa *amabie* merupakan karakter mitologi yang berasal dari Jepang.



Gambar 16. Ilustrasi sosok *amabie* tanpa karakter lain dengan nuansa hitam putih (Sumber: Printmag, 2020).



Gambar 17. Ilustrasi *amabie* di atas kertas dengan menggunakan tinta dan cat air oleh Claudia Merli pada bulan Mei 2020 (Sumber: Merli, 2020).

Gambar 16 merupakan ilustrasi *amabie* tanpa karakter lain dengan nuansa hitam putih. Namun, berbeda dengan Gambar 12, karakter *amabie* diilustrasikan memiliki tangan mirip sirip, tidak seperti Gambar 12 yang diilustrasikan tanpa adanya tangan. Mirip dengan Gambar 16, karakter *amabie* pada Gambar 17 juga diilustrasikan memiliki tangan mirip sirip. Meski tidak ada bukti dokumentasi bahwa sosok *amabie* memiliki tangan atau tidak, tetapi karakter *amabie* dengan tangan menunjukkan bahwa masyarakat Jepang mempercayai *amabie* sebagai makhluk yang dipersonifikasikan memiliki tangan dan kaki. Selain itu, Gambar 17 menunjukkan ilustrasi *amabie* yang tampak lebih jelas dibandingkan dengan ilustrasi *amabie* lainnya. Claudia Merli sebagai ilustrator menggambar *amabie* dengan tujuan untuk diposting di akun Facebook miliknya, dan didedikasikan untuk teman-temannya di Jepang. Dia berharap dengan mengirimkan ilustrasi miliknya, teman-temannya dapat terlindungi dari wabah virus corona meski hanya melihatnya saja (Merli, 2020).

Selain ilustrasi *amabie* yang digambarkan dalam satu dimensi di media kertas, ada beberapa ilustrasi *amabie* lain yang digambarkan dalam dua hingga tiga dimensi di berbagai media. Berikut beberapa diantaranya.



Gambar 18. Ilustrasi *amabie* sebagai tato pada lengan manusia (Sumber: Printmag, 2020)



Gambar 19. Ilustrasi *amabie* sebagai sulaman (Sumber: Printmag, 2020)



Gambar 20. Ilustrasi *amabie* sebagai pahatan atau patung kecil (Sumber: Printmag, 2020)

Gambar 18 memperlihatkan ilustrasi *amabie* dalam satu dimensi yang dilukiskan bukan pada media kertas, tetapi dilukiskan pada sebuah lengan manusia sebagai tato. *Amabie* sebagai tato dapat diinterpretasikan sebagai jimat bagi pemilik tato agar si pemilik tato terlindung dari virus corona. Kemudian, Gambar 19 menunjukkan ilustrasi *amabie* dalam dua dimensi yang disulam sehingga menjadi sebuah sulaman atau bordir pada suatu kain. Selanjutnya, Gambar 20 memperlihatkan ilustrasi *amabie* dalam tiga dimensi yang dibentuk atau dipahat menjadi sebuah pahatan atau patung kecil berbentuk *amabie*.

Sosok *amabie* tidak hanya diilustrasikan dalam bentuk sulaman atau pahatan saja, tetapi karakter *amabie* juga muncul dalam berbagai media lain seperti tampak pada Gambar 21 hingga Gambar 25 berikut.



Gambar 21. Ilustrasi *amabie* sebagai gula-gula atau manisan (Sumber: Merli, 2020)



Gambar 22. Ilustrasi *amabie* sebagai gula-gula atau manisan yang ada di Sugamo Jizo-dori, Tokyo (Sumber: Merli, 2020)



Gambar 23. Ilustrasi *amabie* sebagai lonceng angin yang ditemukan di Satake Shotengai, Tokyo (Sumber: Merli, 2020)

Gambar 21 dan Gambar 22 menunjukkan ilustrasi *amabie* yang terukir dalam tiga dimensi pada sebuah gula-gula atau manisan. Namun, ilustrasi *amabie* juga muncul sebagai karakter yang digunakan dalam lonceng angin. *Amabie* sebagai lonceng angin dapat diinterpretasikan bahwa virus corona terusir terbawa angin sehingga tidak memasuki rumah pemilik lonceng angin tersebut.



Gambar 24. Ilustrasi *amabie* sebagai orang-orangan atau boneka sawah yang diletakkan di pinggir jalan (Sumber: Merli, 2020)



Gambar 25. Ilustrasi *amabie* sebagai orang-orangan atau boneka sawah yang diletakkan di pinggir jalan (Sumber: Merli, 2020)

Gambar 24 dan Gambar 25 memperlihatkan ilustrasi *amabie* dalam bentuk orang-orangan atau boneka sawah yang diletakkan di pinggir jalan. Sesuai namanya, boneka sawah diletakkan di sawah untuk mengusir hewan pengganggu seperti burung-burung yang akan merusak tanaman hasil panen, misalnya padi di sawah. Namun, kondisi dan situasi pandemi COVID-19 membuat masyarakat Jepang semakin kreatif sehingga menciptakan boneka sawah berbentuk sosok *amabie* yang digunakan untuk mengusir dan tidak menyebarkan virus corona di lingkungan tempat tinggal.

PENUTUP

Berdasarkan paparan dalam pembahasan, dapat ditarik kesimpulan bahwa kepercayaan masyarakat Jepang terhadap *yōkai* sama besarnya dengan kepercayaan terhadap dewa-dewi yang ada di Jepang. Jika dewa-dewi Jepang dipercayai sebagai pelindung, beberapa *yōkai* tidak hanya dianggap menakutkan atau ditakuti, tetapi ada juga yang dianggap sebagai pelindung seperti *amabie*. Setelah lebih dari 174 tahun tidak muncul, *amabie* kembali datang pada masa pandemi COVID-19 melanda Jepang. Dikatakan bahwa *amabie* datang untuk menjaga dan melindungi masyarakat Jepang dari berbagai penyakit menular, seperti salah satunya virus corona. Oleh karena itu, sejak virus corona menyebar di seluruh dunia termasuk Jepang, *amabie* direpresentasikan oleh masyarakat Jepang dalam berbagai bentuk satu dimensi, dua dimensi, dan tiga dimensi melalui berbagai media, berupa gambar yang diilustrasikan dalam boneka, kertas, kanvas, makanan, patung, poster, pamflet, sulaman hingga tato.

REFERENSI

- Alt, Matt. (2020). *From Japan, a Mascot for the Pandemic*. Retrieved from <https://www.newyorker.com/culture/cultural-comment/from-japan-a-mascot-for-the-pandemic> on January 5th, 2022.
- Furukawa, Yuki & Kansaku, Rei. (2020). Amabié—A Japanese Symbol of the COVID-19 Pandemic. *JAMA*. 2020;324(6):531-533. doi:10.1001/jama.2020.12660. Retrieved from <https://jamanetwork.com/journals/jama/fullarticle/2768645> on January 5th, 2022.
- George, Sam. (2020). *Amabie goes viral: the monstrous mercreature returns to battle the Gothic Covid-19*. <https://doi.org/10.1111/criq.12579>. Retrieved from <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/criq.12579> on January 5th, 2022.
- Jisho. (2022). Yokai. Jisho.org. Retrieved from <https://jisho.org/word/%E5%A6%96%E6%80%AA> on January 5th, 2022.
- Kuhn, Anthony & Kobayashi, Chie. (2020). *In Japan, Mythical 'Amabie' Emerges From 19th Century Folklore to Fight COVID-19*. Retrieved from <https://www.npr.org/sections/coronavirus-live-updates/2020/04/22/838323775/in-japan-mythical-amabie-emerges-from-19th-century-folklore-to-fight-covid-19> on January 5th, 2022.

- Mainichi Japan. (2020). *Plague-predicting Japanese folklore creature resurfaces amid coronavirus chaos*. Retrieved from <https://mainichi.jp/english/articles/20200325/p2a/00m/0na/021000c> on January 5th, 2022.
- Merli, Claudia. (2020). A chimeric being from Kyushu, Japan: Amabie's revival during Covid-19. *Anthropol Today*. 2020 Oct; 36(5): 6–10. doi: 10.1111/1467-8322.12602. Retrieved from <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7537237/> on January 5th, 2022.
- Ministry of Health, Labour & Wealth. (2022). 新型コロナウイルス最前線. MHLW. Retrieved from https://www.mhlw.go.jp/stf/houdou_kouhou/kouhou_shuppan/magazine/202011_00004.html on January 5th, 2022.
- Mizuki, Shigeru (1994). *Zusetsu yōkai taizen* 図説 日本妖怪大全. Kodansha +α bunko (in Japanese). Kodansha. p. 50. ISBN 978-4-06-256049-8.
- Murakami, Kenji, ed. (1999), *Yōkai jiten* 妖怪事典 [Dictionary of yōkai], 毎日新聞社, pp. 23–24, ISBN 978-4-620-31428-0.
- Nagano, Eishun (2005), "Yogenjū amabiko kō: amabiko wo tegakari ni" 予言獣アマビコ考—「海彦」をてがかりに [Consideration on prophetic beast amabiko—using umibiko as hint] (PDF), *Jakuetsu Kyōdoshi Kenkyū* (若越郷土研究), 49 (2): 1–30, archived from the original on 16 August 2016, retrieved on 5 January 2022.
- PrintMag. (2020). *A 174-Year-Old Japanese Woodblock Meme is Here to Fight COVID-19*. Retrieved from <https://www.printmag.com/design-news/16-amabies-to-ward-off-covid-19/> on January 5th, 2022.
- Saunders, Rebecca. (2020). *Amabie: The Japanese monster going viral*. BBC.com. Retrieved from <https://www.bbc.com/travel/article/20200422-amabie-the-japanese-monster-going-viral> on January 5th, 2022.
- The Obakemono Project. (2022). Toriyama Sekien. Obakemono.com. Retrieved from <https://web.archive.org/web/20130726080810/http://www.obakemono.com/obake/toriyama-sekien/> on January 5th, 2022.
- Yumoto, Kōichi (2005). *Nihon genjū zusetsu* 日本幻獣図説 [Japan imaginary beasts illustrated] (in Japanese). Kawaide Shobo. pp. 71–88. ISBN 978-4-309-22431-2.

- Wikipedia. (2022). *Yōkai*. Wikipedia.com. Retrieved from <https://en.wikipedia.org/wiki/Y%C5%8Dkai> on January 5th, 2022.
- Wirayudha, Randy. (2022). Yokai, Amabie, dan Pandemi. Historia.id. Retrieved from <https://historia.id/kultur/articles/yokai-amabie-dan-pandemi-vxg54/page/1> on January 5th, 2022.
- World Health Organizations. (2022). Coronavirus disease (COVID-19). WHO.int. Retrieved from https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1 on January 5th, 2022.

JAPANESE SUICIDE DURING COVID-19

Putri Elsy

Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Airlangga, Surabaya
putri-e@fib.unair.ac.id

ABSTRACT

Japan is known as a country that has a long history of suicide. The population commits suicide a lot starting from children, adults and the elderly, both men and women. The suicide rate in Japan sometimes fluctuates. Until 2019, there was a tendency for the suicide rate to decrease in Japan. However, since 2020, when the COVID-19 pandemic hit the world, including Japan, the suicide rate in Japan has increased drastically. According to Japan's National Police Agency, the monthly number of Japanese suicides rose to 2,153 in October 2020. In addition, there has been a shift in the suicide rate, which used to be mostly done by men, now shifts to women. Many women have committed suicide during the COVID-19 pandemic. In addition, during the pandemic suicide was also carried out by several celebrities in Japan, so it was feared that it could trigger people to imitate committing suicide. This study aims to describe the increase in suicides in Japan during the COVID-19 pandemic. Data were collected by literature study method and analysed descriptively. The results show that the COVID-19 pandemic has had an impact including unemployment, social isolation, mental health, high burdens and pressures of life, depression, poverty and anxiety on people globally, including Japan. In dealing with this situation, many Japanese people hide the problems they face, and as a solution they take is to end their life by committing suicide.

Keywords: covid-19 pandemic, suicide, loneliness, depression, social isolation

PENDAHULUAN

Bunuh diri adalah masalah global. Menurut Organisasi Kesehatan Dunia, hampir 800.000 orang meninggal karena bunuh diri setiap tahun (WHO, 2019). Selain itu, ada kekhawatiran di kalangan pejabat kesehatan masyarakat bahwa tingkat bunuh diri akan meningkat selama pandemi COVID-19. Tingkat bunuh diri di Jepang sebelum dan selama pandemi COVID-19 (data dari tahun 2018-2020) menunjukkan peningkatan angka bunuh diri selama pandemi. Bunuh diri mulai meningkat secara signifikan pada Juni–Juli 2020 dengan peningkatan substansial pada Oktober 2020. Wanita Jepang mengalami perubahan tingkat bunuh diri yang lebih tinggi daripada pria. Peningkatan angka bunuh diri lebih menonjol di antara individu di bawah 30 tahun (Sanchez, 2021).

Secara historis tingkat bunuh diri yang tinggi di Jepang terkait dengan situasi ekonomi negara tersebut. Pria sebagai orang yang diharapkan untuk menafkahi keluarga, dengan adanya krisis ekonomi menyebabkan mereka gagal untuk memenuhi harapan sosial sebagai kepala rumah tangga mengakibatkan masalah kesehatan mental yang dapat memicu untuk bunuh diri. *Karoshi* adalah fenomena kematian yang mendadak karena kelelahan fisik dan mental di tempat kerja telah menjadi hal yang biasa di Jepang. Bunuh diri karena stres diakibatkan oleh pekerjaan (*karojisastsu*) telah menjadi alasan umum orang Jepang untuk melakukan bunuh diri dalam dekade terakhir. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bunuh diri yang terjadi di Jepang selama pandemi Covid-19. Pandemi virus corona menyebabkan terjadi peningkatan bunuh diri di Jepang. Berdasarkan data statistik Jepang (<https://www.statista.com/statistics/622065/japan-suicide-number/>) pada tahun 2019 bunuh diri di Jepang sebanyak 20,169 kasus. Pada tahun 2020 naik menjadi 21,081 kasus. Pada tahun 2021 turun sebanyak 74 menjadi 21,007 kasus. Akan tetapi, selama pandemi Covid-19, terjadi peningkatan bunuh diri di kalangan wanita. Selain itu, selama pandemi terjadi fenomena meningkatnya bunuh diri di kalangan selebriti di Jepang. Bunuh diri di kalangan selebriti ini dikhawatirkan akan ditiru oleh masyarakat lainnya untuk melakukan hal yang sama.

Penelitian ini didasarkan pada suatu argumen bahwa pandemi Covid-19 membawa dampak pada masyarakat global juga terjadi di Jepang. Pandemi Covid-19 menyebabkan ketidakpastian pekerjaan,

pengangguran, isolasi sosial, stress, depresi, kecemasan, kemiskinan. Budaya Jepang yang tidak mengekspresikan perasaan dan bertahan dan cenderung menyembunyikan masalah yang mereka hadapi memicu terjadinya peningkatan bunuh diri ini. Selain itu, konsep *gaman* (sabar) dan *gambaru* yang didefinisikan sebagai bekerja keras dan sabar, bersikeras pada diri sendiri (Roger dan Davies, 2002) tidak bisa meredam depresi yang mereka hadapi selama pandemi Covid-19. Akhirnya, bunuh diri diambil sebagai jalan untuk mengakhiri hidupnya.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah studi pustaka dengan deskriptif kualitatif. Metode penelitian kualitatif digunakan di lingkup yang paling kecil yaitu pada satu situasi sosial (mikro) sampai masyarakat luas yang kompleks (makro). Dalam penelitian kualitatif suatu realitas atau objek tidak dapat dilihat secara parsial dan dipecah dalam beberapa variable. Penelitian kualitatif memandang objek sebagai suatu yang dinamis, hasil konstruksi pemikiran, dan utuh (holistik) karena setiap aspek dan objek itu mempunyai satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan (Sugiyono, 2012).

Oleh karena itu, untuk melihat bunuh diri selama pandemi Covid-19 ini, penulis membahas bunuh diri tidak hanya dari penyebabnya, tapi juga dari faktor budaya yang melingkupinya. Sumber penelitian berasal dari koran *online*, data statistik, buku dan jurnal yang membahas tentang bunuh diri pada masa pandemi dan budaya Jepang. Data dikumpulkan berdasarkan *desk review* dari sumber-sumber data tentang bunuh diri di Jepang selama pandemi Covid-19. Analisis data yang dilakukan yaitu pertama, mengumpulkan data seputar bunuh diri selama pandemi Covid-19 dan budaya Jepang yang melingkupinya. Kedua, membaca keseluruhan data. Membangun *general sense* atas informasi yang diperoleh dan merefleksikan maknanya secara keseluruhan. Ketiga, menganalisis lebih detail dengan mengolah informasi menjadi segmen tulisan sebelum memaknainya. Terakhir, membuat tulisan secara narasi dan menginterpretasi data atau memaknai data (Creswell, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pandemi Covid-19 dan Bunuh diri di Jepang

Virus corona baru (Covid-19) telah menyebar ke seluruh dunia, menginfeksi lebih dari dua puluh juta orang dan membunuh lebih dari tujuh ratus ribu orang per 10 Agustus 2020. Pandemi ini secara drastis mempengaruhi cara hidup untuk menghindari terinfeksi, menginfeksi orang yang dicintai, atau menyebar virus di masyarakat. Pengalaman dalam menghadapi virus ini tidak hanya merusak fisik tapi juga kesehatan mental. Menurut survei yang dilakukan antara 24 April dan 4 Mei di AS, tingkat stres untuk orang dewasa Amerika tahun ini (5,4 dari 10) secara signifikan lebih tinggi daripada tingkat stres rata-rata yang dilaporkan dalam survei 2019 (4,9), hal mana merupakan signifikan pertama adanya peningkatan stress yang dilaporkan sejak survei dimulai pada 2007 (American Psychological Association, 2020). Selain itu, kecemasan dan depresi juga tinggi di masa pandemi Covid-19 (Chishima Y, Liu IH, 2021)

Di Indonesia, semenjak pandemi Covid-19 kehidupan jutaan anak dan keluarga mereka terguncang. Penguncian dan penutupan sekolah mempengaruhi pendidikan, kesehatan mental, dan akses ke layanan kesehatan dasar. Jarak sosial ditetapkan untuk mencegah penyebaran virus. Semua orang cemas menghadapi penyebaran virus yang dapat merengut nyawa banyak orang ini.

Jepang mengalami munculnya Covid-19 lebih awal dari sebagian besar negara lain di dunia. Kasus pertama dilaporkan pada 16 Januari 2020, diikuti oleh wabah di kapal pesiar di Pelabuhan Yokohama pada Februari 2020. Gelombang pertama kasus Covid-19 diamati pada April 2020, dan gelombang kasus kedua yang lebih besar dimulai pada Juli 2020. Per 31 Oktober 2020, jumlah kasus terkonfirmasi Covid-19 adalah 91.329, dan jumlah kematian akibat Covid-19 adalah 1754, atau 13,95 kematian per 1 juta orang. Pemerintah Jepang telah memberlakukan beberapa langkah untuk membendung gelombang pandemi. Penutupan sekolah dimulai pada awal Maret, dan pemerintah mengumumkan keadaan darurat di wilayah metropolitan utama pada 7 April 2020, yang diperluas ke seluruh negara pada 16 April. Tanpa memberlakukan tindakan penguncian atau pembatasan pergerakan domestik yang ketat selama keadaan darurat, pihak berwenang meminta bisnis yang tidak penting

untuk tutup atau memilih untuk bekerja dari jarak jauh dan meminta toko dan restoran untuk beroperasi dengan jam kerja yang dikurangi. Keadaan darurat dicabut pada 25 Mei 2020.

Pandemi penyakit Covid-19 adalah krisis kesehatan masyarakat yang belum pernah terjadi sebelumnya yang memiliki konsekuensi kesehatan fisik dan mental. Bukti yang muncul menunjukkan bahwa pandemi ini sangat mempengaruhi kesehatan mental populasi umum. Temuan ini sesuai dengan kekhawatiran bahwa memburuknya kesehatan mental, dikombinasikan dengan tingkat pengangguran yang lebih tinggi selama pandemi, berpotensi meningkatkan kejadian bunuh diri di seluruh dunia karena kedua kondisi tersebut merupakan faktor risiko yang tinggi (Michiko Ueda, Robert Nordström, Tetsuya Matsubayashi, 2022).

Bunuh diri mempunyai sejarah yang panjang di Jepang. Sejak dulu, orang Jepang sudah mengenal bunuh diri di kalangan samurai yang dikenal dengan nama *seppuku* atau *harakiri*. *Seppuku* dianggap sebagai bentuk mengembalikan kehormatan diri atau keluarga oleh kalangan samurai. *Seppuku* ini juga dipandang sebagai kematian yang terhormat daripada menyerah kepada lawan. Saat ini berbagai penyebab faktor bunuh diri terjadi di Jepang. Pada masa pandemi Covid-19 terjadi peningkatan kasus bunuh diri di Jepang. Menurut data dari kepolisian Jepang, ada 6 penyebab seseorang melakukan bunuh diri, yaitu:

- 1) Masalah ekonomi/kehidupan (経済・生活問題, *keizai, seikatsu mondai*), meliputi kesulitan hidup dan banyak hutang.
- 2) Masalah pria/wanita (男女問題 *danjo mondai*), meliputi putus cinta dan masalah hubungan lainnya.
- 3) Masalah kesehatan (健康問題 *kenkou mondai*), meliputi depresi dan sakit (secara fisik)
- 4) Masalah rumah tangga (家庭問題 *katei mondai*) meliputi disharmonis hubungan suami istri dan tidak ada harapan terhadap masa depan keluarga.
- 5) Masalah pekerjaan (勤務問題 *kinmu mondai*), meliputi kelelahan bekerja, hubungan di tempat kerja, dll
- 6) Masalah sekolah (学校問題 *gakkou mondai*), meliputi kemunduran akademik dan masalah karir.

Data dari 6 penyebab bunuh diri di atas, berdasarkan tahun dapat dilihat dari diagram 1 berikut:

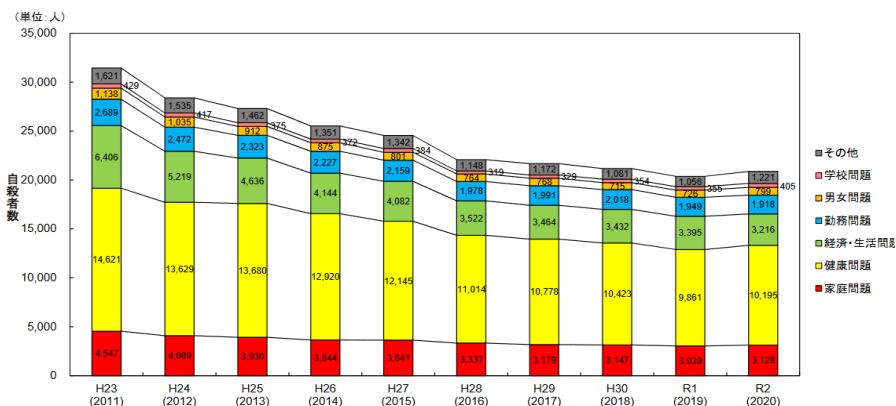


Diagram 1.

Perubahan tahunan berdasarkan penyebab dan motif bunuh diri

Sumber:

https://www.npa.go.jp/safetylife/seianki/jisatsu/R03/R02_jisatuno_joukyou.pdf

Dari diagram 1 di atas terlihat bunuh diri terbanyak terjadi pada masalah kesehatan (健康問題 *kenkou mondai*) yang meliputi depresi dan sakit. Sejak tahun 2011 masalah kesehatan yang meliputi sakit dan depresi menempati alasan yang tinggi. Jika dilihat dari data, pada masa awal pandemic Covid-19 terjadi peningkatan bunuh diri sebanyak 334 dari 9,861 kasus pada tahun 2019 menjadi 10,195 kasus pada tahun 2020. Menurut Zeynep Şimşir, Hayri Koç, Tolga Seki & Mark D. Griffiths (2020) dari studi tentang Covid-19 di dunia, ada hubungan antara ketakutan Covid-19 dengan kesehatan mental di kalangan masyarakat umum di masa pandemi. Hubungan antara ketakutan terhadap Covid-19 dan masalah kesehatan mental meliputi kecemasan, traumatis, stres, kesusahan, depresi, dan insomnia. Berdasarkan hasil penelitian ini, masalah kesehatan mental berupa depresi menjadi menjadi faktor pemicu terbanyak untuk melakukan bunuh diri di Jepang.

Bunuh Diri di Kalangan Wanita

Dampak Covid-19 pada wanita lebih rentan di Jepang. Berdasarkan jenis kelamin dari data bunuh diri, sangat mengejutkan bahwa bunuh diri banyak terjadi di kalangan wanita. Kondisi ini berbeda dengan tahun-tahun sebelum pandemi, jumlah terbanyak yang melakukan bunuh diri adalah pria. Menurut data dari statista (<https://www.statista.com/statistics/622065/japan-suicide-number/>), ada berbagai alasan meningkatnya wanita melakukan bunuh diri. Pertama, perempuan yang menjadi korban kekerasan dalam rumah tangga karena terpaksa menghabiskan lebih banyak waktu di rumah dengan pelakunya. Pandemi telah menyebabkan orang-orang bekerja dari rumah. Bagi mereka yang menderita pelecehan fisik atau seksual di rumah, pandemi Covid-19 telah memperburuk situasi. Hal ini disampaikan oleh Tachibana (40 tahun), pendiri Proyek Obligasi, badan amal pencegah bunuh diri. Menurut Tachibana, ada kasus seorang gadis yang dilecehkan secara seksual oleh ayahnya. Karena pandemi Covid-19, ayahnya tidak bekerja dan banyak di rumah. Tidak ada jalan keluar bagi gadis tersebut. “Saya ingin mati, saya tidak punya tempat untuk pergi, ini sangat menyakitkan, saya sangat kesepian sehingga saya ingin menghilang” menurut Tachibana adalah kata-kata yang sering didengarnya selama konseling (Wingfield-Hayes, BBC News, 2021). Dari data ini terlihat wanita sangat rentan dalam melakukan bunuh diri.

Kedua, industri yang paling terpukul oleh pandemi adalah industri yang sebagian besar dikelola oleh wanita, seperti sektor perhotelan, ritel, dan pengasuhan. Saat ini Jepang sedang mengalami perubahan demografis, dengan cepat beralih ke masyarakat solo dan menghasilkan lebih banyak wanita lajang yang mendukung hidup mereka sendiri. Menurut Prof Ueda, banyak wanita yang tidak menikah harus menghidupi diri sendiri dan mereka tidak memiliki pekerjaan tetap. Oleh sebab itu, ketika Covid-19 terjadi mereka terpukul sangat keras. Selama 8 bulan terakhir semenjak pandemi Covid-19, jumlah wanita yang kehilangan pekerjaan di antara staf yang tidak tetap sangat besar. Pada bulan Oktober 2020 sebanyak 879 wanita bunuh diri. Jumlah ini 70% lebih tinggi dari bulan yang sama pada tahun 2019 (Wingfield-Hayes, BBC News, 2021).

Alasan ketiga adalah beban kerja wanita yang meningkat secara drastis. Wanita yang harus bekerja dari rumah juga

bertanggung jawab atas pengasuhan anak selama penutupan sekolah. Selama pandemi, banyak sekolah dan tempat pengasuhan anak yang tutup, dan anak-anak belajar dan diasuh oleh ibunya di rumah. Stres dan depresi dalam menghadapi beban ini menyebabkan perempuan rentan untuk melakukan bunuh diri.

Akan tetapi, stres tidak hanya dialami oleh ibu, tetapi juga pada anak-anak. Penutupan sekolah selama pandemi di musim semi telah berkontribusi pada menumpuknya pekerjaan rumah; anak-anak tidak memiliki kebebasan untuk bertemu teman, hal ini berkontribusi terhadap stres. Berdasarkan survei melalui internet dari Pusat Kesehatan dan Perkembangan Anak Nasional terhadap lebih dari 8.700 orang tua dan anak-anak, ditemukan data bahwa 75% anak sekolah Jepang menunjukkan tanda-tanda stress akibat pandemi. Hasil dari survei menyatakan anak-anak ini ada yang melukai diri sendiri karena stres. Akan tetapi, mereka tidak dapat berbicara kepada keluarga mereka karena mungkin mereka melihat bahwa ibu atau ayah mereka tidak dapat mendengarkan mereka. (CNN, 30 November 2020)

Terakhir, selama Covid 19 telah terjadi serangkaian bunuh diri selebriti (perempuan) pada tahun 2020, yang mungkin menyebabkan efek peniruan. Yasuyuki Shimizu, mantan jurnalis yang sekarang menjalankan NPO yang didedikasikan untuk memerangi bunuh diri di Jepang menyatakan bahwa sejak bunuh diri artis dilaporkan, jumlah bunuh diri meningkat dan tetap seperti itu selama 10 hari (Wingfield-Hayes, BBC News, 2021). Secara keseluruhan, wanita di Jepang tampaknya merasakan efek negatif dari pandemi virus corona lebih parah dalam banyak aspek kehidupan sehari-hari mereka dibandingkan dengan pria.

Kendala Budaya dalam Mengatasi Bunuh Diri

Tingginya tingkat bunuh diri di Jepang menurut penulis tanpa disadari berasal dari faktor-faktor budaya yang terdapat dalam masyarakat Jepang. Beberapa faktor-faktor budaya tersebut adalah:

Budaya “*gaman*” (我慢). Menurut dictionary.goo.jp *gaman* dalam bahasa Jepang berarti memiliki kesabaran; tahan dengan; bertahan; menanggung. *Gaman* mengandung nuansa bertahan atau bertahan tanpa mengeluh terhadap peristiwa yang menyakitkan atau

hal-hal yang tidak menyenangkan. *Gaman* juga mengandung arti sabar. Sabar juga merupakan kata yang berarti bertahan, mampu menggung sesuatu untuk waktu yang lama. Budaya *gaman* ini sudah dilatih semenjak mereka kecil. Budaya “*gaman*” menuntut mereka bertahan terhadap masalah yang dihadapi, menyebabkan mereka menghadapi sendiri masalah yang terjadi, sehingga menimbulkan stres dan depresi.

Budaya *gambaru* (頑張る). *gambaru* menurut kotobank.jp mengandung arti melakukan yang terbaik, bertahan dan bertekun. *gambaru* juga berarti bekerja keras dan sabar. Kesabaran yang ada dalam *gambaru* menyebabkan mereka bertahan untuk mengatasi masalah yang mereka hadapi selama pandemi Covid-19. Akan tetapi, apabila dilihat dari bunuh diri, konsep *gambaru* yang berarti melakukan yang terbaik, bekerja keras dan sabar, tidak bisa mengatasi depresi yang mereka hadapi selama pandemi. Sebagai solusi masalah yang mereka hadapi, bunuh diri merupakan jalan terakhir yang mereka tempuh untuk mengatasi masalah yang mereka hadapi.

***Chinmoku* (沈黙).** Komunikasi antar manusia tidak hanya dalam bentuk verbal, tetapi juga nonverbal seperti gerak tubuh, ekspresi wajah dan postur. *Chinmoku* berarti diam. Diam bisa berarti tidak mengatakan sesuatu dan mempunyai arti sesuatu. Setiap masyarakat memandang keheningan dengan cara yang berbeda tergantung pada nilai-nilai budaya yang menentukan bagaimana keheningan ditafsirkan. *Chinmoku* dalam komunikasi Jepang memiliki ciri khas tertentu, yang berasal dari nilai-nilai yang mendasari budaya Jepang yang menentukan bagaimana keheningan muncul dan berfungsi dalam komunikasi di masyarakat Jepang.

Dalam percakapan sehari-hari, pertemuan bisnis, dan ruang kelas sekolah di Jepang, keheningan jauh lebih umum dan durasinya lebih lama daripada di negara-negara Barat. Ada beberapa alasan untuk diam menjadi begitu umum dalam komunikasi Jepang, dan penyebab ini dapat diklasifikasikan menjadi dua kategori utama: faktor historis dan dominasi kesadaran kelompok dalam kehidupan Jepang. Orang Jepang telah lama memperlakukan keheningan sebagai semacam kebajikan yang serupa untuk "kebenaran." Kata-kata *haragei* (saling pengertian yang tersirat) dan *ishin denshin* (dapat berkomunikasi satu dengan yang lain melalui telepati)

melambangkan sikap orang Jepang terhadap interaksi manusia dalam hal ini.

Dengan demikian, apa yang penting dan apa yang benar di Jepang akan sering ada dalam diam, bukan dalam ekspresi verbal. Sikap ini mengakar dalam cara berpikir orang Jepang dikenal sebagai *uchi-soto*, atau dualitas lahir dan batin. Menurut Lebra (1987, hal. 345, dalam Davies dan Roger, 2002) orang Jepang percaya bahwa kebenaran hanya ada di alam batin yang secara simbolis terletak di jantung atau perut. Komponen luar diri, seperti wajah, mulut, kata-kata yang diucapkan, kontras, terkait dengan kepalsuan kognitif dan moral. Kejujuran, ketulusan, keterusterangan, atau keandalan bersekutu dengan sikap diam. Jadi, seorang pria sedikit kata lebih dipercaya daripada orang yang banyak bicara.

Buddhisme Zen dianggap memiliki pengaruh besar pada perkembangan sikap terhadap keheningan ini di Jepang. Tujuan dari praktik Zen tidak dinyatakan secara eksplisit tetapi hanya dipahami secara lebih dalam tingkat intuitif dalam diri peserta didik itu sendiri melalui latihan terus-menerus, yang menekankan pada meditasi, ketenangan, dan pengosongan diri pikiran. Pelatihan Zen dirancang untuk mengajarkan bahwa kebenaran tidak dapat dijelaskan verbal, tetapi hanya bisa eksis dalam keheningan.

Dalam masyarakat Jepang, orang biasanya mengidentifikasi diri mereka terutama sebagai anggota kelompok tertentu, bukan hanya sebagai individu. Di sini keheningan memainkan peran yang sangat penting dalam menciptakan keharmonisan dan dalam menghindari konflik langsung. Orang yang bersikeras pada pendapatnya sebelum kelompok mencapai konsensus dianggap egois dan maju (Naotsuka, 1996, hlm. 193, dalam Davies dan Roger, 2002)). Selain itu, untuk memamerkan kemampuan seseorang atau pengetahuan secara terbuka membuat kesan buruk pada orang lain di Jepang, dan orang-orang seperti itu dianggap ceroboh, tidak sopan, dan tidak dewasa. Banyak orang di Jepang berpikir bahwa lebih baik tidak mengatakan apa-apa daripada menyebabkan kesalahpahaman atau masalah. Diam dalam komunikasi Jepang adalah juga terkait dengan kesadaran yang kuat akan hierarki sosial di dalam kelompok dan masyarakat pada umumnya.

Dalam kasus bunuh diri, meskipun seseorang depresi atau mempunyai masalah, mereka cenderung untuk diam. Sikap diam yang telah mengakar dalam budaya Jepang ini menyebabkan mereka

berusaha mengatasi permasalahan yang mereka alami selama pandemi Covid-19 sendirian. Namun sikap ini apabila dilakukan di masa pandemi akan mengakibatkan penumpukan depresi dan stres yang mereka tanggung sendiri. Hal ini menyebabkan mereka melakukan bunuh diri sebagai solusi dari masalah yang mereka hadapi.

Honne tatemae (本音・建前). Dalam berkomunikasi, orang Jepang mengenal *prinsip honne* dan *tatemae*. *Honne* adalah niat yang sebenarnya, kejujuran yang ada dalam hati sedangkan *tatemae* adalah motif atau niat yang disesuaikan secara sosial, dibentuk, didorong atau ditekan oleh mayoritas norma. Kedua kata ini sering dianggap sebagai dikotomi yang kontras antara perasaan dan pendapat pribadi yang dipegang teguh dari orang-orang yang dikendalikan secara sosial (Honna & Hoffer, 1986, hal. 94 dalam Davies dan Roger, 2002).

Meskipun *honne* dan *tatemae* ini dapat ditemukan di negara lain, orang Jepang memanfaatkannya secara luas, menjalankan *honne* dan *tatemae* begitu saja dalam kehidupan sehari-hari karena dianggap kebajikan untuk tidak secara langsung mengungkapkan perasaan dan niat nyata kepada seseorang. *Honne* dan *tatemae* ini disebabkan oleh karakteristik orang Jepang yang tidak suka mengekspresikan diri mereka secara langsung atau lugas karena takut akan menyakiti perasaan orang lain. Oleh karena itu, mereka biasanya berhati-hati dengan apa yang mereka katakan dan sering menggunakan *tatemae* agar bisa rukun dengan orang lain.

Di Jepang, sejak zaman kuno, ada rasa hormat yang besar untuk keharmonisan, yang dikenal dengan *wa*. *Tatemae* digunakan untuk mempertahankan keharmonisan ini dan menciptakan suasana yang nyaman (Davies dan Roger, 2002). Dalam kasus bunuh diri, meskipun seseorang depresi, mungkin tidak diperlihatkannya ke publik sebagai *honnnya*, tetapi yang ditampilkan adalah wajah biasa sehari-hari yang tidak ada masalah ketika berhadapan dengan orang lain sebagai *tatemae*. Norma sosial menekan mereka untuk menampilkan ekspresi yang sesungguhnya dari kehidupan mereka sehingga mengakibatkan penumpukan depresi dan stress yang mereka tanggung sendiri. Bunuh diri menjadi solusi untuk melepaskan beban dari masalah yang mereka hadapi.

Uchi dan Soto (内・外) Hubungan sosial di Jepang dibedakan dalam *in-group (uchi)* dan *out-group (soto)*. Ketika masyarakat Jepang dicirikan sebagai berorientasi kelompok, apa yang sering digambarkan adalah jaringan hubungan *in-group* dan *out group* yang menentukan dinamika kehidupan sehari-hari berpusat pada kedekatan dan pengecualian. (Buckley, 2009:542)

Orang Jepang pada umumnya menyebut pendatang asing di Jepang sebagai *gaijin* (orang luar) tanpa mempersoalkan berapa lama mereka sudah tinggal di Jepang dan berapa baiknya mereka berbicara dalam bahasa Jepang. Beberapa suami memanggil istrinya dengan sebutan *uchi no mono* (istri saya), dan orang di luar keluarganya dikenal sebagai *soto no hito* (orang luar). Pembagian ini merefleksikan perbedaan dasar dalam cara pikir orang Jepang yang dikenal dengan *uchi* dan *soto*. *Uchi* (内) dapat diartikan sebagai dalam; rumah saya dan rumah, anggota dari suatu kelompok; dan istri atau suami saya. Adapun *soto* (外) berarti luar; luar pintu; kelompok lain; dan luar rumah. Orang Jepang membedakan dengan jelas antara orang dalam dan orang luar dalam kehidupan sehari-hari tergantung apakah ia berada dalam kelompok *uchi* atau *soto*. Konsep *uchi* dan *soto* ini membawa pengaruh dalam masyarakat Jepang, khususnya dalam hubungan kemanusiaan. (Davies dan Ikeno, 2002:217)

Orang-orang Jepang yang berada di dalam kelompok memiliki kecenderungan yang sangat kuat terhadap "kolektivisme". Di sini, "kolektivisme" berarti membuat perbedaan yang jelas antara kelompok dalam dan kelompok luar sambil menganggap anggota dalam sebuah kelompok tidak dapat dipisahkan dari kelompok. Kontras dengan gagasan ini, "individualisme" menganggap siapa pun selain dirinya sebagai "orang lain". Konsep dasar dari individualisme adalah antara diri dan orang lain pada dasarnya berbeda. Orang lain selalu berbeda dengan diri sendiri, tetapi pada saat yang sama, ada kemungkinan untuk saling bekerja sama. Di sisi lain, di bawah kolektivisme, gagasan universal tentang "mereka" yang terpisah dari diri sangat kabur.

Dalam diskusi tentang perbedaan antara *uchi* dan *soto*, klaim kuat bahwa kelompok di Jepang sangat tertutup hampir selalu terdengar. Menurut Masao Maruyama sudah menjadi pendapat umum bahwa organisasi Jepang ditutup seperti pot gurita. Ketika sebuah organisasi mengambil bentuk pot gurita, komunikasi yang muncul hanya dapat dipahami di antara anggota kelompok. Komunikasi

dengan kelompok luar menjadi tidak mungkin. Maruyama mengklaim pot gurita ini dapat ditemukan di mana-mana di Jepang.

Akan tetapi, menurut Inoue (1986), "ketertutupan" adalah istilah yang relatif. Tidak ada kelompok yang sepenuhnya tertutup dan juga tidak ada kelompok yang sepenuhnya terbuka. Ini hanya ada dalam teori. Kelompok dapat dikatakan tertutup atau terbuka, dibandingkan satu sama lain. Inoue tidak berpikir bahwa "ketertutupan" kelompok Jepang sekuat yang sering ditunjukkan. Menurut Inoue, orang Jepang telah lama menganut pola perilaku memandang diri sendiri dengan mengikatkan diri pada standar nilai-nilai kelompok luar. Orang Jepang mengenal istilah *sekentei* (penampilan di depan umum, penampilan dan pandangan dunia). Jika "ketertutupan" kelompok dalam benar-benar begitu kuat, ini jelas akan bertentangan dengan pola perilaku yang ada yang berorientasi ke arah luar (*seken*). Orang Jepang menurut Inoue biasanya mengandalkan norma yang berada di luar untuk mengontrol perilaku dan membuat penilaian. Orang Jepang cukup peka terhadap gerakan dunia luar (*seken*), dan sangat ingin tahu tentang dunia luar. Sebaliknya, orang Jepang sangat berhati-hati untuk dikenal oleh dunia luar.

Dalam hubungan dengan bunuh diri, konsep *uchi* dan *soto* ini membatasi orang Jepang untuk berinteraksi dengan orang yang bukan kelompok *uchinya*. Apabila terjadi masalah dalam *uchi*, contohnya dalam rumah selama pandemi Covid-19, permasalahan tersebut hanya ditangani oleh anggota dari rumah tersebut. Apabila seorang ibu mengalami beban dalam pengasuhan anak selama pandemi atau anak mengalami depresi dan stres karena sekolah ditutup dan belajar di rumah selama Covid-19, permasalahan akan meningkat di sekitar mereka. Oleh karena itu, banyak kasus bunuh diri juga terjadi di kalangan anak-anak yang stres ini.

Bunuh Diri di Kalangan Selebriti

Selama pandemi Covid-19, pada tahun 2020 ada beberapa orang selebriti Jepang yang bunuh diri, baik wanita maupun pria. Para selebriti ini berasal dari kalangan artis, aktor, maupun pegulat. Dekatnya masa waktu bunuh diri di kalangan selebriti ini,

dikhawatirkan terjadi peniruan bunuh diri di kalangan selebriti di Jepang. Berikut para selebriti Jepang yang melakukan bunuh diri.

Hana Kimura. Hana Kimura dikenal sebagai seorang pegulat profesional berusia 22 tahun. Ia juga dikenal sebagai bintang reality show “Terrace House”. Hana bunuh diri pada tanggal 23 Mei 2020. Penyebab Hana melakukan bunuh diri adalah karena dirundung di media sosial. Menurut ibunya, pandemi membuat Hana tidak bisa bergulat sehingga Hana menghabiskan banyak waktu membaca pesan media sosial yang berisi komentar kebencian yang ditujukan kepadanya. Dia dirundung karena peran antagonisnya di *reality show* Terrace House.

Apabila dilihat dari budaya, Hana tidak kuat dengan perundungan yang dialaminya. Berdasarkan konsep *sekentei*, orang Jepang sangat memikirkan pandangan orang lain, perundungan yang dilakukan netizen kepada Hana membuat Hana depresi sehingga melakukan bunuh diri.

Yuko Takeuchi. Yuko Takeuchi (40 tahun) merupakan artis terkenal Jepang dengan banyak membintangi drama TV dan film. Ditemukan bunuh diri di rumahnya pada tanggal 27 September 2020. Ia baru melahirkan pada bulan Januari 2020. Tidak ada catatan bunuh diri yang ditemukan. Diduga bunuh diri karena depresi pasca melahirkan.

Dari kasus Yuko Takeuchi ini terlihat budaya *chinmoku* dan *tatemaie* kemungkinan mendasari alasan bunuh dirinya. Diam adalah pilihan yang diambil oleh Yuko dalam mengatasi masalahnya. Tidak ada yang tahu alasan dari bunuh dirinya ini. Sebagai seorang Jepang dan artis, Yuko Takeuchi sangat pintar bertatemaie, menyembunyikan permasalahan yang dialaminya, kemungkinan ada persoalan yang dihadapinya pasca melahirkan. Akan tetapi, sebagai publik figur, dia tidak bisa mengumbar masalah yang dialaminya. Kemungkinan stres terhadap pengasuhan anak dan depresi terhadap masalah yang dialaminya membuat Yuko mengakhiri hidupnya.

Takashi Fujiki. Takashi Fujiki merupakan seorang aktor yang berusia 80 tahun. Ia melakukan bunuh diri pada tanggal 20 September 2020. Ia dikenal dalam film Kamen Rider Amazons (2016-2017), Team Medical Dragon 4 (2014), Shinsengumi! (2004). Ia meninggalkan catatan bunuh diri: “Tidak percaya diri terus beracting”. Pandemi menyebabkan beban kerjanya berkurang sehingga banyak di rumah. Dari alasan bunuh dirinya ini, masalah

pekerjaan menjadi alasan Takashiki Fujiki untuk bunuh diri. Dilihat dari umurnya yang 80 tahun, Fujiki merasa tidak banyak yang bisa dilakukannya, sehingga bunuh diri menjadi pilihannya untuk mengakhiri hidup. Diam dan *tatemaie* menyebabkan orang di sekitarnya tidak mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh Fujiki.

Ashina Sei. Ashina Sei merupakan seorang aktris yang berusia 36 tahun. Ia melakukan bunuh diri pada tanggal 14 September 2020. Ashina Sei memiliki nama asli Igarashi Aya. Sebelum menjadi aktris, dia merupakan seorang model. Dikenal membintangi film di Kamen Rider Hibiki. Mayatnya ditemukan di apartemennya di Tokyo. Tidak ada catatan yang ditemukan terkait bunuh dirinya. Dari kasus Ashina Sei ini terlihat faktor budaya *chinmoku* (diam), *gaman* dan *tatemaie* mendasari bunuh dirinya. Diam dalam menghadapi masalah dan bersikap seolah-olah tidak terjadi apa-apa dalam hidup (*tatemaie*) meskipun mungkin memiliki beban atau masalah, terus bersabar (*gaman*) dan *ganbaru* tapi akhirnya tidak kuat, menjadikan bunuh diri sebagai pilihan hidupnya.

Haruma Miura. Haruma Miura merupakan seorang aktor yang berusia 30 tahun. Ia melakukan bunuh diri pada tanggal 18 Juli 2020. Haruma Miura merupakan aktor terkenal di Jepang, dengan membintangi film antara lain Attack on Titan, Eternal Zero. Ditemukan gantung diri di rumahnya di Tokyo. Terdapat buku catatan yang menyatakan keinginannya untuk mati, ia mengungkapkan kecemasan dan pemikiran tentang kematian. Dari alasan Miura ini, kemungkinan kecemasan pada masa pandemi Covid-19 menyebabkan ia mengakhiri hidupnya. Hal ini berhubungan dengan hubungan antara kecemasan dan ketakutan dengan kesehatan mental selama Covid-19. Dari segi budaya, Miura cenderung diam terhadap masalah yang dihadapi, *tatemaie* seolah-olah tidak ada beban dalam hidup, *gaman* sendirian dengan masalah, dan tidak bisa *ganbaru*, akhirnya bunuh diri dengan menggantung diri.

Jasa Layanan Konsultasi

Untuk mengatasi masalah dari dampak pandemi Covid-19 ini, selain mendukung ekonomi dan kehidupan sehari-hari, pemerintah Jepang memperluas layanan konsultasi dan memperkenalkan organisasi pendukung kepada masyarakat yang membutuhkan. Salah satu contoh *hotline service* kesehatan mental 24 jam adalah *Anata no*

Ibasho (Tempat untuk Anda). *Hotline service* ini adalah ini adalah sebuah organisasi nirlaba yang didanai oleh sumbangan pribadi, menerima rata-rata lebih dari 200 panggilan sehari, dan sebagian besar penelepon adalah wanita (CNN. com, 2020).

Menurut Koki Ozora seorang mahasiswa yang bekerja di sana, para wanita tersebut kehilangan pekerjaan, dan mereka perlu membesarkan anak-anak mereka, tetapi mereka tidak punya uang. Jadi, mereka mencoba bunuh diri. Sebagian besar panggilan datang sepanjang malam, mulai pukul 10 malam hingga pukul 4 pagi. Lebih lanjut Ozora menyatakan sekitar 600 sukarelawan nonprofit tinggal di seluruh dunia dalam zona waktu yang berbeda dan siap untuk menjawabnya. Tetapi tidak ada cukup sukarelawan untuk mengikuti volume pesan. Mereka memprioritaskan teks yang paling mendesak dengan mencari kata kunci seperti bunuh diri atau pelecehan seksual. Dia mengatakan mereka menanggapi 60% teks dalam lima menit, dan sukarelawan menghabiskan rata-rata 40 menit dengan setiap orang.

Secara anonim, melalui pesan online, orang-orang berbagi perjuangan terdalam mereka. Tidak seperti kebanyakan hotline kesehatan mental di Jepang yang menerima permintaan melalui telepon, Ozora mengatakan banyak generasi muda lebih nyaman meminta bantuan melalui teks. Pada bulan April, dia mengatakan pesan yang paling umum adalah dari para ibu yang merasa stres tentang membesarkan anak-anak mereka. Beberapa ibu mengaku berpikir untuk membunuh anak-anak mereka sendiri. Saat ini menurut Ozora pesan dari perempuan tentang kehilangan pekerjaan dan kesulitan keuangan adalah hal biasa. Begitu juga tentang kekerasan dalam rumah tangga. Beberapa pesan dari perempuan yang diterimanya hampir tiap hari adalah “Saya diperkosa oleh ayah saya atau Suami saya mencoba membunuh saya.” Pesan ini terus meningkat. Menurut Ozora lonjakan pesan ini adalah karena pandemi. Sebelumnya, ada lebih banyak tempat untuk “melarikan diri”, seperti sekolah, kantor, atau rumah teman. Ketika pembatasan pandemi membuat anak-anak keluar dari sekolah dan situasi sosial, mereka menghadapi pelecehan, kehidupan rumah yang penuh tekanan, dan tekanan karena ketinggalan pekerjaan rumah. Menurut Ozora, beberapa anak berusia lima tahun juga telah mengirim pesan ke hotline.

Menurut Naho Morisaki dari Pusat Kesehatan dan Perkembangan Anak Nasional, penutupan sekolah selama pandemi

di musim semi telah berkontribusi pada menumpuknya pekerjaan rumah. Anak-anak juga memiliki lebih sedikit kebebasan untuk bertemu teman, yang juga berkontribusi terhadap stres. Pusat tersebut baru-baru ini melakukan survei internet terhadap lebih dari 8.700 orang tua dan anak-anak dan menemukan bahwa 75% anak sekolah Jepang menunjukkan tanda-tanda stres akibat pandemi (CNN. com, 2020)

Akan tetapi, tidak semua orang mau berbicara di jasa layanan konsultasi ini. “Rasa malu” berbicara tentang depresi sering menahan orang untuk meminta bantuan jasa konsultasi. Mereka beranggapan masalah yang dihadapi bukan sesuatu yang dibicarakan di depan umum, maupun dengan teman. Banyak orang Jepang yang masih punya pemikiran memalukan orang lain mengetahui kelemahan diri. Oleh karena itu, kelemahan diri ini harus disembunyikan (*chinmoku*), ditahan sendiri (*gaman*) dan bertahan (*ganbaru*). Masyarakat Jepang banyak yang gagal memahami depresi dan menyalahkan keputusan pada individu. Depresi dilabeli dengan orang yang lemah. Perlu pemahaman yang lebih baik tentang depresi jika ingin mengatasi bunuh diri.

SIMPULAN

Pandemi Covid-19 yang melanda dunia berdampak pada kehidupan masyarakat secara global. Kecemasan, ketakutan, stres, depresi, kehilangan pekerjaan, bekerja dan beraktifitas di rumah dan berbagai macam masalah lainnya pada masa pandemi Covid-19 mengganggu kesehatan mental sehingga menyebabkan terjadi peningkatan bunuh diri di Jepang. Selain itu bunuh diri di kalangan selebriti juga banyak terjadi di Jepang sehingga dikhawatirkan ditiru oleh masyarakat Jepang lainnya.

Peningkatan bunuh diri juga secara tidak sadar dipengaruhi oleh budaya yang menjadi karakter orang Jepang. Budaya diam (*chinmoku*), sabar dan bertahan (*gaman*) dan *gambaru* tidak mengekspresikan keinginan secara jujur tapi menampilkan basa-basi yang diinginkan secara sosial (*tatemaie*) menyebabkan mereka sendiri, kesepian, tertekan dan mengalami stres dan depresi selama pandemi. Keluarga (*uchi*) yang diharapkan menjadi support selama pandemi ternyata tidak bisa diharapkan dan masalah terbesar terkadang datang

dari lingkungan keluarga ini. Orang Jepang cenderung diam dan menyembunyikan masalah yang dihadapi. Akhirnya, sebagai jalan keluar dari masalah tersebut adalah mengakhiri hidup dengan bunuh diri. Untuk mengatasi peningkatan bunuh diri ini pemerintah dan masyarakat terus berperan aktif untuk mengkampanyekan jasa *hotline service* sebagai saran komunikasi untuk mengatasi masalah yang terjadi selama pandemi Covid-19.

REFERENSI

- Andrew Stickley, Michiko Ueda. Loneliness in Japan during the COVID-19 pandemic: Prevalence, correlates and association with mental health. *Psychiatry Research* 307 (2022)
<https://doi.org/10.1016/j.psychres.2021.114318>
- Buckley, Sandra. 2009. Uchi and soto. Dalam *Encyclopedia of Contemporary Japanese Culture*. USA and Canada: Routledge, 542.
- Chishima Y, Liu IH. Mental Health During the COVID-19 Pandemic in Japan: Applying Topic Modeling in Daily Life Descriptions. *Int J Ment Health Addict*. 2021 Nov 29;1-20. doi: 10.1007/s11469-021-00587-y. Epub ahead of print. PMID: 34867123; PMCID: PMC8628833.
- Creswell, John W. 2014. *Research Design. Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Davies, Roger J. and Osamu Ikeno (ed). 2002. *The Japanese Mind: Understanding Contemporary Japanese Culture*. USA: Turtle Publishing.
- Michiko Ueda, Robert Nordström, Tetsuya Matsubayashi, Suicide and mental health during the COVID-19 pandemic in Japan, *Journal of Public Health*, Volume 44, Issue 3, September 2022, Pages 541–548,
<https://doi.org/10.1093/pubmed/fdab113>
- Roudousho jisatsu taisaku suishin-shitsu. 2021. 令和2年中における自殺の状況 Reiw2 nenchu ni okerujisastu no joukyo. Keisastucho seikatsu anzen-kyoku seikatsu anzen kikakuka.https://www.npa.go.jp/safetylife/seianki/jisatsu/R03/R02_jisatuno_joukyou.pdf
- Rupert Wingfield-Hayes, 18 Februari 2021. “Covid and suicide: Japan's rise a warning to the world?”. BBC News, Tokyo.
<https://www.bbc.com/news/world-asia-55837160>
- Sanchez, Gerardo Ruiz. Monthly suicide rates during the COVID-19 pandemic: Evidence. *Japan Economics Letters*, Volume 207, October 2021 (2021)
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0165176521002913>
- Selina Wang, Rebecca Wright and Yoko Wakatsuki. “In Japan, more people died from suicide last month than from Covid in all of 2020. And women have been impacted most.” CNN. 30 November 2020.
<https://edition.cnn.com/2020/11/28/asia/japan-suicide-women-covid-dst-intl-hnk/index.html>

Statista. Total number of suicides committed in Japan from 2012 to 2021
<https://www.statista.com/statistics/622065/japan-suicide-number/>

Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta

Tadashi Inoue and Tsukao Kawahigashi. 1986. The Structure of Seken-tei (Appearances). *Review of Japanese Culture and Society*, OCTOBER 1986, Vol. 1, No. 1, Inaugural Issue: JAPAN & THE JAPANESE (OCTOBER 1986), pp. 51-61 Published by: University of Hawai'i Press on behalf of Josai University Educational Corporation. Stable URL:
<https://www.jstor.org/stable/4280006>

WartaKotalive.com. 2020. "Lagi Selebriti Jepang Meninggal Dunia karena Bunuh Diri, Yuko Takeuchi Artis Ke-5 dalam 5 Bulan".
<https://wartakota.tribunnews.com/2020/09/28/lagi-selebriti-jepang-meninggal-dunia-karena-bunuh-diri-yuko-takeuchi-artis-ke-5-dalam-5-bulan?page=4>

Zeynep Şimşir, Hayri Koç, Tolga Seki & Mark D. Griffiths. 2022. The relationship between fear of COVID-19 and mental health problems: A meta-analysis, *Death Studies*, 46:3, 515-523, DOI: 10.1080/07481187.2021.1889097

NEW WORDS RELATED TO THE COVID-19 PANDEMIC IN JAPANESE

Murniati Br. Barus
Faculty of Cultural and Sciences, Universitas Sumatera Utara,
Medan, Indonesia
Murniati2@usu.ac.id

ABSTRACT

Istilah “baru” dalam penelitian ini tidak mengacu pada arti baru secara harfiah yang sebelumnya ada dalam bahasa Jepang, tetapi pada kata-kata yang mungkin sudah ada tetapi populer setelah pandemi Covid-19. Tulisan ini ditulis untuk membahas dan mengklasifikasikan kata-kata baru yang muncul berdasarkan aspek makna dan asal istilah yang digunakan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Data tersebut berupa kata dan frasa baru terkait pandemi COVID-19 yang bersumber dari surat kabar online/digital Asahi. Metode pengumpulan data adalah purposing sampling. Data dianalisis dengan makna dasar dan bentuk kata dengan menggunakan model analisis interaktif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kata-kata baru yang muncul akibat pandemi COVID-19 berasal dari kata serapan, gabungan kata serapan dan kata asli bahasa Jepang, serta susunan kata yang sudah ada, namun menimbulkan makna khusus dalam bahasa Jepang. konteks pandemi COVID-19. Kesimpulannya, kata-kata baru terkait wabah covid-19 dimiliki oleh bahasa negara masing-masing dan bergantung pada penanganan covid-19 di negara tersebut. Di Jepang, kata-kata baru dalam bentuk pinjaman juga memiliki istilah asli Jepang yang populer. Kosakata dalam bahasa Jepang terkait covid juga berisi gabungan kata asli Jepang dan kata serapan.

Keywords: words; phrases; Covid-19

INTRODUCTION

Language's arbitrary nature (1,2) makes it very dynamic and developing, and it is inextricably linked to the various social and situational contexts in which it is used. Language development can take the form of units such as words, groups of words, clauses, and sentences, which can be expressed both orally and in writing.

At the beginning of 2020, the world community was hit by an outbreak of coronavirus (covid-19). Covid-19 has become a pandemic and has spread throughout the world without exception. The situation surrounding the Covid-19 pandemic, which has developed into an international issue, has resulted in a variety of public discourses, giving rise to a large amount of vocabulary related to the Covid-19 pandemic. The vocabulary developed initially from the term "English as an international language," and was then translated into various languages throughout the world, resulting in the development of new vocabulary in each country, including Japan and Indonesia. This is consistent with Poedjosoedarmo's (3) assertion that the process of language change can be traced back to both internal changes in the grammatical system and external changes brought about by the influence of other languages.

From the simple explanation above, it is clear that there is a connection between the conditions of the COVID-19 pandemic and the emergence of numerous new terms that are understood and used by the public to identify, anticipate, and comprehend the dangers of the corona virus's spread. Until now, these words have been deeply ingrained in the public consciousness. Then society elevates it to a point where it is almost always mentioned and discussed.

In this paper, we will discuss some of the new terms that have emerged as a result of the spread of COVID-19 and how they describe both form and meaning. When it comes to new words in Japanese, it has been discovered that this language tends to have a variety of loanwords and to have original terms.

The purpose of this paper is to discuss the origins of words or vocabulary associated with the Covid-19 pandemic. Thus, the characteristics of the formation of a new term in various contexts of global social situations can be seen. As a result, the researchers hope that this research will aid in the future development and expansion of

knowledge about new words related to covid-19 in the field of language.

METHOD

This is a qualitative study, which means that it generates descriptive data in the form of written or spoken words about the characteristics of individuals, circumstances, symptoms, and specific groups that can be observed (4). Thus, a descriptive method is used in this study to explain the subject of study, namely the Japanese vocabulary(words) associated with covid-19. The popularity and exclusivity of forms, terms, and definitions associated with the covid-19 pandemic are used as selection criteria.

The data for this study comes from a collection of vocabularies that became popular or emerged during the COVID-19 pandemic and were sourced from the Japanese online newspaper asahi.com throughout 2020. This vulnerable time period was chosen because it coincides with the first year of the emergence of a pandemic, creating a contrast with the emergence of numerous new words. The data are presented as exposure to vocabulary data that corresponds to the research objectives. Observation and data collection techniques were used in this study. The observation technique is carried out directly, without the use of an intermediary to acquire data. The data collection process begins with the filtering of documents from data sources in the form of written data pertaining to a variety of language terms used during the Covid-19 pandemic as material for research analysis. Understanding the context of the vocabulary used requires comparing the data to a dictionary (5,6) and reading the vocabulary as a whole in sentences. Data are recorded and presented in tables in accordance with the research indicators. The data analysis technique used is one based on interactive modelling (7).

DISCUSSION

The results of observation and analysis of the data indicate that the vocabulary and phrases associated with the pandemic in Japanese are derived from foreign vocabulary (loanwords), a combination of loanwords and native Japanese words, and native language terms that provide a more precise meaning specification. Table 1 below contains the following data.

Table 1. data on new words in Asahi's digital newspaper

No	Words/Vocabularies	Meaning	Type
1.	コロナウイルス (<i>Korona Uirusu</i>)	Corona Virus	Loanword
2.	新型コロナウイルス (<i>Shingatakoronairusu</i>)	Covid-19	Loan words & native words
3.	社会的距離 (<i>Shakaiteki Kyori</i>)	Social distancing	Native word
4.	ソーシャル・ディスタンス (<i>sousharu disutansu</i>)	Social distancing	Loanword
5.	身体的 距離の確保 (<i>shintaiteki kyouri no kakuhō</i>)	Physical Restrictions (distancing)	Native word
6.	大規模社会制限 (<i>daikibo shakai seigen</i>)	Large-scale social restrictions	Native word
7.	緊急事態宣言 (<i>kinkyuu jitai sengen</i>). 活動制限 (<i>katsudougentei</i>)	State of emergency /Activity restrictions	Native word
8.	自宅待機 (<i>Jitaku Taiki</i>)	Stand by at home (self isolation)	Native word

9.	消毒液 (<i>Shoudoku Eki</i>)	Hand Sanitizer	Native word
10.	在宅勤務 (<i>Zaitaku Kinmu</i>)	WFH	Native word
11.	免疫力 (<i>Meneki Ryoku</i>)	Immunity	Native word
12.	新しい生活様式 (<i>atarashii seikatsu youshiki</i>)	New lifestyle	Native word
13.	ニュー・ノーマル (<i>nyuunoomaru</i>)	New Normal	Loanword
14.	ワクチン (<i>wakuchin</i>)	Vaccine	Loanword
15.	モデルナ製ワクチン (<i>moderuna-sei wakuchin</i>)	Moderna vaccine	Loan words & Native words

The term Covid is an abbreviation for Coronavirus Disease; however, because this is a new term that does not exist in the Japanese language, the loan word コロナウイルス (*Korona Uirusu*) is used. However, for covid-19, which is a novel coronavirus variant, the term 新型コロナウイルス (*Shingatakoronairusu*) is used. This term is described in the original Japanese language as 新型 (*shingata*). This term is used as the primary title in the Asahi digital newspaper data's information menu regarding the development of COVID-19 information. It is illustrated in the image below.



Figure 1. Use of 新型コロナウイルス terms in online/digital newspaper

COVID-19's spread has altered people's lives and perspectives. Daily life as usual is no longer possible. As a result, individuals must adapt their lifestyles and adopt new habits.

Social distancing is one of the steps necessary to prevent and control COVID-19 virus infection. To begin, the World Health Organization (WHO) coined the term "social distancing" in response to the coronavirus pandemic. In fact, the term 'social distancing' is defined in sociology as 'social restrictions,' whereas during the current covid-19 pandemic, 'social distancing' means maintaining a physical distance. As a result, the term refers to physical separation.

In Japanese, the term has remained unchanged. Throughout history, the loan words ソーシャル・ディスタンス (*sousharu disutansu*)/social distance or ソーシャル・ディスタンシング (*sousharu disutanshingu*)/social distancing have been used. The katakana-written words are taken from the English language. Indeed, the new word chosen does not have the intended meaning. However, as a result of the pandemic emergency situation, this new form of the word is becoming increasingly popular, particularly among the mass media.

In Japanese, the new term is referred to as 社会的距離の確保 (*shakaiteki kyori no kakuho*). This new term is a direct translation into

Japanese of the term social distancing. The following is an example of a sentence that was discovered.

新型コロナウイルス対策で、政府が緊急事態宣言の対象を全都道府県に広げて外出自粛の徹底を呼びかける中、「ソーシャルディスタンス（社会的距離の保持）」というカタカナ語が注目されている。

Shingata koronauirusu taisaku de, seifu ga kinkyū jitai sengen no taishō o zen todōfukuken ni hirogete gaishutsu jishuku no tettei o yobikakeru naka, `sōsharudisutansu (shakai-teki kyori no hoji)' to iu katakana-go ga chūmoku sa rete iru.

As the government expands the scope of emergency declarations to all prefectures and calls for thorough refraining from going out as a countermeasure against the new coronavirus, the Katakana word "**social distance**" is drawing attention.

(Sourced: <https://www.asahi.com/articles/ASN4K64JVN47PLBJ001.html>)

According to the Ministry of Health, Labor, and Welfare of Japan's website (2), the new term for the current situation is 身体的距離の確保 (*shintaiteki kyori no kakuho*). However, it appears as though this new term has not gained widespread acceptance in Japanese society.

政府の専門家会議が示した「新しい生活様式」は、身体的距離の確保や「3密」の回避、外出を控えることなどを例示した。

Seifu no senmonkakaigi ga shimeshita `atarashī seikatsu yōshiki' wa, karada-teki kyori no kakuho ya `3 mitsu' no kaihi, gaishutsu o hikaeru koto nado o reiji shita.

The "new normal" presented by the government's expert meeting exemplifies securing physical distance, avoiding "san mitsu", and refraining from going out.

(Sourced: <https://www.asahi.com/articles/ASN5956D8N58UTFL01G.html>)

At the moment, it is referred to as a new way of life, dubbed the new normal. This new term is widely used throughout the world, including Indonesia. However, the term ニュー・ノーマル (*nyuu noumaru*)/new normal is not widely used in Japan, owing to the fact that the majority of Japanese do not understand what the term means. There is some use of new normal absorption words in the data, but this vocabulary is limited to a term in brackets that describes the original phrase's explanatory content. In Japan, a new term has been coined, namely 新しい生活様式 (*atarashii seikatsu youshiki*), which translates as "new normal."

新しい生活様式、ヒトとして大丈夫？

Atarashī seikatsu yōshiki, hito to shite daijōbu?

New Normal, okay as a human?

(Sourced: <https://www.asahi.com/articles/ASN5Q6CRMN5CULZU02C.html>)

私たちがこれから迎える新たなる日常（ニューノーマル）
を生きるヒントを、各界のパイオニアたちに聞きます。

Watashitachi ga korekara mukaeru aratanaru nichijō (nyūnōmaru) o ikiru hinto o, kakukai no paionia-tachi ni kikimasu.

We will ask pioneers in various fields for hints on how to live the **new daily life (new normal)** that we are about to welcome.

(Sourced:<https://www.asahi.com/and/serialstory/newnormal/>)

In response to the global coronavirus pandemic, lockdown measures have been implemented in several countries, including China, Melbourne, Australia, Catalonia, Spain, Danang, Vietnam, and Indonesia, as well as several cities in other countries. Lockdown refers to a situation in which residents are prohibited from entering a location due to an emergency. In practice, governments in various cities around the world have completely closed off access to the economy, trade, and other services, preventing residents from leaving their homes or obtaining extremely strict supervision or permits that make entering and exiting the house difficult.

In Japanese, the word that has almost the same meaning as lockdown is called 大規模社会制限 (*daikibo shakai seigen*). In Japan, this new word is not used. However, the Japanese government issued a declaration of a state of emergency in several cities, namely, the new word 緊急事態宣言 (*kinkyuu jitai sengen*). The declaration is in line with the PSBB in Indonesia. In summary, the comparison of the meanings of new words between Indonesian and Japanese in the above covid-19 adopted from English is in the table below.

コロナ禍による**緊急事態宣言**が出ていた5月7日発売の文芸誌「新潮」6月号（新潮社）の巻頭を飾り、いち早い文学からの応答として、おそろしいほどに現実を見通していた。

*Korona-ka ni yoru **kinkyū jitai sengen** ga dete ita 5 tsuki 7-nichi hatsubai no bungei-shi 'Shinchō' 6 tsuki-gō (Shinchōsha) no kantō o kazari, ichihayai bungaku kara no otō to shite, osoroshi hodo ni genjitsu o mitōshite ita.*

It was the beginning of the June issue of the literary magazine "Shincho" (Shinchosha) released on May 7, when **the state of emergency** was declared by Corona, and as a response from the earliest literature, the reality was terrifyingly foreseen.

(Sourced: <https://www.asahi.com/articles/DA3S14733406>)

CONCLUSION

The global COVID-19 outbreak continues to be extremely concerning and is causing human suffering. The issue is that its spread is unstoppable and that everyone is unaware of the corona virus's origins. If you examine the new terms for covid-19 described above, it appears as though they are not yet complete and are still a bit confusing in terms of comprehension and application to people affected by covid-19, as the grouping is still uncertain and subject to change. As a result of experts constantly investigating new terms related to covid-19 that are still developing, new terms frequently appear and disappear.

However, this type of research model is critical and beneficial, particularly in the field of sociolinguistics, because it will highlight language variations in the context of the Covid-19 pandemic. In the context of the Covid-19 outbreak, numerous new words appear and spread among people worldwide, and their pronunciation varies according to their respective countries' languages. These new terms are not only used by certain groups of people, such as experts, but also by everyday people. That is, the general population will become accustomed to effectively using these new words. This is because everyone is affected by the pandemic and is communicating their concerns to one another. The following are some points to consider regarding new words derived from the sample data in this paper. 1. New terms referring to the covid-19 outbreak are owned by their respective countries' languages and are dependent on how covid-19 is handled in that country. 2. In Japan, borrowed words retain their original Japanese names. 3. The Japanese vocabulary for covid contains both native Japanese and loan words.

ACKNOWLEDGEMENTS

The study described in this article was funded by Universitas Sumatera Utara and was conducted under the direction and supervision of the Research Institute of Universitas Sumatera Utara (LP USU). As such, we would like to express our gratitude to the rector and chairman of the Universitas Sumatera Utara's research institute (Lembaga Penelitian USU).

REFERENCES

- Chaer A. *Linguistik Umum. Edisi Revisi*. Jakarta: Rineka Cipta; 2012.
- Kridalaksana H. *Kamus Linguistik. 4th ed*. Jakarta: PT. Gramedia; 2009.
- Matsumura A. 大辞泉 (*Daijisen Japanese Dictionary*). Kindle bui. Tokyo: shougakkan; 2019.
- Miles MB, Huberman AM, Saldana J. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc; 2014.
- Moleong LJ. *Metode Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.; 2014.
- Nelson AN. *Kamus Kanji Modern – Jepang Indonesia*. Jakarta: Kesaint Blanc; 2011. 1109 p.
- Poedjosoedarmo S. *Perubahan Tata Bahasa: Penyebab, Proses, dan Akibatnya*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma; 2006.

REINTERPRETASI ANALEK KONFUSIANISME DI AWAL MEIJI: STUDI ATAS *RONGO KOUGI* OLEH MOTODA EIFU¹

Andy Bangkit Setiawan
Fakultas Ilmu Budaya Universitas Dian Nuswantoro
Andy.setiawan@dsn.dinus.ac.id

ABSTRACT

3rd verse of the 1st chapter of Meiji Constitution (Dainihon Teikoku Kenpou) describes Japanese Emperor as a sacred person whose relation with Japanese gods, and inviolable. In addition, these religious characters explained further by 4th verse, stated the Emperor was the head of Empire. These 2 verses of Japan Meiji Constitution provided legitimation of Emperor power from religious side and he governed Japan as empire with it. This is the basic concept of Japanese modern imperial system (Tennoousei Kokka) and it puts Shinto as state religion (Kokka Shintou). However, Kokka Shinto existence as ideology was not so old, since it was an accumulation of some concept developed by Late-Mitogaku and Hirata Atsutane stream of Kokugaku, in other words, these 'recent' ideology took a stand as state ideology and held political power at the time. In the other side, there were other ideologies existed before Meiji, and Confucianism was one of learning whom Tokugawa Shogunate put it as state ideology also in Tokugawa era. In conclusion, changing era from Tokugawa to Meiji also means an ideological swift. Meanwhile, it is interesting to know Meiji government nominated and decided Motoda Eifu or Nagazane (1818-1891) to become Meiji Emperor educator and taught him Confucianism ethic and philosophy, and let him also involved in some policy related to education in Meiji era. How Motoda Eifu 'explain' and interpret Confucianism classical text within Kokka Shinto as state religion and ideology? This article analyzed Motoda Eifu works Rongo Kougi and figured out his interpretation on

classical Confucianism text within Kokka Shinto as state religion context.

Keywords: *Motoda Eifu, Interpretation, Rongo, Meiji, Confucianism*

PENDAHULUAN DAN PERMASALAHAN

Undang-undang Dasar Meiji atau *Meiji Kenpou* (大日本帝国憲法) di pasal 1 ayat 3 menyebutkan sebagai berikut. “Kaisar adalah suci dan tidak dapat diganggu gugat” (天皇ハ神聖ニシテ侵すヘカラス). Ayat ini kemudian dijelaskan dengan ayat 4 yang berbunyi, “Kaisar adalah pemimpin negara dan memiliki hak kekuasaan untuk memerintah secara menyeluruh dan dilaksanakan berdasarkan pada undang-undang ini” (天皇ハ国ノ元首ニシテ統治權ヲ総攬シ此ノ憲法ノ条規ニ依リ之ヲ行フ). Kedua ayat ini, apabila dipahami secara simultan menunjukkan bahwa kaisar adalah pemegang kekuasaan politik secara menyeluruh di Jepang dan hak tersebut didasarkan konsepnya pada konsep bahwa kaisar adalah orang yang suci. Kesucian ini didapatkan secara turun temurun dan ini menjadi legitimasi bahwa kaisar secara alami adalah penguasa Jepang, sebagaimana ditegaskan oleh ayat 1 yang berbunyi, “Kerajaan Jepang adalah kerajaan yang dipimpin oleh kaisar yang merupakan keturunan (dari penguasa) yang telah berlangsung beribu tahun tanpa terputus” (大日本帝国ハ万世一系ノ天皇之ヲ統治ス). Dengan kata lain, Undang-undang Dasar Meiji menunjukkan bahwa ada sistem religi yang menjadi dasar dan legitimasi dari kekuasaan kaisar dan inilah yang dinamakan *State Shinto* atau *Kokka Shinto* (国家神道).²

Dalam kondisi *state of religion* dengan Shinto sebagai *religion of state*, pada tahun 1871 (Meiji 4 bulan 6) pemerintah Meiji menunjuk Motoda Eifu menjadi guru bagi Kaisar Meiji yang waktu itu masih berusia muda. Pengaruh Motoda dalam membentuk kepribadian Kaisar Meiji tidaklah diperdebatkan lagi, bahkan lebih dari itu, Motoda sebagai orang terdekat Kaisar pun mampu memberi pengaruh pada kebijakan-kebijakan pemerintahan Meiji. Motoda, oleh pemerintah Meiji diangkat sebagai *Jidoku* (侍読) *Jiko* (侍講) dan *Jiho* (侍補) kemudian ia naik menjadi salah seorang penasihat

dewan tertinggi dalam sistem pemerintahan Jepang modern (枢密院顧問官).

Motoda Eifu, atau Motoda Nagazane (元田永孚) adalah salah seorang samurai yang dahulunya mengabdikan pada keluarga daimyo Hosokawa di daerah Kumamoto. Ia lahir pada tahun Bunsei 1 bulan 10 (Oktober 1818) dan Nagazane adalah nama aslinya. Dia dipanggil dengan nama Daikichi (大吉) ketika kecil dan mendapat gelaran Touya (東野). Ia banyak belajar teks-teks Konfusianisme dari kakeknya dengan metode *Sodoku* (素読) dan setelah menginjak dewasa ia masuk ke *Jishukan* (時習館), sekolah para samurai di kedaimyoan Kumamoto. Di *Jishukan* ini ia bertemu dengan Yokoi Shonan (横井小楠) dan bersama dengan tokoh-tokoh Kumamoto lainnya seperti Nagaoka Kenmotsu (長岡監物), Shimotsu Kyuya (下津休也) dan lainnya membentuk kelompok *Jitsugakutou* (実学党), yaitu sebuah kelompok studi Konfusianisme berpaham Chu Hsi (朱子学). Di antara murid-murid Motoda yang belajar Konfusianisme kepadanya adalah pemikir, jurnalis dan ahli sejarah besar: Tokutomi Souhou (徳富蘇峰).

Meskipun telah diketahui bahwa Motoda adalah seorang Konfusianis, di mana ia menghabiskan hidupnya untuk belajar teks-teks Konfusianisme, ia sendiri pernah menuturkan bahwa dirinya tidak sama dengan Konfusianis yang lainnya. Dalam sebuah suratnya kepada Mori Arinori pada tahun Meiji 20 dia berkata bahwa meski ia adalah Konfusianis, tetapi ia mewarisi pemahaman Nagaoka Kenmotsu dan Yokoi Shonan dan membenci Konfusianis “buruk” lainnya (足下の僕を見るや、漢学者流を以て之を目す。僕固より然り、然ども僕は故長岡監物横井平四朗の徒、従来漢学者流の腐儒たることを悪む).³ Dengan kata lain, menempatkan Motoda sebagai seorang Konfusianis adalah tepat, karena demikianlah kesadaran dirinya sendiri, dan bagaimana konten Konfusianisme menurut Motoda adalah permasalahan dari dimensi yang berbeda.

Akan tetapi, kondisi Motoda sebagai seorang Konfusianis ini memunculkan pertanyaan menarik. Sebagaimana telah disebutkan bahwa Meiji Jepang menjadikan Shinto sebagai dasar kepercayaan dan lebih dari itu sistem kenegaraan pun dibangun atas sebuah kepercayaan berdasarkan Shinto. Tetapi, Motoda yang berpaham

Konfusianisme ini dilibatkan dalam mendidik Kaisar Meiji bahkan orang-orang penting lainnya di dalam pemerintah Meiji. Dua paham yang berbeda ini tentunya akan sulit bersatu dalam sebuah sistem karena Konfusianisme sendiri memiliki konsep-konsep dalam bidang politik yang berbeda dengan Shinto. Bahkan bila dibandingkan dengan Konfusianis lain di masa Meiji, misalnya Mishima Chushu (三島中洲) maka keunikan Konfusianisme Motoda Nagazane jelas terlihat. Mishima dalam *Rongo Kougi* (『論語講義』) yang merupakan catatan materi pelajaran teks Konfusianisme: Analek Konfusius yang disajikannya bagi pejabat-pejabat pemerintah Meiji dan pelajar memperlihatkan metode pengajaran dan penafsiran yang berkuat pada interpretasi kata dengan merujuk pada tradisi penafsiran Chu Hsi.⁴ Di sisi lain, Motoda dalam *Motoda Sensei Shinkouroku* (『元田先生進講録』) menunjukkan perilaku yang berbeda dalam berinteraksi dengan analek Konfusius.⁵ Dengan kata lain, didapatkan dua hal yang kontradiktif yaitu: Pertama, sistem Meiji Jepang dibangun atas Shinto sebagai sebuah kepercayaan negara, dan kedua Motoda Eifu atau Nagazane adalah Konfusianis kuat yang ditempatkan sebagai pendidik Kaisar dan petinggi-petinggi pemerintah Meiji. Kontradiktif ini memunculkan pertanyaan: Bagaimanakah Motoda Eifu menjelaskan Analek Konfusius dengan *Kokka Shinto* sebagai sistem di atasnya (meta-text)?

LANDASAN TEORI: ROUSSEAU DAN CIVIL RELIGION

Penelitian ini menjawab pertanyaan bagaimana metodologi Motoda Eifu dalam menjelaskan Analek Konfusius sebagai teks utama Konfusianisme dalam konteks *Kokka Shinto* sebagai sebuah meta-text, dengan menempatkan pandangan J.J. Rousseau tentang *Civil Religion* sebagai sebuah titik mula.

Jean-Jacques Rousseau (1712-1778) pada tahun 1762 menyelesaikan dan menerbitkan karya besarnya dalam bidang politik yaitu *Du Contract Social* atau *The Contract Social*. Dalam karyanya ini, Rousseau menjelaskan tentang faktor-faktor mendasar yang menjadi perekat antar anggota masyarakat dalam membentuk sebuah kumpulan masyarakat yang disebut negara. Faktor-faktor inilah yang

disebutnya sebagai kontrak sosial (*the Social Contract*). Selain itu, Rousseau juga menjelaskan tentang berbagai bentuk negara dan di antara bentuk negara yang dijelaskannya adalah *Civil Religion* atau negara yang terkait dengan agama. Menurut Rousseau, bentuk kepemimpinan yang paling awal dalam sejarah pemerintahan manusia adalah kepemimpinan tuhan, atau yang disebut dengan negara teokrasi. Rousseau berkata, “originally men had no kings except their gods, and no government except theocracy.”⁶ Tetapi, negara teokrasi ini memiliki kekhasan yaitu hanya ada satu tuhan dalam satu masyarakat dan politeisme terjadi karena banyaknya tuhan-tuhan yang dipuja oleh masing-masing masyarakat. Rousseau menjelaskan bahwa masyarakat akan melakukan tindakan intoleransi apabila masing-masing masyarakat berpegang dengan tuhan masing-masing saja dan penaklukan sebuah masyarakat sebenarnya menunjukkan penaklukan tuhan mereka oleh tuhan lain.

Akan tetapi, dalam menjelaskan dinamika sistem kenegaraan masyarakat kuno dan agama ini, Rousseau menuliskan satu paragraf yang perlu mendapat perhatian khusus.

*The fanciful notion which the Greeks had, that they could recognize their own gods in those worshipped by barbarian peoples, came from another idea of theirs, that considering themselves to be the natural rules of these peoples. But in our own day it is ridiculous to base a branch of learning on identities between the gods of different nations-as if Moloch, Saturn and Chronos could be the same god! As if the Phoenician Bel, the Greek Zeus and the Latin Jupiter could be the same! As if there could be anything in common between imaginary beings with different names!*⁷

(Adalah gagasan yang sangat menarik yang dimiliki oleh orang-orang Yunani di mana mereka mampu mengidentifikasi tuhan-tuhan mereka sendiri dalam tuhan-tuhan yang disembah oleh orang-orang Barbar, dan hal ini muncul ide mereka yang lain yang menempatkan diri mereka sendiri sebagai orang-orang yang secara alami menjadi pemerintah dari orang-orang Barbar tersebut. Tetapi hal ini sangatlah aneh di saat ini

bila ada sebagian masyarakat menempatkan pengetahuan tentang identitas mereka kepada tuhan dari masyarakat lain. Hal ini sama seperti kita mengatakan Moloch, Saturn dan Chronos adalah tuhan yang sama. Atau Phoenician Bel dan Zeus dewa orang-orang Yunani dan Jupiter dewa orang-orang Latin adalah sama. Seolah-olah dengan hal tersebut kita sama dengan mengatakan bahwa ada persamaan antara sosok-sosok imajiner tersebut meski mereka menggunakan nama yang berbeda)!

Dengan kata lain, intoleransi terjadi bila terdapat masyarakat yang hendak memasukkan konsep tuhan/dewanya ke masyarakat lain dengan jalan penaklukan. Sebaliknya, merekonstruksi ulang struktur agama dan tuhan dengan interpretasi bahwa tuhan suatu masyarakat sebenarnya adalah tuhan masyarakat lain dengan nama berbeda, dan tuhan masyarakat lain tersebut memberi legitimasi mereka untuk menaklukan atau memimpin masyarakat lainnya adalah metode penyatuan dua masyarakat dengan dua tuhan yang berbeda tanpa memunculkan sikap intoleransi.

Undang-undang yang dikeluarkan tahun Keiou 4 (5 April 1868) oleh pemerintah transisi pasca dikembalikannya kekuasaan politik kepada kaisar dari Shogun Tokugawa (大政奉還) yang disebut dengan *Shinbutsu Bunri Rei* (神仏分離令) atau *Shinbutsu Hanzen Rei* (神仏判然令) dapat dipandang sebagai sebuah bentuk intoleransi dan ini menunjukkan ketidakinginan agama Budha untuk merekonstruksi ulang dan me-reinterpretasi sistem kepercayaannya dengan Shinto sebagai meta-text. Lalu bagaimana dengan Konfusianisme? Penelitian ini menjawab pertanyaan tersebut dengan membandingkan interpretasi Motoda Eifu atas Analek Konfusius.

DATA

Untuk keperluan penelitian ini, dipergunakan 2 buah teks interpretasi Motoda Eifu atas Analek Konfusius sebagai data utama. Pertama adalah *Rongo Kougi* (論語講義) yang dimuat di dalam *Motoda Nagazane Bunsho* (元田永孚文書) jilid 3 halaman 229 hingga 434 diterbitkan oleh Motoda Bunsho Kenkyukai tahun 1970,

dan *Motoda Sensei Shinkouroku* (元田先生進講録) yang diterbitkan oleh Minyusha pada tahun 1910. Sebagai bahan pembandingan, penelitian ini juga melakukan observasi pada *Rongo Kougi* (論語講義) karya Mishima Chushu yang diterbitkan oleh Meiji Shuppansha pada tahun 1918.

Perbedaan karakteristik antara *Rongo Kougi* dalam *Motoda Nagazane Bunsho* dan *Motoda Sensei Shinkouroku* adalah subjek yang diajar oleh Motoda. *Rongo Kougi* adalah catatan pengajaran Motoda tentang Analek Konfusius pada para pejabat pemerintah Meiji dan orang-orang umum yang berminat, sedangkan *Motoda Sensei Shinkouroku* adalah catatan pengajaran Analek Motoda Eifu kepada Kaisar Meiji. Di sisi lain, *Rongo Kougi* karya Mishima Chushu adalah catatan Mishima atas pengajaran Analek kepada masyarakat umum, sehingga setara dengan *Rongo Kougi* milik Motoda.

ANALISA

Perbedaan yang sangat mencolok apabila *Rongo Kougi* milik Motoda Eifu dan *Rongo Kougi* milik Mishima Chushu adalah dinamika pembahasan. Mishima, sebagaimana telah disebutkan sebelumnya, cenderung memberikan penjelasan tentang makna kata dengan mengikuti alur penjelasan Chu Hsi yang menitik beratkan pada penjelasan etimologis dan konseptual. Sebaliknya, Motoda dalam penjelasannya sangat menekankan kondisi sosio-politik pada waktu itu (awal Meiji) dan mencoba membawa orang-orang yang belajar untuk memahami kondisi sosio-politik dengan Analek sebagai *frame work*. Contohnya adalah petikan berikut. Petikan ini terkait penjelasan Motoda tentang pentingnya belajar Analek dan apa itu Analek bagi masyarakat Jepang di masa lalu.

此御一新ノ十年前マテハ誰知ラサル者ナキハ誰一人讀マサル者ナキハ論ヲ待タサルコトニテ今更説明ニ及ハサルコトナリト雖トモ近年西洋學盛ニ...⁸

Penggunaan kondisi sosio-politik sebagai referensi dalam interpretasi ini unik karena meski Motoda mengklaim dirinya mengikuti metodologi Chu Hsi (余ハ固ヨリ朱子ノ學ヲ信シタル...) ⁹ tetapi ia telah melakukan interpretasi yang sangat berbeda dengan tradisi aliran Chu Hsi.

Sebagaimana telah dijelaskan bahwa apabila kita mengikuti pandangan Rousseau tentang *Civil Religion* dan merumuskan interaksi antara masyarakat dengan tuhan yang berbeda di mana proses akuisisi antar tuhan akan terjadi dan reinterprestasi struktur hubungan antar tuhan; yaitu tuhan yang satu akan menjadi bagian dari tuhan yang lain sehingga okupasi secara ideologis terjadi, fenomena ini terjadi di dalam proses reinterprestasi Motoda Eifu terhadap Analek. Sebaliknya, Mishima Chushu tidak melakukan interpretasi model ini. Di antara bentuk interpretasi Motoda yang menunjukkan itu adalah sebagai berikut.

此書ハ辱クモ応神天皇ノ御伝書ナリト尊信スヘキナリ少シ言長ケレトモ我朝上代ヨリノ道ハ唯誠敬ノミ固ヨリ天道人道ノーツニシテ之ヲ我身ニ体シ行フニハ亦只敬ノ一字ナリ此外別ニ教訓モ学問モ入ルコトナシ然トモ世代漸ク降ルニ随ヒ人智開ケ風俗薄クナルヨリ必ス之ヲ導クニ教学ヲ以テセサルヘカラス故ニ天皇始テ此論語ノ書ヲ取り玉ヒテ皇道ノ註釈ト成シ玉ヒ始テ孝弟忠信仁義礼智ノ要領節目燦然ト相備ハリタルコトナレハ此論語ハ即チ天皇伝授ノ御書ト云テモ可ナリト存シ奉ルナリ

10

Nukilan sejenis dan setipe dalam hal reinterprestasi juga dapat ditemukan pada *Motoda Sensei Shinkouroku* sebagaimana berikut.

此の書は、是応神帝伝授の書にして、皇道の訓解なり。何を以て之を云ふ、蓋し我朝にて道学を講ぜしは、帝より始まりて、我朝の書、此の書を以

て訓護の権興とす。爾来文教開け、内外の書籍傳播せりと雖、此の書の前に書籍と名付くる者なし。其の僅に有りたるは、上代文字にて、訓詁史伝等を記したるのみにて、是れ亦考ふ可からず。故に道徳を講誦する書に於ては、帝の前には、曾て聞かざることなり。¹¹

Dari nukilan di atas diketahui bahwa Motoda menafsirkan Analek sebagai sebuah teks yang menjelaskan ajaran-ajaran kaisar-kaisar Jepang terdahulu, sejak masa Kaisar Ojin. Pada waktu itu, Jepang belum memiliki huruf sehingga meski nilai-nilai dan ajaran keluarga kaisar telah ada waktu itu transfer pengetahuan hanya dilakukan dengan non verbal. Sampainya Analek ke Jepang membantuk mereka dalam menjaga supaya nilai-nilai keluarga kaisar tersebut tidak hilang ditelan waktu.

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa model reinterpretasi Motoda pada Analek Konfusius dalam *Kokka Shinto* dan Shinto sebagai Meta Text adalah sesuai dengan model Rousseau, yaitu dengan melakukan akuisisi ketuhanan dalam Konfusianisme dan memasukkannya ke dalam Shinto. Motoda melakukan hal ini dengan cara mengubah struktur fungsi Analek dalam Konfusianisme. Analek yang seharusnya berada dalam sebuah sistem ajaran Konfusianisme dikeluarkan dan ditempatkan ulang sebagai teks dalam tradisi Shinto terutama terkait dengan tradisi keluarga Kaisar.

KESIMPULAN

Dari 2 orang Konfusianis besar awal Meiji, yaitu Motoda Eifu dan Mishima Chushu, Motoda memiliki metode interpretasi Analek yang unik. Keunikan tersebut ada dua jenis, yaitu menempatkan kondisi sosio-politik sebagai referensi dalam interpretasi, dan mengubah struktur fungsi teks Analek dalam Konfusianisme. Keunikan model interpretasi Motoda ini tidak ditemukan dalam interpretasi Mishima Chushu, meskipun kedua tokoh ini mengklaim diri mereka sama-sama mengikuti alur penafsiran aliran Chu Hsi.

CATATAN BELAKANG

1 This article is part result of research funded by Sumitomo Foundation program in 2011 fiscal year. 本論文は住友財団日本関連研究助成金（2011年度）によって行われた研究成果の一部である。

2 Untuk studi terbaru mengenai apakah konsep *Kokka Shinto* telah eksis sebelum Perang Dunia ke II atau tidak, dan bagaimana bentuk *Kokka Shinto* sebelum Perang Dunia ke II dan ruang lingkup pengaruhnya dalam kehidupan bernegara, terutama bagaimana pandangan para ahli studi agama dan undang-undang di Jepang terkait *Kokka Shinto* disarankan untuk membaca Isomae Jun'ichi, *Religious Discourse in Modern Japan: Religion, State, and Shinto* (Brill: 2014).

3 Numata Satoshi, *Motoda Nagazane to Meiji Kokka: Meiji Hoshu Shugi to Jukyoteki Risou Shugi*, Yoshikawa Koubunkan: 2005, pp. 17.

4 Mishima dalam pendahuluan pengantar pelajarannya menetapkan 4 prinsip dasar yang dijadikan dasar dalam pelajaran. Prinsip-prinsip yang perlu diperhatikan adalah prinsip pertama di mana ia menegaskan bahwa ia akan menggunakan penafsiran Chu Hsi dalam pelajarannya (余が論語を講ずるは、主として朱熹集註に拠る). Lihat Mishima Chushu/Takeshi, *Rongo Kougi*, Meiji Shuppansha: 1918, pp. 1.

5 Lihat Andy Bangkit Setiawan, “Motoda Nagazane ni okeru 'Rongo' no Aratana Ichiduke: 'Motoda Sensei Shinkouroku' wo chuushin ni” dalam *Hiroshima Daigaku Daigakuin Kyouikugaku Kenkyuuka Kiyuu Dai 2 Bu Bunka Kyouiku Kaihatsu Kanren Ryoiki*, 2008 Vol. 57, pp. 419-426.

6 Jean-Jacques Rousseau, *Discourse on Political Economy and The Social Contract*, Oxford World Classics terj. Christopher Betts, Oxford University Press: 1994, pp. 158.

7 Ibid.

8 Motoda Nagazane “Rongo Kougi” dalam Motoda Takehiko, Kaigo Tokiomi, ed. *Motoda Nagazane Bunsho*, Vol. 3, Motoda Bunsho Kenkyu: 1970, pp. 229.

9 Motoda Eifu, “Shokei Kougi” dalam Motoda Takehiko, Kaigo Tokiomi, ed. *Motoda Nagazane Bunsho* Vol. 3, Motoda Bunsho Kenkyu: 1970, pp. 3.

10 Motoda Nagazane “Rongo Kougi” dalam Motoda Takehiko, Kaigo Tokiomi, ed. *Motoda Nagazane Bunsho*, Vol. 3, Motoda Bunsho Kenkyu: 1970, pp. 229.

11 Motoda Nagazane, *Motoda Sensei Shinkouroku*, Minyusha: 1910, pp. 1

REPRESENTASI *MONOZUKURI* PADA LABEL KEMASAN *JIMOTO POCKY* (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)

Nanda Fatimatuz Zahra, Yusida Lusiana, Yudi Suryadi
Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto
nandafazahra03@gmail.com, yusida.lusiana@unsoed.ac.id,
yudi.suryadi@unsoed.ac.id

ABSTRACT

This research is entitled Monozukuri Representation on JIMOTO Pocky Packaging Labels (Roland Barthes Semiotics Analysis). The purpose of this research are to describe the representation of monozukuri on the JIMOTO Pocky packaging so as to add a deeper reference to how to create a dish that attract to consumers' tastes through packaging and how's the production and process system of a food product in the food industry. This research using a qualitative descriptive method, for data collection techniques using documentation technique and data analysis techniques using the pilah unsur penentu technique (PUP) with referential sorting to examine the meanings. The source of the data obtained came from three JIMOTO Pocky packages, which are Amaou Ichigo (strawberry), Yubari Meron (melon) and Shinshu Kyoho (grape) variants. Based on the results of data analysis, found data in the form of denotative and connotative meanings from the letter on the packaging which has 5 data and 3 data pictures, and myth from monozukuri philosophy. From the results of this analysis, could be concluded that the representation of monozukuri on JIMOTO Pocky packaging is the result of the attitude of love and pride from local farmers in protecting and caring for the basic ingredients to make JIMOTO Pocky.

Keywords: *jimoto Pocky, monozukuri, representation, roland barthes semiotics*

PENDAHULUAN

Jepang merupakan negara dengan tingkat kedisiplinan yang tinggi. Orang Jepang sudah terbiasa dengan budaya kerja yang sudah melekat sejak lama. Karena budaya kerja itulah orang Jepang memiliki etos kerja yang dilakukan di semua perusahaan. Defini etos kerja itu sendiri adalah kemauan dan kesadaran diri berdasarkan sikap dari sistem kerja yang berorientasi nilai budaya yang membentuk etos kerja individu (Trahutami, 2018:197). Berdasarkan hal tersebut terdapat budaya sikap etos kerja yang sangat dikenal yaitu disiplin tinggi (*kiritsu*), proses membuat barang (*monozukuri*), perbaikan yang terus-menerus (*kaizen*), ketekunan dan rajin (*kinben*), dan bersungguh-sungguh dalam kerja keras (*ganbaru*).

Selain budaya etos kerja terdapat juga budaya festival daerah seperti festival salju di Sapporo, festival lentera di Nagasaki, Gion Matsuri, dsb. Budaya populer semisal *anime*, *fashion*, *game*, hingga makanan-makanan yang sudah terkenal di seluruh dunia. Di dalam festival budaya yang banyak ditemukan sekarang ini, sering kali makanan menjadi daya tarik utama pengunjung untuk menikmati makanan khas dari daerah setempat. Selain untuk di konsumsi sebagai kebutuhan pokok sehari-hari, makanan yang kita makan juga mencerminkan siapa kita serta tentang budaya dari keberadaan kita (Utami, 2018:37). Dalam ranah penelitian budaya, sejak dulu masyarakat Jepang menciptakan istilah 食文化 (*shoku bunka*), 食 (*shoku*) berarti makanan, 文化 (*bunka*) berarti budaya, sehingga penelitian mengenai makanan mendapat posisi yang jelas dalam kajian budaya (Rosliana, 2017:1). *Shoku bunka* atau budaya makan di Jepang sangat dekat terkait dengan nilai-nilai sosial, budaya, dan sejarah makanan yang disajikan. *Shoku bunka* sendiri muncul dari sejarah cara orang Jepang memilih bahan dasar makanan dengan kualitas yang baik, cara pengolahan yang tetap mempertahankan gizi, dan cara penyajian yang tetap menjaga tradisi (Rosliana, 2017:8). Ketiga cara tersebut tertuang dalam makna dari sebuah filosofi yang orang Jepang gunakan, yaitu filosofi *monozukuri*.

Monozukuri merupakan kata yang terdiri dari kata 物 (*mono*) yang berarti sesuatu barang yang dibuat dan 作り (*zukuri*) yang mempunyai arti proses membuat (Blom, 2014:2). Selain dalam arti harfiahnya, *monozukuri* ialah tentang proses mencapai hasil yang unggul melalui proses ketekunan, disiplin, dan perbaikan secara terus-

menerus dan kebanggaan yang berasal dari hasil yang dicapai. Selain yang sudah diketahui *monozukuri* berperan aktif pada industri otomotif, industri pangan juga turut menggunakan filosofi *monozukuri* dalam menghasilkan sebuah produk makanan. Dalam proses menjaga makanan agar tetap pada kualitas terbaik sampai ke tangan konsumen, industri pangan menitikberatkan pada tampilan serta kemasan yang melekat pada makanan yang disajikan. Senada dengan pendapat di atas, tampilan serta kemasan inilah yang menjadi salah satu contoh representasi filosofi *monozukuri* di industri pangan dalam hal ketekunan, kedisiplinan serta kebanggaan dalam menciptakan sajian yang mengundang selera (Rosliana, 2017:4).

Penelitian tentang *monozukuri* pernah dibahas oleh Rahman, Daryus, dan Budiwahyono (2015) dengan judul "Pengembangan Model Difusi *Monozukuri* Pada Industri Kecil: Kasus Industri Mebel Desa Bojong Pondok Kelapa Jakarta Timur". Dengan fokus meningkatkan tingkat adopsi ide *monozukuri* di kalangan industri kecil sehingga akan meningkatkan produktifitas para pengrajin. Lalu Asai, Hayashi, dan Minazuki (2015) juga pernah meneliti *monozukuri* dengan judul "*Fostering a "Monozukuri (Manufacturing)" Organization Suitable for The 21st Century Digital Economy*". Dengan fokus membentuk pembagian kerja hasil dari filosofi *monozukuri* pada industri-industri di Kyoto. Sedangkan pada penelitian ini, akan meneliti filosofi *monozukuri* pada produk hasil dari makanan ringan (*snack*) Jepang yaitu JIMOTO Pocky dengan merujuk pada kekhasan hasil alam di daerah tertentu.

Peran kemasan pada sebuah makanan sangat penting diutamakan agar selain menginformasikan apa yang ada di balik kemasan tersebut, juga mempermudah membawa makanan kemanapun serta menjaga makanan yang ada didalamnya agar tetap utuh. Selain itu, kemasan juga sangat berperan penting dan menjadi salah satu penentu konsumen dalam mengambil sebuah keputusan. Karena sebuah kemasan dengan unsur-unsur pendukung nya seperti tanda-tanda, gambar, simbol, warna, atau tulisan mengandung sebuah makna yang memberikan sebuah informasi baik pada tingkat denotatif (secara langsung) maupun konotatif (tidak langsung), yang pertama kali konsumen lihat sebelum produk asli yang terdapat di dalamnya (Lusiana, 2017:4).

Penelitian tentang analisis kemasan makanan pernah dibahas oleh Puspitasari, Suryadi, dan Widodo (2022) dengan judul "*Culture Industry and Japanese Identity in Snack and Drinks Products in Indonesia*". Penelitiannya membahas tentang identitas Jepang yang

melekat pada produk makanan dan minuman yang diproduksi dan dipasarkan di Indonesia dengan perspektif industri budaya. Lalu, Lusiana (2017) juga pernah menganalisis kemasan makanan dengan judul “Makna di Balik Produk Kuliner Berbahasa Jepang: Suatu Relasi Kuasa”. Penelitiannya membahas pesan-pesan dari kemasan produk kuliner, baik yang ditulis dalam tulisan Jepang (hiragana, katakana dan kanji), tulisan romawi serta yang hal-hal yang mengacu pada konsep kejepangan. Sedangkan pada penelitian ini, menganalisis kemasan makanan Jepang dari segi semiotika yang mencari makna denotatif dan konotatif serta mitosnya.

Salah satu produk makanan Jepang yang akan diteliti berkaitan dengan *monozukuri* dalam industri pangan serta yang mengusung tinggi kualitas pada kemasannya ialah perusahaan Ezaki Glico Co., Ltd dengan salah satu produknya yang sudah mendunia ialah Pocky. Pocky di Jepang memiliki banyak sekali kegiatan, namun terdapat satu proyek besar yang berkolaborasi dengan para petani dan penduduk lokal yang didasari oleh program “beyond2020” yang dinamakan JIMOTO Pocky. JIMOTO Pocky sendiri dibuat oleh penduduk setempat bersama perusahaan Glico untuk menciptakan varian Pocky terbaru berdasarkan makanan khas dari daerah setempat yang tidak ditemukan di daerah lain.

Penelitian tentang produk Pocky pernah dibahas oleh Sungkar, Asmarandani, dan Utama (2020) yang membahas analisis kemasan Pocky Indonesia dengan judul “Semiotika Sintaktik pada Kemasan Enam Varian Rasa Produk Pocky Indonesia”. Penelitiannya membahas tentang keterpaduan, keseragaman, dan kontinuitas desain kemasan keenam varian rasa produk Pocky yang ada di Indonesia. Sedangkan penelitian ini menganalisis kemasan Pocky yang di produksi di Jepang dan belum melakukan ekspor keluar Jepang.



Gambar 1
Persebaran JIMOTO Pocky
Source: <http://bit.ly/3tj3x0A>

Sesuai yang dijelaskan pada Gambar 1 JIMOTO Pocky memiliki delapan varian rasa yaitu, *Tokyo Amazake* dari Tokyo, *Ehime Iyokan* dari Chushikoku, *Amaou Ichigo* dari Kyushu, *Gorojima Kintoki* dari Hokuriku, *Sato Nishiki* dari Tohoku, *Yubari Meron* dari Hokkaido, *Shinshu Kyoho* dari Shinshu, dan *Uji Matcha* dari Kinki. Di setiap kemasan JIMOTO Pocky terdapat cerita singkat bagaimana kisah dibalik pembuatan setiap varian rasanya, mulai dari bahan spesial yang khas dari daerah tertentu yang digunakan, sistem produksi dan pengolahan yang dijaga sedemikian rupa, hingga kontribusi petani lokal dan penduduk setempat dalam menciptakan suatu produk dengan cinta dan kebanggaan. Oleh karena ketertarikan atas fenomena tersebut, dalam penelitian ini diyakini bahwa peran kemasan sangat penting dan bisa menjadi titik inovasi untuk para produsen, serta bagaimana mengkaji sebuah makna tanda pada kemasan produk makanan agar sampai kepada konsumen.

Penelitian ini dalam mengungkap bagaimana representasi *monozukuri* menggunakan aspek yang tersurat (penanda) dan juga aspek yang tersirat (petanda) yang hadir dalam setiap kemasan JIMOTO Pocky dari masing-masing varian rasa yang dipilih. Dalam mengelaborasi tanda dan penanda tersebut penelitian ini menggunakan semiotika Roland Barthes di tingkat denotatif, konotatif maupun mitos. Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan nantinya bisa memberikan pengetahuan baru mengenai filosofi *monozukuri* yang terdapat di industri pangan, khususnya yang terdapat di ketiga kemasan JIMOTO Pocky yang akan dikaji menggunakan semiotika Roland Barthes.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan untuk mengolah sumber data dari penelitian ini yaitu metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah teknik dokumentasi, adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data sebagai berikut. Pertama, mencari informasi terkait produk makanan Jepang dalam kemasan mulai dari kemasan makanan berat sampai kemasan makanan ringan (*snack*). Kedua, menentukan produk makanan Jepang dalam kemasan makanan ringan yaitu Glico dengan salah satu produknya JIMOTO Pocky. Ketiga, memilih 3 varian dari 8 varian rasa yang tersedia. Keempat, melakukan pembelian tiga varian rasa JIMOTO Pocky melalui jasa titip di Instagram pada akun @wagashi_sweet pada tanggal 2 November 2021.

Menurut Sudaryanto (1993:13) terdapat dua metode analisis data dalam suatu penelitian, yaitu metode padan dan metode agih. Berdasarkan tahap penggunaannya, teknik dalam metode padan dibedakan menjadi dua, yaitu teknik dasar dan teknik lanjutan. Teknik dasar harus dilaksanakan terlebih dahulu sebelum teknik lanjutan. Teknik dasar yang dimaksud disebut teknik pilah unsur penentu (PUP). Teknik tersebut yang dipakai dalam penelitian ini untuk mengkaji makna-makna. Langkah-langkah dalam menganalisis data dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut. Pertama, pengamatan data dari produk yang sudah tersedia, yaitu ketiga varian kemasan JIMOTO Pocky yang berupa tanda-tanda, gambar, simbol, atau tulisan yang menghasilkan sebuah makna. Kedua, pengambilan gambar kemasan dari sisi atas, bawah, kanan, kiri, depan dan belakang serta mengunduh di *website* resmi cp.pocky.jp Pocky Jepang. Ketiga, mengelaborasi data yang didapat dan mencocokkannya dengan teori semiotika Barthes. Keempat, menganalisis data dari kemasan JIMOTO Pocky yang merepresentasikan makna dari sebuah filosofi *monozukuri*. Lalu, langkah terakhir ialah menyimpulkan data yang sudah diperoleh sesuai dengan fokus penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pembahasan penelitian ini menganalisis makna denotatif dan konotatif tulisan dan makna denotatif dan konotatif gambar dari ketiga kemasan JIMOTO Pocky pada sisi depan, sisi belakang dan sisi atas. Lalu mendeskripsikan bagaimana mitos yang ada di kemasan tersebut berdasarkan filosofi *monozukuri* dan teori semiotika Barthes.

a. Makna Denotatif dan Konotatif Tulisan

Tulisan dalam kemasan merupakan unsur penting dalam sebuah kemasan yang berupa teks informasi terutama ditentukan oleh pemilihan jenis huruf/tipografi.



Gambar 2
Data Tulisan Kemasan JIMOTO Pocky

Berdasarkan dengan penjelasan pada Gambar 2 di atas pada kemasan JIMOTO Pocky data yang berupa tulisan (A) berjumlah 5 data. Untuk menganalisis data tulisan dari ketiga kemasan JIMOTO Pocky varian *Amaou Ichigo* selanjutnya akan disebut AI, varian *Yubari Meron* selanjutnya akan disebut YM dan varian *Shinshu Kyoho* selanjutnya akan disebut SK.

Data Tulisan A1: Nama dan slogan perusahaan



Gambar 3
Nama dan Slogan Perusahaan

- Makna Denotatif : Nama perusahaan yaitu Glico dan slogan perusahaan yang bertuliskan *おいしさと健康* (*oishisa to kenkou*), artinya lezat dan kesehatan yang berwarna kuning keemasan
- Makna Konotatif : Tulisan nama perusahaan dan slogan ini menggunakan warna kuning keemasan, karena di Jepang warna kuning melambangkan alam dan warna yang populer untuk berkebun, sedangkan warna emas melambangkan kekayaan (Olesen, 2013). Ini terlihat dari kemasan JIMOTO Pocky yang menunjukkan bahwa Jepang itu memiliki kekayaan alam yang berlimpah dengan berbagai hasil olahan alam yang bisa dinikmati oleh semua orang. Nama Glico sendiri memiliki sejarah dari seorang pendiri perusahaan yaitu Ri-Ichi Ezaki yang memiliki seorang anak yang terkena gejala tipis. Lalu ia menguji dan memastikan bahwa pada kaldu tiram mengandung banyak sekali glikogen, dan ternyata ampuh untuk mengatasi gejala tipis yang dialami anaknya (glico.com). Oleh karena itu, ia berniat menggabungkan produk makanan dengan glikogen yang memiliki tujuan "meningkatkan kesehatan melalui makanan!" hingga terciptalah Glico yang dikenal sampai saat ini.

Slogan perusahaan yang berarti lezat dan kesehatan berhubungan dengan sejarah pendiri Glico tadi yang ingin mengusung sebuah produk makanan yang tidak hanya lezat namun juga sehat. Lezat dan kesehatan ini juga tercermin pada bahan dasar yang digunakan yang berasal dari buah asli yang ditanam sendiri oleh para petani lokal daerah setempat, bukan menggunakan ekstrak ataupun perisa buatan rasa buah. Selain itu, tercermin juga pada komposisi

dari produk ini yang menggunakan sebagian besar bahan-bahan alami tanpa mengandung zat kimia yang pasti lebih sehat daripada menggunakan bahan buatan atau yang disebut bahan sintetis.

Konsep konotatif yang muncul dari data di atas adalah konsep natural. Natural atau alami merupakan sumber dari alam dan bukan buatan manusia. Makanan yang natural ialah makanan yang bebas dari bahan sintetis atau zat buatan atau aditif. Konsep dari natural ini terkandung pada data A1 di atas yang menggunakan bahan dasar berasal dari alam yaitu buah-buahan asli dalam pembuatan produk JIMOTO Pocky. Tulisan tersebut juga mengandung makna natural atau alami karena nama Glico sebagai nama perusahaan berasal dari kata glikogen yang merupakan glukosa yang tersimpan di dalam otot dan hati, dimana bukan termasuk bahan sintetis dan pada slogan perusahaan yang berarti kelezatan dan kesehatan yang erat kaitannya dengan natural atau alami karena sehat tidak berasal dari zat buatan ataupun zat aditif.

Data Tulisan A2: Nama produk



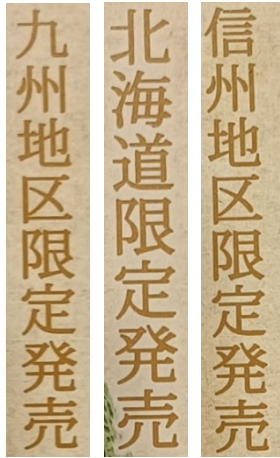
Gambar 4
Nama Produk

- Makna Denotatif : Logo produk dengan tulisan Pocky berwarna merah glossy untuk *Amaou Ichigo* (AI), warna oranye glossy untuk *Yubari Meron* (YM), dan warna ungu glossy untuk *Shinshu Kyoho* (SK)
- Makna Konotatif : Nama Pocky sendiri berasal dari onomatope suara gigitan saat memakan Pocky. Gigitan yang berirama pokkin pokkin menghadirkan kegembiraan dan penuh semangat yang akan membuat siapapun yang memakannya ingin lagi dan tidak cukup satu (Pocky.glico.com). Tulisan Pocky di masing-masing varian rasanya mewakili dari warna buah yang digunakan. Varian *Amaou Ichigo* menggunakan buah stroberi asli yang berwarna merah segar hingga tercermin pada tulisan Pocky yang berwarna merah juga pada varian ini.

Varian *Yubari Meron* menggunakan buah melon asli yang dagingnya berwarna oranye hingga tercermin pada tulisan Pocky yang berwarna oranye juga pada varian ini. Lalu, pada varian *Shinshu Kyoho* menggunakan buah anggur asli yang berwarna ungu hingga tercermin pada tulisan Pocky yang berwarna ungu juga pada varian ini. Menurut Olesen (2013) di Jepang, warna merah berarti semangat, kekuatan, pengorbanan diri. Warna ungu berarti kemewahan dan kekuatan serta warna oranye yang melambangkan cinta dan kebanggaan. Arti dari warna-warna tersebut juga menandakan semangat dan kekuatan para petani dan penduduk lokal dalam menjaga dan merawat hasil alam yang mereka miliki dengan cinta dan kebanggaan hingga tercipta sebuah produk dengan kualitas tinggi yang bisa dinikmati oleh semua orang.

Konsep konotatif yang muncul dari data di atas adalah konsep konsistensi. Konsistensi menurut Domahs (2007:4) didefinisikan sebagai hal dengan identitas yang benar, sesuai, spesifik dan terkait dengan hasil. Konsep dari konsistensi ini terkandung pada data A2 di atas yang terdapat tulisan nama produk yaitu Pocky. Tulisan tersebut memiliki karakter yang sama pada setiap kemasan varian JIMOTO Pocky, hanya warna yang berbeda tergantung warna buah apa yang wakilkkan. Warna merah untuk varian *Amaou Ichigo*, warna oranye untuk varian *Yubari Meron* dan warna ungu untuk *Shinshu Kyoho*. Persamaan warna pada nama produk dengan warna buah yang digunakan serta warna produk asli didalamnya menunjukkan konsistensi produsen dalam mewakili bahan dasar yang digunakan pada setiap varian. Warna yang sama juga tertera pada sebagian besar kemasannya, tergantung varian dan bahan dasar yang digunakan.

Data Tulisan A3 : Keterangan pendistribusian



Gambar 5
Keterangan Pendistribusian

- Makna Denotatif : AI : Tulisan 九州地区限定発売 (*kyūshū chiku gentei hatsubai*), artinya edisi terbatas wilayah Kyushu. YM : Tulisan 北海道限定発売 (*hokkaidō gentei hatsubai*), artinya edisi terbatas di Hokkaido. SK : Tulisan 信州地区限定発売 (*shinshū chiku gentei hatsubai*), artinya edisi terbatas wilayah Shinshu.
- Makna Konotatif : Tulisan keterangan pendistribusian di atas menandakan bahwa produk JIMOTO Pocky ini eksklusif. Eksklusif berdasarkan KBBI ialah terpisah dari yang lain, khusus, tidak termasuk. Jadi, produk tersebut berasal dari daerah khusus yang menghasilkan bahan alam yang khas yang tidak terdapat di daerah lain. JIMOTO Pocky sendiri hanya di produksi di 8 wilayah (Tokyo, Chushikoku, Kyushu, Hokuriku, Tohoku, Hokkaido, Shinshu dan Kinki) dan hanya mendistribusikan di wilayah itu sendiri. Edisinya sangat terbatas karena bahan dasar yang digunakan butuh perawatan dan penanaman yang tidak sebentar. Selain itu, tulisan tersebut ditulis dengan warna kuning keemasan dimana warna kuning melambangkan alam dan warna yang populer untuk berkebum,

sedangkan warna emas melambangkan kekayaan (Olesen, 2013). Ini terlihat dari kemasan JIMOTO Pocky yang ditunjukkan pada keterangan pendistribusian ini bahwa edisi terbatas dan eksklusif ini menjadi kebanggaan tersendiri bagi petani dan penduduk lokal wilayah tersebut, karena mereka berhasil melestarikan kekayaan dari bahan alam yang mereka miliki untuk bisa dinikmati semua orang yang tidak ada di daerah lain.

Konsep konotatif yang muncul dari data di atas adalah konsep karakteristik produk. Menurut Kottler & Keller (2006), karakteristik produk adalah kondisi yang membedakan suatu produk dari pesaingnya dan kondisi yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Konsep karakteristik produk ini terkandung pada data A3 di atas yang terdapat tulisan keterangan pendistribusian dari masing-masing varian rasa. Karakteristik yang membedakan JIMOTO Pocky dengan produk Pocky lainnya ialah karena produk ini hanya di produksi dan didistribusikan di wilayah-wilayah tertentu di Jepang. Meski produk ini sangat pantas untuk dijadikan oleh-oleh, namun JIMOTO Pocky tidak melakukan ekspor keluar Jepang, karena merupakan edisi yang terbatas dan dinilai lebih eksklusif.

Data Tulisan A4 : Nama varian rasa



Gambar 6
Nama Varian Rasa

- Makna Denotatif : AI: Tulisan あまおう莓 (*amaou ichigo*). YM: Tulisan 夕張メロン (*yubari meron*). SK: Tulisan 信州巨峰 (*shinshū kyohō*). Ketiga tulisan tersebut ditulis menggunakan warna merah untuk AI, warna oranye untuk YM, dan warna ungu untuk SK.
- Makna Konotatif : Varian *Amaou Ichigo* menggunakan buah asli dari buah stroberi *amaou*. *Amaou* sendiri memiliki kepanjangan yaitu *Amai* (manis), *Marui* (bulat), *Ookii* (besar), *Umai* (enak). Stroberi *amaou* ini terkenal dengan rasa manis yang berair dan pecah saat digigit. Bentuknya yang besar dan bulat, warnanya yang merah segar merupakan hasil semangat dan komitmen para petani lokal yang merawat dan menjaga stroberi *amaou* seperti anak sendiri dengan cinta dan kebanggaan. Lalu, itu semua diwakili dari warna merah pada tulisan varian *Amaou Ichigo* yang menerangkan stroberi *amaou* seperti apa. Warna merah di Jepang melambangkan pengorbanan diri, sama seperti yang dilakukan para petani lokal untuk stroberi *amaou* selama 8 tahun pengalaman belajar dari kesalahan-kesalahan hingga berjalan sampai saat ini bisa dinikmati dengan kualitas terbaiknya. Varian *Shinshu Kyoho* menggunakan buah asli dari buah anggur *shinshu*. Anggur *shinshu* merupakan jenis anggur dengan varietas terbaik di Jepang yang memiliki warna ungu yang pekat hampir kehitaman. Warna tersebut membuktikan betapa manis dan lezatnya anggur *shinshu*, yang didapatkan dari daun sebagai penentu utama warna ungu tersebut. Setiap anggur membutuhkan satu daun untuk pewarnaan, tanpa daun warna anggur *shinshu* yang khas tidak dapat dicapai.

Peran dedaunan sangat penting di belakang layar untuk membuat anggur *shinshu* istimewa. Di Jepang, warna ungu melambangkan kemewahan dan kekuatan (Olesen, 2013). Oleh karena itu, warna ungu diwakilkan pada tulisan varian *Shinshu Kyoho* yang menerangkan betapa istimewanya anggur *shinshu* hasil kekuatan dedaunan yang merangsang pertumbuhan anggur tersebut hingga tercipta warna ungu pekat yang lezat. Varian *Yubari Meron* menggunakan buah asli dari buah melon *yubari*. Saat dipanen, melon *yubari* berwarna putih kebiruan namun seiring waktu warnanya berubah. Melon *yubari* sebenarnya dimatangkan dengan cara dibawa

pulang dan didiamkan pada suhu ruangan. Setelah batangnya menjuntai dan melon berubah warna menjadi kuning kehijauan atau kuning-oranye, dengan aroma yang lebih kuat, melon siap untuk dinikmati. Di Jepang warna kuning melambangkan sinar matahari dan alam, warna hijau juga melambangkan alam, tumbuh-tumbuhan dan dedaunan, dan warna oranye melambangkan cinta dan kebanggaan. Oleh karena itu, warna kuning-oranye diwakilkan pada tulisan varian *Yubari Meron* yang menerangkan betapa penuhnya cinta para petani lokal menjaga dan merawat melon *yubari* hingga mendapatkan kualitas terbaik yang bisa dinikmati oleh siapapun.

Konsep konotatif yang muncul dari data di atas adalah konsep konsistensi. Konsistensi menurut Domahs (2007:4) didefinisikan sebagai hal dengan identitas yang benar, sesuai, spesifik dan terkait dengan hasil. Konsep dari konsistensi ini terkandung pada data A4 di atas yang terdapat tulisan nama varian rasa dari ketiga varian JIMOTO Pocky. Tulisan tersebut memiliki karakter yang sama pada setiap kemasannya, hanya warna yang berbeda tergantung warna buah apa yang wakilkan. Warna merah untuk varian *Amaou Ichigo*, warna oranye untuk varian *Yubari Meron* dan warna ungu untuk *Shinshu Kyoho*. Persamaan warna pada nama varian rasa dengan warna buah yang digunakan serta warna produk asli didalamnya menunjukkan konsistensi produsen dalam mewakili bahan dasar yang digunakan pada setiap varian. Warna yang sama juga tertera pada sebagian besar kemasannya, tergantung varian dan bahan dasar yang digunakan

Data Tulisan A5: Slogan produk



Gambar 7
Slogan Produk

- Makna Denotatif : Share happiness! 分かち合っって、いいね! (*Share happiness! Wakachi autte, ī ne!*), artinya berbagi kebahagiaan! Berbagi itu, baik ya!
- Makna Konotatif : Tulisan ini merupakan slogan dari produk Pocky yaitu berbagi kebahagiaan yang berarti dengan berbagi Pocky ke sesama dan menikmati Pocky berarti menikmati

kebahagiaan bersama. Suara onomatope dari *pokkin-pokkin* menghadirkan kegembiraan dan penuh semangat yang akan membuat siapapun yang memakannya ingin lagi dan tidak cukup satu. Desain Pocky yang sangat *stylish* dan gampang digenggam membuat Pocky sangat cocok disegala situasi seperti pesta atau hanya sekedar berkumpul bersama teman. Istilah bahagia itu sederhana direpresentasikan oleh slogan Pocky, hanya dengan berbagi menjadikan kebahagiaan itu menular (Labola, 2017). Dengan makan bersama lebih terasa bahagia dibandingkan makan sendirian. Slogan inilah yang diusung produk Pocky untuk bisa berbagi ke sesama untuk menubar kebahagiaan yang lebih luas.

Konsep konotatif yang muncul dari data di atas adalah konsep kegembiraan dan kebanggaan. Menurut Daniel (2018:3) konsep kegembiraan dan kebanggaan didefinisikan sebagai suatu hal yang nyata dan terjadi, dalam mengonsumsi sesuatu kebanggaan terkait perilaku positif muncul dan cenderung meningkatkan hasrat konsumen untuk mengonsumsi. Konsep ini terkandung pada data A5 di atas, yang mengandung makna kegembiraan dan kebanggaan ketika bisa berbagi kebahagiaan, namun kebahagiaan disini bukan hanya berbagi kesenangan tetapi berbagi dan menikmati Pocky yang akan menimbulkan kebahagiaan. JIMOTO Pocky dibuat dengan sepenuh hati oleh para penduduk lokal agar bisa menghasilkan produk yang dapat dirasakan sebuah kegembiraan saat menikmati Pocky.

Makna denotatif dari tulisan yang ada di ketiga kemasan JIMOTO Pocky merupakan tulisan apa adanya yang terdapat di kemasan dan apa yang nampak secara langsung oleh mata. Makna denotatif tersebut bersifat langsung, objektif, dan tidak mengandung makna lain yang tersembunyi di dalamnya (Haryadi, 2016:5). Lalu, terdapat tanda dan petanda yang mengandung suatu makna yang disampaikan secara tidak langsung dan bersifat subjektif disebut makna konotatif. Melalui kemasan dengan beragam tanda dan petanda yang diberikan dari produsen kepada konsumen mengandung banyak sekali makna. Hal tersebut dilakukan karena fungsi kemasan selain sebagai wadah juga sebagai perantara sebuah informasi. Dalam hal kemasan JIMOTO Pocky ini yang hanya dijual di Jepang, secara tidak langsung ingin menyampaikan bahwa pembuatan produk ini merupakan pembuatan

langsung di daerah tertentu yang memiliki produksi pangan khas yang tidak tumbuh di daerah lain.

b. Makna Denotatif dan Konotatif Gambar

Sebuah gambar dalam kemasan termasuk dalam elemen visual seperti ilustrasi, foto, ornamen dan sebagainya. Fungsinya ialah sebagai penjelas informasi serta karakter visual dari produk didalamnya. Gambar dari sebuah kemasan dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Ini menunjukkan bahwa gambar yang melekat di label kemasan selain sebagai sarana komunikasi produsen ke konsumen tentang bagaimana sistem produksi dari produk tersebut, juga diyakini mendapatkan kepercayaan konsumen terhadap produk didalamnya yang bersifat instan dan langsung (Nugrahani, 2015:129).



Gambar 8
Data Gambar Kemasan JIMOTO Pocky

Selanjutnya analisis gambar pada kemasan JIMOTO Pocky yang dikaji berjumlah 3 data. Untuk menganalisis data gambar dari ketiga kemasan JIMOTO Pocky varian *Amaou Ichigo* selanjutnya akan disebut AI, varian *Yubari Meron* selanjutnya akan disebut YM dan varian *Shinshu Kyoho* selanjutnya akan disebut SK.

Data Gambar B1 : Gambar bahan dasar produk



Gambar 9
Bahan Dasar Produk

- Makna Denotatif : AI: Gambar 5 buah *Amaou Ichigo* yang berair. YM: Gambar 1 buah *Yubari Meron* yang terbuka setengah. SK: Gambar seikat buah *Shinshu Kyoho* berjumlah 17 buah dengan 3 buah yang terbuka
- Makna Konotatif : Gambar bahan dasar yang digambarkan sebagian memperlihatkan daging buah dan keadaan buah yang berair menunjukkan buah yang digunakan masih *fresh* dan segar. Ini juga menimbulkan dampak psikologis pada calon pembeli bahwa produk tersebut menggunakan banyak komposisi dari buah asli yang digambarkan besar hampir satu sisi depan kemasan. Buah-buahan di ketiga kemasan JIMOTO Pocky memiliki jumlah angka-angka ganjil. Varian *Amaou Ichigo* terdapat 5 buah stroberi, varian *Yubari Meron* terdapat 1 buah melon dan varian *Shinshu Kyoho* terdapat 17 buah anggur dengan 3 buah yang memperlihatkan daging buahnya. Angka 5,1,17 dan 3 merupakan angka-angka ganjil yang memiliki makna keberuntungan di Jepang (Rosliana, 2017:6).

Konsep konotatif yang muncul dari data di atas adalah budaya penyajian. Menurut Rosliana (2017:6) detail merupakan ciri lain masyarakat Jepang dalam menyajikan makanan. Detail dalam jumlah yang disajikan berpengaruh kepada makna yang disampaikan, seperti

menyajikan kue atau manisan berjumlah ganjil atau genap memiliki makna baik atau buruk. Berdasarkan konsep tersebut budaya penyajian dalam hal ini ialah jumlah buah yang digambarkan pada kemasan. Ini menandakan betapa pentingnya jumlah makanan yang disajikan karena terdapat budaya dan kepercayaan pada masyarakat Jepang, yang menentukan jumlah sajian menggunakan angka baik atau buruk.

Data Gambar B2 : Produk



Gambar 10
Produk

- Makna Denotatif : AI: Stik Pocky *Amaou Ichigo* berwarna pink yang menyisakan sedikit adonan tanpa dilapisi coklat. YM: Stik Pocky *Yubari Meron* berwarna oranye yang menyisakan sedikit adonan tanpa dilapisi coklat. SK: Stik Pocky *Shinshu Kyoho* berwarna ungu yang menyisakan sedikit adonan tanpa dilapisi coklat.
- Makna Konotatif : Stik disini di disisipkan sebagai representasi produk seperti apa yang ada di dalam kemasan tersebut. Ini menunjukkan perhatian serta kejujuran produsen kepada calon konsumen untuk memenuhi keingintahuan konsumen terhadap produk yang akan mereka beli. Di Jepang, produk yang digambarkan di kemasan memiliki ukuran sama persis dengan apa yang ada didalam, dan ukuran stik JIMOTO Pocky tersebut

sama seperti produk aslinya (Dafri, 2009:8). Stik yang diletakkan di tengah-tengah menunjukkan seperti sebuah tangkai buah yang menopang serta menunjang pertumbuhan buah (Mayasari, 2022). Dengan kata lain, sebagaimana fungsi tangkai buah ialah sebagai tempat tumbuhnya buah, stik disini bermakna cikal bakal terciptanya JIMOTO Pocky yang berasal dari buah-buahan tersebut.

Konsep konotatif yang muncul dari data di atas adalah konsep kejujuran. Konsep kejujuran menurut Suud (2017:121) ialah kebenaran, dengan kata lain kesesuaian kata, tindakan, dan perasaan dengan kenyataan yang sebenarnya. Konsep tersebut terkandung pada data B2 di atas yang terdapat gambar produk dari JIMOTO Pocky yaitu stik adonan *pretzel* yang dilapisi coklat. Stik disini di disisipkan sebagai representasi produk seperti apa yang ada di dalam kemasan tersebut. Konsep kejujuran dari apa yang ada di kemasan dengan isi produk di dalamnya diperkuat dengan memiliki ukuran dan tampilan yang sama.

Data Gambar B3 : Foto bahan dasar saat panen



Gambar 11
Foto Bahan Dasar saat Panen

- Makna Denotatif : AI: Foto buah *Amaou Ichigo* saat berwarna hijau, putih dan merah, juga terdapat saat fase berbunga. YM:

Foto buah *Yubari Meron* saat siap panen. SK: Foto kumpulan buah *Shinshu Kyoho* saat siap panen.

- Makna Konotatif : Foto buah sebagai bahan dasar pembuatan JIMOTO Pocky yang siap panen membuktikan bahwa produk ini menggunakan buah asli yang ditanam oleh petani lokal dari penduduk setempat. Masing-masing buah memiliki perawatannya masing-masing, seperti buah stroberi *Amaou* yang sangat rentan pada suhu yang terlalu ekstrem dan angin topan, oleh karena itu petani lokal mengatakan pentingnya pengelolaan rumah kaca yang baik untuk menentukan kualitas stroberi saat panen. Sebelumnya, stroberi disemai dari benih hingga tumbuh besar dengan kondisi terbaik sampai layak panen yang dijaga dengan sepenuh hati dan semangat kebanggaan dalam setiap waktu. Saat melakukan panen pun, petani lokal menangani stroberi *Amaou* dengan cinta dan kasih sayang, memetikinya menggunakan tangan untuk memastikan agar buah tersebut tidak rusak. Ini menunjukkan sikap antusiasme dan cinta para petani lokal terhadap buah-buahan ini. Lingkungan alami yang kaya, produsen yang bersemangat, dan udara segar merupakan satu kesatuan kontribusi kepedulian petani lokal terhadap hasil alam yang melimpah.

Konsep konotatif yang muncul dari data di atas adalah konsep antusiasme. Pada data B3 di atas terdapat foto bahan dasar saat siap panen. Dengan adanya gambar tersebut mengandung makna antusiasme para penduduk lokal dan petani dalam menanam, merawat dan menjaga dengan cinta dan kebanggaan terhadap apa yang mereka tanam hingga bisa di panen dengan kualitas terbaik. Mereka sangat peduli terhadap apa berkah alam yang diberikan, oleh karena itu terciptalah JIMOTO Pocky dengan varian hasil alam yang khas dari daerah-daerah tertentu.

Gambar sebagai salah satu elemen yang penting dalam kemasan mengandung makna yang tersirat dan disampaikan tidak secara langsung. Makna tersebut disebut makna konotatif yang bersifat subjektif. Makna denotatif juga ditemukan dari gambar yang ada di ketiga kemasan JIMOTO Pocky yang merupakan gambaran apa adanya yang terdapat di kemasan dan apa yang nampak secara langsung oleh mata. Kedua makna tersebut beriringan memberikan informasi dari produsen kepada para konsumen tentang produk mereka melalui sebuah kemasan.

c. Mitos Ketiga Kemasan JIMOTO Pocky

Mitos adalah pesan yang mengandung ideologi. Mitos ini memiliki fungsi naturalisasi, artinya bahwa mitos tersebut menyajikan nilai-nilai sejarah dan budaya yang membuat sikap dan keyakinan menjadi tampak alamiah, normal, dan merupakan sebuah hal yang wajar (Barthes, 2017:9). Menurut pandangan Barthes, denotatif merupakan makna apa adanya yang terlihat secara langsung, sedangkan konotatif merupakan tataran signifikasi tahap awal dan mitos merupakan tataran signifikasi yang menganalisis tanda dan petanda pada tingkat kedua atau akhir.

Kemasan sendiri merupakan representasi dari kinerja *monozukuri* di industri pangan. Tentang bagaimana dalam sistem produksi penjual sangat menitikberatkan kemasan sebagai wadah dari produk yang diproduksi agar tidak terkontaminasi zat-zat diluar kemasan serta memberikan informasi melalui kemasan tersebut. Dalam sistem distribusi berperan sebagai perlindungan ekstra dari fungsi kemasan yang sekunder selama masa penyimpanan hingga didistribusikan sampai ke konsumen. Terakhir, dalam sistem produksi berperan sebagaimana kemasan sebagai wadah yang memudahkan konsumen dalam mengonsumsi, sebagai informasi yang menambah pengetahuan konsumen tentang produk yang ada didalamnya, bahkan sebelum itu sampai sebagai pemicu minat beli calon konsumen terhadap suatu produk. Sebelum produk dan kemasan sampai di tangan konsumen, di sistem produksi JIMOTO Pocky ini sangat terlihat bagaimana filosofi *monozukuri* terjadi.

Monozukuri menurut Saito (2005:2) adalah keterampilan, semangat, kegembiraan dan kebanggaan dalam kemampuan membuat barang dengan sangat baik. JIMOTO Pocky yang merupakan produk hasil dari kerjasama para petani lokal dengan perusahaan Glico menyimpan banyak sekali proses penting dalam menjaga dan merawat bahan dasar hingga bisa dinikmati dengan kualitas terbaiknya. Menggunakan bahan dasar yang khas dari daerah tertentu di Jepang, dengan cinta dan kebanggaan para petani lokal menciptakan suatu produk hasil dari alam Jepang itu sendiri. Kalimat tersebut erat sekali kaitannya dengan *washoku*. *Washoku* merupakan budaya kuliner tradisional Jepang, dimana budaya tersebut hanya menggali potensi kekayaan alam Jepang (Lusiana, 2022). Selain itu, budaya tersebut dilakukan berdasarkan semangat orang Jepang dalam

menghormati, menghargai, mencintai serta berterimakasih kepada Tuhan terhadap kekayaan alam yang berlimpah. Karena sikap tersebut orang Jepang sangat menjaga alam mereka, dengan menjaga dan merawat serta menyeimbangkan penggunaan teknologi agar alam yang dinikmati sekarang masih bisa dinikmati di kemudian hari.

Pendapat tersebut selaras dengan pengertian *monozukuri* menurut Ranky (2007:12) yang berarti perakitan dari produksi yang ramah lingkungan dengan tujuan mengurangi limbah dan kualitas produk dalam jangka panjang. Sehingga orang Jepang dalam melestarikan hasil alam dan menciptakan suatu barang bertujuan untuk bisa mencapai hasil yang terbaik, dengan menggunakan bahan-bahan yang terbaik, serta proses terbaik yang mementingkan seluruh aspek dari segi sumber daya alam (SDA) dan sumber daya manusia (SDM).

KESIMPULAN

Kemasan makanan tidak hanya berfungsi sebagai wadah namun juga sebagai perantara informasi secara tidak langsung dari produsen ke konsumen. Dalam menyampaikan informasi tersebut ada yang bersifat tersurat (denotatif) dan tersirat (konotatif). Penelitian ini menganalisis makna denotatif dan konotatif dari tulisan dan gambar, yang ditemukan 5 data analisis tulisan dan 3 data analisis gambar. Setelah menjelaskan data-data yang telah dianalisis di atas, dapat ditarik mitos yang ditemukan ialah bahwa dalam *monozukuri* di industri pangan sangat menitikberatkan pada aspek sumber daya alam (SDA) dan sumber daya manusia (SDM) yang masih bisa berkontribusi hingga di kemudian hari dalam penciptaan suatu barang. Semua itu tertuang secara tersurat maupun tersirat pada ketiga kemasan JIMOTO Pocky. Berdasarkan hasil penelitian ini, kesimpulan yang dapat diambil bahwa dari ketiga kemasan tersebut tercermin adanya representasi filosofi *monozukuri* yang meyakini bahwa kemasan merupakan sebuah alat yang mengandung banyaknya tanda dari proses produksi, proses distribusi hingga suatu produk bisa dikonsumsi oleh konsumen yang terlihat jelas pada sikap cinta dan kebanggaan para petani lokal.

REFERENSI

- Asai, T., Hayashi, H., & Minazuki, A. (2015). Fostering a “Monozukuri (Manufacturing)” Organization Suitable for The 21st Century Digital Economy. *New Knowledge in a New Era of Globalization, Published by InTech*.
- Barthes, R. (2017). *Elemen-elemen Semiotologi*. Basabasi.
- Blom, S. (2014). *Monozukuri acting with focus*. Belanda. Blom Consultancy BV.
- Dafri, Y. (2009). *Kemasan (Packaging) di Higashi-Konoike, Osaka, Jepang Yulriawan Dafri*. 08/1.
- Daniel, J. R. (2018). *Kebanggaan dalam Konsumsi-Natur Peran dan Implikasinya Bagi Praktik Pemasaran*.
- Domahs, F., Domahs, U., Schlesewsky, M., Ratincx, E., Verguts, T., Willmes, K., & Nuerk, H. C. (2007). Neighborhood consistency in mental arithmetic: Behavioral and ERP evidence. *Behavioral and Brain Functions*, 3. <https://doi.org/10.1186/1744-9081-3-66>
- Haryadi, T. (2016). *Analisis Iklan Televisi Sampoerna Hijau Versi “Es Kacang Ijo” dengan Pendekatan Semiotika Roland Barthes*.
- Kottler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing Management 12e* (International Edition).
- Labola, Y. A. (2017). *Berbagi itu Indah, Tidak Pernah Rugi dan Membawa Sukacita Hidup*. <https://www.kompasiana.com/yos08/5916b6dc397b613f21e42764/berbagi-itu-indah-tidak-pernah-rugi-dan-membawa-sukacita-hidup>
- Lusiana, Y. (2017). *Makna di Balik Produk Kuliner Berbahasa Jepang: Suatu Relasi Kuasa*.
- Lusiana, Y., Widodo, H., Rukhiyat, A., & Khoirunnisa, R. (2022, March 10). *Japanese Government Effort to Preserve Washoku as National Culinary Heritage*. <https://doi.org/10.4108/eai.19-10-2021.2316590>
- Mayasari, A. (2022). *Mengenal Struktur Bagian Buah pada Tumbuhan dan Masing-masing Fungsinya*. <https://adjar.grid.id/read/543358662/mengenal-struktur-bagian-buah-pada-tumbuhan-dan-masing-masing-fungsinya?page=all#:~:text=Tangkai buah memiliki fungsi sebagai,bagian tubuh%2C salah satunya buah>
- Nugrahani, R. (2015). *Peran Desain Grafis Pada Label Dan Kemasan Produk Makanan Umkm Oleh: Rahina Nugrahani*. IX(2).

- Olesen, J. (2013). *Color Meanings in Japan*.
<https://www.color-meanings.com/color-meanings-japan/>
- Puspitasari, D., Suryadi, Y., & Widodo, H. (2022). *Culture Industry and Japanese Identity in Snack and Drinks Products in Indonesia*. *IZUMI*, 11(1), 31–43.
<https://doi.org/10.14710/izumi.11.1.31-43>
- Rahman, H. N., Daryus, A., & Budiwahyono, E. (2015). *Program Studi Teknik Industri Jurusan Teknik Mesin dan Industri FT UGM TP-57 Pengembangan Model Difusi Monozukuri Pada Industri Kecil: Kasus Industri Mebel Desa Bojong Pondok Kelapa Jakarta Timur*.
- Ranky, P. G. (2007). Eighteen “monozukuri-focused” assembly line design and visual factory management principles with DENSO industrial examples. *Assembly Automation*, 27(1), 12–16.
<https://doi.org/10.1108/01445150710724649>
- Roslina, L. (2017). Shoku Bunka: Warna Budaya Dan Tradisi Dalam Makanan Jepang. *Izumi*, 6(2).
- Saito, K. (2005). Development-of-the-University-of-Kentucky-Toyota-Research-Partnership-Monozukuri-PART-I. *Energeia – CAER University of Kentucky, Center for Applied Energy Research*, 17(4).
- Sudaryanto. (1993). *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Duta Wacana University Press.
- Sungkar, S. S. P. D. K. E. V. R. P. P. I. S., & Hutama, K. (2020). Semiotika Sintaktik Pada Desain Kemasan Enam Varian Rasa Produk Pocky Indonesia. In *Diah Asmarandani Jurnal Seni & Reka Rancang* (Vol. 3, Issue 1).
<http://pocky.glico.com/global/about/history.html>,
- Suud, F. M. (2017). Kejujuran Dalam Perspektif Psikologi Islam: Kajian Konsep dan Empiris. In *Jurnal Psikologi Islam* (Vol. 4, Issue 2).
- Trahutami, S. I. (2018). *Hubungan Manusia Dan Etos Kerja dalam Kotowaza Jepang. Kiryoku*, 2 no.4.
- Utami, S. (2018). Kuliner Sebagai Identitas Budaya, Perspektif Komunikasi Lintas Budaya. *Journal of Strategic Communication*, 8(2).
<https://Pocky.glico.com/global/about/about.html>, diakses pada 25 November 2022.
<https://www.glico.com/global/about/history/>, diakses pada 06 Oktober 2021.

IMPLIKASI GENDER PADA *SHOUSHIKA* DI JEPANG DEWASA INI

Dr. Wayan Nurita, SS., M.Si
Universitas Mahasaraswati Denpasar
nuritabaliwayan@unmans.ac.id

ABSTRACT

Japan is one of the developed countries in the East Asia region which is experiencing a decline in child birth rates due to one of the views of its people that having many children will interfere with their productivity in their careers. Men and women in Japan generally choose to pursue their own careers and this busy schedule causes the average age of marriage to be relatively high, thereby reducing their chances of having children. This causes a decrease in child birth rates in Japan which is known as shoushika. Shoushika comes from the Kanji 「少」 (shou) which means little, 「子」 (shi) means child and 「化」 (ka) means change. So shoushika can be interpreted as a change in which the condition of the number of births decreases or the number of children born decreases.

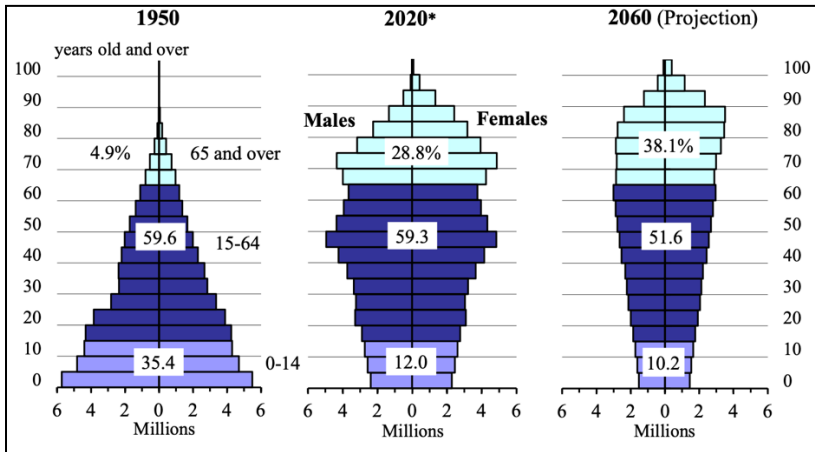
Shoushika that has happened to this day cannot be separated from the younger generation of Japan, especially women who play an important role as actors in trying to increase the birth rate. Views of gender and the movement of feminism in Japan have resulted in a shift in the meanings of marriage in modern times which have greatly affected the decline of Japanese women's interest in getting married let alone having a child. Today's young Japanese generation, especially women, are more interested in focusing on careers than having to be bound by a husband and wife relationship and also the burden of raising children. Coupled with the rapid advancement of technology, they prefer to use technology that is practical and comfortable so that they think they no longer need a spouse to carry out their daily activities.

The existence of shoushika in Japan is an implication of the emergence of the feminist movement by Japanese women, the change in family structure from traditional to modern and the change in the concept of children in Japanese society today. Based on these factors, the shoushika phenomenon has an impact on Japanese society itself. The impact arising from the shoushika phenomenon is the occurrence of koureika shakai caused by the decreasing productive age but on the contrary the elderly age is increasing. With less productive age, the tax burden that must be paid is also increasing because the Japanese government has to spend more money on caring for the elderly. Apart from that, in order to meet job sectors that were short of manpower, the Japanese government finally decided to bring in foreign workers from various countries.

Keywords: *implication, gender, shoushika, japan, nowadays.*

PENDAHULUAN

Jepang merupakan salah satu negara maju di kawasan Asia Timur yang sedang mengalami penurunan angka kelahiran anak. Hal tersebut dikarenakan masyarakat Jepang berpandangan bahwa dengan memiliki banyak anak akan mengganggu produktivitas mereka dalam berkarir. Laki-laki dan perempuan di Jepang umumnya memilih untuk meniti karier dan dengan kesibukan tersebut menyebabkan rata-rata usia menikah menjadi relatif rendah sehingga mengurangi kesempatan mereka untuk memiliki anak. Sementara, di sisi lain terjadi peningkatan jumlah penduduk usia lanjut. Hal ini dikarenakan tersedianya fasilitas kesehatan yang sangat memadai, sehingga penduduk di Jepang cenderung lebih sehat dan berumur panjang (Rahmat, 2021). Dengan kondisi angka harapan hidup yang lebih besar dibandingkan dengan jumlah kelahiran, membuat piramida penduduk Jepang menjadi terbalik dengan jumlah orang tua yang jauh lebih banyak daripada anak-anak ataupun usia produktif, hal ini dapat terlihat seperti dalam data statistik gambar 1.1 berikut ini.



Gambar 1.1 Grafik Komposisi Demografi Jepang
(Sumber: Badan Statistik Jepang Tahun 2020)

Pada tahun 1950 jumlah penduduk berusia 65 tahun ke atas hanya sebesar 4,9%, penduduk usia produktif 59,6% dan anak-anak sebanyak 35,4%. Sementara, tahun 2020 terjadi peningkatan menjadi 28, 8%, usia produktif 59,3% dan anak-anak menurun sangat drastis menjadi 12%. Pada tahun 2060 di prediksi jumlah lansia akan terus meningkat sebanyak 38, 1%, usia produktif 51, 6% dan anak-anak berkurang menjadi 10, 2%.

Masalah penurunan jumlah angka kelahiran di Jepang terjadi melalui sejarah yang panjang. Pada masa Perang Dunia II Jepang berusaha untuk meningkatkan kesejahteraan dan mulai menyetarakan diri dengan Dunia Barat. Pemerintah mendesak para wanita untuk melahirkan banyak anak untuk meningkatkan populasi dan hidup di bawah slogan “*umeyo, fuyaseyo*” (Mari melahirkan! Mari meningkatkan!), dengan harapan setiap keluarga memiliki setidaknya lima orang anak (Schoppa, 2006:154). Walaupun ada desakan untuk meningkatkan jumlah kelahiran oleh pemerintah, akan tetapi tidak ada peningkatan jumlah kelahiran yang signifikan. Sehingga pada pasca Perang Dunia II ketika para tentara kembali dari tugas kemiliteran, jumlah angka kelahiran pun meningkat pesat sehingga terjadi ledakan jumlah penduduk. Pada saat itu penduduk Jepang berjumlah 72 juta pada tahun 1945 dan 80 juta pada tahun 1948 sebagai akibat dari apa yang disebut dengan yang disebut dengan *baby boom (dankai no sedai)*. Adanya kesadaran mengenai kepadatan penduduk tersebut, berakibat berkurangnya kelahiran anak secara

cepat setelah *baby boom* pasca perang. Antara tahun 1956 dan 1964 angka rata-rata kelahiran penduduk wanita adalah kurang dari satu, setelah tahun tersebut angka kelahiran sempat meningkat lagi dari tahun 1965 sampai 1974. *Baby boom* di Jepang terjadi dalam dua periode yaitu antara tahun 1947–1949 dan tahun 1971–1974 (Fukutake, 1988:16-18). Pasca *baby boom* kedua jumlah angka kelahiran di Jepang terus mengalami penurunan hingga saat ini. Bahkan badan statistik Jepang memprediksi jumlah tersebut akan terus menurun di tahun-tahun berikutnya. Hal ini dapat dilihat pada gambar 1.2 berikut di bawah ini.

Year	Population (1,000)	Age composition (%)			Rate of population change (%)	Population density (per km ²)
		0-14 years old	15-64	65 years old and over		
1872 ¹⁾	34,806	91
1900 ¹⁾	43,847	33.9	60.7	5.4	0.83	115
1910 ¹⁾	49,184	36.0	58.8	5.2	1.16	129
1920	55,963	36.5	58.3	5.3	1.30	147
1930	64,450	36.6	58.7	4.8	1.42	169
1940	71,933	36.7	58.5	4.8	1.10	188
1950	84,115	35.4	59.6	4.9	1.58	226
1955	90,077	33.4	61.2	5.3	1.38	242
1960	94,302	30.2	64.1	5.7	0.92	253
1965	99,209	25.7	68.0	6.3	1.02	267
1970	104,665	24.0	68.9	7.1	1.08	281
1975	111,940	24.3	67.7	7.9	1.35	300
1980	117,060	23.5	67.4	9.1	0.90	314
1985	121,049	21.5	68.2	10.3	0.67	325
1990	123,611	18.2	69.7	12.1	0.42	332
1995	125,570	16.0	69.5	14.6	0.31	337
2000	126,926	14.6	68.1	17.4	0.21	340
2005	127,768	13.8	66.1	20.2	0.13	343
2010	128,057	13.2	63.8	23.0	0.05	343
2015	127,095	12.6	60.7	26.6	-0.15	341
2016	126,933	12.4	60.3	27.3	-0.13	340
2017	126,706	12.3	60.0	27.7	-0.18	340
2018	126,443	12.2	59.7	28.1	-0.21	339
2019	126,167	12.1	59.5	28.4	-0.22	338
2020*	125,708	12.0	59.3	28.8	-0.36	337
(Projection, 2017)						
2030	119,125	11.1	57.7	31.2	-0.54	319
2040	110,919	10.8	53.9	35.4	-0.71	297
2050	101,923	10.6	51.8	37.7	-0.84	273
2060	92,840	10.2	51.6	38.1	-0.93	249

Gambar 1.2 Data Populasi Penduduk Jepang
(Sumber: Biro Statistik Jepang Tahun 2020)

Berdasarkan data pada tabel gambar 1.2 di atas dapat dilihat bahwa setelah tahun 1975 jumlah anak-anak usia 0-14 tahun sedikit demi sedikit mengalami penurunan. Anak-anak usia 0-14 tahun pada 1975 berjumlah 24,3% dari total populasi sedangkan pada tahun 2020 jumlah anak-anak hanya 12% dari sekitar 125,71 juta populasi Jepang. Sebaliknya jumlah penduduk lansia tiap tahun semakin

meningkat. Hal ini dapat dilihat bahwa jumlah angka lansia jauh lebih banyak dibandingkan jumlah anak-anak yaitu sekitar 28,8% dari total populasi Jepang tahun 2020. Dengan kondisi seperti itu maka jumlah angka usia produktif sebagai sumber daya manusia untuk membangun perekonomian negara akan terus berkurang karena tidak adanya pergantian generasi.

Depopulasi tersebut disebabkan oleh berbagai macam faktor seperti adanya kesetaraan gender, modernisasi, kemajuan teknologi maupun adanya perubahan struktur sosial di dalam masyarakat Jepang itu sendiri. Pada masa sebelum perang, anak-anak di Jepang dianggap sebagai harta kekayaan walaupun membutuhkan biaya yang tinggi untuk menghidupi mereka. Hal itu dikarenakan masyarakat Jepang menganggap setiap anak sebagai calon pendukung usaha orang tua. Tetapi setelah perang, keberadaan anak-anak dalam keluarga Jepang mulai dipertimbangkan seiring berkembangnya barang-barang konsumsi yang tahan lama dan meningkatnya kebutuhan konsumsi yang sering kali dikaitkan dengan pengendalian terhadap kelahiran guna mengurangi biaya-biaya konsumsi (Fukutake, 1988:19).

Di sisi lain pencapaian pendidikan tinggi Strata 1 (S1) merupakan faktor sosial ekonomi utama yang menyebabkan penurunan jumlah kelahiran di Jepang sejak pertengahan tahun 1970-an dimana para perempuan Jepang banyak yang menunda pernikahan dan angka pernikahan menjadi berkurang (Tsuya dan Mason, 1995). Dengan adanya modernisasi, para perempuan juga turut andil dalam dunia kerja sehingga semakin mendorong penurunan fertilitas. Di Jepang dan Korea peningkatan jumlah wanita bekerja terjadi pada usia dua puluhan, atau awal tiga puluhan yang merupakan usia produktif untuk menikah dan melahirkan anak. Dibandingkan dengan Dunia Barat, pengasuhan dan pendidikan anak di kawasan Asia Timur jauh lebih berat dan kompetitif, sehingga orang tua terutama ibu merasa tertekan untuk berkontribusi dalam rumah tangga dan pengasuhan anak (Tsuya dan Choe, 2004) untuk menghadapi peningkatan peluang ekonomi dan perubahan sikap terhadap peran gender tradisional. Persepsi tentang kewajiban berat terkait pemeliharaan rumah tangga dan pengasuhan anak yang membuat perempuan muda Asia Timur enggan untuk menikah apalagi untuk memiliki keturunan.

Penurunan angka kelahiran yang dialami oleh Jepang secara terus-menerus pasca perang dunia kedua disebut dengan istilah *shoushika*. *Shoushika* berasal dari kanji 「少」 yang berarti sedikit, 「子」 berarti anak dan 「化」 berarti perubahan. Sehingga *shoushika* dapat diartikan sebagai suatu perubahan dimana kondisi jumlah kelahiran bayi yang menurun atau jumlah anak yang dilahirkan semakin berkurang (Yamada, 2007:3). *Shoushika* yang terjadi di Jepang hingga saat ini tidak dapat terlepas dari generasi muda Jepang terutama para perempuan yang berperan penting sebagai aktor untuk berupaya meningkatkan angka kelahiran. Pergeseran makna pernikahan di zaman modern ini sangat mempengaruhi menurunnya minat mereka untuk menikah apalagi untuk memiliki seorang anak. Generasi muda Jepang saat ini terutama kaum perempuan lebih tertarik untuk fokus berkarir daripada harus terikat dalam hubungan suami istri dan beban membesarkan anak. Ditambah dengan kemajuan teknologi yang begitu pesat, sehingga mereka lebih memilih memanfaatkan teknologi yang praktis dan nyaman. Mereka beranggapan tidak lagi membutuhkan pasangan hidup untuk melakukan aktivitas keseharian.

TINJAUAN PUSTAKA

Penulis menggunakan beberapa kajian dari studi terdahulu untuk acuan dan referensi penelitian yang memiliki relevansi dengan tulisan yang diangkat. Widrahesti dan Ayu (2012) dalam artikel yang berjudul “*Fenomena Penurunan Angka Kelahiran di Jepang Pasca Perang Dunia II Sampai 2012*” memfokuskan bagaimana modernisasi dan feminisme merupakan faktor terbesar yang menyebabkan terjadinya fenomena *shoushika*. Salah satu terjadinya *Shoushika* di Jepang disebabkan karena industrialisme yang mulai merubah pola pikir perempuan menjadi lebih modern. Dalam industrialisasi di Jepang, perempuan pekerja terkonsentrasi dibidang jasa, penjualan, restoran, keuangan dan asuransi, sedangkan di industri manufaktur perempuan terkonsentrasi pada produksi tekstil dan makanan. Melihat rasio ini, dapat dikatakan bahwa perempuan Jepang modern lebih memilih untuk menikmati aktivitas di dunia masyarakat modern yang sibuk daripada hanya berkonsentrasi pada pekerjaan rumah. Faktanya, perempuan Jepang menghadapi masalah

yang lebih kompleks dari pada pria Jepang. Perempuan Jepang harus melakukan tiga hal dalam tahap kehidupan mereka, yaitu pernikahan, persalinan, dan sekolah anak. Tiga hal inilah yang sering menjadi pemikiran mengapa perempuan Jepang lebih memilih bertahan dalam karir profesionalnya dibandingkan harus mengabdikan dalam rumah tangga. Data penelitian yang dilakukan Widarasthy dan Ayu hanya berkisar dari pasca Perang Dunia Kedua hingga tahun 2012. Sedangkan untuk menghasilkan penelitian yang lebih dalam berkaitan dengan *Shoushika* maka peneliti melibatkan beberapa informan dan data terakhir untuk dapat memberikan gambaran situasi kekinian di Jepang.

Mulyadi (2018) dalam artikel yang berjudul “*Fenomena Penurunan Angka Pernikahan dan Perkembangan Budaya Omiai di Jepang*” mengkaji tentang perubahan cara pandang perempuan Jepang terhadap pernikahan yang menjadi salah satu faktor penyebab terus berkurangnya populasi di Jepang. Dalam penelitian ini juga dibahas mengenai perjodohan *omiai* untuk menarik para anak muda di Jepang terhadap pernikahan. Hasil penelitian Mulyadi mengungkapkan di tengah modernisasi seperti sekarang, hampir seluruh perempuan di Jepang memutuskan untuk berkarir dan menggeluti hobi mereka daripada harus menjalin hubungan asmara. Menurut mereka menjalin hubungan asmara hanyalah membuang waktu dan uang saja. Banyak perempuan Jepang yang memiliki pemikiran bahwa secara finansial membangun rumah tangga adalah hal yang sangat berat. Mereka juga tidak memiliki daya tarik akan keuntungan dari sebuah pernikahan. Maka dari itu mereka lebih memutuskan untuk hidup sendiri. Dengan adanya kondisi tersebut, pemerintah Jepang akhirnya meng-ilegalkan kembali undang-undang aborsi. Selain itu baik dari pihak pemerintah maupun swasta juga mencanangkan berbagai program untuk meningkatkan jumlah populasi mereka. Salah satunya adalah perjodohan *omiai*. Namun model dari perjodohan yang diselenggarakan merupakan adaptasi dari *omiai* yang jauh lebih modern. Bahkan, ada sebuah lembaga perjodohan bernama *Zenkoku Nakodo Rengokai* yang berarti Asosiasi Perjodohan Nasional. Lembaga tersebut bisa dikatakan sebagai “*upgraded version of omiai*” karena beberapa sistemnya masih menggunakan metode *omiai* pada zaman dahulu. Tema penelitian yang dilakukan oleh Mulyadi juga berkaitan dengan penurunan jumlah angka kelahiran di Jepang yang kemudian memicu

pemerintah dan pihak swasta untuk membuat biro perijodohan agar semakin banyak para perempuan Jepang yang mau menikah. Dalam penelitian Mulyadi lebih membahas tentang budaya dan perkembangan *omiai* untuk meningkatkan jumlah pernikahan dan kelahiran, sedangkan dalam penelitian ini lebih fokus mengenai faktor-faktor penyebab penurunan jumlah angka kelahiran (*Shoushika*).

LANDASAN TEORI

Penelitian ini menggunakan dua teori yang terkait, yaitu teori pilihan rasional (James Coleman) dan teori perubahan sosial (Piotr Sztompka) berkaitan dengan topik yang diangkat. Hal mana dapat diuraikan sebagai berikut:

Teori Pilihan Rasional

Pilihan individu maupun kelompok berfokus pada sistem sosial, tetapi fenomena makro dalam masyarakat harus dijelaskan oleh faktor internal, khususnya oleh faktor individu. Di antara alasan untuk memilih fokus pada level individual adalah merupakan level di mana "intervensi" bukan hanya sekedar kegiatan akademis tetapi juga mampu mempengaruhi lingkungan sosial (Ritzer dan Stepnisky, 2019:347). Intervensi merupakan sebuah campur tangan yang dilakukan oleh seseorang, dua orang atau bahkan yang dilakukan oleh negara. Dari adanya intervensi tersebut kemudian diharapkan mampu menciptakan sebuah perubahan sosial. Individu adalah hal yang berperan sangat penting di dalam sebuah sistem sosial karena menentukan berjalan tidaknya suatu sistem tersebut. Bahkan sebelum sistem itu terbentuk, dari tiap individu yang dikumpulkan menjadi satu kemudian disusun untuk menghasilkan sebuah sistem sosial. Dalam hal ini, setiap individu beraksi secara jelas dan sengaja untuk meraih sebuah 'tujuan' seperti memaksimalkan utilitas, pemuasan dari kebutuhan dan keinginan mereka, di mana tujuan tersebut dan aksinya dibentuk oleh nilai-nilai dan preferensi Coleman (Ritzer, dan Jeffrey Stepnisky 2019: 397). Teori pilihan rasional Coleman ini tampak jelas dalam gagasan dasarnya bahwa tindakan perseorangan mengarah pada suatu tujuan dan tujuan tersebut adalah tindakan yang

ditentukan oleh nilai atau preferensi. Unsur utama dalam teori ini yaitu para pelaku dan juga sumber daya. Dengan dua unsur penting ini, dapat dirinci bagaimana interaksi para individu mengantar pada level sistem sosial. Landasan minimal bagi sistem aksi sosial adalah dua pelaku, di mana masing-masing memiliki sumber daya yang menjadi ketertarikan atau kepentingan dari pihak lain Coleman (Ritzer, dan Jeffrey Stepnisky 2019:401). Pelaku selalu mempunyai tujuan, dan masing-masing bertujuan untuk memaksimalkan wujud dari kepentingannya yang memberikan ciri saling ketergantungan pada aksi pelaku tersebut.

Semakin sering aksi dilakukan seseorang, semakin mendapatkan penghargaan dan semakin besar kemungkinan orang tersebut untuk mengulangi aksinya tersebut. Semakin sering seseorang mendapatkan saran yang berguna di masa lalu, mereka akan semakin sering meminta tambahan saran dan nasihat, begitu pula sebaliknya. Secara umum, perilaku yang sesuai dengan proposisi keberhasilan mencakup tiga tahapan: pertama aksi seseorang, kedua respon yang diperoleh dan ketiga, pengulangan dari aksi yang sama atau serupa (Ritzer, dan Stepnisky 2019: 363). Semakin besar keuntungan yang diperoleh seseorang dari aksi yang dilakukan, semakin besar kemungkinan dia akan melakukan kembali aksi tersebut. Ketika aksi seseorang tidak menerima penghargaan yang diharapkan, atau menerima hukuman yang tidak dia harapkan, dia akan menjadi marah dan cenderung membuat perilaku yang agresif, dan hasil dari perilaku semacam itu menjadi lebih bernilai bagi dirinya. Ketika seseorang tidak memperoleh apa yang diharapkannya, dia merasa frustrasi. Ketika aksi seseorang menerima penghargaan yang diharapkan, atau bahkan penghargaan yang lebih besar dari yang diperkirakan, atau tidak menerima hukuman sebagaimana yang diperkirakan, dia akan senang; dia akan cenderung menunjukkan perilaku yang mendapatkan pengakuan atau persetujuan, dan hasil dari perilaku semacam itu menjadi lebih bernilai bagi dirinya.

Aksi atau tindakan individu paling tidak memiliki dua batasan utama yaitu adalah kelangkaan dari sumber daya yang tersedia dan lembaga-lembaga sosial (Friedman dan Hechter, 1988:202). Dalam usaha mencapai sebuah tujuan, para pelaku harus memperhitungkan kerugian yang muncul jika mereka membatalkan pilihan tindakan yang paling menarik. Dua ide lain yang dipandang sebagai landasan dari teori pilihan rasional adalah mekanisme agregasi, atau proses di

mana aksi individual yang terpisah berpadu menghasilkan suatu hasil sosial dan pentingnya pengaruh informasi dalam pembuatan pilihan rasional (Ritzer, dan Stepnisky 2019: 357).

Teori Sosiologi Perubahan Sosial

Perubahan sosial adalah perubahan yang senantiasa terjadi pada Lembaga masyarakat yang dapat memengaruhi lapisan sosialnya, termasuk nilai-nilai sosial, sikap sosial dan pola perilaku di dalam kelompok-kelompok masyarakat. Berbicara tentang perubahan, kita membayangkan sesuatu yang terjadi setelah jangka waktu tertentu serta berurusan dengan perbedaan keadaan yang diamati antara sebelum dan sesudah jangka waktu tertentu (Sztompka, 2011).

Perubahan sosial adalah perubahan pola perilaku, hubungan sosial, lembaga dan struktur sosial pada waktu tertentu. Alasan dibalik lebih seringnya penekanan ditujukan pada perubahan struktural dibandingkan dengan tipe lain adalah karena perubahan struktural itu lebih mengarah kepada perubahan sistem sebagai keseluruhan daripada perubahan di dalam sistem sosial saja. Struktur sosial merupakan sejenis kerangka pembentukan masyarakat dan operasinya. Jika strukturnya berubah, maka semua unsur lain cenderung akan ikut berubah (Farley, 1990: 626). Sistem sosial dapat diterapkan di berbagai tingkatan masyarakat baik makro, mezo, dan mikro. Pada tingkat makro terjadi perubahan seperti: internasional, bangsa, dan negara. Pada tingkat mezo seperti pada perusahaan, partai politik, gerakan keagamaan dan asosiasi besar. Atau di tingkat mikro seperti pada keluarga, komunitas, kelompok pekerjaan dan lingkungan pertemanan. Masyarakat merupakan sebuah sistem sosial yang fleksibel “lunak”. Kriteria akan kemajuan makna serta arah ditentukan oleh kebebasan individu, namun apabila hal tersebut dapat membahayakan kebebasan orang lain maka seseorang akan dikekang atau dibatasi tindakannya (Sztompka, 2011: 26).

Perubahan sosial adalah setiap perubahan yang tak terulang dan sistem sosial merupakan satu kesatuan. Perubahan sosial dapat dibedakan menjadi beberapa jenis, tergantung pada sudut pengamatan, apakah dari sudut aspek, fragmen atau dimensi sistem sosialnya. Hal ini disebabkan karena keadaan sistem sosial itu tidak sederhana, tidak hanya berdimensi tunggal, tetapi muncul sebagai

kombinasi atau gabungan hasil keadaan berbagai komponen seperti berikut.

1. Unsur-unsur pokok yang meliputi jumlah dan jenis individu, serta tindakan mereka.
2. Hubungan antar unsur seperti ikatan sosial, loyalitas, ketergantungan, hubungan antar individu dan integrasi.
3. Berfungsinya unsur-unsur di dalam sistem sosial seperti peran pekerjaan yang dimainkan oleh individu atau diperlukannya tindakan tertentu untuk melestarikan ketertiban sosial.
4. Pemeliharaan batas seperti kriteria untuk menentukan siapa saja yang termasuk anggota sistem, syarat penerimaan individu dalam kelompok, prinsip rekrutmen dalam organisasi, dan sebagainya.
5. Subsistem yang meliputi jumlah dan jenis seksi, segmen, atau divisi khusus yang dapat dibedakan.
6. Lingkungan yang meliputi keadaan alam atau lokasi geopolitik (Sztompka, 2011:3)

Terciptanya keseimbangan atau kegoncangan, konsensus atau pertikaian, harmoni atau perselisihan, kerjasama atau konflik, damai atau perang, kemakmuran atau krisis dan sebagainya, berasal dari sifat saling memengaruhi dari keseluruhan ciri-ciri sistem sosial yang kompleks itu.

PEMBAHASAN

1. Gerakan Gender di Jepang

Feminisme tidak dapat terlepas dari konsep antara jenis kelamin dan gender. Antara jenis kelamin dan gender, merupakan hal yang berbeda. *“Sex refers to the biological differences between men and women, the result of differences in the chromosomes of the embryo.”* Konsep sex atau jenis kelamin mengacu pada perbedaan biologis antara pria dan wanita atau perbedaan antara tubuh pria dan wanita. (Moore dan Sinclair 1995:117). Sebaliknya konsep gender menurut Giddens (2011:158) mengacu pada: *“the psychological, social and cultural differences between males and females”* atau dengan kata lain perbedaan psikologis, sosial, dan budaya antara pria dan wanita.

Seiring dengan perkembangan zaman, timbul istilah stratifikasi gender (*gender stratification*). Stratifikasi gender didefinisikan sebagai “*the unequal distribution of wealth, power and privilege between the two sexes*”, stratifikasi gender dipandang sebagai ketimpangan dalam kekayaan, kekuasaan, serta hak-hak diantara laki-laki dan perempuan. Ketimpangan ini dapat dilihat dalam berbagai bidang terutama sektor pekerjaan, rumah tangga dan keluarga bahkan hingga bidang politik (Macionis, 1996: 245-246). Dengan adanya stratifikasi gender ini, telah mendorong lahirnya gerakan sosial maupun perubahan di kalangan wanita. Hal ini bertujuan untuk membela maupun memperluas hak-hak kaum perempuan, yang disebut dengan gerakan feminisme. Gerakan feminisme pertama kali muncul di Perancis pada abad ke-18 kemudian meluas ke negara-negara lain di benua Eropa, Amerika, Afrika, bahkan hingga ke benua Asia. Di Jepang sendiri, gerakan feminisme sudah ada cukup lama, namun baru mulai terkenal luas sekitar tahun 1970-an, seperti yang dikemukakan Vera (2003:1):

‘Some of these 1970s feminists also went on to explore the history of women in their own country, and came to discover a history of feminism in Japan which stretched back at least to the 1870s. In every decade of Japan’s modern history, men and women had been addressed in genderspecific ways in government policies and political statements and through cultural products.’

‘Beberapa feminis tahun 1970-an ini juga terus menyelidiki sejarah wanita di negara mereka sendiri, dan datang untuk menggali sejarah feminisme di Jepang yang meluas kembali setidaknya sampai tahun 1870-an. Di setiap dekade sejarah modern Jepang, pria dan wanita telah disebutkan dalam hal-hal khusus gender di kebijakan-kebijakan pemerintah dan pernyataan-pernyataan politik dan melalui produk-produk budaya.’

Pasca Perang Dunia II, feminisme mulai memperlihatkan pergerakannya, berbagai tokoh maupun kampanye mulai menunjukkan aksi mereka. Tujuan utama dari feminisme di Jepang adalah untuk membebaskan kaum wanita dari belenggu budaya patriarki serta memulihkan hak-hak mereka baik dari segi pendidikan, politik maupun pemerintahan serta hak-hak mereka di dunia kerja. Gerakan

feminisme yang sangat terkenal di Jepang kala itu adalah *The New Women Association*, *The Red Wave Society*, *Tokyo Federation of Women's Organizations*. Organisasi penggerak feminisme ini mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap kaum perempuan Jepang khususnya di era modern.

The New Woman Association atau yang dalam Bahasa Jepang disebut *Shin Fujin Kyokai*, dibentuk oleh Richo Hiratsuka, Ichikawa Fusae, dan Oku Mumeo pada tahun 1920. Tujuan dibentuknya organisasi ini adalah untuk memperoleh hak perlindungan dan inklusi melalui pengidentifikasin golongan. Pada Nopember 1919 Hiratsuka Menyampaikan pidato “Menuju Unifikasi Perempuan” yang bertempat di *All Kansai Federation of Women's Organizations*. Isi pidato tersebut memuat permohonan terhadap hak-hak perempuan dengan tujuan mereka dapat berkontribusi untuk masa depan negara.

Selama organisasi ini terbentuk, para anggotanya menyiapkan dua buah tuntutan sebagai langkah awal untuk memperjuangkan hak-hak kaum perempuan. Mereka menuntut agar Undang-undang Polisi Perdamaian Umum versi revisi Undang-undang Asosiasi dan Majelis Politik tahun 1890 yang melarang perempuan untuk berpartisipasi dalam kegiatan politik, agar undang-undang tersebut segera diamandemen. Yang kedua, mereka menginginkan agar mendapatkan perlindungan dari suami ataupun tunangan yang mengidap penyakit menular seksual. Versi revisi Undang-undang KUH Perdata tahun 1898.¹ menyatakan bahwa seorang wanita dapat diceraikan dan penjara selama dua tahun apabila melakukan perzinahan. Namun apabila laki-laki yang melakukan perzinahan, seorang wanita tidak dapat menceraikannya. *Shin Fujin Kyokai ingin* menentang masyarakat patriarki dan menginginkan reformasi agar pendapat perlindungan dari suami atau tunangan mereka yang mengalami penyakit seksual, dengan begitu mereka bisa menjadi istri ataupun ibu yang lebih baik.

Dari dua tuntutan yang diajukan, hanya satu yang disetujui oleh pemerintah yaitu kebijakan untuk menghadiri pertemuan politik yang diajukan ke peradilan pada tahun 1921, yang pada akhirnya petisi ini kalah di peradilan tahun 1922. Akan tetapi pada akhirnya pihak pengadilan melakukan amandemen terhadap Pasal 5 Undang-Undang Polisi yang dikeluarkan tahun 1886 (*Chian Keisatsu Hou*) pada tahun 1922 yang isi perubahannya memungkinkan kaum perempuan Jepang untuk turut menghadiri kegiatan politik dengan

tetap melarang mereka bergabung ke dalam partai dan memberikan suara (Takamura, 1980: 268-270). Walaupun tuntutan maupun petisi mereka tidak semuanya dikabulkan pemerintah, asosiasi ini tentunya memiliki pengaruh yang besar bagi wanita Jepang. Sehingga dengan amandemen *Chian Keisatsu Hou* berarti sudah mulai diakuinya legalitas kaum perempuan dalam berpartisipasi di dunia politik oleh pemerintah. Namun, akibat adanya tekanan internal dan juga pemerintah akhirnya *Shin Fujin Kyokai* dibubarkan juga pada tahun 1992, di tahun yang sama atas keberhasilan perjuangan mereka.

Organisasi perempuan selanjutnya bernama *The Red Wave Society*. Organisasi ini bergerak mempengaruhi perempuan Jepang sehingga melahirkan kelompok baru pejuang kesetaraan sosial antara pria dan wanita. Dari kelompok tersebut mereka membagi tugas untuk memperjuangkan hak-hak di bidang politik dan ada yang berjuang untuk menuntut rantai prostitusi. Sementara para ibu rumah tangga menyuarakan pendapat agar peranan mereka di rumah bisa jauh lebih meningkat dan maksimal. Salah satu tuntutan hak yang berhasil dicapai oleh organisasi *The Red Wave Society* adalah terwujudnya keadilan terhadap kaum perempuan yang bekerja di pabrik tekstil pada masa industrialisasi sehingga kehidupan wanita Jepang mulai mengalami peningkatan dari waktu ke waktu dan dapat membantu memperbaiki perekonomian keluarga mereka.

Organisasi wanita Jepang terkenal selanjutnya adalah *Tokyo Federation of Women's Organizations* yang dalam bahasa Jepang disebut *Tokyo Rengo Funjinka*. Organisasi ini terbentuk pada tanggal 28 September 1923 atas kesepakatan 100 pemimpin dari berbagai organisasi wanita Jepang kala itu. Dalam menjalankan tugas, asosiasi ini dibagi menjadi lima bagian, yaitu bidang kemasyarakatan, pekerjaan, tenaga kerja, pendidikan, dan pemerintahan. Organisasi pada bidang pemerintahan memiliki tugas untuk memperjuangkan hak-hak perempuan agar bisa memperoleh posisi jabatan kenegaraan. Hal tersebut bertujuan agar perempuan Jepang memiliki hak pilih dalam politik, serta meningkatkan status perempuan dalam bidang politik pemerintahan. Organisasi ini pada akhirnya memutuskan untuk berdiri sendiri dengan nama *Fujin Sanseiken Kakutoku Kisei Domei*. dan lepas dari *Tokyo Rengo Funjinka*. Selain memperjuangkan hak-hak pada bidang politik pemerintahan, sebagai advokasi perempuan yang paling berpengaruh kala itu juga turut membantu memperjuangkan hak-hak perempuan Jepang untuk

mendapat pengakuan dalam berbagai bidang seperti perlindungan para buruh perempuan, kesejahteraan bagi single mother serta kegiatan lain yang melahirkan kesejahteraan sosial terhadap perempuan (Nurliana, 1996: 18-20).

2. *Shoushika* di Jepang Sebagai Implikasi dari Gerakan Feminisme

Lahirnya gerakan feminisme di tengah-tengah masyarakat Jepang membawa banyak perubahan terhadap kaum perempuan. Dengan munculnya berbagai gerakan feminisme, sedikit demi sedikit mereka mulai mendapatkan kebebasan untuk berpendapat, terjun ke dunia kerja dan berpolitik. Mereka mulai mendapatkan kesempatan untuk mengeskpresikan diri dan mengembangkan bakat tanpa ketergantungan terhadap kaum laki-laki walaupun pro dan kontra tidak luput dari kehidupan mereka khususnya dari masyarakat yang masih memegang teguh prinsip patriarki. Bagi kaum partriakal, mereka menganggap bahwa lahirnya feminisme di tengah-tengah masyarakat Jepang memiliki pengaruh yang begitu besar terhadap jumlah kelahiran bayi yang berkurang setiap tahunnya (Tsuya, 2015:51). Berkenaan dengan feminisme yang berimplikasi pada menurunnya kelahiran bayi di Jepang, lebih lanjut dikuatkan oleh pandangan beberapa informan sebagai berikut di bawah ini.

Informan atas nama Arima Yuu saat diwawancarai melalui telepon menyatakan bahwa karena dia perempuan, kalau menikah dan punya anak maka harus mengambil cuti melahirkan dan cuti mengasuh anak, dan sulit untuk mengambil pekerjaan penting. Maka dari itu banyak orang berpikir bahwa pekerjaan lebih penting daripada pernikahan.² Hal senada diungkapkan Karen Matsuyama bahwa masyarakat Jepang tidak didukung oleh pola pengasuhan anak yang baik, dan tidak ada cuti pengasuhan anak bagi laki-laki. Sehingga semuanya dibebankan pada pihak perempuan. Dengan adanya kesetaraan gender antara pria dan wanita baik di dunia kerja bahkan politik, perempuan Jepang zaman sekarang lebih memilih untuk bekerja dan mengejar karier, dibandingkan harus mengurus seorang anak yang sangat melelahkan.³

Masih berkaitan dengan feminisme sebagai penyebab munculnya *shoushika* di Jepang informan bernama Natsuki Hidaka saat diwawancarai menyatakan bahwa dengan adanya kesetaraan sosial pria dan wanita di Jepang menyebabkan meningkatnya

pemikiran akan mudahnya hidup melajang perempuan Jepang zaman sekarang sangat jauh berbeda dengan dahulu. Zaman sekarang bukan suatu kewajiban lagi seorang perempuan untuk menikah ataupun membesarkan seorang anak. Perempuan Jepang juga tampaknya bisa jauh lebih mandiri dan bisa menghasilkan uang tanpa tergantung pada seorang laki-laki atau suami.⁴

Pandangan ketiga informan di atas yang masih memiliki relevansi yang sama berkenaan dengan feminisme sebagai salah satu penyebab fenomena *shoushika* di Jepang dikuatkan oleh Vera (2003:25) bahwa feminisme menciptakan fenomena-fenomena baru di Jepang khususnya pada awal masa industrialisasi di Jepang. Fenomena yang terjadi yaitu, banyaknya wanita karir (*career woman*), pasangan yang memutuskan untuk tidak mempunyai anak ataupun cukup hanya dengan satu anak (*hitoriko*), fenomena telat menikah (*bankonka*) bahkan muncul fenomena menolah pernikahan (*hikonka*).

Selain faktor di atas keberadaan ideologi “*okaasan ganbareron*” (ibu jangan menyerah!) serta slogan “*good mother*” dan “*wise mother*” yang berkembang di tengah masyarakat Jepang sejak zaman dahulu memiliki pengaruh yang besar terhadap kesetaraan hak-hak perempuan. Mereka semua dituntut hanya untuk menjadi ibu rumah tangga, merawat anak serta melayani keluarga dengan baik. Oleh karena itu, para perempuan Jepang merasa sangat dirugikan karena kesempatan mereka untuk berkarir di dunia kerja hanyalah sebuah angan belaka. Dengan adanya ideologi tersebut, tentu mereka merasa sangat dirugikan karena tidak bisa seperti kaum laki-laki yang dengan mudahnya bisa merasakan dunia kerja bahkan hingga politik. Dengan begitu lambat laun para perempuan Jepang mulai mengabaikan ideologi dan pandangan masyarakat yang mengharuskan kaum perempuan hanya mengurus rumah saja. Mereka mulai mencoba meniti karir dan juga menjalankan hobi. Mereka mulai menunda pernikahan bahkan tidak ingin menikah.

Secara umum, faktor-faktor yang menyebabkan para perempuan Jepang modern lebih memilih untuk fokus berkarir karena pada dasarnya kehidupan wanita jauh lebih kompleks dibandingkan dengan laki-laki. Dalam hidupnya, perempuan akan mengalami tiga fase kehidupan yaitu, menikah, memiliki anak, serta mengasuh anak. Hal terberat bagi wanita Jepang adalah ketika anak-anak mereka mulai memasuki masa sekolah. Dibandingkan dengan dunia barat,

pola asuh anak di dunia timur cenderung lebih intensif. Selain itu, sistem pendidikan formal juga jauh lebih kompetitif, hal tersebut ditandai dengan metode penerimaan siswanya. Anak-anak yang gagal masuk ke sekolah bergengsi tentunya akan membawa kerugian ekonomi dan sosial bagi orang tua mereka, terutama sang ibu. Seorang ibu jauh lebih merasa tertekan ketika anak-anak mereka yang sudah dibesarkan dan dididik untuk bisa membanggakan dalam dunia akademis mengalami kegagalan. Maka dari itu, persepsi tentang kewajiban berat terkait pemeliharaan rumah tangga dan mengasuh anak juga menyebabkan perempuan muda Asia Timur enggan untuk menikah (Tsuya, 2015:52).

Dilema yang dialami perempuan-perempuan Jepang ini kemudian memunculkan fenomena lainnya yaitu, menurunnya tingkat pernikahan di Jepang yang menyebabkan terjadinya gap generation di Jepang. Permasalahan penundaan pernikahan ini muncul sebagai masalah sosial di Jepang pada awal tahun 1990an, yang kemudian dikaitkan dengan menurunnya angka kelahiran. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh *Economic Planning Agency* bahwa hal yang menyebabkan Jepang menjadi negara yang “*shoushika*” yaitu disebabkan oleh munculnya tren “*bankonka*” (*delayed marriage*) dan “*hikonka*” (*nonmarriage*) (Nakano & Moeko, 2004:138).

Pandangan para ahli di atas dikuatkan Sasagawa (2004:173) bahwa faktor terpenting yang menyebabkan perempuan Jepang lebih memilih tetap berada dalam karir atau universitas adalah karena adanya tekanan masyarakat mengenai mitos “*motherhood*”. *Motherhood* dapat didefinisikan sebagai pekerjaan tanpa bayaran dan membutuhkan pengorbanan serta dedikasi yang tinggi bagi perempuan yang sudah berumah tangga. Bagi wanita modern, hal tersebut hanya menempatkan mereka pada kelas terendah dalam keluarga. Kehidupan wanita Jepang secara historis hanya tentang pengabdian kepada tiga laki-laki yaitu anak laki-laki, suami serta ayah mereka. Hal tersebut tentu membuat mereka sangat sedikit memiliki kesempatan untuk mengembangkan potensi dan keahlian yang mereka miliki ataupun sekedar untuk menjalankan hobi.

Bangsa Jepang merupakan sebuah bangsa yang menganut sistem patriarki yang sudah diturunkan dari generasi ke generasi. Sistem patriarki menempatkan laki-laki sebagai kelas dominan dalam keluarga yang membawahi perempuan, anak-anak dan harta benda dalam keluarga. Dalam hal ini pihak wanita merasa sangat dirugikan

karena tidak dapat berkesempatan untuk mendapatkan hak-hak mereka seperti kaum laki-laki yang bebas mengenyam pendidikan, berkarir atau bahkan terjun ke dunia politik sehingga terjadilah kesenjangan gender. Karena, meskipun kesempatan berkarir dapat dimiliki oleh para wanita Jepang, tentu hal tersebut menjadi beban ganda mengurus rumah dan juga bekerja. Dengan demikian wanita Jepang memanfaatkan feminisme sebagai pendobrak budaya patriarki dan ketidaksetaraan gender yang dialami oleh mereka, walaupun hak-hak yang mereka tuntut selama ini belum sepenuhnya setara dengan laki-laki. Di sisi lain, tentu feminisme tidak hanya membawa dampak positif saja, kemajuan dan kemandirian wanita Jepang saat ini juga berdampak negatif terhadap penurunan angka pernikahan dan kelahiran bayi di Jepang. Mereka lebih memilih untuk fokus menjalankan hobi dan memanfaatkan kesempatan untuk berkarir tanpa terikat akan tugas dan kewajiban rumah tangga sehingga hal ini menjadi salah satu pemicu fenomena *shoushika* di dalam masyarakat Jepang.

Pandangan para informan dan pendapat para ahli berkaitan dengan pemikiran kaum wanita Jepang terhadap feminisme dikuatkan oleh pandangan Ritzer, dan Stepnisky (2019: 363) bahwa semua aksi yang dilakukan oleh manusia, semakin sering aksi tertentu dari seseorang mendapatkan penghargaan, semakin besar kemungkinan orang tersebut untuk mengulangi aksinya tersebut. Semakin sering seseorang mendapatkan saran yang berguna di masa lalu, dia akan semakin sering meminta tambahan saran dan nasehat begitu pula sebaliknya. Secara umum, perilaku yang sesuai dengan proposisi keberhasilan seseorang terdiri dari tiga tahapan yaitu aksi seseorang, respons yang diperoleh dan pengulangan dari aksi yang sama atau serupa.

3. Timbulnya *Koureka Shakai*

Perubahan sosial yang terjadi pada masyarakat Jepang dari tradisional *ie* menjadi *kaku kazoku* tentu membawa banyak perubahan terhadap ekonomi dan sosial masyarakatnya, terutama terkait dengan demografi. Dengan adanya modernisasi dan perubahan dalam sistem masyarakat Jepang, telah melahirkan suatu fenomena yang disebut dengan *Shoushika*. Namun di sisi lain, bukan hanya kekurangan angka kelahiran bayi saja yang menjadi masalah, jumlah lansia yang

begitu banyak melebihi jumlah angka kelahiran tentu juga menjadi permasalahan besar bagi negara itu sendiri. Antara tahun 1980-an sampai 1990-an pertama kali istilah *shoushikoureika gensho* (少子高齢化現象) muncul dalam surat kabar. Istilah tersebut digunakan untuk menggambarkan kondisi demografi Jepang yang mengalami krisis angka kelahiran yang dengan bersamaan mengalami ledakan penduduk usia lansia (Coulmas, 2007: 5).

Ledakan penduduk usia lanjut di Jepang disebabkan oleh perubahan komposisi angka kelahiran, usia produktif serta usia lanjut di dalam populasi. Hal tersebut dikarenakan oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi pada bidang kesehatan, sehingga Jepang memiliki angka harapan hidup yang sangat tinggi jika dibandingkan dengan negara-negara lain. Selain itu, akibat adanya modernisasi maupun gerakan feminisme khususnya pada kaum wanita, membuat para perempuan Jepang semakin bersifat individualisme sehingga cenderung untuk menunda pernikahan (*bakonka*) ataupun menolak pernikahan (*hikonka*). Wanita Jepang modern lebih berfikir rasional sehingga mereka mulai menyetarakan diri untuk mengenyam pendidikan hingga ke tingkat tinggi dan lebih memilih berkarir daripada mengurus rumah tangga. Hal tersebut menyebabkan jumlah angka kelahiran menjadi dibawah *replacement rate* yang seharusnya (Iskandar, 2019:5).

Kondisi angka kelahiran bayi yang sangat sedikit di Jepang melahirkan fenomena baru yang terjadi di dalam masyarakat Jepang. Fenomena tersebut yaitu *Koureika* (高齢化). *Koureika* terjadi akibat tidak seimbangnya antara angka fertilitas dan mortalitas. Meningkatnya penduduk usia lanjut menyebabkan piramida penduduk bagian atas menjadi lebih lebar dibandingkan dengan bagian bawah. Istilah *Koureika Shakai* pertama kali digunakan pemerintah Jepang pada tahun 1996 dalam keputusan “*Kourei Shakai Seisaku Taikou*” (Pokok Kebijakan Masyarakat Lansia) sebagai pengganti dari istilah “*chouju*” yang memiliki arti berumur Panjang. Istilah *Koureika Shakai* umumnya digunakan untuk orang-orang berumur 65 tahun ke atas, hal tersebut berkaitan dengan perawatan dan perlindungan hari tua mereka.

Suatu negara dapat disebut *koureika shakai* apabila jumlah lansia (umur 65 tahun ke atas) mencapai 7% dari total populasi. Pada tahun 1970, presentase penduduk lansia Jepang menempati posisi 7%

dan tahun 1975 mencapai 12%, Kiyoko (Ambarita, 2015: 48). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa fenomena *koureika* terjadi bersamaan dengan fenomena *Shoushika*. Meledaknya jumlah penduduk usia lanjut di Jepang, dibarengi dengan berubahnya struktur dalam keluarga dari keluarga tradisional *ie* menjadi keluarga *kaku kazoku* modern dan juga konsep anak dalam keluarga Jepang, kemajuan ekonomi dan depopulasi memberikan dampak buruk bagi masyarakat usia lanjut. Dengan lahirnya corak kehidupan ekonomi baru, industrialisasi telah mengkondisikan para anggota keluarga seperti anak-anak, lansia dan mereka yang mengalami disabilitas tidak dapat lagi berperan dalam ekonomi keluarga. Hal ini disebabkan karena sektor pekerjaan bukan lagi dalam bidang agraris yang dimana semua anggota dapat berpartisipasi di dalamnya (Dwiningrum, 2012:76). Hal ini menyebabkan ikatan keluarga *extended family* atau *ie* mengalami kerenggangan ikatan keluarga. Di sisi lain akibat beralihnya masyarakat Jepang menjadi keluarga modern *kazoku*, dan beralih dari sektor agraris maka kebanyakan para lansia hidup dalam kesendirian. Kebanyakan anggota keluarga yang masih muda memilih untuk tinggal dan bekerja di kota. Hal tersebut membuat para lansia di Jepang masih harus tetap bekerja untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka, karena sudah tidak ada anggota keluarga ataupun anak yang bisa dijadikan sandaran hari tua.

Berkenaan dengan pengaruh semakin sedikitnya usia produktif terhadap para lansia Jepang dikuatkan oleh pandangan beberapa informan sebagai berikut di bawah ini.

Informan bernama Karen Matsuyama saat diwawancarai melalui telepon menyatakan bahwa usia pensiun Jepang adalah 60 tahun, akan tetapi kebanyakan orang saat ini bekerja hingga usia 65 tahun. Jika tingkat kelahiran menurun lebih jauh di masa depan, jumlah biaya pensiun akan berkurang, dan orang tua harus terus bekerja entah sampai umur berapa.⁵ Selanjutnya Taku saat diwawancarai menyatakan bahwa semakin sedikit jumlah usia produktif dan bertambahnya lansia akan timbul kekhawatiran jumlah dana pensiun yang diberikan pemerintah semakin berkurang.⁶

Fenomena *Koureika Shakai* juga menimbulkan masalah sosial lain dalam kehidupan para lansia itu sendiri. Salah satu kasus sosial yang sering menjadi sorotan adalah *kodokushi* (孤独死) atau sering disebut dengan *lonely death* (meninggal dalam kesendirian). *Kodokushi* adalah fenomena yang sering terjadi pada penduduk usia

lanjut yang terpaksa hidup dalam kesendirian karena ditinggalkan anak-anak mereka merantau ke kota, tidak memiliki anak ataupun yang telah mengalami perceraian. Pada tahun 2016, jumlah unit rumah lansia tunggal tanpa anggota keluarga dan anak mencapai 6.599.000 unit (*Ministry of Health, Labor and Welfare, 2016*).⁷

Industrialisasi juga telah mengkondisikan keluarga modern *kaku kazoku* menjadi lebih *mobile* dalam berpindah dari satu tempat ke tempat lain berkaitan dengan pekerjaan mereka. Kondisi ini membuat lemahnya ikatan kekerabatan dalam keluarga besar seperti sistem tradisional *ie* (Dwiningrum, 2012:75). Masyarakat Jepang yang memasuki usia produktif lebih memilih untuk menetap di kota dengan alasan untuk mengejar karier ataupun menempuh pendidikan dan meninggalkan orang tua mereka di pedesaan. Apabila orang tua mereka tidak dititipkan di panti jompo, maka para lansia akan menjalani hari-hari tua mereka dalam kesendirian. Tidak jarang dari mereka jatuh sakit tidak ada yang merawat bahkan hingga meninggal tanpa satu orangpun yang tahu. Dan tidak jarang jasad lansia yang mengalami *kodokushi* baru ditemukan berhari-hari setelah mereka meninggal.

Di satu sisi, meningkatnya angka usia harapan hidup dalam sebuah negara menjadi hal yang sangat positif karena negara tersebut dipandang mampu memberikan dukungan medis yang baik terhadap masyarakatnya. Akan tetapi ditengah kondisi Jepang yang mementingkan individualisme dan berubahnya konsep keluarga *ie* menjadi *kaku kazoku* tentu menimbulkan permasalahan terhadap lansia itu sendiri. Selain peralihan sistem keluarga, masyarakat Jepang juga memiliki istilah dalam hal pengaturan tempat tinggal dengan orang tuanya, yaitu *doukyo* dan *bekkyo*. *Doukyo* adalah istilah yang digunakan bagi mereka yang tinggal bersama orang tua lansia dan seorang anggota keluarga anaknya yang secara umum berarti keluarga dengan tiga generasi. Sedangkan *bekkyo* adalah istilah yang digunakan bagi mereka yang tinggal terpisah dengan orang tua lansia mereka, yang dimana sistem ini lebih cenderung digunakan pada zaman modern seperti sekarang (Kinoshita, dkk, 1992:54). Dengan begitu para lansia di Jepang terpaksa hidup sendiri dan mengalami depresi karena tidak ada tempat hanya untuk sekedar bersandar dan bercerita di masa tuanya. Berkenaan dengan kekhawatiran terhadap kondisi lansia Jepang yang banyak mengalami kesendirian pada masa

tua mereka lanjut dikuatkan oleh pandangan beberapa informan sebagai berikut di bawah ini.

Informan bernisial Natsuki Hidaka saat diwawancarai pada hari Jumat, tanggal 6 Mei 2022 menyatakan bahwa dia khawatir membayangkan situasi ketika tua nanti tidak ada keluarga yang merawat. Misalnya saat sakit ataupun terjatuh di rumah, tidak akan ada orang yang menolong.⁸ Selanjutnya Masuki Hono saat diwawancarai menyatakan juga merasa khawatir bila membayangkan situasi tidak ada keluarga yang merawat di hari tua nanti. Karena kalau tidak memiliki keturunan bisa jadi ketika hari tua nanti akan meninggal dalam keadaan sendirian tanpa ada yang mengetahui.⁹

Pandangan ketiga informan di atas yang masih memiliki relevansi yang sama berkenaan dengan *kodokushi* pada lansia akibat fenomena *shoushika* di Jepang dikuatkan oleh pendapat Fujimori, (Ambarita, 2015: 41) yang mengemukakan bahwa jumlah lansia yang hidup sendiri tanpa sanak saudara dan anak disebabkan oleh dua faktor. Pertama dari sisi status perkawinan (tidak menikah, perceraian atau ditinggal mati oleh pasangan). Kedua, dari relasi keluarga yang terpisah, yakni pada dewasa ini kebanyakan anak-anak di Jepang lebih memilih merantau ke kota-kota besar dan tinggal secara terpisah dengan orang tuanya guna menempuh pendidikan maupun bekerja.

Fenomena ini menunjukkan bahwa kehidupan individu ataupun keluarga merupakan sebuah pilihan dengan dampak yang dapat ditimbulkan atas pilihan tersebut. Fenomena di atas sejalan dengan pendapat Sztompka, (2011:26) bahwa masyarakat tidak lagi dipandang sebagai sebuah sistem yang kaku atau "keras" melainkan dipandang sebagai antar hubungan yang "lunak". Begitu juga kriteria kemajuan makna dan arah perubahan sosial masyarakat ditentukan oleh perkembangan kebebasan individu serta kemajuan moral yang mengekang penggunaan kebebasan jika membahayakan kebebasan orang lain. Dalam hal ini seorang anak berhak untuk menentukan pilihan mereka dengan memutuskan tinggal bersama dengan orang tua lansia ataupun memilih untuk tinggal secara terpisah. Pada zaman modern ini masyarakat Jepang cenderung lebih memilih tinggal secara terpisah dengan orang tua mereka, dimana hal tersebut terjadi berkaitan dengan perubahan konsep keluarga Jepang dari tradisional *ie* menjadi *kaku kazoku*. Dengan pilihan tersebut, tentu menimbulkan dampak bagi orang tua mereka yang merasa terasingkan oleh anak sendiri dan terpaksa menjalani hari tua dalam kesepian tanpa anak.

4. Kekurangan Tenaga Kerja

Perkembangan Jepang menjadi negara modern telah banyak merubah norma-norma dan pandangan generasi muda Jepang dewasa ini terkait dengan pernikahan dan anak. Banyak dari mereka yang menunda menikah (*bakonka*) bahkan tidak menikah sehingga terjadi fenomena *shoushika* dan *koureika*. Lahirnya fenomena *shoushika* telah membuat Jepang harus menerima konsekuensi akibat dari keegoisan masyarakatnya yang memilih tidak menikah dan memiliki keturunan. Fenomena ini membuat Jepang mengalami kekurangan usia produktif dan kekurangan tenaga kerja. Jepang merupakan negara maju dengan tingkat perekonomian yang cukup baik. Perekonomian merupakan salah satu penunjang majunya negara Jepang. Sejak kehancurannya pada Perang Dunia II, Jepang dikenal dengan "*Japanese Miracle*" dengan kekuatan perekonomiannya yang tak tertandingi hingga tahun 1980-an. Kejayaan perekonomian Jepang tidak terlepas dari peran pemerintah dalam pembangunan ekonominya. Akan tetapi, memasuki awal tahun 1990-an, Jepang mulai mengalami kemerosotan ekonomi yang ditandai dengan ambruknya perekonomian yang menyebabkan Jepang memasuki masa krisis ekonomi yang berkepanjangan akibat berkurangnya jumlah populasi penduduknya (Sagena, 2005: 57).

Dampak *shoushika* yang menyebabkan berkurangnya penduduk usia produktif memberikan pengaruh yang sangat besar pada perekonomian Jepang. Penelitian dari *International Monetary Fund* yang dilakukan di Jepang, menyebutkan bahwa populasi Jepang pada tahun 2016 telah menyusut sebanyak 308.8000 orang. Kondisi ini tentu sangat berdampak terhadap presentase pertumbuhan produk domestik bruto tahunan Jepang yang akan menurun satu poin sejak tahun 2020 sampai tahun 2050. Dengan meningkatnya angka lansia tidak dibarengi dengan angka kelahiran yang tinggi maka beban pemerintah terkait dengan perawatan lansia juga akan terus mengalami peningkatan (Fensom, 2017).¹⁰

Peningkatan penduduk berusia produktif hanya berkisar sampai tahun 2000, yang berasal dari anak-anak yang lahir pada *baby boom* kedua pada kisaran tahun 1971-1974. Selain penduduk usia produktif, peningkatan usia lansia puncaknya mengalami peningkatan pada tahun 2010. Pada tahun 1990 diperkirakan bahwa beban satu orang lansia dapat ditanggung oleh 5,1 orang penduduk usia

produktif. Pada tahun 2020, untuk menanggung satu orang hanya bisa ditanggung oleh 2,1 orang usia produktif (Elsy, 2011: 58). Dengan kata lain, bertambahnya penduduk lansia membuat beban penduduk usia produktif terkait dengan pajak dan biaya untuk perawatan lansia menjadi semakin meningkat.

Berkenaan dengan menurunnya jumlah usia produktif di Jepang dikuatkan oleh pandangan beberapa informan antara lain atas nama Via saat diwawancarai memberikan pandangannya bahwa ketika populasi usia kelahiran menurun, jumlah orang muda di masa depan (anak-anak yang akan lahir di masa depan) akan berkurang. Jepang akan mengalami penurunan angka kelahiran dan populasi yang menua, dan ekonomipun tidak akan mampu mengimbangnya.¹¹ Selanjutnya Arima Yuu berpendapat bahwa dengan semakin sedikitnya usia produktif di Jepang akan sangat berpengaruh terhadap ekonomi. Ketika jumlah pekerja berkurang, tentunya jumlah orang yang membayar pajak akan semakin sedikit namun jumlah pajak yang harus dibayarkan terus mengalami kenaikan.¹² Informan lainnya yang memiliki pemikiran yang sama atas nama Ruka menyatakan bahwa untuk membantu kemajuan ekonomi dan memenuhi sektor-sektor pekerjaan di Jepang, beberapa tahun belakangan ini sering terlihat tenaga kerja asing (TKA).”¹³

Pandangan ketiga informan di atas yang masih memiliki relevansi yang sama berkenaan dengan pengaruh berkurangnya usia produktif terhadap kondisi ekonomi Jepang dikuatkan oleh Wakatabe (2019:1-2) bahwa dengan penurunan serta penuaan populasi juga merupakan salah satu penyebab kemerosotan perekonomian Jepang. Sejak pertengahan 1990-an, perekonomian Jepang telah menghadapi masalah penurunan populasi tenaga kerja. Total populasi mulai menurun pada tahun 2010-an, tetapi populasi tenaga kerja usia produktif (18-64), yang merupakan sumber utama pasokan tenaga kerja, sudah mulai berkurang pada pertengahan 1990-an. Dengan menurunnya populasi tenaga kerja usia produktif dan meningkatnya populasi menua mempengaruhi penurunan tingkat pertumbuhan per kapita yang dapat memberikan tekanan ke bawah pada pertumbuhan ekonomi. Kingston menguatkan kenyataan ini (2005: 291) bahwa seiring dengan penyusutan populasi, maka Jepang akan mengalami penyusutan tenaga kerja, penurunan jumlah tabungan negara, penurunan level investasi bisnis dan pembangunan perumahan. Pemerintah Jepang juga akan menghadapi krisis fiskal, dan penduduk

Jepang akan menghadapi kenaikan pajak terutang para pensiunan dan perawatan medis bagi lansia.

Pandangan beberapa informan dan pendapat para ahli berkenaan dengan perekonomian yang diakibatkan *shoushika* sangat erat dengan kemajuan suatu bangsa karena salah satu faktor penggerak ekonomi adalah sumber daya manusia. Hal ini sejalan dengan pandangan Sztompka, (2011: 27-28) bahwa kemajuan pada dasarnya masuk kedalam sebuah transformasi yang telah direncanakan (*developmentalism*). Dengan begitu, akan menjadi tidak bermakna apabila membicarakan masyarakat yang mengalami kemajuan, peningkatan, atau menjadi lebih baik bila pada dasarnya dipandang stabil, semata hanya mereproduksi dirinya sendiri atau hanya berubah di dalam lingkaran tertutup. Konsep kemajuan hanya akan bermakna apabila digabungkan dengan konsep transformasi ("perubahan dari" dan tak hanya "perubahan di dalam" saja). Dengan mengikuti Nisbet, kemajuan dapat didefinisikan sebagai...

'Peningkatan yang dialami manusia secara lambat, bertahap dan berkelanjutan dari kondisi awal kultural yang lemah, kebodohan dan kondisi yang aman ke tingkat peradaban lebih tinggi, dan kemajuan ini akan terus berlanjut hingga ke masa mendatang (1980:10).'

Untuk ketepatan analisis, konsep kemajuan ini dapat dirinci ke dalam beberapa komponen sebagai berikut.

1. Adanya pemikiran tentang waktu yang tidak dapat diubah, mengalir menurut garis lurus dan berlanjut dari masa lalu, kini, dan ke masa mendatang. Menurut definisi, kemajuan mengandung nilai positif, membedakan antara keadaan masa lalu dan masa kini (mencapai kemajuan) atau antara keadaan kini dan masa mendatang (membayangkan kemajuan).
2. Adanya pemikiran tentang gerakan menurut garis lurus, tidak ada tahapan yang terulang dengan sendirinya dan setiap tahapan yang kemudian terjadi semakin mendekati ke tujuan akhir yang diharapkan.
3. Adanya pemikiran tentang proses kumulatif, sesuatu yang meningkat setahap demi setahap secara revolusioner melalui lompatan kualitatif secara periodik.
4. Adanya perbedaan tipe "tahap penting" (fase epos) dari proses yang dilewati.

5. Adanya penekanan pada faktor endogen (internal, bawaan) sebagai penyebab proses perubahan yang muncul sebagai tenaga penggerak sendiri (auto dinamis), atau dengan kata lain, sebagai pengubah potensi internal yang terdapat dalam masyarakat yang mengalami perubahan itu.
6. Proses itu dianggap tidak terelakkan, penting dan alamiah, tidak dapat dihentikan atau dibelokkan.
7. Adanya pemikiran tentang perbaikan, kemajuan (bdk. Granovetter, 1979), dan peningkatan, dalam arti bahwa setiap tahapan proses yang berurutan dinilai lebih baik daripada tahapan sebelumnya, mencapai titik puncaknya di tahap terakhir yang diharapkan menghasilkan tercapainya nilai seperti kebahagiaan, kemakmuran, kemerdekaan, persamaan, keadilan dan sebagainya.

Kemodernan Jepang akan menjadi tidak bermakna apabila kemajuan sosial masyarakatnya masih berorientasi hanya pada dirinya sendiri atau hanya berubah dalam lingkungan tertutup saja. Mereka tidak memikirkan dengan baik akan dampak yang ditimbulkan dari keegoisan mereka tidak menikah dan memiliki keturunan. Maka dari itu akan lebih baik jika masyarakat terutama generasi muda Jepang berubah ke arah kemajuan dan bertransformasi kearah lebih baik dengan tetap memperhatikan perkembangan dan kemajuan negara mereka sehingga tidak lagi terjadi permasalahan seperti kekurangan angka kelahiran dan penduduk usia produktif.

5. Kesempatan Pekerja Migran

Populasi tenaga kerja usia produktif adalah populasi tenaga kerja terhadap populasi umum yang dimulai dari usia 15 tahun ke atas, seperti yang tertulis dalam Undang-Undang Jepang “*Labor Standart Act (1947)*” Chapter VI pasal 56 yang mengatur tentang minimal usia kerja yaitu+

最低年齢 (*Minimum Age*);

「第五十六条 使用者は、児童が満十五歳に達した日以後の最初の三月三十一日が終了するまで、これを使用してはならない。」¹⁴

'An employer shall not employ children until the end of the first 31st of March that occurs on or after the day when they reach the age of 15 years.'

'Berdasarkan pasal tersebut, dapat diketahui bahwa warga yang berusia di bawah 15 tahun tidak diperkenankan untuk bekerja, rentang usia populasi tenaga kerja Jepang adalah 15-64 tahun.'

Populasi tenaga kerja merupakan salah satu penunjang pertumbuhan perekonomian sebuah negara. Dengan adanya populasi tenaga kerja yang memadai serta dengan tingkat produktivitas tenaga kerja yang baik maka laju pendapatan per kapita negara tersebut dalam kondisi yang baik. Akan tetapi, Jepang saat ini sedang dilanda fenomena kekurangan populasi tenaga kerja usia produktif. Kekurangan populasi tenaga kerja usia produktif terjadi karena beberapa faktor pendukung salah satunya adalah perubahan pada kondisi demografi Jepang, yaitu berupa penurunan serta penyusutan jumlah populasi penduduk di Jepang yang diakibatkan dari rendahnya tingkat kelahiran serta rendahnya tingkat kematian atau harapan hidup yang tinggi. Jepang memiliki angka usia harapan hidup yang tinggi jika dibandingkan dengan negara lain. Bahan Jepang menjadi negara dengan jumlah rasio *centenarian* (populasi usia di atas 100 tahun) tertinggi di dunia berkisar 520 orang lebih dari satu juta penduduk (Garcia & Miralles, 2018:135).

Kondisi populasi tenaga kerja yang mengalami penurunan setiap tahunnya menyebabkan pemerintah Jepang membuka kebijakan migrasi untuk tenaga kerja asing untuk bekerja di Jepang. Namun fakta di lapangan keberadaan tenaga kerja asing tidak serta merta disambut baik oleh masyarakat Jepang itu sendiri. Perdebatan secara nasional di Jepang tentang penerimaan pekerja asing melahirkan dua kelompok yang berseberangan yaitu kelompok *sakoku* (yang menolak pekerja asing) dan *kaikoku* (yang menerima pekerja asing). Demi kontrol dan kekuasaan, para pemimpin Jepang menyebarkan konsepsi bahwa masyarakat Jepang adalah masyarakat yang homogen atau monokultural. Namun, dewasa ini konsepsi homogenitas dihadapkan pada konsepsi multikulturalisme yang disebarluaskan dalam masyarakat Jepang dengan tujuan untuk membantu kesepahaman masyarakat Jepang dalam penerimaan pekerja asing yang semakin dibutuhkan.

Semakin terbukanya masyarakat Jepang terhadap keberadaan tenaga kerja asing lebih lanjut dikuatkan oleh pandangan beberapa informan seperti Masuki Hono saat diwawancarai mengatakan bahwa dia tidak merasa khawatir akan keberadaan tenaga kerja asing di Jepang. Sebaliknya, merasa menarik bahwa orang-orang dengan budaya yang berbeda tinggal di sekitarnya dan menjadi lebih terbuka terhadap budaya mereka. Ada banyak orang asing di daerah tempat dia kuliah, dan di sekolah dasar di daerah itu, orang asing dari berbagai negara secara teratur mengadakan kelas untuk menyampaikan budaya dan bahasa mereka kepada siswa sekolah dasar. Dengan bersentuhan dengan budaya yang berbeda sejak usia dini, maka akan dapat mengembangkan pikiran toleran yang menerima orang dari berbagai latar belakang. Namun, pada kenyataannya memang ada sebagian orang Jepang yang masih berpikiran dan hal tersebut akan berubah secara bertahap.¹⁵ Hal senada diungkapkan YI (inisial) bahwa tidak ada yang perlu dikhawatirkan terhadap keberadaan orang asing yang bekerja di Jepang karena dunia ini luas, dan tidak apa-apa untuk berinteraksi dengan berbagai orang.¹⁶

Masih berkaitan dengan keterbukaan masyarakat Jepang terhadap tenaga kerja asing, informan yang tidak ingin disebutkan identitasnya memberikan pendapat saat diwawancarai menyatakan bahwa walaupun ada banyak orang asing di Jepang, menurutnya, keunikan etnis dan budaya Jepang akan tetap sama. Ditambah lagi, jika budaya negara lain datang dalam bentuk "koeksistensi", ini adalah sambutan yang luar biasa.¹⁷

Pandangan ketiga informan di atas yang masih memiliki relevansi yang sama berkenaan dengan semakin terbukanya masyarakat Jepang terhadap keberadaan tenaga kerja asing di Jepang dikuatkan oleh Yasuaki (1988) bahwa dengan menerima imigran tidak hanya akan membuat Jepang dipandang sebagai bangsa yang baik di mata internasional. juga akan mengurangi ketertutupan Jepang terhadap negara asing. Para pendukung kebijakan *sakoku* berpendapat akan terjadi dampak pada sistem sosial masyarakat Jepang. Sedangkan pendukung *kaikoku* lebih menekankan ke arah hak asasi manusia dan peran Jepang pada kancah internasional. Alasan utama sebagian masyarakat Jepang menentang imigran karena takut akan tindakan kriminal, sedangkan yang mendukung beralasan bahwa

adanya kebutuhan akan pekerja migran untuk pekerjaan yang kurang diminati oleh orang Jepang itu sendiri.

Seiring berjalannya waktu, respon masyarakat Jepang terhadap pekerja migran dari Asia, baik Muslim maupun non-Muslim, menjadi lebih positif. Survei surat kabar *Mainichi* pada bulan Desember 1988 melaporkan bahwa 45% “mendukung” dan 48% “menentang” masuknya pekerja asing Asia dengan kultur Muslim, Hindu, atau yang lain. Namun, pada bulan Januari 1990, “pendukung” meningkat menjadi 51%, sementara yang “menentang” menurun menjadi 44%. Pada tahun 1993 suara yang dominan adalah menerima pekerja asing. Sebagaimana pendapat para ahli di akhir tahun 1980-an, masuknya pekerja migran merupakan hal yang tidak dapat dihindari. Ekonom Yasuo Kuwahara menyatakan bahwa debat politik *kaikoku* dan *sakoku* tidak ada artinya karena tidak mencerminkan adanya kebutuhan riil industri Jepang.

Keberadaan orang asing sebagai dampak fenomena *shoushika* merupakan suatu pilihan baik oleh pemerintah Jepang dengan mengeluarkan beberapa regulasi maupun bagi tenaga asing itu sendiri sebagai pilihan untuk meningkatkan taraf hidup dan menambah pengalaman untuk mendapatkan etos kerja. Hal ini dikuatkan oleh Emerson (Ritzer, dan Stepnisky, 2019:378) bahwa tiga asumsi utama dari teori pertukaran untuk memilih sesuatu yaitu:

1. Masyarakat yang merasa mendapatkan manfaat dari peristiwa-peristiwa akan cenderung bertindak "secara rasional".
2. Masyarakat akhirnya dijenuhi dengan peristiwa-peristiwa perilaku.
3. Manfaat yang diperoleh masyarakat melalui proses-proses sosial bergantung pada manfaat-manfaat yang dapat mereka sediakan dalam interaksi sosial. Jaringan pertukaran memiliki komponen-komponen yaitu:
 - a. Terdapat serangkaian pelaku individual atau kolektif.
 - b. Sumber-sumber daya yang bernilai didistribusikan di antara para pelaku,
 - c. Terdapat serangkaian kesempatan pertukaran di antara semua pelaku dalam jaringan tersebut.
 - d. Sebagian kesempatan pertukaran telah berkembang menjadi hubungan-hubungan yang digunakan secara aktual.
 - e. Hubungan-hubungan pertukaran dihubungkan satu sama lain dalam struktur jaringan tunggal.

Pertukaran dalam satu hubungan memengaruhi pertukaran dalam hubungan yang lain. Hubungan-hubungan bersifat positif ketika pertukaran memengaruhi secara positif pertukaran yang lain dan bersifat negatif ketika satu pertukaran menghambat atau mengganggu pertukaran yang lain, atau bersifat campuran. Dalam hal ini, pertukaran dalam perspektif perubahan sosial yang bersifat kemajuan dapat dilihat dengan keterbukaan Jepang menerima tenaga kerja dari luar negeri yang memberikan dampak positif bagi perkembangan ekonomi mereka dikarenakan sektor-sektor pekerjaan yang selama ini kekurangan tenaga kerja dan sektor pekerjaan yang kurang diminati oleh orang Jepang itu sendiri kini sudah terpenuhi. Begitu juga dengan orang-orang yang datang bekerja ke Jepang akan mendapat kesempatan untuk mengembangkan *skill* dan etos kerja mereka. Dengan begitu, setelah kembali ke negara asalnya, mereka dapat membangun usaha sendiri sesuai dengan apa yang telah mereka pelajari saat bekerja di Jepang. Dan dengan adanya kesempatan untuk bekerja di Jepang, tentu akan terjadi perbaikan ekonomi pula bagi orang-orang yang sudah kembali setelah kontrak kerja mereka selesai.

KESIMPULAN

Munculnya fenomena *shoushika* di tengah masyarakat Jepang disebabkan oleh beberapa faktor seperti feminisme, modernisasi, kemajuan teknologi, perubahan struktur keluarga dan juga perubahan konsep anak pada masyarakat Jepang. Gerakan feminisme dan modernisasi pada masa industrialisasi di Jepang tentunya dapat memberikan keadilan terhadap hak-hak wanita Jepang baik dari segi pendidikan, karir bahkan politik dan pemerintahan. Namun di sisi lain dengan adanya pengakuan atas hak-hak mereka, feminisme ini di cap sebagai penyebab turunnya angka kelahiran di Jepang. Dikarenakan wanita Jepang lebih memilih tetap nyaman dalam karir dibanding harus mengurus keluarga. Dengan lahirnya modernisasi dan juga feminisme, budaya-budaya Jepang terdahulu pun ikut mengalami perubahan. Seperti perubahan struktur keluarga dan juga perubahan konsep anak dari keluarga tradisional *ie* menjadi keluarga inti *kaku kazoku*. Teknologi juga berkembang sangat pesat sehingga masyarakat Jepang lebih nyaman melakukan aktivitas sehari-hari sendirian tanpa memerlukan pasangan hidup karena fasilitas publik

sudah sangat memadai.

Fenomena *Shoushika* berimplikasi terhadap kehidupan masyarakat Jepang. Dengan sedikitnya jumlah angka kelahiran dan banyaknya lansia tentu biaya yang dikeluarkan pemerintah Jepang untuk menanggung kehidupan dan asuransi mereka menjadi lebih besar. Yang menjadi imbasnya adalah masyarakat usia produktif yang harus membayar pajak lebih mahal untuk kebutuhan perawatan para lansia. Di sisi lain, semakin sedikitnya jumlah masyarakat usia produktif memaksa pemerintah Jepang untuk mendatangkan tenaga kerja asing guna memenuhi sektor-sektor pekerjaan yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Act on the General Rules of Application of Laws [Hou no Tekiyou ni Kansuru Tsuusokuhou], Law No. 10 of 1898 (as newly titled and amended 21 June 2006).* <https://www.japaneselawtranslation.go.jp/en/laws/view/3783/en>. 2006.
- Ambarita, Ruth M. *Nihon de no Koureika Shakai no Genshou*. Skripsi. Medan: Universitas Sumatra Utara. 2015.
- Coulmas, Florian. *Population Decline and Ageing in Japan – the Social Consequences*. New York: Routledge. 2007.
- Dwiningrum, Siti Irene Astuti. *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar. Pendekatan Problem Solving dan Studi Kasus*. Yogyakarta: UNY Press. 2012.
- Elsy, Putri. *Dinamika Lansia di Jepang*. Depok: ILUNI KWJ Press. 2011.
- Farley, J.E. *Sociology*. New Jersey: Prentice Hall. 1990.
- Fensom, A. *Aging Asia: Turning Demographic Weakness to Strength Will developing Asia get old before it gets rich?* The Diplomat. <https://thediplomat.com/2017/08/aging-g-asia-turning-demographic-weakness-to-strength/>. 2017.
- Fukutake, Tadashi. *Masyarakat Jepang Dewasa Ini*. Diterjemahkan oleh Haryono. Jakarta: Yayasan Kartika Sarana bekerja sama dengan PT Gramedia. 1988.
- Friedman, Debora & Hechter, Michael. *The Contribution of Rational Choice Theory to Marco Sociological Research*. Sociological Theory Vol: 6 No: 2. 1988.
- Garcia, H., & Miralles, F. *IKIGAI Rahasia Hidup Bahagia & Panjang Umur orang Jepang*. Jakarta: Renebook House of Enlightenment & Eternity. 2106.
- Giddens, Anthony. *The Constitution of Society: Teori Strukturasi untuk Analisis Sosial*. Terj: Adi Loka Sujono Yogyakarta: Penerbit Pedati. 2011.
- Iskandar, K. *Japan Aging Issues, Long Term Care Insurance (LTCI) and The Migration of Indonesian Nurse to Enter Japan Labor Market*. Journal of Strategic and Global Studies, 2(2), 18-39. 2019.
- Kingston, Jeff. *Japan's Quiet Transformation: Social Change and Civil Society in the Twenty-first Century*. New York: Routledge Curzon. 2005.
- Kinoshita, Yasuhito dan Christie W. Kiefer. *Refuge of the Honored. Social Organization in Japan Retirement Community*. University of California Press. 1992.

- Macionis, John J. *Sociology*. New Jersey: Prentice Hall. 1996.
- Ministry of Health, Labor and Welfare Japan. *Comprehensive Survey of Living Conditions*. 2017.
- Moore, Stephen dan Stephen P. Sinclair. *Sociology*. Lincolnwood, Illinois: NTC Publishing Group. 1995.
- Nakano, Lynne, dan Moeko Wagatsuma. *Japan's Changing Generation; Mothers and Their Unmarried Daughters An Intimate Look At Generational Change*. London:Routledge Curzon. 2004.
- Nurliana, Nana. *Sejarah Wanita dan Feminisme di Amerika*. Laporan Penelitian FSUI, Depok. 1996.
- Rahmat, Azwar. *Konsep Perbandingan Geopolitik, Sosial Budaya dan Ekonomi Negara negara Maju dan Negara Berkembang*. Jurnal Edukasia Multikultura. Vol: 3 No.1. 2021.
- Ritzer, George dan Jeffrey Stepnisky. *Teori Sosiologi Modern*. Edisi Kedelapan. Terj: Classical Sociological Theory. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2019.
- Schoppa, J. Leonard. *Race for the Exits; The Unravelling of Japan's System of Social Protection*. New York: Cornell University Press. 2011.
- Sztompka, Piotr. *Sosiologi Perubahan Sosial*. Jakarta: Prenada Media Group. 2011.
- Vera, Mackie. *Feminism in Modern Japan: Citizenship, Embodiment and Sexuality*. Cambridge University Press. 2003.
- Sagena, U. *Pergeseran model Pembangunan Ekonomi Developmental State Jepang*. Jurnal Sosial-Politika. Vol 6. 2005.
- Sasagawa, Ayumi. *Japan's Changing Generation; Centered Selves and Life Choise*. Newyork: Routledge Curzon.2004.
- Takamure, Itsue. *Josei no Rekishi*. Tokyo: Kodansha. 1980.
- Tsuya, Noriko O. *Naze Wagakuni no Jinko wa Gensho surunoka. Jyosei, Shoshika, Mikonka (Why Does Japan's Population Decline? Women, Fertility, and Marriage. In Jinko Gensho to Nihon Keizai (Population Decline and Japanese Economy)*, ed. Noriko O Tsuya and Yoshio Higuchi, 3-52. Tokyo: Nihon Keizai Shinbun Shuppansha. 2009b.
- Tsuya, Noriko O., and Minja Kim Choe. *Investments in Children's Education, Desired Fertility, and Women's Employment*. 76-94. In *Marriage, Work,*

and Family Life in Comparative Perspective: Japan, South Korea, and the United States, ed. Noriko O. Tsuya and Larry L. Bumpass. Honolulu: University of Hawaii Press. 2004.

Tsuya, Noriko O., and Karen Oppenheim Mason. *Changing Gender Roles and Below-Replacement Fertility in Japan, 139-167*. In *Gender and Family Change in Industrialized Countries*, ed. Karen Oppenheim Mason and An-Magritt Jensen. Oxford: Clarendon Press. 1995.

Yamada, Masahiro. *Shoushika Shakai Nihon: Mou Hitotsu no Kakusa no Yukue*. Japan: Iwanami Shinsho. 2007.

Wakatabe, M. *Has Japan's Economy Changed: Challenges and Prospects*. Speech at the Japan Society: New York. 2019.

CATATAN BELAKANG

¹ Undang-undang KUH Perdata tahun 1898 menyatakan bahwa seorang wanita dapat dicerai dan penjara selama dua tahun apabila melakukan perzinahan. Namun apabila laki-laki yang melakukan perzinahan, seorang wanita tidak dapat menceraikannya.

² Hasil wawancara dengan informan pada Minggu 17 April 2022.

³ Hasil wawancara dengan informan pada Minggu 17 April 2022.

⁴ Hasil wawancara dengan informan pada Jumat 06 Mei 2022.

⁵ Hasil wawancara dengan informan pada Minggu 17 April 2022.

⁶ Hasil wawancara dengan informan pada Rabu 20 April 2022.

⁷ *Ministry of Health, Labor and Welfare*, 2016.

⁸ Hasil wawancara dengan informan pada Jumat, tanggal 6 Mei 2022.

⁹ Hasil wawancara dengan informan pada Rabu, 20 April 2022.

¹⁰ Fensom, A. *Aging Asia: Turning Demographic Weakness to Strength Will developing Asia get old before it gets rich?* The Diplomat. <https://thediplomat.com/2017/08/aging-g-asia-turning-demographic-weakness-to-strength/.2017>.

¹¹ Hasil wawancara dengan informan pada Sabtu, 23 April 2022.

¹² Hasil wawancara dengan informan pada Minggu 17 April 2022.

¹³ Hasil wawancara dengan informan pada Sabtu, 07 Mei 2022.

¹⁴ “*Labor Standart Act (1947)*” Chapter VI pasal 56 yang mengatur tentang minimal usia kerja yaitu berusia di bawah 15 tahun tidak diperkenankan untuk bekerja, rentang usia populasi tenaga kerja Jepang adalah 15-64 tahun.’

¹⁵ Hasil wawancara dengan informan pada Rabu, 20 April 2022.

¹⁶ Hasil wawancara dengan informan pada Selasa, 03 Mei 2022.

¹⁷ Hasil wawancara dengan informan yang tidak mau disebutkan namanya pada Sabtu, 14 Mei 2022.

BIODATA PENULIS

Nadya Inda Syartanti merupakan dosen tetap di Program Studi S1 Sastra Jepang Universitas Brawijaya, Malang sejak tahun 2008. Telah menyelesaikan studi S1 di Universitas Darma Persada, Jakarta pada tahun 2002, dan studi S2 di Program Pascasarjana Kajian Wilayah Jepang, Universitas Indonesia, Depok pada tahun 2005. Saat ini sedang menempuh studi S3 bidang Linguistik di Universitas Udayana, Denpasar sejak tahun 2019, dan direncanakan akan menyelesaikan studinya pada tahun 2023. Selama mengabdikan sebagai dosen dan mahasiswa S3 telah mengeluarkan dan menerbitkan beberapa hasil penelitian dalam artikel jurnal dan prosiding di seminar nasional dan internasional. Karya ilmiah hasil penelitian tersebut dapat dilihat di laman Google Scholar atau Google Cendekia dengan nama Nadya Inda Syartanti.

Putri Elsy lulus S1 dari Sastra Jepang Universitas Indonesia dan menyelesaikan gelar master nya dari Kajian Wilayah Jepang Universitas Indonesia. Sejak tahun 2008 menjadi dosen tetap di Program Studi KeJepangan Universitas Airlangga. Mengajar mata kuliah Pengantar Umum tentang Jepang, Pengantar Budaya dan Masyarakat Jepang, Teori Budaya Jepang dan Komunikasi Bahasa Jepang Tingkat Dasar dan Pra Menengah. Penelitian yang dilakukan berhubungan dengan lansia dan masalah sosial di Jepang. Hasil karya diciptakan adalah buku yang berjudul *Dinamika Lansia di Jepang*, juga artikel dalam jurnal yang berjudul *Soushika Mondai: Dampak Berkurangnya Tingkat Kelahiran di Jepang*, *Sera Fenomena Tenaga Kerja Asing di Jepang Dewasa Ini* dan *Elderly Care in The Society 5.0 and Kaigo Rishoku in Japanese Hyper-ageing Society*.

Murniati Br. Barus lahir di Medan, 25 Maret 1982. Beliau mendapatkan gelar Strata 1 Sastra Jepang dari Universitas Sumatera Utara (2004), dilanjutkan gelar Magister Teknologi Pendidikan dari Universitas Negeri Medan (2008), dan sejak tahun 2022 beliau sedang mengambil Program Doktorat Linguistik di Universitas Sumatera Utara. Jenjang profesi yang pernah digelutinya adalah sebagai Instruktur Bahasa Jepang di PIK USU (2005-2007) ; sebagai Dosen Bahasa Jepang di Universitas Islam Sumatera Utara (2006-2011) ; dan pada waktu yang hampir bersamaan merangkap tugas sebagai pengajar Bahasa Jepang di Perguruan Tinggi Swadaya, YPSA Shafiyatul Amaliyah dan SMIT Siti Hajar. Sejak 2008 hingga saat ini Murniati Br. Barus menjadi dosen tetap di Universitas Sumatera Utara.

Andy Bangkit Setiawan graduated his Bachelor from University of Indonesia in Humaniora History (2004). He took his Master Program for Intellectual History in Hiroshima University (2005-2007), and his Doctoral

of Philosophy (Ph.D) in Hiroshima University as well. In February 2014 – May 2018, he was designated Associate Professor for Leading University Program in Graduate School of Education and Human Development, Nagoya University. Now, he is a Lecturer in Dian Nuswantoro University Semarang and also to be Chief Executive Officer Klinik Riset Andy Bangkit, Ph.D.

Nanda Fatimatuz Zahra lahir di Jakarta tanggal 31 Maret 1999. Lulus S1 Sastra Jepang Universitas Jenderal Soedirman. Selama berkuliah aktif berorganisasi intra dan ekstra kampus. Memiliki ketertarikan pada budaya dan kuliner Jepang, dunia bisnis dan industri digital marketing. Penerima dana proposal bisnis dari KEMENPORA 2018 dan PMW Unsoed 2020 & 2021. Menguasai bahasa Inggris dan Jepang. Mempunyai pengalaman magang sebagai admin dan content writer di WACIDS (Wakaf Center for Indonesian Development & Studies) dan sebagai digital marketing officer di Scholars Official. Serta berpengalaman dalam mengelola keuangan di kepanitiaan Seminar Jepang Unsoed Kie (sejuk) dan Festival Jepang Unsoed (FJU).

Yusida Lusiana lahir di Bandung tahun 1976 dan saat ini berdomisili di Purwokerto, Banyumas, Jawa Tengah. Menghabiskan masa sekolah dasar hingga menengah di wilayah Ujung Berung, Bandung Timur. Menempuh pendidikan S1 di Program Studi Sastra Jepang Universitas Padjadjaran (UNPAD) tahun 1993-1998, kemudian melanjutkan pendidikan master di Psikologi Universitas Indonesia (UI) dengan mengambil kekhususan Psikologi Sosial tahun 2001-2004. Tahun 2007 menyelesaikan pendidikan magister di Program Studi Pendidikan Bahasa Jepang, Universitas Pendidikan Indonesia (UPI), dan tahun 2019 menyelesaikan pendidikan doktoral di Prodi Kajian Budaya dan Media Universitas Gadjah Mada (KBM-UGM). Sejak tahun 2004 ia mengabdikan di Unsoed sebagai pengajar bahasa Jepang. Penelitian dan pengabdian yang dilakukan terkait dengan kajian media dan budaya, khususnya budaya kuliner. Tahun 2015-2020 menjabat sebagai Ketua Korwil Jateng-DIY Asosiasi Pengajar Bahasa Jepang Indonesia (ASPBJI).

Yudi Suryadi lahir di Garut, tanggal 13 Oktober 1989. Lulus S1 dan S2 Program Studi Pendidikan Bahasa Jepang, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung. Sekarang beliau berprofesi sebagai dosen tetap di Program Studi S1 Sastra Jepang, Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto. Penelitian yang telah dilakukan berfokus pada bidang pendidikan bahasa Jepang, khususnya tentang media pembelajaran bahasa Jepang. Publikasi artikel hasil penelitian saya dapat dilihat pada laman <https://scholar.google.com/citations?user=DBfR8zsAAAAJ&hl=id>.

Dr. Wayan Nurita, S.S., SH., M.Si. lahir di desa Wanagairi-Sukasada, Buleleng Bali. Setelah lulus dari SMAN 1 Sigaraja tahun 1989 melanjutkan ke BPLP Nusa Dua jenjang D I jurusan Front Office dan lulus tahun 1990. Sejak November 1990 sampai dengan Juni 2005 berkarier di Bali Hilton International Hotel di Front Office yang sebagian besar pada pelayanan terhadap wisatawan Jepang dan sempat mengikuti Management FO Training di Nagoya Hilton tahun 1997. Karena keterbatasan biaya, setelah 15 tahun sejak lulus SMA baru mulai kuliah di Akademi Bahasa Asing Mahasarawati Denpasar pada jenjang D III tahun 2001 lulus tahun 2004 dan melanjutkan ke S1 di Sastra Jepang STIBA Saraswati Denpasar lulus tahun 2008. Tahun 2012 lulus pada program S2 Kajian Budaya Universitas Udayana dan melanjutkan di S3 Kajian Budaya Universitas Udayana sejak 2013 lulus tahun 2017 bersamaan juga mengikuti kuliah di Universitas Warmadewa pada Fakultas Ilmu Hukum tahun 2013 lulus tahun 2016. Bidang ilmu yang digeluti adalah Sosial Humaniora terutama Wacana Kritis yang bernaung di bawah Kajian Budaya. Beberapa tulisan berkaitan dengan bidang keilmuan yang digeluti telah dimuat pada Jurnal nasional dan internasional terakreditasi. Kegiatan yang dilakukan saat ini selain sebagai dosen pada Program Studi Sastra Jepang Fakultas Bahasa Asing Universitas Mahasarawati Denpasar juga sebagai Ketua Perkumpulan Bela Diri Aikido Bali, Konsultan Pemagangan ke Ibaraki-Jepang, Ketua Perkumpulan Petani Alpukat Bali, anggota penasihat Petani Vanili Bali, dan Ketua Badan Pengawas Yayasan Persahabatan Jepang-Bali. Motto hidup: mari kita sayangi alam.

KRITERIA PENULISAN

Redaksi menerima artikel ilmiah yang bersifat teoritis, analitis, dan hasil penelitian. Artikel yang masuk akan melalui proses penyuntingan terlebih dahulu oleh dewan redaksi sebelum diterbitkan.

Artikel harus memenuhi standart sebagai berikut:

- Artikel dapat ditulis dalam bahasa Inggris, atau bahasa Indonesia.
- Catatan tulisan agar ditulis pada bagian akhir artikel (catatan belakang/*endnotes*).
- Daftar pustaka dibuat berdasarkan urutan; nama pengarang, tahun terbit, judul buku, tempat terbit, dan nama penerbit.
- Artikel harus disertai abstrak minimal 200 kata dalam bahasa Inggris jika artikel berbahasa Indonesia, dan sebaliknya.
- Panjang artikel adalah 3500 s/d 5000 kata (bisa berbeda dalam kasus tertentu).
- Artikel dibuat dalam format Microsoft Word, font Times New Roman 12, paragraf single.
- Pengiriman artikel disertai nama lengkap, organisasi/institusi, biodata singkat, alamat email, dan nomor telepon/faksimili.
- Artikel dikirim ke alamat;

Redaksi OUTLOOK JAPAN
Asosiasi Studi Jepang di Indonesia (ASJI)
Gedung Pusat Studi Jepang Lt.2 R.224 Kampus Universitas Indonesia
Depok Jawa Barat 16424
Telp/Fax: 021-727 42702
Email: halo.asji@gmail.com

