

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Jepang merupakan salah satu negara maju di dunia, namun tidak pernah meninggalkan jati dirinya sebagai negara asia timur. Keramahan selalu dijunjung tinggi oleh masyarakat Jepang, seperti halnya negara asia lainnya. Hanya saja Jepang memiliki keramahan lokal disebut *omotenashi* yang sudah melekat erat pada semua penduduknya dalam segala sendi kehidupan. Wisatawan atau orang asing yang berkunjung ke Jepang dapat merasakan keramahan khas Jepang ini mulai dari pesawat mendarat di bandara hingga keseluruhan perilaku dan pelayanan yang baik serta dapat memuaskan orang asing yang berkunjung ke Jepang.

Perkembangan teknologi ke arah serba digital saat ini semakin pesat. Pada era digital seperti ini, manusia secara umum memiliki gaya hidup baru yang tidak bisa dilepaskan dari perangkat yang serba elektronik. Teknologi menjadi alat yang mampu membantu sebagian besar kebutuhan manusia. Teknologi telah dapat digunakan oleh manusia untuk mempermudah melakukan apapun tugas dan pekerjaan. Peran penting teknologi inilah yang membawa peradaban manusia memasuki era digital. Era digital telah membawa berbagai perubahan yang baik sebagai dampak positif yang bisa gunakan sebaik-baiknya. Namun dalam waktu yang bersamaan, era digital juga membawa banyak dampak negatif, sehingga menjadi tantangan baru dalam kehidupan manusia di era digital ini. Tantangan

pada era digital telah pula masuk ke dalam berbagai bidang seperti politik, ekonomi, sosial budaya, pertahanan, keamanan, dan teknologi informasi itu sendiri. Era digital terlahir dengan kemunculan digital, jaringan internet khususnya teknologi informasi komputer. Media baru era digital memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan atau internet. Media massa beralih ke media baru atau internet karena ada pergeseran budaya dalam sebuah penyampaian informasi. Kemampuan media era digital ini lebih memudahkan masyarakat dalam menerima informasi lebih cepat. Dengan media internet membuat media massa berbondong-bondong pindah haluan. Semakin canggihnya teknologi digital masa kini membuat perubahan besar terhadap dunia, lahirnya berbagai macam teknologi digital yang semakin maju telah banyak bermunculan. Berbagai kalangan telah dimudahkan dalam mengakses suatu informasi melalui banyak cara, serta dapat menikmati fasilitas dari teknologi digital dengan bebas dan terkendali. Era digital juga membuat ranah privasi orang seolah-olah hilang. Data pribadi yang terekam di dalam otak komputer membuat penghuni internet mudah dilacak, baik dari segi kebiasaan berselancar atau hobi. Era digital bukan persoalan siap atau tidak dan bukan pula suatu opsi namun sudah merupakan suatu konsekuensi. Teknologi akan terus bergerak ibarat arus laut yang terus berjalan ditengah-tengah kehidupan manusia. Maka tidak ada pilihan lain selain menguasai dan mengendalikan teknologi dengan baik dan benar agar memberi manfaat yang sebesar besarnya.

Dalam *omotenashi*, seseorang harus mencurahkan hatinya untuk melakukan pelayanan terbaik demi menciptakan keunikan sendiri. Hal tersebut sudah dilakukan secara turun-temurun dan menjadi tradisi untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada para tamu untuk menarik wisatawan dari dalam maupun luar negeri. *Omotenashi* awalnya mulai populer di era Azuchi-Momoyama yang di sampaikan melalui upacara minum teh oleh seorang pria bernama *Sen-no-rikyu* (Hattori,2008).

Pada awalnya, *omotenashi* bermula dari tata cara upacara minum teh di Jepang (*cha no yu*). Untuk menguasai cara membuat dan menyajikan teh, maka seseorang harus melewati tahap pertama yakni belajar dalam waktu yang cukup lama dibawah pengajaran dan petunjuk dari seorang guru. Pengajaran tersebut harus diikuti hingga mampu menguasai bentuk (*kata*), yaitu ketentuan-ketentuan mengenai cara melakukan sesuatu. Setelah itu berlanjut ke tahap kedua yaitu mengalahkan bentuk untuk dapat mengekspresikan diri sendiri. Setelah itu baru berlanjut ke tahap ketiga sekaligus tahap terakhir yaitu berpisah dari guru yang memberi pengajaran dan kemudian seseorang tersebut harus menjadi guru dan mengajarkan kembali ilmunya tersebut (Sato, 2014).

Ketiga tahap tersebut dikenal dengan istilah *shu/ha/ri*. Istilah yang juga sering digunakan untuk menyebut aturan fundamental dalam latihan di Jepang, seperti latihan seni kaligrafi (*shodo*) dan seni merangkai bunga (*ikebana*) (Sato, 2014). Inti dari semua latihan tersebut adalah, menjelaskan bahwasanya *omotenashi* merupakan sebuah bentuk yang telah menjadi karakter dari seseorang sebagai hasil dari pelatihan panjang yang dilakukan. Begitu pula *omotenashi* yang sering

diterapkan oleh para penyedia jasa pariwisata, dimana pelayanan yang diberikan merupakan bagian dari sebuah bentuk dalam kebudayaan Jepang yang telah dipelajari dalam waktu yang lama sehingga telah mendarah daging dan menjadi karakter dari seseorang.

Menurut Skandrani dan Kamoun (2014) *omotenashi* meliputi 4 dimensi kunci, yaitu: 1) Personalization, 2) Host Guest Relationship, 3) Hospitableness, dan 4) Lots of Little Surprises. Personalization adalah segala hal yang merupakan proses mengubah atau memodifikasi sesuatu yang tujuannya adalah untuk menemukan dan menentukan ciri khas atau jati diri. Kemudian yang kedua adalah membina hubungan yang harmonis, yang saling percaya, yang saling menguntungkan, yang saling menghargai antara host dan guest. Lalu Hospitableness atau keramahtamahan adalah kehendak atau keinginan yang tulus untuk menyenangkan, memenuhi kebutuhan, menghibur, membantu, ataupun segala hal yang membuat orang lain merasa nyaman dan senang. Terakhir adalah tindakan-tindakan kejutan, biasanya dalam bentuk hadiah yang ditujukan untuk memberi kesenangan yang lebih kepada para tamu.

Di dalam fenomena dunia pariwisata di Jepang, *omotenashi* yang benar-benar nampak di implementasikan di ryokan. Ryokan adalah penginapan bergaya tradisional Jepang dan biasanya menawarkan pemandian air panas yang terkenal dengan nama onsen. Ryokan banyak terdapat di daerah-daerah yang masih terdapat bangunan bersejarah. Di ryokan ini para tamu dapat menikmati fasilitas washitsu (kamar ala Jepang) yang berlantaikan tatami (tikar Jepang), tidur menggunakan futon (kasur Jepang), dan makan masakan set khas Jepang yang

disebut kaiseki ryori, memakai yukata, serta yang paling terkenal adalah mandi atau berendam air panas alami di onsen.

Jika dibandingkan dengan hotel modern, ryokan memiliki karakteristik khas yang memungkinkan para tamu dapat menikmati suasana atau nuansa yang berbeda dengan kehidupan modern. Nuansa tersebut di antaranya adalah: 1. Unsur budaya tradisional Jepang yang sangat lekat, yang dapat membuat para tamu seperti dihipnotis dibawa ke suasana Jepang yang masih sangat tradisional; 2. Nilai sejarah, yang mana ryokan pada umumnya merupakan bangunan bersejarah sudah sangat tua; 3. Terdapat onsen yang dipercaya dapat menjadi obat berbagai penyakit.

Istilah *omotenashi* digital Jepang dimulai semenjak pemerintah Jepang telah memberikan perhatian yang besar dalam mengembangkan industri pariwisata mereka. Baru-baru ini, sebagai negara berhasil mengundang pertandingan Olimpiade 2020 di Tokyo.(Ota & Takeda, 2015), pariwisata mereka industri menghadapi situasi yang menekan yang menerima lebih banyak kebutuhan dan permintaan dari pada sebelumnya melakukan inovasi sistem pariwisata yang ada secara komprehensif terhadap wisatawan asing. Selama Pertemuan Komite Olimpiade Internasional (IOC) pada tahun 2014, mereka sangat menyoroti satu tradisi keunggulan budaya yang disebut *Omotenashi*. Dalam budaya ini, masyarakat lokal (dari tempat tinggal hingga staf layanan) memberikan kualitas layanan yang lebih tinggi kepada wisatawan asing seperti sebagai tuan rumah melayani tamu undangan dirumah. Dengan demikian, peneliti pemasaran Jepang

mengharapkan budaya ini untuk meningkatkan kualitas layanan mereka (Al-alsyaikh, 2014; Joraku, 2013).

Karena kurangnya rasa percaya diri dan kemampuan berbahasa asing, masyarakat lokal Jepang memiliki rasa takut untuk berinteraksi dengan turis asing. Psikologi individu dan massa ini cenderung menghambat kualitas pelayanannya. Akibatnya, turis asing saat ini mengalami berbagai kesulitan pelayanan (misalnya kualitas layanan yang rendah, konflik layanan, penolakan layanan) dan tingkat perjalanan yang rendah kepuasan (Brasor, 2015). Oleh karena itu, tujuan dari proyek Digital Omotenashi adalah untuk mengusulkan desain sistem bisnis yang inovatif dengan mengeksplorasi pengguna, sifat dan konteksnya. Sama halnya dalam mendesain sebuah *user interface* sebuah website. Budaya Otomenashi diperlukan untuk menciptakan kesan yang emosional dan intuitif kepada pengguna sehingga kepuasan bagi pengguna. Dalam dunia digital dikenal berbagai macam istilah nama digital, salah satunya *User Experience (UX)*. *User Experience (UX) Design* adalah proses yang digunakan tim desain untuk menciptakan aplikasi perangkat lunak yang memberikan pengalaman bermakna dan relevan bagi pengguna. Desain UX membutuhkan pendekatan yang bersifat *humanistic* dalam memahami kebutuhan manusia untuk menjalin hubungan dengan pengguna yang mementingkan kenyamanan, kemudahan akses dan sesuai kebutuhan.

*User Experience Design* sering digunakan secara bergantian dengan istilah-istilah seperti *User Interface Design* dan *Usability Design*. Namun, *Usability Design* dan *User Interface Design* adalah aspek penting dari *UX Design* yang merupakan himpunan bagian dari *UX*. Seorang perancang *UX* memusatkan

perhatian pada seluruh proses memperoleh dan mengintegrasikan suatu produk, termasuk aspek branding, desain, kegunaan, dan fungsi yang dimulai sebelum perangkat ada di tangan pengguna.

Penerapan budaya *omotenashi* dalam UX desain berusaha keras untuk menciptakan kenyamanan di hati para penggunanya dengan memberikan informasi yang dapat dipercaya, berkualitas, dan memberikan informasi yang *valid*. Sehingga website tersebut dapat dijadikan sebagai rumah sendiri oleh para penggunanya. Untuk mendapatkan pemahaman tentang *omotenashi* pada negara Jepang dan bagaimana itu diterapkan dalam penggunaan produk dan layanan sehari-hari. Untuk mengamati apa yang menjadi fokus konsumen serta memperoleh pengalaman terbaik dari layanan yang diberikan, namun hal-hal seperti apa yang dilakukan untuk memastikan bahwa harapan tersebut terpenuhi.

*Omotenashi* di abad ke-21 bisa di ekspresikan dalam berbagai cara. Seiring perkembangan zaman, Jepang juga mengaplikasikan *omotenashi* dalam bentuk digital atau yang lebih akrab disebut digital *omotenashi* sebagai salah satu contoh yang relevan terhadap digital *omotenashi* adalah penyediaan translator berbagai bahasa di tempat wisata Jepang. Dalam hal ini Jepang memang sangat serius dalam usahanya mengenalkan keramahan yang dimilikinya kepada dunia luar. Setelah dinyatakan resmi sebagai tuan rumah Olimpiade 2020 yang di tunda karena covid-19, Jepang sudah mulai banyak berbenah salah satunya adalah dengan menyediakan translator bahasa Inggris di tempat-tempat umum terutama tempat wisata tujuannya adalah untuk memberikan layanan ekstra agar tidak ada kesalah pahaman dalam berbahasa. Translator english disediakan untuk wisatawan

asing yang tidak bisa berbahasa Jepang. Hal ini Sangat penting mengetahui kebiasaan dan keramahan setempat jika akan berkunjung ke sebuah negara agar tidak terkejut saat berada di negara asing. Sebagai pengaplikasian bentuk *omotenashi* di era digital, penyediaan translator di berbagai tempat wisata merupakan suatu bentuk keramahtamahan digital *omotenashi*.

Berdasarkan uraian di atas, penulis bermaksud untuk menulis penelitian yang berjudul “Omotenashi Di Era Digital”

### **1.2 Rumusan masalah**

Berdasarkan uraian di atas, maka masalah pokok yang akan dibahas pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana bentuk pelayanan omotenashi di era digital

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

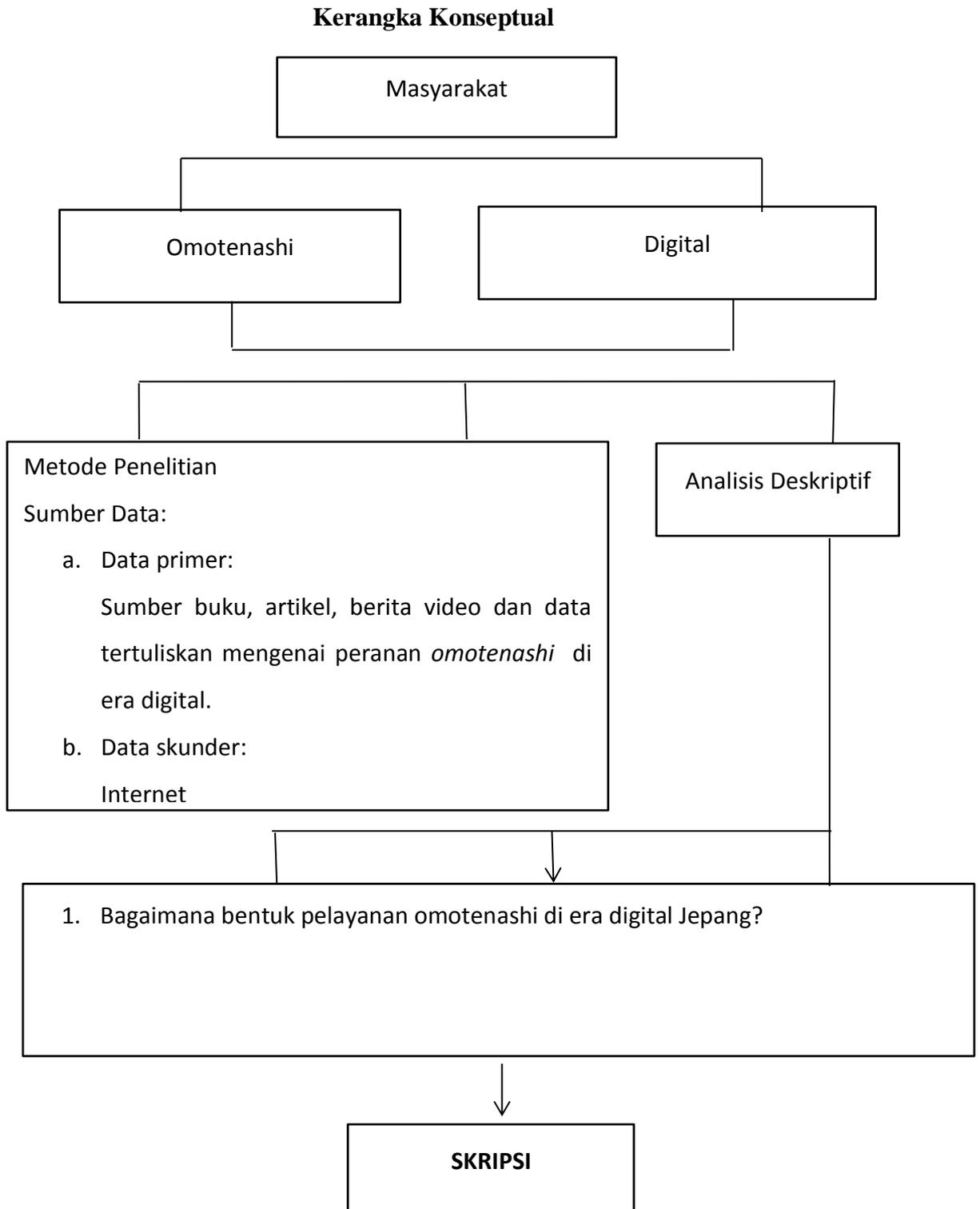
1. Mendeskripsikan bentuk pelayanan omotenashi di era digital Jepang.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Pada penelitian ini penulis berusaha menjelaskan tentang penerapan Omotenashi di era digital. Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan informasi yang berguna serta menambah wawasan dan ilmu pengetahuan. Dengan mengangkat budaya keramah-tamahan bangsa Jepang dalam bekerja, sehingga dapat menjadi contoh, teladan serta memotivasi generasi muda agar dapat meniru semangat kerja dan keramah-tamahan bangsa Jepang. Karena untuk mencapai semuanya tidak mereka dapatkan dengan cara instan. Selain

itu, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi maupun rujukan bagi penelitian selanjutnya sebagai pembanding.

## 1.5 Kerangka Konseptual



## 1.6 Lokasi dan waktu penelitian

### A) Lokasi

1. Tempat penelitian di rumah beralamat di kompleks Atip no 21 Tabing
2. Perpustakaan kampus Proklamator 1 dan 2 Universitas Bung Hatta

### B) Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Waktu Penelitian
1	Pengerjaan Proposal	April - July
2	Pengajuan judul	Minggu ke-3 bulan Agustus
3	Bimbingan proposal	Minggu ke-3 bulan Februari
4	Sidang proposal	Minggu ke-1 bulan Maret
5	Bimbingan Bab I dan II	Minggu ke-3 bulan Maret - minggu ke-4 Mei
6	Bimbingan Bab III dan IV	Minggu ke-1 bulan Juni - minggu ke-4 Juni
7	Bimbingan Bab V	Minggu ke-1 July - minggu ke-1 Agustus