

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap negara memiliki kebudayaan yang berbeda. Perbedaan budaya ini yang menimbulkan keunikan. Salah satunya negara Jepang yang memiliki keunikan terletak pada tradisi kebudayaan yang dirayakan oleh masyarakatnya. Kebudayaan Jepang yang terletak pada karakteristik geografis negaranya. Bangsa Jepang dikenal sebagai yang mampu dan menarik manfaat dari bangsa lain, tanpa mengorbankan kepribadiannya sendiri. mampu dan menarik manfaat disini maksudnya masuk budaya baru ke negara Jepang yang di rayakan (peringati) masyarakat Jepang tetapi budaya asalnya tetap di peringati.

Kebudayaan diartikan sebagai keseluruhan sistem gagasan, tindakan, dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia dengan belajar.(Koentjaraningrat, 1980; 193).

Liliweri (2002:8) menyatakan kebudayaan merupakan pandangan hidup dari sekelompok orang dalam bentuk perilaku, kepercayaan, nilai dan simbol-simbol yang mereka terima tanpa sadar yang semuanya diwariskan melalui proses komunikasi dari satu generasi ke generasi berikutnya.

Sedangkan menurut Taylor (2002:62) mendefenisikan kebudayaan tersusun oleh kategori-kategori kesamaan gejala umum yang disebut adat istiadat yang mencakup teknologi, pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, estetika. Berdasarkan sejumlah defenisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kebudayaan adalah keseluruhan sistem yang mencakup tindakan manusia yang diwariskan melalui proses komunikasi dari generasi ke generasi.

Salah satu kebiasaan Jepang secara keseluruhan yang tidak luput dari pandangan kita yaitu kebiasaan masyarakat Jepang dengan tradisinya yang unik dan beragam. Contoh tradisi

yang di sebut unik itu dari segi perilaku. Meskipun Jepang dinyatakan sebagai negara maju, namun masyarakatnya dari semua golongan, baik tua maupun muda tetap menjalankan dan menjaga tradisi itu secara turun-temurun. Karena mereka berharap dengan tradisi yang tetap ada itu, mereka merasa kalau keselamatan selalu bersama mereka, meskipun penerapannya sedikit berbeda dengan dahulu. Misalnya saja seperti kebiasaan beri-memberi, (Ghozally,2005:12).

Kebiasaan tukar menukar pemberian dianggap penting oleh orang Jepang walaupun setiap tahunnya untuk memberikan sesuatu, seseorang atau satu keluarga membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Beberapa bentuk pemberian di Jepang yang berasal dari pemujaan kepada dewa-dewa yang sampai sekarang masih dilaksanakan oleh masyarakat Jepang diantaranya *Ochugen, Oseibo, dan Omiyage*. (<https://www.kompasiana.com>).

Budaya memberi dan menerima ini salah satu bentuknya *valentine day, valentine day* berasal dari Amerika, Perayaan *valentine day* di Jepang tidak seperti negara lainnya. Di Jepang, wanita yang memberikan coklat pada hari *valentine*, sedangkan pria seharusnya memberikan coklat sebulan kemudian pada hari putih (*white day*) yang jatuh di tanggal 14 Maret. *Valentine day* merupakan salah satu budaya memberi hadiah yang ada di Jepang. *valentine day* adalah hari kasih sayang dimana kebanyakan orang menyatakan kasih sayang dan cintanya kepada orang yang dikasihinya. Dan setiap negara memiliki caranya masing-masing. Di Jepang merayakan *valentine* satu kali setahun yaitu pada tanggal 14 februari. Bedanya Jepang dengan negara lainnya bukan hanya merayakan *valentine* saja, tapi ada juga kebiasaan merayakan *white day*. (<http://www.goikuzo.com/?p=1169>).

Adanya pemberian pasti akan menimbulkan *On* atau hutang. Konsep inilah yang mendasari kehidupan sosial masyarakat Jepang yang menimbulkan rasa bersalah dan rasa berterima kasih yang dalam. Menerima *On* bisa berarti kehilangan kebebasan, karena sebagai

penerima *On*, orang Jepang merasa wajib untuk membayar atau membalas budi atas apa yang ia peroleh.

On adalah sebuah konsep yang merujuk pada makna hutang budi yang berkaitan dengan segala kebaikan yang diterima seseorang dari orang lain, baik sederajat maupun tidak, secara sengaja ataupun tidak sengaja menimbulkan kewajiban untuk dibayar. Bagi orang Jepang *On* merupakan perasaan berhutang yang paling utama dan selalu ada dalam kehidupan manusia (Benedict, 1982:105).

Marcell Mauss dalam teori pemberiannya mengatakan suatu proses sosial yang melibatkan keseluruhan anggota masyarakat, sebagai sistem yang menyeluruh. Proses-proses dinamik tersebut terwujud melalui hakikat saling memberi yang mengharuskan si penerima untuk melebihi pengembalian pemberian, yang mencerminkan adanya persaingan kedudukan dan kehormatan dari pihak-pihak yang bersangkutan, sehingga saling tukar-menukar tersebut tidak ada habis-habisnya dari waktu ke waktu dan dari generasi ke generasi. (Mauss;1992).

Namun Jepang juga menghasilkan budaya baru yang di beri nama *white day*, Asal mula *white day* pertama dirayakan pada tahun 1978 di Jepang. Di mulai oleh National Confectionery Industry ASSOCIATION (Industri Manisan) sebagai “ hari jawaban” dari Hari *valentine*. Didasarkan pada argumen bahwa laki-laki harus juga menunjukkan kasih sayang kepada si perempuan yang memberikan mereka coklat dan hadiah lainnya pada hari *valentine*. Sebulan setelah perayaan *valentine* kini giliran pria yang wajib membalas pemberian coklat yang mereka terima dari wanita-wanita di *valentine day*. Hari untuk membalas pemberian coklat dari para wanita tersebut di sebut *white day* (ホワイトデー). *white day* dirayakan pertama kali pada tahun 1978. Hal ini dimulai oleh industri permen di Jepang sebagai jawaban (hadiah balasan) untuk *valentine day* dengan alasan bahwa para pria harus membayar kembali coklat yang telah diberikan oleh para wanita sebelumnya. Ini

merupakan sebuah strategi industri permen di Jepang untuk meningkatkan penjualan jumlah permen. Strategi ini dilakukan oleh toko kue ishimuramansendo di kota Fukuoka pada tahun 1977, untuk mempromosikan marshmallow merk Tsuru no ko. Mereka membuat permen dengan bahan baku gula yang berwarna putih, karena itulah muncul istilah “*white day*” (hari putih).

Dalam perayaan tersebut pria yang mendapat coklat, wajib membalas dengan jumlah dari banyaknya coklat yang ia dapatkan. Pria dapat membalas dengan marshmallow, coklat, permen, kue kering, atau hadiah-hadiah yang lain, seperti boneka atau perhiasan. Banyak toko-toko yang menjual coklat, marshmallow, permen dan hadiah-hadiah lainnya untuk *white day*, sehingga tidak ada alasan bagi pria untuk berpura-pura lupa untuk membalas coklat kepada teman wanitanya. (<http://www.gaikuzo.com/?p=1169>).

Kebudayaan tidak hanya berasal dari negara-negara asal saja, ada juga kebudayaan berasal dari negara luar juga, namun uniknya Jepang walaupun ada kebudayaan asing yang masuk itu tidak menghilangkan kebudayaan asalnya, bahkan mereka menghasilkan budaya baru. Contohnya saja budaya yang masuk seperti *valentine day* kebudayaan itu berasal dari Amerika dan juga berkembang di Jepang, kalau di Jepang wanita memberikan coklat kepada laki-laki. Namun, Jepang pun memberikan kesempatan kepada laki-laki untuk juga bisa membalas atau memerikan barang kepada wanita, dan diberi nama dengan *white day*.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis merasa tertarik untuk menganalisis tentang trenperayaan *white day* pada kalangan remaja Jepang dewasa ini.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini penulis merumuskan permasalahan yang akan diteliti adalah bagaimanakah perayaan *white day* pada kalangan remaja Jepang dewasa ini.

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan yang telah penulis kemukakan pada latar belakang masalah, tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan perayaan *white day* pada kalangan remaja Jepang dewasa ini.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna dan dapat menambah informasi bagi peneliti dan pembaca yang berkaitan dengan perayaan *white day* pada kalangan remaja Jepang dewasa ini, serta hasil penelitian ini semoga dapat dijadikan sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya.

1.5 Kerangka Pemikiran

Perayaan *white day* adalah budaya pemberian hadiah sebagai balasan atas hadiah yang diterima dari perayaan *valentine day*. Pemberian hadiah sebagai balasan ini adalah kegiatan yang menjadi hutang dan harus dibayar atas sesuatu yang diterima dari orang lain.

Suyana (1996;32) mengatakan kebiasaan saling tukar menukar pemberian pada masyarakat Jepang tercermin dari kebiasaan budaya beri memberi yang cenderung bersifat religius dan magis. Hal ini dikarenakan bahwa kebiasaan tersebut berkaitan erat dengan ritual-ritual pemujaan supernatural.

White day menjadi tren dan populer di kalangan remaja Jepang karena banyak pria Jepang mengikuti dan disenangi bahkan seorang pria memberikan hadiah yang pantas dan layak diterima teman wanitanya.

Menurut Benet (1982; 27) menyatakan bahwa budaya populer adalah budaya yang bersal dari rakyat. Ia mengatakan masalah ini melalui pendekatan yang beranggapan bahwa budaya pop adalah sesuatu yang diterapkan pada rakyat dari atas. Budaya pop adalah budaya otentik dengan rakyat. Budaya pop seperti halnya dengan budaya daerah merupakan dari rakyat untuk rakyat.

White day sebagai salah satu budaya memberi yang sekarang disenangi dan diikuti pada kalangan remaja pria Jepang yang menjadikan budaya ini menjadi tren dan populer pada kalangannya.

1.6 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Untuk mencapai tujuan yang diperlukan dibutuhkan metode yang relevan untuk mencapai tujuan yang di inginkan. (Sugiyono,2016).

1.6.1 Sumber Data

Yang menjadi sumber data bagi penulis adalah :

a. Data Primer

Data primer adalah data utama dari buku, artikel dan hasil angket yang disebar kepada remaja di Jepang yang memaparkan perayaan *white day* pada kalangan remaja Jepang.

b. Data sekunder

Data sekender adalah data pendukung lainnya yang bersumber dari internet yang membahas tentang perayaan *white day* pada kalangan remaja Jepang.

1.6.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan yaitu metode penelitian Deskriptif Kualitatif menurut Sulistyobasuki, 2016:110. Penelitian deskriptif merupakan dasar bagi semua penelitian dan juga penelitian deskriptif dapat dilakukan secara kualitatif agar dapat dilakukan analisis. Deskriptif kualitatif penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktifitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, dan orang secara individual maupun kelompok.

1.6.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah kegiatan yang dilakukan sehubungan dengan cara-cara umum pengumpulan data, penulis menggunakan teknik studi kepustakaan (*library research*). Menurut Mestika Zed dalam buku metode penelitian kepustakaan (2004:3), riset pustaka yaitu serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca, dan mencatat serta mengolah bahan penelitian.

Dalam penelitian ini penulis juga menggunakan teknik pengumpulan data melalui kusioner. Kusioner adalah pertanyaan terstruktur yang diisi sendiri oleh responden atau diisi oleh pewawancara yang membacakan pertanyaan dan kemudian mencatat jawaban yang diberikan. Pertanyaan yang akan diberikan pada kusioner ini adalah pertanyaan menyangkut fakta dan pendapat responden. (Sulistyo-Basuki, 2006:110). Di sini penulis menyebarkan kusioner kepada responden yang merupakan remaja Jepang dengan rentang usia 17-20 . Teknik penyebaran kusioner sendiri melalui teman yang berada di Jepang dan jawabannya dikirim melalui surat elektronik (E-mail).

1.6.4 Teknik Analisa Data

Teknik analisa data adalah cara yang digunakan dalam menganalisis data untuk penelitian. Metode untuk menganalisis data yang digunakan adalah metode analisis data yang bersifat deskriptif. Sedangkan teknik analisis data yang penulis gunakan dalam penelitian ini yaitu :

- (a). Klasifikasi data yaitu pengelompokan data-data sesuai dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu tren perayaan *white day* pada kalangan remaja Jepang.
- (b). Menganalisis data yaitu menganalisis data yang sudah dikelompokkan secara deskriptif.
- (c). Menyimpulkan data yang telah dianalisis.

KERANGKA KONSEPTUAL

