

ABSTRAK

Jepang dihadapkan dengan modernisasi yang membuat masyarakat Jepang mengadopsi gaya hidup barat dan membuat eksistensi kimono semakin berkurang di era modern ini. Hal ini berdampak pada perusahaan kimono dan yang bergerak dalam bidang budaya tradisional di Jepang. Objek penelitian ini adalah perusahaan Tondaya yang merupakan penggiat kimono yang telah berdiri sejak 130 tahun lalu. Tondaya telah melakukan berbagai usaha untuk beradaptasi dalam mempertahankan bisnis hingga saat ini. Disisi lain, pada tahun 2000-an pemerintah Jepang membuat sebuah kebijakan dalam melakukan penyebaran kebudayaan melalui *Cool Japan*. Namun, kebijakan *Cool Japan* saat ini lebih berfokus pada budaya populer Jepang saja. Hal ini berbanding terbalik dengan Tondaya disamping sebagai perusahaan kimono, juga melakukan penyebaran budaya tradisional Jepang di era modern ini. Data yang diperoleh berasal dari observasi secara langsung dan wawancara dengan informan dari Tondaya. Dengan menggunakan metode kualitatif dan teori mekanisme survival oleh James C. Scott dan konsep *Cool Japan*, penulis bermaksud untuk mengetahui strategi yang dilakukan oleh Tondaya untuk beradaptasi dan mempertahankan bisnis serta usahanya dalam mendukung program penyebaran budaya yang dijalankan oleh pemerintah yaitu *Cool Japan*. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Tondaya melakukan berbagai strategi adaptasi antara lain membuka bisnis baru, bekerjasama dengan media massa, mengadakan pameran budaya, menulis buku tentang kimono dan budaya tradisional, serta berpartisipasi dalam program SDGs. Usaha yang dilakukan Tondaya dalam menghadapi kendala juga memanfaatkan potensi-potensi yang dimiliki. Kemudian analisis yang didapatkan dari usaha-usaha yang telah dilakukan oleh Tondaya tersebut juga dapat membantu pemerintah dalam melakukan penyebaran budaya dalam *Cool Japan* dan membangun citra positif terhadap Jepang.

Kata kunci: budaya tradisional Jepang, *Cool Japan*, mekanisme survival, strategi adaptasi

ABSTRACT

Japan is faced with modernization which makes Japanese people adopt western lifestyle and make the existence of *kimono* diminishing in this modern era. This has an impact on *kimono* companies and those engaged in traditional culture in Japan. The object of this research is Tondaya company which is a *kimono* activist that was established 130 years ago. Tondaya has made various efforts to adapt in maintaining business until now. On the other hand, in the 2000s the Japanese government made a policy of spreading culture through *Cool Japan*. However, *Cool Japan* currently focus more on Japanese popular culture. This is inversely proportional to Tondaya aside from being a kimono company, who also spreads traditional Japanese culture in this modern era. The data obtained through observation and interview with informants from Tondaya. By using qualitative method and theory of survival mechanism by James C. Scott and the concept of *Cool Japan*, the author intends to find out the strategies undertaken by Tondaya to adapt and maintain business also efforts in supporting the cultural dissemination program run by the government, *Cool Japan*. This study showed that Tondaya taking various adaptation strategies including opening new businesses, collaborating with mass media, holding cultural exhibitions, writing books about kimono and traditional culture, and participating in the SDGs program. Tondaya's efforts in dealing with obstacles also take advantage of its potential. Then the analysis obtained from the efforts made by Tondaya can also help the government in spreading culture in *Cool Japan* and building a positive image of Japan.

Keywords: adaptation strategy, *Cool Japan*, Japanese traditional culture, survival mechanism