

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pakaian Jepang dibagi menjadi dua jenis yaitu *wafuku* (和服) atau pakaian asli Jepang, dan *yofuku* (洋服) atau pakaian yang berasal dari bangsa Barat. Pakaian tradisional Jepang atau yang biasa disebut Kimono menjadi pakaian tradisional dan pakaian keseharian masyarakat Jepang sejak zaman Heian (794-1192). Kimono memiliki arti sesuatu yang dikenakan atau dipakai, berasal dari dua kata dalam bahasa Jepang yaitu “*ki* (着)” yang artinya memakai, dan “*mono* (物)” yang memiliki arti sesuatu atau benda (Hirayama, 2009:335).

Menurut Beasley dalam bukunya, perlahan kimono menjadi jarang dikenakan sejak zaman Meiji (1868-1912). Hal ini dikarenakan pemerintah mulai menetapkan peraturan bagi beberapa kalangan dari pegawai pemerintahan yaitu pejabat pemerintahan, polisi, tentara, dan pengusaha saat bekerja. Para tentara dan polisi Jepang mulai mengenakan seragam, lalu pejabat pemerintahan yang memakai jas panjang dan topi tinggi, para pengusaha yang memakai jas dan topi yang berbentuk bulat, dan istri maupun anak gadis dari bangsawan memakai rok panjang dan topi yang beraneka warna. Tak hanya mereka saja, pada akhir tahun 1872 pegawai Istana juga mengenakan dengan resmi pakaian bangsa Barat. Kemudian pada zaman Taisho dan Showa, masyarakat Jepang telah mengenakan pakaian barat dalam beraktivitas sehari-hari (Beasley, 2003:294).

Seiring perkembangan zaman dan modernisasi, Jepang banyak mengadopsi budaya maupun hal lainnya dari Bangsa Barat (Nurhayati, 1987). Alasan kimono

mulai jarang dikenakan saat ini karena harganya yang semakin mahal, pemakaian yang kurang efisien apabila dikenakan saat beraktivitas dan membutuhkan waktu karena pemakaian yang rumit. Hal tersebut menjadi faktor yang menyebabkan masyarakat Jepang di era modern ini lebih memilih mengenakan pakaian *youfuku* dalam beraktivitas sehari-hari. Masyarakat Jepang dewasa ini mengenakan kimono untuk menghadiri acara formal seperti upacara pernikahan atau *kekkonshiki* (結婚式), upacara minum teh atau *chakai* (茶会), menghadiri perayaan atau *omatsuri* (お祭り), mengunjungi kuil atau *jinjamairi* (神社参り), dan acara lainnya. Tak jarang mereka mengenakan kimono yang dihias dengan lambang keluarga dari pemakai, guna mengidentifikasi asal-usul atau latar belakang keluarga.

Sebuah lembaga riset pemasaran yang berbasis di Tokyo, “The Yano Research Institute” telah melakukan sebuah survey tentang sikap dan perilaku konsumsi yang dilakukan oleh wanita terhadap kimono (“Women between 20 and 60: Consciousness and Consumer Behaviour Regarding Kimono” [20–60 dai josei no kimono ni kansuru ishiki to kobai kodo]). Survey tersebut dilakukan sebanyak dua kali pada tahun 2006 hingga 2008. Survey berisi berbagai macam pertanyaan, antara lain mengenai data penjualan terakhir kimono maupun barang yang berkaitan dengan kimono, barang-barang apa saja yang biasa dibeli, dan dimana mereka membelinya. Hasil survey itu menunjukkan, Responden yang baru saja membeli kimono atau barang-barang yang berkaitan dengan kimono memiliki presentase sebanyak 25% dari seluruh jumlah responden. Jika jumlah itu dipecah berdasarkan usianya, didapatkan bahwa jumlah responden terbanyak pada wanita

yang berusia sekitar 20 tahun dengan presentase 32.5% dan wanita yang berusia sekitar 50 tahun sebanyak 32.8%. Selain itu, wanita yang belum menikah lebih memiliki ketertarikan untuk membeli kimono (34.5%) dibandingkan wanita yang telah menikah (22.7%). Pembelian aksesoris dan barang lainnya yang berkaitan dengan kimono seperti *obi*, alas kaki, dan dekorasi rambut, dinilai lebih tinggi jumlahnya hingga 80% dari akuisisi tersebut, dengan diikuti pembelian yukata sebanyak 41%. Penjualan kimono bekas dan kimono kasual juga ditinjau dalam survey ini, dimana sebanyak 50% dari seluruh responden menunjukkan keraguan terhadap pembelian kimono bekas dan hanya 16% yang merespon bila mereka memiliki kimono kasual (Assmann, 2008:364). Dari data yang diperoleh tersebut dapat disimpulkan bahwa industri kimono saat ini sedang mengalami ketidakstabilan dari segi penjualan karena harganya yang semakin mahal, sehingga membuat ketertarikan untuk membeli kimono baru menjadi berkurang.

Disisi lain, Jepang juga melakukan penyebaran budaya melalui kebijakan yang telah ditetapkan oleh Pemerintah melalui sebuah program yang disebut Cool Japan. Kebijakan ini muncul karena dipengaruhi oleh beberapa faktor penyebabnya. Yakni, Jepang dihadapkan pada permasalahan yang diakibatkan oleh hilangnya kepercayaan diri dan citra positif karena adanya pandangan negatif terhadap Jepang. Pandangan negatif tersebut timbul karena tindakan Jepang yang kejam dan indetik dengan kejahatan perang yang menyebabkan kekacauan pada Perang Dunia II. Ditambah lagi dengan adanya krisis ekonomi yang berkepanjangan atau *buble economy* pada tahun 1990-an yang menyebabkan Jepang mengalami keterpurukan sehingga mulai memikirkan cara agar dapat

bangkit dan memperbaiki kembali *image*-nya di mata dunia. Akhirnya pada tahun 2000-an, slogan “*Cool Japan*” muncul sebagai upaya menciptakan *image* positif Jepang dan meningkatkan perekonomian. Slogan *Cool Japan* pertamakali dicetuskan oleh jurnalis Douglas McGray dalam artikelnya yang bertajuk “*Japan’s Gross National Cool*” pada tahun 2002, Ia menyatakan bahwa Jepang berpotensi memiliki kekuatan dalam bidang kebudayaan untuk bangkit dari krisis ekonomi yang terjadi pada tahun 1980-an. Kehadiran budaya Jepang yang berkembang telah menciptakan kekuatan atau *soft power* bagi Negara Jepang dan kebudayaan yang diciptakan dapat dikatakan sebagai “*national cool*” yang kemudian dikenal dengan istilah *Cool Japan* (McGray, 2002).

Taro Aso dalam pidatonya di Digital Hollywood University menambahkan citra positif dapat digambarkan sebagai sesuatu yang “*明るい*” *akarui* atau cerah, “*暖かい*” *ataakai* atau hangat, dan “*カッコいい*” atau “*クール*” yang berarti keren atau *cool*. Pandangan-pandangan tersebut dinilai Taro Aso sebagai nilai-nilai atau aspek yang dapat membangun citra positif bagi Jepang (mo.f.a.go.jp/, 2006). Terbentuknya *image* positif tersebut merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh pemerintah Jepang dalam *Cool Japan* sebagai langkah awal untuk membangkitkan Negara dari keterpurukan akibat *bubble economy*. Taro Aso juga menyampaikan bahwa budaya populer Jepang memiliki aspek-aspek tersebut sehingga dapat menciptakan citra positif bagi Jepang.

Beberapa program untuk mendukung *Cool Japan* yang telah dijalankan oleh pemerintah Jepang dengan banyak melibatkan berbagai pihak kementerian serta agensi antara lain, adanya program televisi “*Cool Japan*” dalam channel

NHK World, diselenggarakannya beberapa festival internasional seperti *CoFesta*, *Japan Expo*, *World Cosplay Summit*, *International Manga Award*, *Anime Festival Asia*, didirikannya *Cool Japan Fund*, dan lain-lain (Salim, 2016). Dengan *Cool Japan*, Jepang mulai lebih aktif dalam memanfaatkan kearifan lokal yang dimilikinya berupa budaya tradisional maupun populer sebagai senjata untuk melakukan diplomasi budaya dan menarik minat warga dunia Internasional terhadap Jepang. Hal ini seperti yang dijelaskan oleh Joseph S. Nye Jr. mengenai *soft power* yaitu kekuatan sebuah Negara tidak hanya bersumber dari militernya saja namun dapat berasal dari media lainnya seperti budaya (Nye, 2004). Dan seiring berkembangnya waktu, masyarakat internasional memiliki minat dan antusias yang tinggi terhadap konten kreatif dan budaya populer Jepang sehingga pemerintah Jepang saat ini lebih memfokuskan penyebaran budaya populer karena diasumsikan dapat merangsang pertumbuhan ekonomi dan menciptakan sebuah *image* positif bagi Jepang (MOFA, 2006).

Namun, kebijakan pemerintah Jepang “*Cool Japan*” sebenarnya masih belum berhasil dalam memperbaiki perekonomian maupun citra positif Jepang. Hal ini tercantum pada Berita Nikkei Asian oleh Yuta Saito bahwa *Cool Japan* dapat dikatakan tidak terlalu membawa dampak yang baik dalam hal peningkatan devisa negara seperti yang diharapkan oleh pemerintah Jepang. Selain itu adanya pandangan yang tidak terlalu baik pada budaya populer Jepang akibat kontennya, membuat citra negatif Jepang masih tersisa. Ditambah lagi Korea Selatan yang juga memiliki *soft power* yang dikenal “*Korean Wave*” yang dinilai lebih banyak diminati tidak hanya di Asia namun di benua lainnya seperti Amerika dan Eropa,

karena penyebarannya tidak hanya melalui drama, film, dan musik tetapi juga kolaborasi yang melibatkan musisi dari kedua belah pihak Negara (Michel, 2015). Namun, budaya populer Jepang seperti manga dan anime rupanya memiliki akar dari budaya tradisional di zaman Edo (Okuno, 2014:1). Hal ini berarti baik budaya populer maupun budaya tradisional Jepang sama-sama dapat menciptakan citra positif untuk Jepang. Sehingga dalam mendukung program *Cool Japan* budaya tradisional pun dapat turut berperan di dalamnya. Hal ini juga berlaku bagi Tondaya yang memiliki usaha yang bergerak dibidang kimono beserta *machiya*-nya yang memiliki layanan pengalaman budaya tradisional Jepang untuk pengunjung.

Bisnis kimono dinilai masih bertahan hingga saat ini dengan banyaknya perusahaan atau toko rental kimono yang menyewakan kimono untuk acara tertentu. Penggerak industri Kimono yang masih bertahan salah satunya banyak yang berasal dari wilayah Kyoto, Jepang. Dan salah satu penggerak industri kimono tertua di daerah Kyoto adalah Perusahaan Tondaya. Tondaya tidak hanya dikenal sebagai perusahaan kimono, namun juga perusahaan yang memiliki *Traditional Lifestyle Museum “machiya”* terbesar di Nishijin, Kyoto. *Machiya* merupakan rumah bergaya tradisional Jepang yang terbuat dari kayu (Hanaoka, 2019:1). Menurut sumber data yang didapatkan melalui web tondaya.co.jp/, Tondaya telah terdaftar sebagai warisan budaya nasional Jepang pada tahun 1999 dan bangunannya yang merupakan sebuah *machiya* menjadi bangunan atau tempat di Kyoto yang dilindungi oleh pemerintah sejak tahun 2007. Dalam menggerakkan bisnisnya, Tondaya tidak hanya memproduksi kimono saja, tetapi

juga menambahkan pelayanan berupa pengalaman budaya tradisional untuk wisatawan lokal maupun asing. Hal ini tidak hanya bertujuan untuk mempertahankan bisnis saja namun juga sebagai usaha untuk melestarikan dan menyebarkan budaya tradisional Jepang ke dunia Internasional.

Hayakawa Akiko sebagai salah satu staf perusahaan Tondaya bagian pelayanan terhadap wisatawan asing menyatakan bahwa kunjungan wisatawan semakin meningkat dari tahun ke tahun, dimana presentase wisatawan asing atau mancanegara mencapai 80% dari jumlah keseluruhan wisatawan yang datang ke Tondaya. Dan tak jarang bahwa wisatawan asing juga membeli kimono serta barang-barang yang berkaitan dengan kimono dan budaya tradisional lainnya, seperti kaos kaki Jepang atau *tabi* dan perlengkapan untuk membuat teh tradisional Jepang (Komai, 2020).

Berdasarkan uraian tersebut, dalam penelitian ini, penulis membahas tentang usaha yang dilakukan oleh perusahaan Tondaya dalam beradaptasi dan menjalankan bisnis sebagai penggiat kimono serta mempertahankan budaya tradisional lainnya hingga saat ini. Selain itu, peneliti juga ingin membahas mengenai usaha yang telah dilakukan oleh Tondaya dalam melestarikan kebudayaan dapat membantu dan mendukung usaha yang dilakukan Pemerintah dalam penyebaran budaya yang menggunakan slogan *Cool Japan* serta menciptakan *image* positif terhadap Jepang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi adaptasi yang dilakukan Tondaya dalam mempertahankan bisnis kimono dan melestarikan budaya tradisional Jepang?
2. Bagaimana usaha tersebut dapat mendukung slogan *Cool Japan* yang digaungkan oleh pemerintah Jepang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang usaha atau cara yang dilakukan oleh perusahaan Tondaya dalam beradaptasi dan mempertahankan budaya tradisional Jepang hingga saat ini. Selain itu, untuk mengetahui usaha yang dilakukan dapat mendukung usaha pemerintah Jepang dalam kebijakan *Cool Japan*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini ada dua macam, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang dapat dihasilkan dari penelitian ini adalah untuk menambah kajian mengenai strategi adaptasi dan usaha dalam mempertahankan budaya tradisional di era modern ini serta bentuk usaha mendukung kebijakan Pemerintahan Jepang saat ini. Selain itu, dapat memberikan gambaran umum mengenai informasi yang terkait dalam penelitian ini terhadap penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah kita dapat mengetahui usaha-usaha apa saja yang dilakukan oleh perusahaan Tondaya dalam beradaptasi, mempertahankan bisnis dan melestarikan budaya tradisional Jepang hingga saat ini serta membantu program yang digaung oleh pemerintah Jepang yaitu *Cool Japan*. Sehingga diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan untuk pengusaha lokal Indonesia supaya dapat mempertahankan bisnisnya sekaligus melestarikan budaya tradisional.

1.5 Tinjauan Pustaka

Dalam penelitian ini menggunakan tiga penelitian sebagai tinjauan pustaka. Pertama, adalah skripsi yang ditulis oleh Momomi Fujisawa dari Takasaki Keizai Daigaku pada tahun 2014, yang berjudul “きものという日本文化” *kimono to iu nihon bunka*. Penelitian ini, penulis ingin membahas dan mencari tahu lebih dalam mengenai kimono sebagai budaya tradisional Jepang. Penelitian ini memperoleh data melalui studi pustaka, pengamatan secara langsung dan wawancara terhadap informan.

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa bagi orang Jepang perubahan bentuk kimono seiring berjalannya waktu disebabkan oleh perubahan musim dan keadaan iklim di Jepang. Bertahannya kimono hingga saat ini, dipengaruhi oleh faktor pemakaian kimono yang sesuai dengan fungsinya sebagai pakaian tradisional Jepang. Kimono secara visual menjadi sebuah sarana untuk mengekspresikan nilai kimono dalam identitas masyarakat Jepang maupun secara individual dan menjadi salah satu ekspresi kebudayaan tradisional Jepang.

Masyarakat Jepang pada zaman dahulu mengenakan kimono sebagai kebutuhan dalam berpakaian sehari-hari. Namun, masyarakat modern sudah tidak menggunakannya dalam pemakaian keseharian dikarenakan harganya yang semakin mahal dan pemakaian yang kurang efisien. Disisi lain, tak sedikit masyarakat Jepang lebih memilih untuk mewariskan kimono kepada anggota keluarga, karena dianggap lebih hemat dan tidak perlu membeli kimono yang baru. Kimono memiliki nilai yang berbeda dengan pakaian biasa karena kimono tidak cepat berubah dan menggunakan pola dan warna yang universal, sehingga kimono memiliki stabilitas yang tidak akan tertinggal oleh perkembangan zaman.

Kelebihan dari penelitian Fujisawa adalah menggunakan sumber dan data yang lengkap. Sehingga penelitian ini dapat membantu penulis untuk memberikan informasi mengenai kimono, tidak hanya informasi dasar atau pengetahuan umum mengenai kimono namun juga perkembangan kimono hingga kini. Penelitian ini disusun secara sistematis dan penulisan yang rinci serta sesuai dengan topik pada masing-masing sub bab dalam penelitian. Dan kekurangan dari penelitian ini adalah teori yang digunakan dan metode yang digunakan tidak dicantumkan secara jelas atau implisit. Sehingga peneliti mencoba memahami sendiri apa metode penulisan yang digunakan di dalam penelitian ini.

Kedua, adalah jurnal yang ditulis oleh Takuji Okuno dari Kwansai Gakuin University pada tahun 2014, yang berjudul “*Roots of Cool Japan: From the Japanese Traditional Edo Culture to Anime and Manga*”. Jurnal ini membahas mengenai akar atau asal-usul dari *Cool Japan* yang berasal dari kebudayaan

tradisional Jepang pada zaman Edo. Penelitian ini menggunakan sumber data yang berasal dari literatur yang berkaitan dengan topik penelitian.

Kesimpulan yang didapatkan dalam jurnal ini adalah produk *Cool Japan* seperti *anime*, *manga* dan *game* mendapat pengaruh dari kebudayaan tradisional Jepang khususnya budaya yang ada saat periode Edo. Hal tersebut dibuktikan dengan anime modern berakar dari budaya tradisional Jepang yaitu *Kabuki* (sebuah teater drama-tari), dan asal usul manga berasal dari *Kibyoshi* yaitu buku komik pertama Jepang (*books with yellow covers*). Konsep keindahan *wabi sabi* yang tercermin dalam budaya tradisional Jepang seperti dalam pertunjukkan *Noh* dan upacara minum teh Jepang terdapat dalam produk budaya populer Konan. Selain itu, terdapat konsep keindahan lainnya yaitu *iki* sebagai sumber estetika dari *Cool Japan* yang saat ini dikaitkan dengan istilah *moe* dan merupakan akar dari budaya *Otaku*. Disisi lain, animisme juga termasuk salah satu aspek dari *Cool Japan*. Cerita rakyat Tono Monogatari karya Yanagida Kunio menjadi tema utama dalam film karya Hayao Miyazaki yang berjudul *Spirited Away* dan *Princess Mononoke-hime*. Serta munculnya karya seni lukisan atau *ukiyo-e* yang berjudul *Scrolls of Frolicking Animals* karya Utagawa Kuniyoshi pada periode Kamakura yang memberikan pengaruh besar kepada seniman modern dengan hasil karya tokoh-tokoh animasi seperti *Doraemon*, *Hello Kitty*, dan *Pokemon*.

Kelebihan dari jurnal ini adalah penyajian dan penjabaran informasi oleh penulis sangat baik, sumber-sumber data yang digunakan valid dan tercantum didalam jurnal. Namun, kekurangan yang terdapat dalam jurnal ini antara lain penulisan yang kurang sistematis karena kerangka penulisan hanya terdiri dari

sub-bab pembahasan dan penulis tidak menyebutkan atau mencantumkan metode yang digunakan secara jelas atau tertulis di dalam penelitian. .

Ketiga, adalah skripsi yang ditulis oleh Bobby Widi Asmoro dari Universitas Airlangga, pada tahun 2017, yang berjudul “Strategi Adaptasi Orkes Keroncong ‘New Victory’ Terhadap Budaya Populer di Surabaya”. Skripsi ini membahas tentang strategi adaptasi yang dilakukan oleh group orkes keroncong New Victory terhadap budaya populer yang ada di Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan perspektif kritis, dan data yang didapatkan berasal dari hasil wawancara pada informan. Selain itu, penulis juga menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi dan dokumentasi terhadap informan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori mekanisme survival dan teori fenomenologi.

Berdasarkan dari hasil data yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa group orkes keroncong New Victory cenderung terbuka terhadap kehadiran budaya populer ber-genre musik modern yang ada pada saat ini dan menerima kehadiran budaya populer tersebut, walaupun ada terdapat salah satu anggota dari orkes keroncong New Victory yang kurang menerima atau merasa keberatan terhadap budaya populer tersebut. Strategi adaptasi yang dilakukan oleh group orkes keroncong New Victory dalam mempertahankan dan melestarikan budaya tradisional antara lain, mengkolaborasikan antara aransemen musik keroncong dengan musik modern yang populer saat ini, selalu berusaha untuk meningkatkan kreativitas dan kualitas, melakukan perekrutan anggota baru yang berusia muda dan memiliki bakat dan minat lebih terhadap musik keroncong dan menambahkan

instrumen alat musik modern seperti *Electone* dan *Saxophone* dalam musik keroncong yang dimainkan.

Persamaan dari penelitian yang dilakukan dengan penelitian ini adalah landasan teori dengan menggunakan teori mekanisme survival untuk menganalisis strategi adaptasi yang dilakukan oleh Tondaya. Selain itu, terdapat persamaan pada topik penelitian yaitu mencari tahu bagaimana strategi adaptasi suatu kelompok yang terkait erat dengan budaya tradisional terhadap perkembangan budaya populer. Kemudian perbedaannya terletak pada objek penelitian, dimana pada skripsi yang ditulis oleh Bobby membahas mengenai eksistensi budaya tradisional Indonesia yaitu musik keroncong dan bagaimana bertahan dalam perkembangan budaya populer di Surabaya. Namun di dalam penelitian yang dilakukan, peneliti membahas mengenai eksistensi dan bagaimana kimono serta budaya tradisional Jepang lainnya bertahan di tengah berkembangnya budaya populer Jepang saat ini.

1.6 Landasan Teori

Dalam penelitian ini menggunakan landasan teori mekanisme survival dan konsep *Cool Japan*.

1.6.1 Mekanisme Survival

Mekanisme Survival merupakan sebuah teori yang dikemukakan oleh James C. Scoot (1983), dengan melihat dari perspektif kehidupan para petani di Asia Tenggara yang berusaha untuk bertahan hidup dari berbagai tekanan kehidupan yang berat. Di dalam bukunya, James C. Scoot menyatakan bahwa moral ekonomi petani didasarkan pada etika subsistensi. Etika subsistensi merupakan konsekuensi

dari satu kehidupan yang dekat dengan garis minimum (sesuatu yang mengancam dalam bertahan hidup), yang muncul akibat kekhawatiran akan kekurangan bahan pangan. Subsistensi yang disebutkan merupakan pertanian swasembada, dimana para petani berfokus pada usaha-usaha yang dilakukan untuk membudidayakan bahan pangan yang cukup untuk kebutuhan petani dan keluarganya sendiri dan cenderung mendahulukan prinsip meminimalkan dan “dahulukan selamat”. Misalnya, para petani menerapkan etika subsistensi dalam bercocok tanam berusaha untuk menghindari kegagalan yang akan berdampak buruk di kehidupan mereka dan bukan berusaha untuk memperoleh sebuah keuntungan yang besar dengan mengambil resiko (Scoot, 1983).

Dari etika subsistensi yang dikemukakan oleh James C. Scoot di dalam bukunya, bahwa para petani memiliki beberapa strategi dalam menghadapi subsistensi yang disebut dengan mekanisme survival. Beberapa strategi atau cara yang digunakan untuk bertahan hidup dalam mekanisme survival antara lain; petani memanfaatkan keluarga inti untuk memenuhi kebutuhan hidup, juga memanfaatkan relasi atau hubungan jaringan sosial mereka, petani memiliki pekerjaan sampingan, hingga melakukan pekerjaan yang baru, dan melakukan penghematan terhadap pengeluaran. Dalam konteks umum, tindakan-tindakan tersebut merupakan strategi/ usaha adaptasi seseorang untuk dapat membiasakan diri dan bertahan hidup terhadap adanya suatu perubahan dan kesulitan. Salah satu cara dalam beradaptasi tersebut adalah dengan mengadakan suatu sistem pertahanan diri atau mekanisme survival, yaitu sistem yang terkoordinasi dan terstruktur dalam upaya bertahan dan menghadapi kendala yang ditemui.

1.6.2 Konsep *Cool Japan*

Cool Japan adalah sebuah kebijakan yang dikeluarkan oleh Pemerintah Jepang mencakup sebagian besar produk budaya Jepang dan mendorong ekspansi atau penyebaran budaya ke dunia internasional. Pemerintah maupun pebisnis Jepang ingin memanfaatkan produk budaya Jepang seperti budaya populer maupun tradisional untuk mempromosikan Jepang sebagai salah satu bentuk *soft power*. Menurut Joseph, S. Nye, Jr., sumber kekuatan sebuah negara tidak hanya dalam kekuatan militer saja melainkan berasal dari media lainnya seperti budaya dan segala pendekatan yang berbentuk *soft power*. Pemerintah Jepang melakukan penyebaran budaya yang bertujuan untuk membangun citra atau *image* positif bagi Jepang dan mendorong pertumbuhan perekonomian Negara akibat krisis ekonomi yang terjadi di tahun 1990 (Wardana, 2015:1).

Jepang memiliki keinginan untuk menjadikan budaya sebagai salah satu bentuk dari *soft power* sejak dicetuskan oleh Perdana Menteri Nakasone pada tahun 1980. Ia menyatakan bahwa Jepang perlu mengubah pandangan masyarakat dunia tentang stigma atau pandangan negatif terhadap Jepang sebagai negara yang kejam dan indetik dengan kejahatan perang yang menyebabkan kekacauan saat Perang Dunia II. Sehingga pada dasarnya *Cool Japan* memiliki konsep yang sangat erat dengan pernyataan Perdana Menteri Nakasone yaitu sebagai bentuk usaha mempromosikan Jepang melalui kebudayaan tradisional maupun populer dan usaha dalam meningkatkan minat masyarakat Internasional terhadap produk budaya Jepang serta membentuk atau menciptakan *image* positif bagi Jepang (Michal, 2009:248).

1.7 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Menurut Moleong (2011:6-7), metode kualitatif adalah suatu metode atau prosedur dalam sebuah penelitian yang menghasilkan data secara deskriptif, dimana data yang diperoleh berupa tulisan maupun lisan dari narasumber atau objek penelitian. Metode ini digunakan dalam penelitian ini karena hasil analisis atau penelitian yang didapatkan berupa tulisan atau deskripsi yang berasal dari sumber data yang berbentuk lisan maupun tulisan yaitu hasil wawancara, observasi secara langsung, maupun data yang berbentuk dokumen tertulis cetak maupun non cetak.

1.7.1 Teknik Penentuan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah situasi dan kondisi lingkungan dari tempat yang berkaitan dengan masalah penelitian (Iskandar, 2008:219). Lokasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Tondaya dan distrik Kamigyō yang terletak di kota Kyoto, Jepang. Kyoto dikenal sebagai daerah yang masih kental budaya tradisional asli Jepang dan industri tradisional yaitu kimono dan barang antik. Tondaya merupakan perusahaan bisnis kimono terbesar yang telah dijalankan oleh keluarga Tanaka yang berada di Nishijin sejak zaman Meiji, dan memiliki *machiya* yang telah dijadikan sebagai warisan budaya Nasional dan aset bangunan Kyoto yang disahkan oleh pemerintahan Jepang. Hal tersebut menjadi alasan penulis dalam memilih perusahaan Tondaya sebagai lokasi dalam penelitian ini. Selain itu, terdapat alasan pribadi dari penulis yaitu penulis sedang melakukan kegiatan *internship* di perusahaan Tondaya sehingga penulis dapat memperoleh

dan mempelajari banyak hal yang berkaitan dengan budaya tradisional Jepang lebih detail terutama mengenai kimono dan perkembangan usaha atau bisnis yang dijalankan oleh Tondaya.

1.7.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam proses pengumpulan data, penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan oleh penulis yang berasal dari sumber pertama atau asli, yang didapat melalui wawancara mendalam atau *in depth interview* terhadap informan dan observasi secara langsung di lokasi penelitian (Umi Narimawati, 2008:98). Alasan penulis menggunakan metode ini adalah data-data utama yang didapatkan banyak bersumber dari wawancara dan pengamatan secara langsung. Dalam penelitian ini data primer didapatkan melalui wawancara dan observasi atau pengamatan secara langsung terhadap staf Tondaya, dengan mencari tahu bagaimana cara mereka untuk menjaga eksistensi kimono dan melestarikan budaya tradisional Jepang lainnya di masa kini dan masa mendatang serta dapat membantu usaha pemerintah dalam menciptakan *image* positif bagi Jepang.

Data sekunder adalah data yang didapatkan oleh penulis melalui sumber yang telah ada atau tercatat sebelumnya. Sumber data sekunder berupa catatan, buku-buku maupun literatur, internet dan lain sebagainya. Data sekunder berfungsi sebagai data pendukung yang berfungsi untuk menguatkan data primer (Hikmat, 2011:72). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan data sekunder berupa buku-buku yang mengacu pada objek penelitian dan data berupa dokumen yang dimiliki oleh perusahaan, web resmi perusahaan Tondaya, mengutip dari

jurnal dan artikel lainnya yang berhubungan dengan penelitian, dan angket pengunjung yang datang ke Tondaya.

1.7.3 Teknik Penentuan Informan

Teknik yang digunakan penelitian ini dalam menentukan informan adalah teknik *purposive sampling*. Menurut Hikmat (2011:64), *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel yang berdasarkan tujuan tertentu. Alasan penulis menggunakan teknik *purposive sampling* dalam penelitian ini yaitu agar lebih tepat sasaran terhadap objek penelitian, karena dalam pemilihan informan memiliki kriteria-kriteria tertentu yang diharapkan dapat menunjang dalam pemberian informasi terhadap penelitian yang dilakukan. Dengan kata lain, pemilihan informan dilakukan secara sengaja berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditentukan berdasarkan tujuan penelitian.

Sumber informan dalam penelitian ini adalah staf yang bekerja di perusahaan Tondaya. Penulis menetapkan kriteria-kriteria dalam pemilihan informan, antara lain:

1. Direktur perusahaan Tondaya saat ini (generasi 13). Alasan pemilihan dikarenakan informan merupakan pemilik perusahaan, sehingga memiliki pengetahuan yang lebih banyak dan pemahaman yang lebih mendalam mengenai Tondaya.
2. Staf yang paling lama bekerja di Tondaya sebagai staf yang berada di bagian kebudayaan tradisional selain berada di bagian *service* budaya seperti menjadi penerjemah tamu, pengajar dalam perkuliahan. Alasan pemilihan informan tersebut dikarenakan informan memiliki pengalaman lebih dalam

bekerja dan pengetahuan yang lebih mengenai perusahaan, kimono, dan budaya tradisional lainnya. Dan mungkin memiliki pandangan yang berbeda dalam usahanya menyebarkan budaya dari sudut pandangan staf lainnya.

3. Staf yang bekerja atau bertugas di bagian *service* budaya tradisional lainnya seperti *chadou*, *kimono dressing*, *machiya-kengaku*, *ikebana* dan lain sebagainya (*futsuu shain bunka taiken*) dan staf khusus pada bagian budaya tertentu. Alasan pemilihan informan tersebut dikarenakan informan mungkin memiliki pengetahuan yang lebih luas mengenai usaha yang telah dilakukan untuk menyebarkan budaya baik staf itu sendiri maupun Tondaya.

Dasar pemilihan kriteria informan tersebut adalah para penggiat kimono yang memiliki latar belakang berbeda-beda yang dilihat dari jabatan, masa bekerja, pengalaman yang dimiliki, dan segi keahlian atau bagian dalam pekerjaan. Pemilihan tersebut karena memungkinkan para informan memiliki perbedaan pendapat dan pandangan mengenai usaha dalam penyebaran budaya tradisional.

1.7.4 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah suatu proses untuk menyusun dan mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu kategori, pola, dan satuan uraian dasar (Moleong, 2002). Data tersebut disusun secara sistematis yang diperoleh melalui observasi, wawancara, data-data yang telah terkumpul dan dokumentasi dari hasil observasi yang dilakukan. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis interaktif dengan melalui tiga proses, yaitu *reduction*, *data display*, dan kesimpulan (Suwardi E, 2003:215).

Pertama, proses reduksi dari data yang telah didapatkan melalui berbagai sumber seperti hasil wawancara terhadap informan, data yang didapatkan melalui observasi secara langsung dan data lainnya antara lain seperti dokumen perusahaan, *website* perusahaan mengenai kimono dan informasi Tondaya serta angket pengunjung Tondaya. Dalam proses ini dilakukan dengan pengelolaan data dengan memilih, memusatkan data, dan penyederhanaan data yang telah didapatkan secara kasar atau belum mengalami pemilahan dalam proses pengambilan data. Kemudian, *display* data, proses ini merupakan bagian dimana data-data yang telah di reduksi kemudian di analisis menggunakan teori dalam penelitian ini yaitu Mekanisme Survival dan konsep *Cool Japan*. Proses analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini antara lain dengan menguraikan terlebih dahulu beberapa topik dan pembahasan terkait Tondaya seperti sejarah berdirinya dan perkembangan bisnis Tondaya, kendala-kendala yang dihadapi oleh Tondaya, serta potensi-potensi yang dimiliki Tondaya. Kemudian mengaitkan itu semua dengan strategi yang dilakukan oleh Tondaya dan menjelaskan strategi atau usaha apa saja yang telah dilakukan.

Selanjutnya menganalisis keterkaitan strategi-strategi yang telah dilakukan dengan teori Mekanisme Survival sebagai sebuah strategi adaptasi serta keterkaitan antara strategi yang dilakukan dan potensi yang dimiliki Tondaya dengan *Cool Japan* yang didorong oleh pemerintah Jepang. Setelah proses analisis atau *display* data dilakukan, maka proses terakhir yaitu penulisan kesimpulan yang telah didapatkan dan saran yang kemudian disusun pada bab 4.

1.8. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disajikan dalam empat bab yang terdiri dari :

Bab I terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, landasan teori, dan metode penelitian.

Bab II terdiri dari sub-bab kimono sebagai budaya tradisional Jepang, Tondaya, dan *Cool Japan*.

Bab III berisi analisis data yang terdiri dari sub-bab sejarah dan perkembangan bisnis Tondaya, kendala yang dihadapi Tondaya baru, potensi yang dimiliki oleh Tondaya, strategi yang dilakukan oleh Tondaya, dan analisis strategi adaptasi Tondaya dan dukungan pada program pemerintah *Cool Japan*.

Bab IV berisi simpulan penelitian dan saran.