

KORELASI *HAJI BUNKA* DENGAN KEBUTUHAN JASA PENYEWAAN KEKASIH DAN ANGGOTA KELUARGA DI JEPANG

Ni Putu Luhur Wedayanti

Fakultas Ilmu Budaya

Universitas Udayana

surel : luhur_wedayanti@unud.ac.id

Abstract

Lately in Japan or other places in east asia, there are rental businesses that rent not a concrete goods or commodity to be rented, but people as girlfriend or boyfriend, or even rented for pretending as members of a family. The prior reason said that due to loneliness as a single person in Japan, to ease that feeling, single people tend to rent a friend for companionship. However, another reason that may lie behind is a shame culture which makes most Japanese always on alert state that other people may see them and evaluate their value in the current society. The data of this article are collected from vlogs on Youtube channels and articles with the same topics that are available online. Japanese are known for their longed to make harmony and their effort to show a better society, so they convinced well made orders or parameters of an ideal society. So to those who don't fit with the criteria, will soon be excluded or feel unvalued by their surroundings. Those who couldn't face any shameful situation will try to cover and display perfection with such ways like renting a girlfriend or boyfriend in a situation when being single is not favoured, especially on a family gathering. Beside other factors, the shame culture or haji bunka, could also become a strong trigger for a single person to rent a boy/girlfriend or even members of family in Japan recently.

Keywords: *haji bunka, boy/girlfriend rental*

Abstrak

Belakangan ini marak diangkat di media sosial terkait adanya jasa penyewaan kekasih dan anggota keluarga di Jepang. Orang yang merasa kesepian ataupun yang membutuhkan pendamping sebagai kekasih atau anggota keluarga yang tidak dimilikinya dapat menyewa seseorang melalui agen atau perusahaan di bidang tersebut. Beberapa penelitian yang membahas topik ini mengaitkannya dengan kebutuhan psikis ataupun perubahan situasi sosial ekonomi Jepang menjadi negara industri. Akan tetapi, jika dikaitkan dengan konsep-konsep budaya yang sangat spesifik mendasari pola pikir atau kebiasaan masyarakat Jepang, terdapat beberapa konsep yang dapat dipahami keterkaitannya dengan munculnya fenomena ini. *Haji bunka* atau budaya malu membuat sebagian besar masyarakat Jepang senantiasa merasa mawas diri untuk dapat memenuhi harapan ataupun parameter nilai ideal yang telah ada di masyarakatnya. Artikel ini menggunakan beberapa data berupa vlog di kanal Youtube dan artikel terkait dengan topik penyewaan kekasih atau anggota keluarga. Konsep mengenai *haji bunka* mempertegas salah satu faktor penyebab adanya konsumen yang menyewa jasa kekasih.

Kata Kunci : *Haji Bunka, Penyewaan Kekasih*

PENDAHULUAN

Beberapa tahun belakangan ini bermunculan di media sosial dalam bentuk artikel maupun vlog di kanal Youtube, mengenai perusahaan yang bergerak di bidang penyewaan jasa sebagai kekasih ataupun anggota keluarga di Jepang. Perusahaan tersebut merekrut pekerja lepas untuk berperan sebagai sosok yang dibutuhkan oleh konsumennya. Kebutuhan konsumen tersebut dapat sangat beragam, mulai dari

kebutuhan hanya sebagai teman dalam waktu singkat di waktu tertentu saja, sampai menjadi sosok anggota keluarga yang harus dilakukan secara berkelanjutan. Setiap konsumen memiliki alasan yang melatarbelakangi mereka untuk menggunakan jasa penyewaan orang ini.

Perusahaan penyedia jasa penyewaan kekasih dan anggota keluarga ini memberikan batasan yang jelas pelayanan yang dapat diberikan pada konsumen atau klien penyewa jasa. Berbagai aturan tersebut disiapkan agen penyalur atau penyedia jasa untuk menghindari pelecehan ataupun tindakan kekerasan yang mungkin terjadi. Perusahaan semacam ini, semakin tumbuh berkembang, bahkan produk yang bertujuan untuk mengatasi kesepian kelompok masyarakat yang lajang di Jepang juga bermunculan. Hal tersebut menimbulkan pertanyaan mengenai latar belakang sesungguhnya dari keberadaan ataupun dari adanya kebutuhan akan jasa tersebut. Artikel ini mencoba untuk mencari korelasi antara konsep budaya yang ada di Jepang dengan adanya kebutuhan akan kekasih atau anggota keluarga sewaan bagi para lajang di Jepang.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan metode analisis deskriptif dalam proses analisis. Strategi pengumpulan data menggabungkan dokumen kualitatif berupa dokumen publik serta materi audio visual kualitatif. Jenis data dokumentasi serta data audio-visual berupa video ataupun foto diperoleh melalui saluran Youtube serta artikel terkait, dengan fokus pada video bermateri sesuai dengan topik penelitian yang dibahas, yaitu seputar jasa penyewaan anggota keluarga ataupun pacar. Pemilihan sumber data pada kanal Youtube yang menyediakan materi publik memberikan peneliti keuntungan karena dimungkinkannya data terakses secara luas kapan saja, menyajikan materi yang berbobot karena materi merupakan hasil proses kreatif dibuat dengan penuh perhatian (Creswell, 2014). Adapun video-video pada kanal Youtube yang digunakan sebagai sumber data adalah Behind Japan's Fake Family Industri dari Kanal Youtube Asian Bossⁱ; The Japanese man who gets paid to 'do nothing' – BBC REELⁱⁱ; We Rented a Girlfriend in Japan_ASIAN BOSSⁱⁱⁱ. Data yang telah terkumpul direduksi dan diklasifikasikan sesuai dengan kebutuhan analisis (Miles et al., 2014). Selanjutnya data yang telah terklasifikasi, diinterpretasi dengan mengkaitkan fenomena yang ditemukan dengan definisi ataupun parameter yang dapat dikaitkan dengan konsep *haji bunka*. Dalam penelitian sosial humaniora, peneliti merupakan instrumen penelitian yang utama, mengingat latar belakang serta pemahaman peneliti sangat penting dalam menentukan langkah-langkah yang tepat dalam penentuan metode, teori maupun proses analisis, hingga penarikan kesimpulan. Oleh sebab itu, subjektivitas peneliti sangat penting disertai dengan kaidah-kaidah keilmuan, sehingga mampu didapatkan hasil simpulan yang sifatnya objektif.

Kajian Pustaka

Kajian secara akademis mengenai jasa penyewaan orang ditulis oleh Jannah, dkk (Jannah et al., 2020), dan Martia, dkk (Martia et al., 2018). yang bertolak dari pemikiran yang sama, yaitu adanya rasa kesepian dari konsumen sehingga tercipta jasa sewa pacar dan jasa sewa keluarga untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Jannah, dkk mendefinisikan jasa sewa pacar sebagai jasa yang dibayar oleh pihak penyewa dengan menemaninya berkencan, jalan-jalan atau menghabiskan waktu bersama layaknya pasangan kekasih. Dalam penelitian tersebut juga dipaparkan dengan jelas deskripsi pekerjaan sebagai pacar sewaan, fasilitas yang diperoleh dan aturan yang harus ditaati baik dari pihak penyewa maupun pemberi jasa tersebut. Terdapat tiga faktor yang diklaim sebagai penyebab fenomena timbulnya jasa sewa pacar di Jepang, yaitu kesepian, enggan untuk menikah dan tidak percaya diri. Kesepian ditulis sebagai musuh utama masyarakat Jepang modern utamanya di perkotaan, sedangkan keengganan untuk menikah disebabkan oleh tuntutan pekerjaan yang membuat orang Jepang semakin sulit untuk bersosialisasi ataupun membangun relasi personal di luar urusan pekerjaan, faktor tidak percaya diri dijelaskan sebagai penyebab karena orang Jepang dikatakan kurang mempercayai bahwa dirinya menarik dan kurang mengetahui dimana dan bagaimana cara untuk memulai suatu hubungan.

Dilain pihak, Martia, dkk (Martia et al., 2018) memaparkan bahwa perubahan sistem keluarga di Jepang menjadi faktor yang signifikan seseorang menggunakan jasa *family rental*. Perubahan sistem keluarga di Jepang dikatakan telah dimulai sejak PD II seiring dengan berubahnya Jepang dari negara agraris menjadi negara industri. Selanjutnya dijelaskan juga mengenai penurunan jumlah orang Jepang yang menikah menjadi dasar munculnya perasaan kesepian karena anak-anak muda yang tidak menikah tinggal sendirian, sedangkan orang tua tinggal jauh dari anak-anaknya. Penelitian tersebut, berfokus pada teori seputar penyebab kesepian, jenis-jenis kesepian dan durasi kesepian dalam lingkup kajian psikologi. Artikel ilmiah Martia, dkk, menjelaskan secara definitif mengenai rental family, deskripsi seputar aktivitas yang dapat dilakukan saat menyewa anggota keluarga, serta biaya yang harus dikeluarkan untuk menggunakan jasa ini.

Wang mempublikasikan penelitian mengenai hubungan industri rental kekasih dengan situasi ekonomi Tiongkok yang mengalami perubahan signifikan akibat gaya hidup membujang generasi produktifnya (Wang, 2021). Disebutkan bahwa banyak faktor yang menyebabkan munculnya kecenderungan anak muda untuk tidak menikah dan hidup sendiri di Tiongkok. Bursa pernikahan yang dilakukan pada rentang usia pantas menikah, menyisihkan wanita dan pria lajang yang tidak sesuai kategori ideal. Kesulitan pada wanita yang membuatnya menjadi *left-over women* karena belum menikah di usia reproduksi ideal (telah melewati usia ideal yang diharapkan untuk menikah), sedangkan bagi pria yang belum menikah karena perbandingan jumlah pria disebutkan memang dua kali lebih banyak dibandingkan wanita, dan juga karena

pencapaian para pria tersebut tidak sesuai dengan kriteria dari calon mempelai wanita, sehingga para pria lajang tersebut masuk dalam kategori *surplus men*. Fenomena hidup melajang juga ditunjukkan oleh anak-anak yang lahir pada masa adanya kebijakan satu keluarga satu anak (*One-Child Policy*) pada tahun 1979. Keluarga yang memiliki anak tunggal ini dikatakan mencurahkan perhatian sepenuhnya pada si anak, yang menyebabkan terbentuknya generasi “the little emperor”. Yu (dalam Wang, 2021) menyebut generasi “the little emperor” tumbuh besar di lingkungan konsumerisme pada tahun 1980an hingga 2000an, sehingga secara otomatis mereka dikatakan menjadi sosok konsumen alami (*natural consumers*) yang tidak melihat pentingnya menabung untuk masa depan dan lebih pada menghabiskan penghasilan mereka pada barang dan kebutuhan yang mereka inginkan semata.

Gaya hidup melajang generasi muda di Tiongkok tersebut, menyebabkan perubahan dalam masyarakat Tiongkok terutama pada bidang sosial ekonomi. Saat membutuhkan pasangan, para lajang tersebut memanfaatkan jasa penyewaan orang ini. *Date-renting service* ini paling banyak digunakan pada tahun baru Lunar/Imlek, dan penyewa dapat dengan mudah memilih kriteria yang dia butuhkan sesuai dengan keinginannya. Bisnis ini dikatakan membawa keuntungan bagi mereka yang berstatus lajang, baik bagi penyewa maupun pemberi jasa sewa. Penyewa jasa ini dapat memenuhi kebutuhannya memiliki pasangan dalam momen-momen tertentu, sehingga statusnya yang melajang dapat meredam konflik dalam relasi sosialnya.

Konsep *Haji Bunka*

Masyarakat Jepang sering dianggap memiliki karakter dominan pemalu. Istilah mengenai budaya malu (*shame culture*) dan budaya bersalah (*guilt culture*) diangkat ke publik pertama kali oleh antropolog Amerika Ruth Benedict dalam kajian akademisnya mengenai karakter masyarakat Jepang. Perbedaan mendasar antara rasa malu dan rasa bersalah ditambahkan oleh Lewis (Lebra, 1983) bahwa masyarakat yang cenderung memiliki budaya malu secara otomatis akan lebih berfokus pada individu yang melakukan penyimpangan tersebut. Meskipun pelaku telah mengakui perbuatannya, penilaian negatif tidak sirna pada si pelaku. Berbeda dengan budaya bersalah, fokus yang dilihat adalah akibat dari perilaku menyimpangnya, bukan pada pelakunya. Sehingga, terkadang dikatakan bahwa, rasa bersalah dapat teringankan dengan mengakui secara jujur perbuatannya, atau mengekspos hal yang telah dilakukan (Kosasih, 2019; Mele, 2017; Pujiono et al., 2021; Wong & Tsai, 2007).

Konsep mengenai rasa malu ini tidak sepenuhnya diasumsikan buruk dalam masyarakat budaya ketimuran. Banyak orang tua yang memacu motivasi anaknya dengan membuat mereka malu dengan kegagalan mereka pada suatu hal, dan si anak tersebut akan termotivasi untuk memperbaiki kesalahannya. Berbeda halnya dengan yang terjadi pada anak-anak yang dibesarkan dalam budaya barat. Jika dibuat malu, anak-anak tersebut akan merasa sangat terluka dan kehilangan motivasi. Sehingga

dalam hal ini, konsep “malu” tidak selalu berarti negatif dan sangat tergantung pada kultur tumbuhnya budaya malu. Terlepas dari pro ataupun kontra yang menyertai hasil observasi tersebut, disampaikan bahwa kemungkinan penyebab adanya kecenderungan dominan sikap malu ini karena aturan yang mengatur perilaku normatif dalam masyarakat Jepang telah terbentuk dengan sangat baik. Aturan ini menyebabkan cepat dan mudahnya perilaku yang dianggap menyimpang atau tidak sesuai dengan standar norma tersebut untuk dikenali ataupun terlihat oleh orang sekitar.

Di lain pihak, keinginan untuk tidak berbeda dari orang lain di sekitarnya, merupakan pemahaman yang awam dimiliki orang Jepang semenjak dirinya menyadari keberadaannya sebagai makhluk sosial di masyarakat. Lebra menyebutkan bahwa orang Jepang sangat sensitif dan sangat menyadari akan adanya orang-orang disekitarnya yang bukan hanya melihatnya, kemungkinan besar juga senantiasa menilainya. Pada dasarnya juga disampaikan bahwa masyarakat Jepang, cenderung berusaha sangat keras untuk menciptakan parameter masyarakat yang ideal, yang terdiri dari individu-individu dengan kualitas yang sama untuk memenuhi parameter tersebut. Hal ini kemudian menciptakan kebutuhan untuk menunjukkan kesempurnaan (*perfectionism in display*) (Lebra, 1983), yang kemudian membuat orang Jepang akan berusaha untuk mengakomodasi kepentingan dirinya memenuhi ekspektasi dari keluarga, teman atau orang-orang disekitarnya (Sack, 2004).

PEMBAHASAN

A. Pola Komunal yang Mengakar dalam Masyarakat Jepang.

Negara Jepang pada masa sebelum restorasi Meiji merupakan negara agraris karena sebagian besar masyarakat Jepang saat itu bermata pencaharian sebagai petani, dan masih didominasi oleh nilai-nilai komunal dalam pranata masyarakatnya. Hal tersebut tercermin jelas dalam kehidupan sebagian besar masyarakatnya yang terintegrasi dalam suatu sistem keluarga atau kelompok yang terikat oleh aturan hak dan kewajiban satu sama lain. Tiap-tiap individu yang termasuk dalam suatu sistem kekeluargaan tersebut, mengetahui kedudukan dan perannya masing-masing dan dengan penuh kesadaran bertanggung jawab secara bersama-sama menjaga kelangsungan dan keharmonisan keluarga besarnya tersebut (Anwar, 2007; Kurosu, 2013; Tobing, 2006; Wedayanti & Dewi, 2021; Widarahesty, 2018).

Sistem kekerabatan yang disebut sistem *ie* ini berkembang menjadi semakin kuat dengan dukungan dari pemerintah *bakufu* pada masa Edo. Aturan-aturan yang menguatkan kekuasaan dan tanggung jawab para *chounan* sebagai kepala keluarga dalam sistem *ie* dibuat semakin jelas untuk dipatuhi oleh anggota keluarga *ie* tersebut. Motivasi untuk menyegerakan kemajuan modernisasi dari lingkup terkecil masyarakat menjadi salah satu pertimbangan dimasukkannya perubahan dalam undang-undang baru. Di samping itu, pada masa Restorasi Meiji, tumbuh banyak pabrik di kota-kota besar yang mengundang para generasi muda, terutama yang bukan *chounan*, sebagai

anggota laki-laki yang memiliki tanggung jawab lebih sedikit dalam keluarga, untuk mengadu nasib mencari pekerjaan di perkotaan. Pada awalnya urbanisasi yang terjadi masih dalam waktu yang singkat dan musiman (*dekasegi*).

Urbanisasi yang dilakukan generasi muda dari periode yang temporal menjadi permanen, mengubah sistem pranata keluarga di Jepang secara perlahan semenjak industrialisasi berkembang di Jepang. Industrialisasi dan modernisasi dalam masyarakat Jepang membuat banyak anak muda memiliki orientasi untuk mengaktualisasikan diri mereka terlebih dahulu daripada untuk memenuhi kewajiban moral mereka sebagai makhluk sosial dengan membangun keluarganya sendiri dan berperan aktif di masyarakat. Meningkatnya jumlah individu yang memilih untuk tidak menikah menunjukkan adanya peralihan nilai, dari nilai tradisional ke nilai yang dianggap lebih modern (Souza, 2020). Dalam proses ini, kemungkinan dirasakan cukup sulit untuk mampu memiliki kehidupan yang seimbang dan optimal di kedua sisi dalam pekerjaan dan kehidupan pribadi, mengingat kedua sisi memiliki tuntutan tanggung jawab yang sama besar.

Akan tetapi, nilai keluarga dan kebersamaan mendasari lebih kuat pola pikir orang Jepang dibandingkan individualisme yang dikatakan cara hidup modern dan bebas. Situasi sarat konflik kerap terjadi pada orang Jepang yang memilih untuk hidup sendiri karena dihadapkan pada tuntutan mengikuti kebiasaan-kebiasaan dalam keluarga ataupun di masyarakat sekitarnya. Di samping itu, disebutkan juga perbedaan sikap individual atau pilihan untuk hidup membujang di masyarakat barat dengan di Jepang, ada dalam pandangan individu tersebut akan kehidupan berkeluarga. Orang dalam budaya barat yang memutuskan untuk hidup sendiri, jarang yang berharap atau terpengaruh untuk membangun keluarganya sendiri. Sedangkan, kasus yang terjadi dalam orang Jepang, bahwa sebagian besar dari mereka yang masih membujang, masih tetap berharap suatu saat nanti akan bertemu dengan pasangan hidupnya dan membangun keluarga, seperti kebiasaan yang dilakukan oleh orang tua atau kondisi umum yang dilakukan generasi sebelumnya.

B. Pengaruh Budaya Malu bagi Masyarakat Jepang terhadap Eksistensinya di Masyarakat.

Pemaparan dalam pendahuluan telah menyebutkan bahwa masyarakat Jepang merupakan masyarakat agraris yang pranata masyarakatnya berporos pada keluarga. Meskipun jaman telah berubah, akan tetapi pola pikir dan kebiasaan untuk bersikap sesuai dengan status sosial masing-masing individu masih mengakar cukup kuat. Hal tersebut dapat terlihat jelas dari struktur stratifikasi sosial yang bertransformasi dalam berbagai lapisan pergaulan di masyarakat Jepang dewasa ini. Mungkin sudah sangat jarang ditemukan keluarga yang berpatokan erat pada pranata sistem *ie* tradisional, tetapi pola hubungan hirarkis dapat mudah ditemui dalam lingkup dunia kerja, dunia pendidikan, bahkan komunitas para ibu pun mengelompokkan dan merangking diri

berdasarkan pada status sosial suami atau prestasi dan pencapaiannya anaknya (Utami et al., 2020).

Dalam video di kanal youtube yang merupakan wawancara Asian Boss dengan perusahaan penyedia jasa penyewaan kekasih *Family Romance*. Disebutkan ada permintaan dari konsumen untuk berperan menjadi orang tua pada rentangan prosesi sebelum pernikahan. Sebelum upacara pernikahan berlangsung, terdapat beberapa prosesi resmi yang melibatkan keluarga kedua pihak, misalnya dalam upacara pertunangan ataupun dalam prosesi lainnya sebelum menuju ke hari pernikahan. Dalam pertemuan tersebut, salah satu pihak keluarga yang tidak mampu menunjukkan keluarga atau orang tua lengkap dikhawatirkan akan berdampak negatif pada mempelai tersebut. Ketidakharmonisan orang tua atau ketidakidealan situasi keluarga kemungkinan akan disangkutkan kepada mempelai sebagai orang yang tidak tumbuh dalam lingkungan keluarga normal. Sebab tersebut juga mendasari munculnya kebutuhan konsumen akan hadirnya jasa penyewaan untuk berperan sebagai orang tua. Dalam wawancara tersebut dapat dipahami bahwa masyarakat Jepang sangat menyadari adanya pandangan orang luar pada dirinya dan hidupnya. Pandangan dan penilaian orang lain pada diri seseorang dipertimbangkan cukup signifikan oleh sebagian besar masyarakat di Jepang, sehingga mereka melakukan cara-cara tertentu untuk dapat memenuhi kriteria ataupun parameter sebagai makhluk sosial yang baik di masyarakat. Oleh sebab itu hal tersebut kemungkinan menjadi penyebab munculnya pilihan atau kebutuhan akan peran-peran tertentu untuk ditampilkan di muka umum alih-alih menunjukkan kondisi sesungguhnya daripada individu tersebut.

Data kedua di kanal Youtube ASIAN BOSS dengan judul vlog *We Rented a Girlfriend in Japan* yang mewawancarai seorang wanita pemberi jasa sewa sebagai teman kencan menyebutkan bahwa sebagian besar kliennya adalah pria yang tidak terlalu mudah dalam bergaul dengan wanita, ataupun para pria yang sangat sibuk bekerja dan tidak memiliki waktu untuk memulai hubungan serius. Kemudian, karena jasa ini yang tersedia dan mungkin untuk disewa, sehingga para pria tersebut menggunakan jasa ini ketika mereka ingin ditemani oleh seseorang. Dari paparan tersebut, seperti yang disampaikan bahwa bagaimanapun pilihan generasi muda tersebut untuk hidup membujang, menjalani kesehariannya ditemani oleh pasangan tetap menjadi harapan bagi mereka. Pengguna jasa ini mengisi harapannya untuk memiliki pasangan dengan komoditas jasa yang ditawarkan. Dengan sejumlah uang sebagai biaya sewa jasa sebagai teman atau pasangan, perasaan kesepian dan suasana kehangatan yang diharapkan jika memiliki keluarga dapat dirasakan. Pihak penyedia jasa yang memahami situasi ataupun kebutuhan para lajang ini, menyediakan jasa dengan menyesuaikan pada kebutuhan konsumen. Para lajang yang tidak memiliki waktu, ataupun kepercayaan diri untuk memulai sebuah hubungan serius karena berbagai situasi yang tidak memungkinkan, dapat menggunakan jasa ini dalam mengisi keinginannya memiliki keluarga seperti yang diinginkannya.

Meskipun bermunculan restaurant ataupun fasilitas umum yang didesain atau diperuntukkan bagi pelanggan yang datang sendiri, akan tetapi banyak juga orang Jepang yang ingin datang ke restaurant biasa pada umumnya dan merasa tidak nyaman datang sendiri. Para klien dari jasa penyewaan teman atau kekasih ini merasa tidak nyaman datang sendiri ke restaurant yang diinginkannya karena pandangan orang lain di sekitarnya. Sehingga mereka memilih untuk menggunakan jasa penyewaan orang hanya untuk menemaninya makan di saat tersebut. Adanya lingkaran penyedia jasa dan klien yang membutuhkan jasa, membuat situasi tersebut mudah untuk diselesaikan sepanjang klien mampu membayar. Dalam hal ini, menjadi kabur batasan antara permasalahan emosi dengan ekonomi, yang menyebabkan munculnya kapitalisme ekonomi karena telah mengkomodifikasi romantisme. Oleh Illouz (dalam Wang, 2021) *emotional capitalism* didefinisikan sebagai “a culture in which emotional and economic discourses and practices mutually shape each other”.

Tanpa dapat dipungkiri mengenai kenyataan kondisi perekonomian masyarakat di Jepang yang semakin sulit, tentu menjadi pertimbangan yang tidak dapat diabaikan adanya pilihan untuk membujang bagi generasi muda yang belum merasa mapan secara finansial. Di samping itu, mobilisasi masyarakat yang semakin dinamis membuka kemungkinan pilihan pola hidup yang lebih banyak bagi masyarakat dewasa ini. Meskipun yang dikatakan sebagai kelompok masyarakat urban yang sangat modern, kelompok masyarakat Jepang yang menggunakan jasa persewaan kekasih ataupun anggota keluarga ini dapat dinilai sangat terpengaruh dengan rasa malu jika terlihat tidak memenuhi standar ideal yang ada di masyarakatnya.

SIMPULAN

Adanya fenomena produsen sebagai agen yang menyewakan jasa pegawai lepas untuk menjadi kekasih atau anggota keluarga sewaan di Jepang, serta adanya kebutuhan dari konsumen menimbulkan pertanyaan akan urgensi ataupun perubahan sosial yang dilandasi pola pikir maupun kebiasaan dari masyarakat Jepang. Faktor ekonomi serta pola pikir modern yang memprioritaskan aktualisasi diri menjadi faktor yang signifikan generasi muda Jepang memilih untuk tidak menikah dan membangun keluarga intinya sendiri. Bagi sebagian kelompok masyarakat Jepang yang menggunakan jasa penyewaan kekasih atau anggota keluarga tentu memiliki berbagai pertimbangan yang sangat individual. Tetapi pilihan tersebut dapat juga dikaitkan dengan budaya malu, karena adanya standar perilaku ideal di masyarakat Jepang, membuat sebagian dari orang yang tidak memenuhi standar tersebut memilih untuk menyewa kekasih sehingga dapat menunjukkan dirinya memenuhi standar yang diharapkan lingkungannya. Selain itu, masyarakat Jepang yang merupakan masyarakat komunal, yang pada masa pra modern sangat berfokus pada keluarga, memiliki harapan untuk terus dapat hidup sesuai dengan cara hidup generasi sebelumnya.

RUJUKAN

- Anwar, E. N. (2007). Ideologi Keluarga Tradisional “IE “ dan Kazoku Kokka pada Masyarakat Jepang Sebelum dan Sesudah Perang Dunia II. *Wacana, Journal of the Humanities of Indonesia*, 9(2), 194. <https://doi.org/10.17510/wjhi.v9i2.212>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Approaches* (4th ed.). SAGE Publication Ltd.
- Jannah, A., Fitriana, R., & Rahmawati, Y. (2020). Jasa Sewa Pacar (Rentaru Kareshi) Sebagai Fenomena Sosial di Jepang. *IDEA, Jurnal Studi Jepang*, 02(1). <https://doi.org/10.33751/idea.v2i1.1826>
- Kosasih, R. (2019). Analisis Budaya Malu Orang Jepang Dahulu dan Sekarang. *Textura*, 6(2), 103–113. <http://journal.piksi.ac.id/index.php/TEXTURA/article/view/96>
- Kurosu, S. (2013). Adoption and Family Reproduction in Early Modern Japan. In *Economic Review (Keizai Kenkyu)* (Vol. 64, Issue 1, pp. 1–12). <http://www.ier.hit-u.ac.jp/English/publication/ER/%5Cnhttp://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ecn&AN=1368801&site=ehost-live&scope=site>
- Lebra, T. S. (1983). Shame and Guilt: A Psychocultural View of the Japanese Self. *Ethos*, 11(3), 192–209.
- Martia, T., Suwandany, M., & Rismayanti, D. (2018). Fenomena Rental Family Sebagai Akibat Runtuhnya Hubungan Struktur Keluarga Pada Masyarakat Jepang. *Seminar Hasil Penelitian Universitas Darma Persada*.
- Mele, V. (2017). Guilt and Shame Cultures. In *The Wiley-Blackwell Encyclopedia of Social Theory* (pp. 1–2). <https://doi.org/10.1002/9781118430873.est0660>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis; A Methods Sourcebook* (third edit). SAGE Publication Ltd.
- Pujiono, M., Br. Barus, M., Nelvita, N., Nasution, V. A., & Erwani, I. (2021). Haji Bunka: a Cultural Approach To Support Social and Physical Distancing Policies Against the Covid-19 Pandemic for Students At the Faculty of Language and Communication Universitas Harapan Medan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Indonesian Journal of Community Engagement)*, 7(4), 273. <https://doi.org/10.22146/jpkm.61935>
- Sack, J. (2004). Shame in Japan. *Theologia Diakonia*, 37, 111–126.
- Souza, L. D. (2020). *How Japan ’ s anomie describes a disconnected society and informs mental and social problems*. April, 0–39. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.17503.82082>
- Tobing, E. (2006). *Keluarga tradisional Jepang dalam perspektif sejarah dan perubahan sosial*.
- Utami, Y., Luhur Wedayanti, N. P., & Ari Sulatri, N. L. P. (2020). Mama Tomo dalam Novel Happiness Karya Natsuo Kirino. *Humanis*, 24(1), 20. <https://doi.org/10.24843/jh.2020.v24.i01.p03>
- Wang, P. (2021). Going Solo: An Analysis of China’s ‘Single Economy’ through the



-
- Date-renting Industry. *Asian Studies Review*, 46(1), 1–18.
<https://doi.org/10.1080/10357823.2021.1929068>
- Wedayanti, N. P. L., & Dewi, N. (2021). Sistem Ie Terkait Pewaris Pada Keluarga Tradisional Jepang. *Jurnal Pendidikan Bahasa Jepang*, 7(1), 90–96.
<https://doi.org/https://doi.org/10.23887/jpbj.v7i1.29731>
- Widarahesty, Y. (2018). “Fathering Japan” :Diskursus Alternatif Dalam Hegemoni Ketidaksetaraan Gender Di Jepang. *Jurnal Kajian Wilayah*, 9(1), 62.
<https://doi.org/10.14203/jkw.v9i1.786>
- Wong, Y., & Tsai, J. (2007). Cultural models of shame and guilt. In *The self-conscious emotions: Theory and research* (pp. 209–223).

ⁱ<https://www.youtube.com/watch?v=UEhYMirs7fk&list=RDLVUEhYMirs7fk&index=1>

ⁱⁱ<https://www.youtube.com/watch?v=SxW9M1Uozng>

ⁱⁱⁱ<https://www.youtube.com/watch?v=dLBNO33bMX0>