



SARARIIMAN: STEREOTIPE KARYAWAN JEPANG DALAM MANGA KARIAGE KUN

Ni Luh Gede Meilantari¹⁾, Betty Debora Aritonang²⁾, Stefanie Meisha³⁾

^{1,2,3}Fakultas Bahasa Asing, Universitas Mahasaraswati Denpasar

Alamat Email: meilantari@unmas.ac.id¹

Abstrak: Sejak kekalahannya pada Perang Dunia Kedua, Jepang memfokuskan diri dalam membangun kembali negeri yang luluh lantak oleh perang. Fokus Jepang pada industrialisasi dan manufaktur menjadikan Jepang yang meskipun memiliki keterbatasan di bidang sumber daya alam, mampu bersaing di industri global. Sehingga Jepang menjadi salah satu negara maju pada abad ke 20. Pesatnya industri di Jepang dan filsafat bushido dipercaya turut membentuk nilai-nilai dan etos kerja orang Jepang. Etos kerja di Jepang menimbulkan stereotipe budaya. Stereotipe sebagai sebuah konsepsi mengenai sifat suatu golongan sering dianggap negatif dan harus dikoreksi. Media masa, seperti televisi, internet maupun film dan media pop lain seperti manga (komik) merupakan salah satu ‘penyubur’ stereotipe budaya. Salah satu gambaran tentang *sarariiman* atau karyawan dan etos kerja di Jepang bisa dilihat pada manga Kariage Kun. Kariage Kun adalah manga yang mengisahkan kehidupan seorang karyawan kelas menengah berusia 20-an bernama Kariage dan interaksi dengan rekan sekerjanya. Sehingga penelitian ini akan mengkaji mengenai stereotipe karyawan Jepang termasuk etos kerja orang Jepang yang terdapat pada manga Kariage Kun. Pengkajian mengenai stereotipe akan dikaji menggunakan teori Sosiologi Sastra oleh Swingwood dan Laurenson. Sumber data yang digunakan adalah manga Kariage Kun Volume 49. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Analisis data bersifat deduktif. Hasil penelitian yang diperoleh akan disajikan menggunakan metode informal atau deskripsi dan narasi kata-kata.

Kata Kunci stereotipe, etos kerja, manga, orang Jepang

Pendahuluan

Jepang merupakan salah satu negara di Asia yang maju dalam hal ekonomi dan pendidikan. Tidak ada yang menduga Jepang akan menjadi negara yang maju, terutama sejak kekalahannya di Perang Dunia Kedua. Sejak kekalahannya pada Perang Dunia Kedua, Jepang memfokuskan diri dalam membangun kembali negeri yang luluh lantak oleh perang. Fokus Jepang pada industrialisasi dan manufaktur menjadikan Jepang yang meskipun memiliki keterbatasan di bidang sumber daya alam, mampu bersaing di industri global. Sehingga Jepang menjadi salah satu negara maju pada abad ke 20.

Pesatnya industri di Jepang dan filsafat bushido dipercaya turut membentuk nilai-nilai dan etos kerja orang Jepang. Etos kerja di Jepang menimbulkan stereotipe budaya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dalam jaringan, stereotipe adalah



konsepsi mengenai sifat suatu golongan berdasarkan prasangka subjektif dan tidak tepat. Stereotipe sebagai sebuah konsepsi mengenai sifat suatu golongan sering dianggap negatif dan harus dikoreksi. Media masa, seperti televisi, internet maupun film dan media pop lain seperti manga (komik) merupakan salah satu ‘penyubur’ stereotipe budaya.

Salah satu stereotipe budaya yang muncul di dunia internasional adalah gambaran karyawan Jepang atau dalam bahasa Jepang sering disebut *sarariiman*. *Sarariiman* (サラリーマン) adalah kosakata *wasei-eigo* atau bahasa Inggris yang diciptakan dari bahasa Jepang. Berasal dari *salaryed man*, *sarariiman* merupakan definisi dari ‘seseorang yang memperoleh gaji untuk biaya hidup’. Tetapi di Jepang, seiring bertambahnya industri, kehadiran *sarariiman* menjadi sebuah stereotipe yang berarti ‘pekerja lelaki kerah putih yang bekerja di perusahaan dan memperoleh gaji.’ Penggunaan kosakata ini meluas ke seluruh penjuru Jepang awal abad ke-20 saat jumlah pekerja kerah putih meningkat di Jepang.

Sarariiman atau karyawan di Jepang bisa ditemukan di semua industri di Jepang, baik itu manufaktur, keuangan, teknologi dan jasa. Secara umum, menurut WeXpats Guide, tugas seorang *sarariiman* di perusahaan Jepang adalah sebagai berikut:

- 1) Kerja administrasi seperti surat menyurat, memasukan data, korespondensi dan lainnya
- 2) Rapat dan kolaborasi dengan kolega, atasan dan klien
- 3) Perjalanan dinas untuk rapat, negosiasi sesuai dengan ruang lingkup pekerjaan
- 4) Sosialisasi dan *team building*, komunikasi dan membangun hubungan dengan kolega, atasan dan klien merupakan etos kerja di Jepang

Sedangkan citra atau gambaran seorang karyawan atau *sarariiman* di Jepang antara lain:

- 1) Menggunakan busana kerja yang tergolong konservatif, yakni jas berwarna hitam sebagai simbol profesionalitas



- 2) Dedikasi dan loyalitas yang tinggi pada perusahaan. Mereka mempunyai rasa tanggung jawab yang tinggi dan diharapkan memprioritaskan kepentingan perusahaan di atas kepentingan pribadi
- 3) Hirarki korporat, perusahaan tradisional Jepang memiliki sistem hirarki yang menempatkan karyawan harus mematuhi perintah dari atasan serta menghormati senior
- 4) Bekerja seumur hidup. Dulu *sarariiman* terikat bekerja seumur hidup pada 1 perusahaan. Tetapi generasi muda sekarang sudah jarang yang menerapkan aturan ini. Pindah karir demi jabatan dan gaji yang lebih baik sudah mulai umum sekarang.
- 5) Tepat waktu, menjadi *sarariiman* mengharuskan menghargai waktu sebagai bagian dari budaya kerja di Jepang. Tidak jarang jika seorang *sarariiman* sering terlihat terburu-buru.

Bagi seorang karyawan atau *sarariiman* di Jepang, dedikasi dan loyalitas pada perusahaan mengharuskan untuk bekerja lembur (*over time*) hingga 10 jam sehari atau bahkan lebih. Bekerja di hari libur juga merupakan hal yang lumrah bagi karyawan di Jepang, karena mereka mendedikasikan jiwa untuk perusahaan. Sehingga banyak karyawan yang tidak mempunyai waktu untuk kehidupan mereka sendiri. Bahkan terkadang berujung pada kematian karena kelelahan bekerja atau dalam bahasa Jepang disebut dengan *karoushi*.

Gambaran tentang kehidupan karyawan Jepang telah banyak menginspirasi media Jepang. Sejak ‘booming sarariiman’ pada masa ekonomi gelembung sabun (*bubble economic*) tahun 80-an, *sarariiman* atau karyawan menjadi tema drama televisi Jepang, misalnya “Sarariiman Kyoushitsu: Kakaricho wa Tanoshiina” yang disiarkan oleh stasiun televisi TBS pada tahun 1986. *Sarariiman* atau karyawan Jepang juga menjadi tema dari manga atau komik. Beberapa manga yang menyetengahkan tema tentang *sarariiman* antara lain “Sarariiman NEO”, “Sarariiman Kintarou” dan yang juga populer di Indonesia adalah komik 4 panel berjudul “Kariage Kun”.

Komik Kariage Kun ditulis oleh Masashi Ueda dan diterbitkan oleh Futabasha sejak tahun 1980 dan masih berlanjut hingga sekarang. Menceritakan



tentang seorang karyawan atau *sarariiman* berusia sekitar pertengahan 20-an bernama Shota Kariage, hari-harinya bekerja di perusahaan PT. Honyara (terjemahan bahasa Indonesia) dan interaksinya dengan sesama karyawan dan atasan. Kariage digambarkan sebagai *sarariiman* yang suka jahil dan iseng.

Kariage Kun berhasil menggambarkan dan mengkritisi etos kerja dan stereotipe karyawan Jepang dengan komikal. Beberapa etos kerja Jepang yang menjunjung tinggi senioritas, serta loyalitas kepada perusahaan tergambar dengan baik. Kariage Kun merupakan penggambaran etos kerja dan stereotipe karyawan Jepang yang berbeda dengan drama televisi atau komik tentang *sarariiman* pada umumnya. Melihat hal tersebut, tulisan ini akan membahas tentang etos kerja dan stereotipe karyawan Jepang yang terdapat pada komik Kariage Kun.

Penelitian tentang etos kerja masyarakat Jepang ataupun stereotipe karyawan Jepang sudah banyak dilakukan. Diantaranya oleh Kamise (2008:102) yang menyebutkan bahwa bagi mahasiswa generasi sekarang, stereotipe karyawan Jepang atau *sarariiman* adalah “lelaki mengenakan jas dan dasi yang sibuk hingga lembur, lelah karena bekerja lembur, sibuk dan mengeluh tentang segalanya”. Dari sisi perasaan, penelitian Kamise menjelaskan bahwa mahasiswa Jepang menganggap bahwa menjadi karyawan atau *sarariiman* adalah “susah” dan “menderita”. Sehingga bagi mahasiswa Jepang, mereka tidak ingin menjadi sosok *sarariiman* karena terlihat membosankan dan kotor.

Sedangkan Takahashi (2015) membahas tentang Etos dan Budaya Kerja Orang Jepang yang menitikberatkan pada senioritas. Tingkat senioritas yang berbeda, juga terkadang membuat perbedaan pada besaran gaji. Padahal pada awalnya, senioritas pada perusahaan Jepang dimaksudkan sebagai sebuah sistem operasi, bukan sistem pembayaran. Hal inilah, menurut Takahashi, mempengaruhi motivasi intrinsik karyawan muda di perusahaan Jepang.

Berbeda dengan Kamise ataupun Takahashi, Yustikasari (2022) menyebutkan bahwa etos kerja pada organisasi di Jepang merupakan etos kerja tinggi berupa sistem rinci, kaku dan terstruktur. Etos kerja tersebut membuat Jepang memiliki etos kerja yang disiplin, terampil dan kooperatif dalam mengelola organisasinya agar target pekerjaan sesuai dengan tujuan yang dicapai. Ini semua



dikarenakan Jepang sadar bahwa sumber daya alam yang mereka miliki terbatas, sehingga memaksimalkan sumber daya manusia.

Materi dan Metode

Penelitian ini menggunakan komik *Kariage Kun* Volume 49 berbahasa Jepang. Komik ini terbit pertama kali di Jepang tahun 2010 dan telah diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia. Komik versi terjemahan bahasa Indonesia diterbitkan oleh Elex Media Komputindo tahun 2012.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Menurut Moleong (2005:6), penelitian kualitatif adalah penelitian dengan maksud untuk memahami fenomena yang dialami subjek penelitian secara menyeluruh dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa. Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menjelaskan suatu fenomena sedalam-dalamnya dan detail suatu data yang diteliti, dan dalam penelitian ini fenomena yang diteliti adalah tentang etos kerja dan stereotipe karyawan Jepang dalam *Kariage Kun* volume 49.

Tahapan penelitian yang dilakukan adalah:

1. Mengangkat permasalahan yaitu tentang penggambaran etos kerja dan stereotipe karyawan Jepang dalam *Kariage Kun*.
2. Memunculkan pertanyaan penelitian, bagaimana penggambaran etos kerja dan stereotipe karyawan Jepang dalam *Kariage Kun*?
3. Mengumpulkan data yang relevan
4. Melakukan analisis data dengan analisis data deduktif. yaitu prosesnya didapat dari teori ke fakta, kemudian melakukan penyederhanaan data, klasifikasi dan interpretasi yang mudah. Hasil analisis untuk menjawab pertanyaan penelitian dilakukan dengan metode informal yakni dengan narasi kata-kata.

Untuk menganalisis etos kerja dan stereotipe karyawan Jepang, digunakan teori Sosiologi Sastra dari Alan Swingewood dan Laurenson. Swingewood dan Laurenson dalam "The Sociology of Literature" (1972:11) menjelaskan bahwa sosiologi sastra memandang karya sastra sebagai produk masyarakat, sebagai sarana menggambarkan kembali (representasi) realitas di masyarakat dan sebagai



dokumen dari realitas sosial budaya. Ada 3 konsep dalam pendekatan karya sastra yang berkaitan dengan sastra dan masyarakat yaitu 1) sastra sebagai refleksi sosial dan cerminan jaman; 2) sastra dilihat dari proses kepengarangannya dan 3) sastra dalam hubungannya dengan kesejarahan. Penelitian ini menggunakan teori sosiologi sastra, dalam hal karya sastra sebagai refleksi sosial karena stereotipe yang lahir dalam komik Kariage Kun merupakan fenomena sastra yang berasal dari masyarakat.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data, terdapat empat stereotip budaya terkait etos kerja karyawan atau *sarariiman* di Jepang. Masing-masing stereotip budaya bisa dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 1. Stereotipe budaya dalam Kariage Kun Vol. 49

Judul panel	Stereotipe budaya	Refleksi sosial
<i>Kutsu</i> (Sepatu)	Penggunaan busana kerja yang konservatif (jas, kemeja dan dasi) di kalangan karyawan Jepang	Busana sebagai lambang profesionalitas
<i>Kokeshi</i> (Boneka Kokeshi)	Memberikan oleh-oleh saat perjalanan dinas kepada klien perusahaan	Klien dianggap sebagai raja dan diberi pelayanan terbaik
<i>Tsuittaa</i> (twitter)	Membuka media sosial pribadi saat jam kerja adalah hal kurang profesional	Profesionalitas dengan tidak membuka media sosial yang tidak berhubungan dengan pekerjaan
<i>Kusakiri</i> (Memotong rumput)	Karyawan adalah keluarga	Kewajaran menyuruh bawahan untuk bekerja di luar jam kerja demi kepentingan pribadi atasan

Stereotipe budaya dari hasil klasifikasi data di atas akan dianalisis menggunakan teori sosiologi sastra. Teori sosiologi sastra yang digunakan adalah karya sastra sebagai refleksi sosial (Swingewood dan Laurenson). Dari enam stereotip budaya yang terdapat dalam komik Kariage Kun Volume

49, berikut adalah pembahasan masing-masing ditinjau dari teori sosiologi sastra dari Swingewood dan Laurenson.

Data (1) *Kutsu* (Sepatu)



Gambar 1. *Kutsu* (Sepatu)

(Ueda, 2010: 117)

Pada gambar 1 terjadi situasi Kariage berjalan bersama atasannya. Kariage menemukan lubang di sepatunya. Atasannya kemudian berkomentar “Sangat disayangkan. Masih muda tetapi sepatunya sudah berlubang”. Stereotipe karyawan Jepang yang terdapat pada data (1) adalah stereotipe sangat memperhatikan penampilan termasuk sepatu. Mereka terbiasa mengenakan setelan jas dan berdasi agar terlihat profesional. Refleksi sosial yang terdapat dalam data ini adalah berbusana yang tepat sangat penting bagi karyawan Jepang agar tampak profesional.

Data (2) *Kokeshi* (Boneka *kokeshi*)

Situasi yang terjadi pada gambar 2 adalah Kariage teringat pesan atasannya untuk membeli oleh-oleh boneka *Kokeshi*. Boneka ini akan diberikan kepada direktur perusahaan yang merupakan klien mereka. Direktur Perusahaan memiliki hobi mengoleksi bonek *Kokeshi*. Kariage berhasil membeli boneka *kokeshi* dengan desain special. Stereotipe budaya yang terdapat dalam data (2) ini adalah sudah menjadi kebiasaan untuk memberikan oleh-oleh kepada kolega bahkan klien perusahaan. Refleksi sosial yang bisa dilihat adalah bahwa di Jepang, klien perusahaan merupakan orang penting yang harus diperlakukan sebaik-baiknya.



Gambar 2. *Kokeshi* (Boneka Kokeshi)
(Ueda, 2010: 95)

Data (3) *Tsuittaa* (Twitter)



Gambar 3. *Tsuittaa* (Twitter)
(Ueda, 2010: 102)

Situasi yang terdapat dalam data (3) adalah karyawan teman Kariage ketahuan menggunakan komputer kantor untuk bermain media sosial twitter di jam kantor. Karyawan tersebut kemudian dimarahi atasan. Stereotipe pada data (3) adalah di Jepang karyawan dilarang menggunakan jam kantor untuk kegiatan di luar pekerjaan. Penggunaan jam kantor dan inventaris kantor, dalam hal ini komputer kantor untuk membuka media sosial pribadi dianggap penyalahgunaan wewenang dan kurang profesional. Di tataran refleksi sosial, di Jepang, membuka telepon genggam untuk mengakses media sosial ataupun *browsing* internet di luar urusan pekerjaan dianggap kurang profesional dan tidak menghargai perusahaan.

Data (4) *Kusakiri* (Memotong rumput)

**Rujukan**

- Moleong, Lexy J. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Swingewood, Alan dan Laurenson, Diana. 1972. *The Sociology of Literature*. London: Paladine
- Takahashi, Nobuo. 2015. "Japanese Work Ethic and Culture: A New Paradigm of Intrinsic Motivation". *Annals of Business Administrative Science* 14 (2015) 261-278
- Ueda, Masashi. 2010. *Kariage Kun Vol. 49*. Tokyo: Futabasha
- WeXpats. (2024, 5 January) *What is a Japanese Salaryman? The Stereotype Male Japanese Office Worker* diakses pada 10 April 2024 dari <https://wexpats.com/en/guide/as/jp/detail/3699/>
- Yustikasari, Vilasofia. 2022. "Karakteristik Etos Kerja Pada Organisasi Di Jepang". *CERMIN: Jurnal Manajemen dan Pendidikan Berbasis Islam Nusantara* 1 (2)