

BAB IV

SIMPULAN

Setelah mempelajari dan menganalisis perkembangan popularitas wiski Jepang pada tahun 2015-2018, penulis dapat menyimpulkan bahwa wiski Jepang berkembang pesat pada tahun 2015-2018 karena keunikan dan kenikmatan wiski Jepang dapat menarik perhatian media luar Jepang. Pada dasarnya wiski lebih dikenal sebagai minuman beralkohol khas negeri Barat. Awalnya Jepang mengenal wiski dari negara Amerika Serikat pada saat Jepang membuka negaranya dari kebijakan *sakoku* (鎖国), Namun mengetahui pembuatan wiski pertama kali dari Skotlandia. Orang pertama yang mempelajari wiski dari Skotlandia yaitu Masataka Taketsuru. Masataka Taketsuru berkerjasama dengan Shinjiro Torii yaitu pemilik Suntory untuk membuat wiski pertama di Jepang walau pada akhirnya mereka berdua memiliki perbedaan pendapat dalam pembuatan wiski. Masataka Taketsuru dan Shinjiro Torii merupakan dua tokoh penting dalam pembuatan wiski Jepang yang telah dikenal saat ini.

Karakter wiski Jepang dapat dilihat dari rasa dan aroma wiski Jepang. Wiski Jepang memiliki rasa yang ringan namun kaya akan rasa. Hal tersebut dipengaruhi oleh selera orang Jepang karena wiski tersebut diracik oleh orang Jepang dan dibuat untuk orang Jepang. Selera orang Jepang terbentuk dari masakan *shoujin* (精進) yaitu masakan *pesco-vegetarian* Jepang dan dapat ditemui pada menu *kaiseki* yang ada di berbagai restoran, *ryokan* (penginapan tradisional Jepang), dan dalam bekal terutama pada *shoukado bento* (kotak bekal dengan sekat-sekat pemisah). Penggunaan bahan dasar air dan barley pada wiski Jepang dapat menghasilkan aroma bunga yang sangat harum dipengaruhi oleh reaksi air dengan ragi, namun ada juga yang tidak setuju dengan hal tersebut. Banyak produsen wiski Jepang yang lebih mempercayai bahwa tong kayu yang digunakan dalam maturasi merupakan hal yang terpenting dalam pembuatan wiski. Kayu *mizunara* banyak digunakan pada pembuatan tong kayu karena pohon *mizunara* tersebar di seluruh Jepang. *Mizunara* dapat menghasilkan aroma

kelapa dan dupa, jika dimaturasi cepat akan menghasilkan aroma tersebut yang lebih lembut dan aroma kayu kering dari pada manis madu. Karakter dari wiski Jepang juga dapat terlihat dari botol wiski tersebut. Kebudayaan Jepang dapat digambarkan pada pembuatan label dan botol pada wiski Jepang. Karakteristik tersebut dalam wiski Jepang dapat menarik perhatian dunia sehingga pada tahun 2015-2018 merupakan tahun puncaknya kepopuleran dari wiski Jepang.

Pada akhir tahun 2014 wiski Yamazaki Sherry Cask 2013 mendapat penghargaan pada buku *Jim Murray's Whisky Bible 2015* sebagai wiski terbaik sedunia. Penayangan serial drama *Massan* pada tahun 2014 hingga 2015 juga ikut membuat wiski Jepang populer di Jepang. Pada tahun 2016 Beam Suntory meluncurkan wiski Toki bersamaan dengan memperkenalkan budaya *highball* kepada Amerika Serikat. Pada tahun 2017 wiski Jepang meraih tiga kategori penghargaan pada *World Whisky Awards 2017*. Pada tahun 2018 beberapa produsen wiski Jepang memberhentikan penjualan beberapa produk wiskinya karena tidak menyanggupi permintaan yang terlalu banyak, namun hal tersebut membuat konsumen semakin berlomba-lomba untuk mendapatkan wiski Jepang.

Penulis dapat menyimpulkan, walau wiski merupakan minuman beralkohol khas Barat, wiski Jepang sangat kaya akan budaya Jepang itu sendiri. Bagaimana cara Jepang mengadaptasi budaya asing dengan budayanya sendiri dapat terlihat dari sejarah awal perkembangan wiski Jepang. Bukan hanya mengadaptasi budaya wiski saja, tetapi juga dapat membuatnya lebih baik lagi dengan memanfaatkan alam yang ada di Jepang. Wiski Jepang memiliki sejarah yang pendek bila dibandingkan dengan minuman beralkohol tradisional Jepang seperti *sake*, *shouchuu*, *awamori*, dan lain-lainnya, namun nilai budaya Jepang yang ada pada wiski tersebut tidak kalah unik dengan minuman alkohol tradisional Jepang. Bahkan dengan keunikan dan karakter wiski Jepang yang berbeda dengan wiski dari negara besar lainnya dapat membuat wiski Jepang sangat populer pada tahun 2015-2018. Oleh karena itu, wiski Jepang dapat dikatakan menjadi salah budaya modern Jepang.