

## BAB II

### KARAKTERISTIK MASYARAKAT JEPANG TERHADAP PRAKTIK BUDAYA SENSOR DIRI DALAM TAYANGAN BERITA NHK NEWS JEPANG

Masyarakat menjadi salah satu faktor terpenting dalam pembentuk suatu bangsa. Di setiap negara di dunia memiliki karakteristik masyarakat yang berbeda-beda, berbeda karena faktor bentuk negara maupun kebudayaan yang beragam. Pada bab 2, penulis memaparkan bagaimana keterkaitan antara salah satu karakteristik masyarakat Jepang yaitu *bushidou* dengan budaya sensor diri.

#### 2.1 Karakteristik Masyarakat Jepang

Karakteristik masyarakat adalah suatu ciri khas yang dimiliki oleh suatu masyarakat tertentu. Menurut Wynne E.A (1991) di dalam bukunya yang berjudul “*Character and Academics in The Elementary School*” mengatakan karakteristik adalah karakter menandai bagaimana cara atau pun teknis untuk memfokuskan penerapan nilai kebaikan ke dalam tindakan atau pun tingkah laku. Maka, bisa dikatakan bahwa karakteristik suatu masyarakat menjadi faktor penting bagaimana perilaku masyarakat itu sendiri dalam bersosialisasi.

Salah satu karakteristik masyarakat Jepang yaitu *Bushidou*. Menurut Clark (1979) masyarakat Jepang dinilai memiliki rasa malu yang tinggi dan memiliki sifat atau mentalitas tinggi dalam hidup berkelompok, terlihat dari cara masyarakat Jepang berinteraksi. Pada zaman *Tokugawa*, *Bushidou* adalah sebuah aturan hidup yang dimiliki oleh para samurai pada saat menerapkan politik *Sakoku* (politik mengisolasi diri dari dunia luar). Sejak saat itu, lambat laun *Bushidou* mulai diterapkan dengan sangat ketat di kalangan masyarakat awam.

Prinsip *Bushidou* sendiri sebenarnya sangat erat dengan ajaran Buddha yaitu dengan menjunjung tinggi sikap menjaga harmoni yang selaras dengan alam semesta, lingkungan hidup serta sesama makhluk hidup. Inazo Nitobe menjelaskan dalam bukunya yang berjudul “*武士道*” “*Bushidou*” dalam salah

satu *chapter* bukunya yang berjudul “武士道の源泉” ”*Takeshidō no gensen*” atau “Sumber dari *Bushidou*” mengatakan

“仏教は、運命に対する穏やかな信頼、避けられない事柄を心静かに受け入れ、危険や災難を目にしても、ストイックに落ち着き、生に執着せず、死に親しむ心をもたらした。”

“*Bukkyō wa, unmei ni taisuru odayakana shinrai, sakerarenai kotogara o kokoroshizuka ka ni ukeire, kiken ya sainan o me ni shite mo, sutoikku ni ochitsuki, -sei ni shūchaku sezu, shi ni shitashimu kokoro o motarashita.*”

#### Terjemahan

“Ajaran Buddha membawa kepercayaan yang tenang pada takdir, penerimaan yang tenang akan hal yang tak terhindarkan, ketenangan yang tabah dalam menghadapi bahaya dan malapetaka, keterikatan yang tidak terikat pada kehidupan dan keakraban dengan kematian.”

Adanya ajaran *Zen* dalam Buddha yang menjadi salah satu faktor penting dalam prinsip *Bushidou* itu sendiri. *Zen* adalah meditasi yang dilakukan para samurai untuk mendapatkan kepercayaan yang penuh pada takdir serta mendapatkan ketenangan hati, yang bertujuan agar para samurai ketika berhadapan dengan perang dapat bersikap lebih tenang dan menjalankan misi tugasnya tanpa rasa takut. Aspek spiritual di dalam prinsip *Bushidou* sendiri menjadi sangat penting agar dapat melakukan penguasaan diri yang utuh dan berharap agar menjadi kekuatan yang utuh bagi para samurai itu sendiri.

Pada zaman *Kamakura* sampai tahun 1600 prinsip *Bushidou* mulai diterapkan atau diajarkan. Banyaknya peperangan yang terjadi menjadikan para samurai menerapkan nilai keberanian, kesetiaan serta kehormatan yang ada di dalam ajaran *Bushidou* itu sendiri. Pada zaman *Kamakura* sendiri, para samurai berhasil untuk membuat pengaruh prinsip *Bushidou* ini kepada para masyarakat awam yang menjiwai hidup mereka sampai saat ini. Pola prinsip *Bushidou* yang diwariskan para leluhur ini, menjadikan Jepang negara yang kuat dan dapat bangkit dari keterpurukan. Salah satunya adalah ketika Jepang dijatuhi bom oleh Amerika di *Hiroshima* dan *Nagasaki* sampai hancur lebur kedua kota tersebut, di atas Jepang mampu bangkit dari keterpurukan dan tidak membutuhkan waktu yang lama bagi Jepang untuk membangun kembali semuanya. Semangat *Bushidou* ini sudah mengakar dan mendarah daging di tiap masing-masing individu masyarakat Jepang secara turun temurun.

Iriyanto Widisuseno di dalam Jurnalnya yang berjudul “Studi tentang Identitas Jati Diri Bangsa Jepang dalam Kajian Filosofis” mengklasifikasikan *Bushidou* memiliki 7 nilai-nilai kode etik yang mendasari *Bushidou* itu sendiri:

1. Integritas / *Gi* (義)

Integritas yang dimaksud adalah kejujuran dan keutuhan. Maksud dari keutuhan itu sendiri adalah keutuhan di segala aspek kehidupan mulai dari pikiran, perbuatan serta perkataan kita. Integritas atau *Gi* (義) ini sendiri sebenarnya menjadi dasar bagi setiap manusia untuk dapat lebih mengerti etika dan moral ketika bersosialisasi.

2. Keberanian / *Yu* (勇)

Keberanian yang dimaksud disini adalah keberanian untuk dapat bertahan untuk memperjuangkan kebenaran meskipun di dalam situasi yang tertekan ataupun kesulitan. Keberanian sendiri merupakan salah satu jati diri seorang samurai termasuk ketika seorang samurai harus rela mempertaruhkan nyawanya sendiri demi apa yang sedang diyakini dan diperjuangkan olehnya.

3. Welas Asih / *Jin* (仁)

*Jin* merupakan sikap atau sifat feminim yaitu mencintai. Di dalam prinsip *Bushidou* terdapat nilai keseimbangan yaitu *Yin* (maskulin) dan *Yang* (feminim). Sikap atau sifat feminim yang ada di dalam *Jin* adalah nilai *Yang* itu sendiri karena seorang samurai walaupun dinilai tegas dan keras, kiranya harus tetap memiliki sifat yang lembut memiliki kasih sayang serta kepedulian sendiri kepada sesama.

4. Penghormatan / *Rei* (礼)

Penghormatan yang dimaksud adalah seorang samurai harus memiliki sopan santun kepada semua orang tidak memandang bulu atau hanya sopan terhadap atasan saja, tetapi harus ditunjukkan pula sopan santun ini kepada siapapun yang ditemui. Para samurai dituntut untuk tidak bersikap ceroboh dalam bersikap dan selalu mengingat kode etik dalam bersosialisasi, seperti

santun ketika akan duduk atau berbicara dan bahkan dalam merawat benda ataupun senjata.

5. Kejujuran / *Makoto* (信)

Kejujuran yang dimaksud adalah seorang samurai harus berkenan untuk bersikap selalu tulus dan jujur ketika menyampaikan suatu informasi serta harus sesuai dengan kenyataan tanpa menambah atau mengurangi fakta yang didapatkan. Seorang samurai harus senantiasa menjaga ucapannya dan tidak menggunjing ketika melihat atau mendengar sesuatu yang buruk tentang koleganya sendiri.

6. Kehormatan / *Meiyo* (名誉)

Kehormatan adalah ketika seorang samurai mampu menjalankan prinsip *Bushidou* secara konsisten karena seorang samurai memiliki harga diri yang tinggi dan harus dijaga perilakunya. Salah satu cara seorang samurai memiliki harga diri yang tinggi adalah dengan menghormati waktu dan tidak menyia-nyiakan waktu yang ada serta dimanfaatkan semaksimal mungkin.

7. Loyalitas atau Kesetiaan / *Chuugi* (忠義)

Loyalitas ditunjukkan ketika seorang samurai menaruh dedikasi yang tinggi ketika sedang melaksanakan tugasnya dan seorang samurai harus mampu tetap setia pada satu pimpinannya, tidak hanya pada saat pimpinannya sukses di atas ketika pemimpinnya berada dalam kegagalan pun seorang samurai dituntut untuk tetap setia dan tidak meninggalkan. Puncak kesetiaan para samurai berada pada saat ia mati ketika sedang berjuang menjalankan tugasnya.

Ketujuh nilai-nilai kode etik di atas mulai dari Integritas / *Gi* (義), Keberanian / *Yu* (勇), Welas Asih / *Jin* (仁), Penghormatan / *Rei* (礼), Kejujuran / *Makoto* (信), Kehormatan / *Meiyo* (名誉), dan Loyalitas atau Kesetiaan / *Chuugi* (忠義) merupakan nilai-nilai kode etik yang menjadi dasar-dasar prinsip *Bushidou* itu sendiri.

Masyarakat Jepang dikenal sebagai masyarakat yang mengutamakan kepentingan kelompok atau interaksi di dalam kelompok. Untuk hidup berkelompok, Masyarakat Jepang juga menganut keserasian, keselarasan, keseimbangan harmoni di dalam masyarakat atau yang biasa disebut dengan *chouwa* (調和) serta nilai budaya harmoni *wa* (和). Jika diperhatikan pula, orang Jepang ketika sedang berinteraksi sosial dengan orang lain cenderung memperhatikan situasi sekitar dan sangat memantau perasaan lawan bicara karena demi menjaga harmoni *wa* (和) orang Jepang pasti akan mempertimbangkan posisi lawan bicara agar tidak terjadi kesalahpahaman dan untuk menjaga keharmonisan di dalam interaksi itu sendiri. Masyarakat Jepang sendiri sangat menentang terjadinya sikap pemaksaan pendapat tanpa melihat kondisi sekitar karena akan dianggap memaksakan individu atau *wa o toosu* (我を通す) dan sikap ini sendiri dapat mengganggu keharmonisan dan keselarasan di dalam masyarakat itu sendiri. Seperti contoh ketika hendak menolak sesuatu orang Jepang cenderung untuk tidak berkata tidak atau *iie* (いいえ) melainkan *chotto* (ちょっとお。。) yang berarti “sebentar” atau dipikir-pikir terlebih dahulu. “Sebentar” disini bukan berarti untuk menunggu kedatangan seseorang, melainkan pernyataan penolakan secara halus agar tidak menyinggung perasaan lawan bicara.

Di dalam jurnalnya juga, Iriyanto Widisuseno menjelaskan kesadaran masyarakat Jepang untuk menjaga keharmonisan dan keselarasan dalam bermasyarakat ini menimbulkan munculnya konsep *uchi soto*. Konsep *uchi soto* ini terbagi kedalam beberapa kategori berdasarkan keadaan sekitar yaitu:

1. *Uchi Soto Kankei* (内外関係)

Apakah lawan bicara merupakan anggota suatu kelompok tertentu?

2. *Jouge Kankei* (上限関係)

Apakah lawan bicara merupakan seseorang yang baru pertama bertemu atau sudah kenal sebelumnya?

3. *Shinso Kankei* (親疎関係)

Apakah lawan bicara merupakan orang yang berumur lebih tua atau lebih muda atautkah berpangkat lebih tinggi atau dibawah pembicara?

Konsep *uchi soto* ini yang menentukan beragamnya bahasa dan sikap yang digunakan oleh orang Jepang ketika bersosialisasi atau berinteraksi.

Selain munculnya konsep *uchi soto* adapula 6 sikap loyalitas masyarakat Jepang sebagai masyarakat dengan kesadaran hidup berkelompok yang tinggi dan diambil atau diadaptasi dari nilai-nilai dan norma budaya yaitu:

1. *Omoiyari* (思い遣り)

*Omoiyari* adalah sikap ketulusan dan empati tanpa mengharapkan balas budi dari pihak yang menerima bantuan. *Omoiyari* ini berarti juga membantu orang lain untuk mewujudkan sesuatu yang tidak mungkin bagi orang lain di atas mungkin bagi kita agar kita dapat merasakan kebahagiaan yang didapatkan orang yang kita bantu. *Omoiyari* dipercaya masyarakat Jepang sebagai sikap kesiapan individu untuk dapat membantu orang lain kapan saja dan mencegah perbuatan yang tidak baik atau merugikan bagi orang lain.

2. *Amae* (甘え)

*Amae* adalah sikap bergantung kepada orang lain. Sikap bergantung yang dimaksud *Amae* adalah sikap bergantung yang positif yaitu dengan menganggap orang lain selalu memiliki ketulusan dan sikap baik untuk siap membantu kapan saja dibutuhkan bantuan karena masyarakat Jepang berfikir agar terjadinya keharmonisan bersama apabila kita memerlukan orang lain dalam melakukan sesuatu yang sulit.

3. *On* (恩)

*On* adalah hutang atau beban ataupun berkat bantuan yang kita terima dari orang lain. Konsep *on* ini bukan hanya mengajarkan untuk membayar kewajiban atau membalas budi kita saja melainkan poinnya adalah untuk memiliki rasa cinta kasih, keramahan serta kesetiaan dalam bersosialisasi karena *On* sendiri ingin menunjukkan bahwa masyarakat Jepang memiliki

nilai moralitas yang sangat tinggi untuk kesetiaan dan ketulusan dalam pengabdian.

#### 4. *Gimu* (義務)

*Gimu* adalah bentuk kewajiban seseorang untuk membalas budi atas apa yang telah diterima. Jika *On* adalah bentuk bantuan atau beban maka *Gimu* adalah bentuk sikap yang dilakukan untuk membayar *On* yang telah diterima. Maka konsep *Gimu* ini berkaitan erat dengan *On*. *Gimu* di dalam nilai budaya Jepang sendiri mengacu kepada pembayaran kewajiban yang telah diterima tanpa memiliki batasan waktu sehingga apabila kita sudah melaksanakan *gimu* rasanya tidak akan pernah cukup walaupun seumur hidup pun.

#### 5. *Giri* (義理)

Konsep *Giri* sebenarnya tidak jauh berbeda dengan *gimu* yaitu sama-sama bentuk kewajiban atas *On* yang telah diterima dari orang lain tetapi yang berbeda adalah *Giri* memiliki batasan waktu. *Giri* sendiri memiliki dua konsep bagian yaitu *Giri* yang dilakukan untuk membayar *On* kepada dunia yaitu mereka yang telah memberi bantuan berupa jasa atau hadiah kepada kita dan *Giri* yang mengatasnamakan diri sendiri yaitu kewajiban untuk menjaga nama baik atau reputasi seseorang. *Giri* terhadap diri sendiri yang dimaksud kewajiban untuk membersihkan nama baik apabila terjadi tuduhan ataupun penghinaan serta tuduhan, kewajiban untuk memperhatikan sopan santun ketika hendak menjalankan norma yang berlaku di masyarakat serta kewajiban untuk mengakui kesalahan apabila telah terjadi kegagalan menjalankan suatu tugas dan untuk dapat menahan emosi di dalam suatu keadaan yang tidak tepat.

#### 6. *Ninjou* (人情)

*Ninjou* adalah perasaan secara general atau umum manusia yang satu dengan manusia yang lainnya seperti belas kasih, perasaan simpati, perasaan cinta ataupun perasaan alami selayaknya keluarga sendiri.

Karakteristik suatu masyarakat menjadi suatu ciri khas negara itu sendiri. Dari beberapa teori yang sudah dipaparkan oleh penulis di atas menunjukkan ternyata Jepang punya beberapa karakteristik pendukung yang menjadikannya ciri khas selain *bushidou*, antara lain ada *uchi soto*, *omoiyari*, *amae*, *on*, *gimu*, *giri*, dan *ninjou*. Konsep dan nilai-nilai budaya ini lah yang menjadikan masyarakat Jepang memiliki karakteristik yang khas dan diambil langsung dari pengalaman di masyarakat itu sendiri hingga saat ini karakteristik masyarakat Jepang ini lah yang masih dipegang oleh para masyarakat Jepang. Sejalan dengan karakteristik masyarakat Jepang itu sendiri, maka terbentuklah budaya-budaya baru di Jepang salah satunya budaya sensor diri yang dilakukan secara mandiri atau sukarela oleh wartawan atau pers media di Jepang.

## 2.2 Budaya Sensor Diri

Salah satu antropolog ternama di dunia yaitu Clifford Geertz (1983) menulis buku yang berjudul "*Local Knowledge: Further Essays In Interpretive Anthropology*" di dalamnya mengatakan bahwa budaya adalah merupakan sistem keteraturan dari makna dan simbol-simbol. Simbol tersebut kemudian diterjemahkan dan diinterpretasikan agar dapat mengontrol perilaku, sumber-sumber ekstrasomatik informasi, memantapkan individu, pengembangan pengetahuan, hingga cara bersikap. Secara umum berarti budaya adalah suatu norma atau nilai yang berada di masyarakat yang dihasilkan dari kegiatan sehari-hari yang menjadi warisan turun temurun.

Menurut jurnal yang ditulis oleh Artini yang berjudul "*Self Censorship dan Tanggung Jawab Sosial Media Massa*" menuturkan bahwa *Self censorship* merupakan bentuk proses seleksi atau sensor diri secara intelektual dalam diri wartawan ketika dia dihadapkan pada pilihan untuk semua pihak. Jadi dapat disimpulkan, Sensor diri atau *self-censorship* adalah suatu tindakan kesadaran diri untuk melakukan penyensoran atau filterisasi suatu hal agar tidak terjadi kesalah pahaman ataupun ketersinggungan satu sama lain. Sensor diri dilakukan atas kesadaran diri sendiri atau kontrol diri sendiri tanpa harus diingatkan orang lain.



Di Jepang, kegiatan sensor sudah secara resmi dilarang dalam konstitusi dan kebebasan pers tidak perlu dipertanyakan lagi. Pada tahun 2002 kabinet PM *Koizumi* menyetujui RUU yang melarang kegiatan pelaporan berlebihan dan pelanggaran privasi oleh pers sendiri ternyata telah menimbulkan protes yang keras dari kalangan media cetak dan lembaga penyiaran. Pada abad ke-21, terjadi isu-isu nasional di Jepang yang dianggap tabu seperti politik dan pemerintah mencoba untuk menyembunyikan isu tersebut dari masyarakat tetapi, ternyata masyarakat selalu menemukan cara untuk mendapatkan informasi tentang hal yang ditutupi oleh pemerintah sehingga membuat pemerintah sadar bahwa masyarakat sudah cerdas dan sebagaimana pun ditutupi pasti akan ketahuan juga.

Mengutip dari jurnal yang ditulis oleh Ilya Revianti Sudjono Sunarwinadi yang berjudul “Budaya Sensor Diri Dalam Kebebasan Pers di Jepang” mengatakan karena terjadinya kegiatan menutupi isu-isu yang ada oleh pemerintah maka muncullah pemikiran masyarakat bahwa privasi mulai dianggap secara sangat serius, serta menolak untuk menerima begitu saja apa yang dikatakan pemerintah dan sebaliknya menekankan pada hak-hak sipilnya (Kingston, 2004: 309).

Budaya sensor diri ini sendiri berkaitan erat dengan kebebasan berpendapat pers. Sudah jelas tertulis terdapat undang-undang konstitusi yang ditulis oleh pemerintah Jepang yang menyatakan bahwa pers bebas berpendapat tetapi, maksud dari inti *self-censorship* atau sensor diri yang dilakukan oleh pers sebenarnya untuk menjaga keselarasan dan keharmonian di dalam hubungan antar manusia sesuai dengan apa yang menjadi karakteristik masyarakat Jepang yaitu menjaga keselarasan dan kerharmonisan dalam masyarakat. Sensor diri ini sendiri sebenarnya bersifat secara sukarela dari media Jepang atau pers Jepang itu sendiri.

Di atas, ternyata dibalik sikap sukarela untuk melakukan sensor diri ini muncul perasaan takut dinilai tidak baik atau buruk oleh masyarakat luas, karena pada dasarnya sensor diri ini merupakan tindakan sadar diri dan batasan diri setiap individu berbeda. Hal yang buruk menurut A belum tentu itu merupakan hal yang buruk bagi B juga, jadi untuk melakukan sensor diri walaupun adanya peraturan undang-undang konstitusi yang mengatur kebebasan pendapat harus dilakukan juga

penyesuaian diri dengan cara melihat kondisi atau situasi agar terjaganya keselarasan dan keharmonisan di dalam masyarakat Jepang.

Walaupun secara jelas dan konstitusional sudah tertulis kebebasan untuk berpendapat dan dilarangnya untuk melakukan penyensoran sedangkan, dalam praktiknya ternyata terdapat bukti-bukti bahwa pemerintah masih melakukan kontrol secara tidak langsung terhadap kebebasan berpendapat pers untuk menyampaikan informasi. Seperti contoh pada tahun 1992 terjadi kasus sensor diri yang cukup ekstrim pada saat pihak kerajaan menekan media untuk melakukan *news blackout* (penyensoran terhadap suatu berita tertentu yang bersifat secara sukarela ataupun ditekan oleh pemerintah) ketika kerajaan sedang berusaha untuk mencari calon mempelai bagi Pangeran Mahkota Naruhito.

Kasus sensor diri yang lain yaitu pada tahun 1990 ketika Pangeran Akishino melangsungkan pernikahan, ada seorang *photographer* bernama Toshiaki Nakayama dari kantor berita *Kyodo* yang secara tidak sengaja mengambil foto mempelai wanita yang sedang membetulkan rambut sang pangeran yang menutupi mata. Foto ini dianggap oleh masyarakat Jepang sebagai foto yang romantis dan menarik, di atas pihak kerajaan menganggap foto ini tidak sopan serta melanggar protokol istana. Hal ini membuat sang *photographer* yaitu Toshiaki Nakayama sampai harus mengundurkan diri dari kantor berita *Kyodo*. Contoh kasus ini menjadi gambaran bahwa sensor diri yang berkaitan dengan kebebasan berpendapat setiap orang berbeda-beda dan sampai menyebabkan salah satu pihak merasa dirugikan.

Pada dasarnya Jepang sebenarnya merupakan negara yang sangat bebas untuk berpendapat. Pemerintah Jepang menuntut para pers untuk dapat lebih bijak dan cermat dalam menyajikan berita karena pemerintah Jepang sebenarnya merasa pers sudah cukup cermat untuk melakukan sensor diri tanpa perlu dikontrol. Sensor diri seharusnya menjadi hal internal yang dilakukan dengan penuh kesadaran diri dan secara sukarela dilakukan agar tidak mengganggu keharmonian yang sudah terjalin antara media dan pemerintah.

Dalam masa transformasi sosial saat ini, media Jepang mempunyai peran sebagai sarana informasi, edukasi serta *entertainment* bagi masyarakat Jepang

sendiri. Di atas budaya untuk menjaga hubungan yang harmonis dalam bermasyarakat yang telah mengakar dalam karakteristik masyarakat Jepang sendiri, menjadikan sensor diri sebagai tuntutan yang harus dilakukan.

Maka dapat disimpulkan bahwa budaya sensor diri adalah suatu tindakan atau perilaku untuk melakukan penyensoran atas suatu hal yang dianggap sensitif di masyarakat dan dilakukan dengan penuh kesadaran diri tanpa harus diingatkan orang lain. Kebijakan budaya sensor diri yang ada di kalangan masyarakat Jepang tentu saja berkaitan erat dengan adanya peraturan-peraturan pemerintah Jepang yang mengatur tentang keamanan privasi diri dan kebebasan pers di Jepang dalam melakukan penayangan di NHK News Jepang.

### **2.2.1 Kebebasan Pers Jepang**

Di Jepang, Pers diberikan kebebasan untuk melakukan penyensoran karena diharapkan pers mempunyai sikap mawas diri untuk melakukan penyensoran sendiri tanpa harus diingatkan. Salah satu tindakan pemerintah Jepang untuk mengantisipasi terjadinya kesalahpahaman terhadap informasi yang disampaikan adalah dengan cara mengeluarkan peraturan-peraturan tentang perlindungan hak privasi individu dan batasan-batasan apa saja yang boleh disiarkan. Secara jelas pemerintah Jepang membuat undang-undang konstitusi Jepang pasal 21 yang dikeluarkan oleh *Prime Minister of Japan and His Cabinet* dalam website [japan.kantei.go.jp](http://japan.kantei.go.jp) tentang larangan tindakan penyensoran dan perlindungan atas kebebasan berpendapat yang berbunyi *“Freedom of assembly and association as well as speech, press and all other forms of expression are guaranteed. No censorship shall be maintained, nor shall the secrecy of any means of communication be violated.”* Yang dapat diterjemahkan bahwa pemerintah Jepang memberikan pers kebebasan untuk dapat mengungkapkan ekspresinya sebebaskan mungkin, sehingga tentu saja kebebasan ini memiliki dampak negatif yaitu adanya kekhawatiran masyarakat akan keamanan privasi mereka sendiri-sendiri. Maka untuk mendukung pasal 21, pemerintah Jepang membuat pasal lanjutan yaitu pasal 13 dan pasal 25 yang berbunyi:

### Pasal 13

*“All of the people shall be respected as individuals. Their right to life, liberty, and the pursuit of happiness shall, to the extent that it does not interfere with the public welfare, be the supreme consideration in legislation and in other governmental affairs.”*

### Terjemahan

“Semua orang harus dihormati sebagai individu. Hak mereka untuk hidup, kebebasan, dan mengejar kebahagiaan, sejauh tidak mengganggu kesejahteraan umum, harus menjadi pertimbangan tertinggi dalam undang-undang dan dalam urusan pemerintahan lainnya.”

### Dan pasal 25 yang berbunyi


*“All people shall have the right to maintain the minimum standards of wholesome and cultured living. In all spheres of life, the State shall use its endeavors for the promotion and extension of social welfare and security, and of public health.”*

### Terjemahan

“Semua orang berhak untuk mempertahankan standar minimum kehidupan yang sehat dan berbudaya. Di semua bidang kehidupan, Negara harus menggunakan usahanya untuk memajukan dan memperluas kesejahteraan dan keamanan sosial, dan kesehatan masyarakat.”

Kedua pasal tersebut sama-sama berisikan perlindungan individu yang diberikan secara langsung oleh pemerintah Jepang agar masyarakat tidak perlu khawatir ataupun takut akan perlindungan privasi mereka masing-masing.

Kebebasan pers yang diberikan oleh pemerintah Jepang membuahkan hasil yang baik, yaitu dengan negara Jepang berada di urutan posisi 28 dari 180 negara dalam Indeks Kebebasan Pers yang dilakukan oleh *Reporters Without Borders* pada tahun 2002.



POS.	COUNTRIES	GLOBAL SCORE
17	United States	4.75
18	Hong Kong	4.83
19	Greece	5.00
20	Ecuador	5.50
21	Benin	6.00
22	United Kingdom	6.00
23	Uruguay	6.00
24	Chile	6.50
25	Hungary	6.50
26	South Africa	7.50
27	Austria	7.50
28	Japan	7.50

Gambar 2. 1 Indeks Kebebasan Pers Tahun 2002

Sumber: [rsf.org/en/index?year=2002](https://rsf.org/en/index?year=2002)

(diakses pada 2 Juni 2022 pukul 04:41 WIB)

Dari gambar 2.1 di atas dapat dilihat bahwa pada tahun 2002 Jepang mendapatkan posisi yang bagus yaitu 30 besar dan menjadi negara kedua di Asia setelah Hongkong yang berada di 30 besar. Tetapi, hal ini sangat bertolak belakang dengan hasil survei pada tahun 2021-2022.



Gambar 2. 2 Indeks Kebebasan Pers Tahun 2021-2022

Sumber : [rsf.org/en/index?year=2022](https://rsf.org/en/index?year=2022)

(diakses pada 2 Juni 2022 pukul 04:38 WIB)

Dari gambar 2.2 di atas dapat dilihat bahwa terjadi penurunan posisi kedudukan Jepang di dalam Indeks Kebebasan Pers. Pada tahun 2021 negara Jepang berada di posisi 67 dan terus menurun hingga mencapai posisi ke 71 pada tahun 2022. Menurunnya posisi kedudukan Jepang dapat dipengaruhi oleh faktor keadaan alam ataupun politik di negara Jepang sendiri. Salah satu faktor yang membuat suatu negara terus mengalami penurunan posisi kedudukan adalah ketika berita yang disiarkan untuk masyarakat awam sudah tercampur tangan oleh pemerintah. Dalam hal ini, pemerintah ikut mengatur berita apa yang boleh disiarkan dan berita apa yang tidak diperbolehkan untuk disiarkan, sehingga ikut campurnya pemerintah di dalam penayangan berita ini menjadikan pers tidak memiliki kebebasan dalam berpendapat atau tidak dapat melakukan penyiaran berita yang apa adanya.

Seperti contoh negara Jepang yang terus mengalami penurunan, terlebih pada tahun 2021 ke tahun 2022 dari posisi 67 ke posisi 71 yang dipengaruhi oleh pandemi *corona* yang terjadi diseluruh belahan dunia. Hubungannya pemerintah dengan pers dalam pandemi *corona* ini adalah pemerintah mengatur

penuh apa saja berita yang boleh disiarkan seperti tidak boleh menayangkan berita yang hiperbola dan menimbulkan kepanikan massa di kalangan masyarakat serta pemerintah Jepang juga mengatur yang boleh disiarkan hanya seputar bagaimana *corona* menyebar dan cara pencegahannya.

Selain adanya *Reporters Without Borders* yang mencatat tentang Indeks Kebebasan Pers hadir pula *The World Values Survey* atau Survei Nilai Dunia yang melakukan survei yang berbeda dibandingkan dengan *Reporters Without Borders*. Perbedaannya dengan *Reporters Without Borders* adalah *The World Values Survey* merupakan proyek penelitian global yang melakukan eksplorasi nilai-nilai dan kepercayaan masyarakat yang berubah dari waktu ke waktu dan apa dampak sosial dan politik yang dimiliki oleh masyarakat itu sendiri.

*The Worlds Values Survey* melakukan survei kepada hampir 100 negara didunia untuk mengetahui bagaimana perkembangan masyarakat didunia. Pada tahun 2020, *The Worlds Values Survey* melakukan salah satu penelitian yang menunjukkan seberapa tinggi tingkat kepercayaan masyarakat Jepang dibandingkan dengan negara lain. Penelitian yang dilakukan oleh *The Worlds Values Survey* ini dilakukan guna melihat perkembangan kepercayaan masyarakat terhadap media dari masa ke masa apakah terjadi kenaikan atau malah penurunan.

Pada gambar 2.3 dan 2.4 berikut ini, terdapat bagan hasil survei pada negara Jepang, Amerika Serikat, Inggris, Jerman, Perancis, Italia, Swedia dan Myanmar. Penelitian yang dilakukan dari bagan di atas adalah penelitian seberapa besar kepercayaan masyarakat negara tersebut dengan suatu organisasi atau lembaga. Tulisan yang berwarna merah menunjukkan media massa yang terdiri dari koran, majalah dan program Televisi. Tulisan berwarna biru menunjukkan lembaga pemerintah dan tulisan yang berada dalam kotak kuning menunjukkan kelompok agama. Survei di atas dilakukan dengan mengambil sampel pada 1000 hingga 2000 pria dan wanita yang berumur di atas 18 tahun dan dilakukan secara nasional.

**図表2** 世界各国における組織・制度への信頼度（世界価値観調査2017年～20年）

信頼度	日本	米国	英国	ドイツ	フランス	イタリア	スウェーデン	(参考)ミャンマー
90%台								慈善団体
80%台	軍隊(自衛隊)	軍隊	軍隊	警察			警察	宗教団体 テレビ 環境保護団体 政府 国連
70%台	警察 裁判所		警察		警察 軍隊	警察 軍隊	裁判所	議会 行政 労働組合
60%台	新聞・雑誌 テレビ	警察 慈善団体	環境保護団体 裁判所	裁判所 慈善団体	環境保護団体		環境保護団体 国連 議会 行政	政党 大企業 警察
50%台		裁判所 環境保護団体 宗教団体	行政	環境保護団体 行政	裁判所 行政 国連	環境保護団体 宗教団体	軍隊 労働組合 大企業 政府	裁判所 新聞・雑誌
40%台	大企業 行政 環境保護団体 国連	国連 行政	国連	軍隊 労働組合 EU 国連	EU 大企業	国連 大企業	EU 宗教団体	
30%台	政府 労働組合 慈善団体 議会(国会)	政府 労働組合 大企業	大企業 労働組合 議会 EU 宗教団体	議会 政府 新聞・雑誌 テレビ 宗教団体	宗教団体 労働組合 議会 政府 新聞・雑誌	裁判所 EU 行政 新聞・雑誌	新聞・雑誌 政党	軍隊
20%台	政党	新聞・雑誌 テレビ	政府	大企業		議会 労働組合 政府		
10%台		議会 政党	政党 新聞・雑誌	政党	政党	政党		
10%未満	宗教団体							

Gambar 2. 3 Bagan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Suatu Organisasi dan Lembaga di Seluruh Dunia (Tahun 2017-2020) (Bahasa Jepang)  
Sumber: president.jp/articles/-/43134?page2  
(diakses pada tanggal 2 Juni 2022 pukul 01:48 WIB)

Gambar 2 Organisasi dan Kredibilitas Lembaga negara di seluruh dunia (Survei dunia 2017-2020)

	Jepang	USA	Inggris	Jerman	Perancis	Italia	Swedia	Jerman
90%								Organisasi Keagamaan
80%	Angkatan bersenjata (Japan Self Defense Force)	Tentara	Tentara	Polisi			Polisi	Televisi Kolompok Pelindungan Lingkungan Pemerintah Pusatuan Negara-segara
70%	Polisi Pendidikan		Polisi		Polisi Tentara	Polisi Tentara	Pendidikan	Parlemen Administrasi Senkat Bumbuh
60%	Koran Majalah Televisi	Polisi Organisasi Amat	Kolompok Pelindungan Lingkungan	Pendidikan Organisasi Amat	Kolompok Pelindungan Lingkungan		Kolompok Pelindungan Lingkungan Pusatuan Negara-segara Parlemen Administrasi	Parat Politik Pusatuan Besar Polisi
50%		Pendidikan Kolompok Pelindungan Lingkungan Organisasi Keagamaan	Administrasi	Kolompok Pelindungan Lingkungan Administrasi	Pendidikan Administrasi Pusatuan Negara-segara	Kolompok Pelindungan Lingkungan Organisasi Keagamaan	Tentara Senkat Bumbuh Pusatuan Besar Pemerintah	Pendidikan Koran Majalah
40%	Pusatuan Besar Administrasi Kolompok Pelindungan Lingkungan Pusatuan Negara-segara	Pusatuan Negara-segara Administrasi	Pusatuan Negara-segara	Tentara Senkat Bumbuh Pusatuan Negara-segara	Pusatuan Besar	Pusatuan Negara-segara Pusatuan Besar	Organisasi Keagamaan	
30%	Pemerintah Senkat Bumbuh Organisasi Amat Parlemen	Pemerintah Senkat Bumbuh Pusatuan Besar	Pusatuan Besar Senkat Bumbuh Parlemen Organisasi Keagamaan	Parlemen Pemerintah Koran Majalah Televisi Organisasi Keagamaan	Organisasi Keagamaan Senkat Bumbuh Parlemen Pemerintah Koran Majalah	Pendidikan Administrasi Koran Majalah	Koran Majalah Parat Politik	Tentara
20%	Parat Politik	Koran Majalah Televisi	Pemerintah	Pusatuan Besar		Parlemen Senkat Bumbuh Pemerintah		
10%		Parlemen Parat Politik	Parat Politik Koran Majalah	Parat Politik	Parat Politik	Parat Politik		
kurang dari 10%	Organisasi Keagamaan							

Gambar 2. 4 Bagan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Suatu Organisasi dan Lembaga di Seluruh Dunia (Tahun 2017-2020) (Bahasa Indonesia)

Jika kita lihat di dalam bagan yang ada pada gambar 2.3 di atas, dapat dilihat bahwa negara Jepang menduduki posisi tertinggi untuk kepercayaan masyarakat terhadap media yaitu berada di 60% sedangkan Amerika Serikat berada pada 20%, Inggris berada diposisi terendah yaitu 10%, Jerman, Perancis,

Swedia, dan Italia memiliki persentase yang sama yaitu berada pada 30% serta yang terakhir ada Myanmar yang berada pada 50% kedua terbesar setelah Jepang.

Negara Jepang menjadi negara dengan kepercayaan penduduk yang besar terhadap media yang paling tinggi persentasenya yaitu 60%, yang berarti masyarakat Jepang cukup percaya penuh dengan apa saja berita yang ditayangkan di televisi ataupun dicetak oleh pers. Hal ini tentu berbanding terbalik dengan laporan yang dilakukan oleh *Reporters Without Borders* yang menunjukkan bahwa kebebasan pers di Jepang berada di posisi ke 71 dari 180 negara. Dari sini dapat dilihat walaupun kebebasan pers Jepang dinilai cukup minim tetapi, nyatanya masyarakat Jepang tetap memiliki kepercayaan yang tinggi kepada media cetak maupun digital walaupun faktanya semua yang disuguhkan kepada masyarakat awam Jepang sudah diatur atau terdapat campur tangan pemerintah Jepang di dalamnya.

Kedua hal yang berbanding terbalik ini menunjukkan dengan rendahnya kebebasan pers di Jepang di atas, pers di Jepang masih mampu memberikan informasi yang berbobot dan dapat melakukan penyensoran diri secara mandiri walaupun isi dari informasinya diatur oleh pemerintah Jepang. Salah satu perusahaan media yang terkenal di Jepang adalah NHK News. NHK News dinilai sebagai salah satu media yang dapat di percaya oleh masyarakat awam Jepang

### **2.2.2 NHK News Jepang**

NHK kepanjangan dari *Nippon Hōsō Kyōkai* (日本放送協会) (Perusahaan Penyiaran Jepang) adalah Perusahaan penyiaran milik pemerintah Jepang (kantor berita negeri). NHK berawal dari sebuah stasiun radio di Jepang dengan nama *Radio Tokyo* pada tahun 1926. Penyiaran televisi yang dilakukan oleh NHK menggunakan dasar penyiaran dasar terestrial yaitu suatu sistem penyiaran yang dalam teknik penyiarannya tidak melibatkan transmisi satelit melainkan menggunakan gelombang radio dengan pemancar atau antena televisi. Penyiaran dasar terestrial ini juga dimuat di dalam undang-undang



konstitusi pemerintah yang dapat diakses di dalam situs resmi yaitu E-Gov Law Search yang telah di konfirmasi juga oleh departemen Kehakiman, Departemen Kehakiman dan hukum serta masing-masing kementerian dan lembaga. Undang-undang konstitusi yang memuat tentang penyiaran dasar terestrial yaitu UU Penyiaran No. 132 Bab 1 Pasal 2 ayat 13

「衛星基幹放送」とは、人工衛星の放送局を用いて行われる基幹放送をいう。

*'Eisei kikan hōsō' to wa, jinkō eisei no hōsōkyoku o mochiite okonawareru kikan hōsō o iu.*

Terjemahan:

"Siaran dasar satelit" mengacu pada penyiaran jaringan "tulang punggung" yang dilakukan dengan menggunakan stasiun penyiaran satelit buatan.

Penyiaran dasar terestrial ini juga digunakan dalam penyiaran gelombang menengah atau *radio AM* dan juga untuk penyiaran gelombang *ultra* pendek atau dikenal dengan *radio FM*. NHK melakukan penyiaran di dalam negeri yang dimuat dalam UU Penyiaran No. 132 Bab 1 Pasal 2 ayat 4

「国内放送」とは、国内において受信されることを目的とする放送をいう。

*'Kokunai hōsō' to wa, kokunai ni oite jushin sa reru koto o mokuteki to suru hōsō o iu.*

Terjemahan:

"Siaran domestik" berarti siaran yang dimaksudkan untuk diterima di Jepang.

Maupun penyiaran internasional khusus untuk orang Jepang yang berada diluar negeri (ekspatriat) yang terdapat pada UU Penyiaran No. 132 Bab 1 Pasal 2 ayat 7

「邦人向け国際放送」とは、国際放送のうち、邦人向けの放送番組の放送をするものをいう。

*'Hōjin-muke kokusai hōsō' to wa, kokusai hōsō no uchi, hōjin-muke no hōsō bangumi no hōsō o suru mono o iu.*

Terjemahan:

"Siaran internasional untuk orang Jepang" mengacu pada penyiaran internasional yang menyiarkan program siaran untuk orang Jepang.

dan penyiaran internasional untuk orang asing yang dimuat dalam UU Penyiaran No. 132 Bab 1 Pasal 2 ayat 6

「国際放送」とは、外国において受信されることを目的とする放送であつて、中継国際放送及び協会国際衛星放送以外のものをいう。

*'Kokusai hōsō' to wa, gaikoku ni oite jushin sa reru koto o mokuteki to suru hōsō de atsute, chūkei kokusai hōsō oyobi kyōkai kokusai eisei hōsō igai no mono o iu.*

Terjemahan:

" Penyiaran internasional "adalah siaran yang dimaksudkan untuk diterima di negara asing, selain siaran internasional relai dan siaran satelit internasional asosiasi.

NHK kini telah mempunyai 13 anak perusahaan di Jepang antara lain yaitu *NHK Enterprises*, *NHK Global Media Service*, *NHK Publishing* yang berpartner dengan BBC (*British Broadcasting Corporation*) dan ada juga anak perusahaan yang berafiliasi diluar Jepang seperti *NHK Cosmomedia America* dan *NHK Cosmomedia Europe*. Kini NHK sudah semakin berkembang dengan mempunyai 4 Channel yaitu *NHK World Radio Japan*, *NHK World TV*, *NHK World Premium* dan *NHK Internet Service*.

Di dalam masing-masing channel nya NHK menayangkan program-program menarik dan populer mulai dari bisnis, budaya, dan gaya hidup seperti salah satu program yang terkenal dan paling ditunggu adalah penayangan anime di *NHK World TV* salah satu judul anime yang pernah ditayangkan adalah "Allison&Lillia" (2008) , " Guardian of the Sacred Spirit " (2007), " Oshin " (1983-1984), *Tsubasa Chronicle* dan masih banyak lagi anime yang sudah ditayangkan.

Pada tahun 1953 bertepatan dengan NHK yang mulai beroperasi menjadi stasiun televisi bersamaan dengan sharp sebagai merk televisi pertama yang memproduksi penerima sinyal televisi. Pada awal peluncurannya, televisi termasuk ke dalam golongan barang mewah di mana hanya kalangan atas dan menengah atas saja yang mampu membeli televisi. Penyiaran berita berwarna pertama ditayangkan pada tahun 1957. Pada 10 April 1959 ditayangkan berita yang memuat siaran tentang parade pernikahan Yang Mulia Putra Mahkota dan Putri Michiko.

Televisi sendiri telah menjadi populer di kalangan rumah tangga dan menjadi salah satu “tiga harta suci” (televisi, lemari es, mesin cuci) sebagai simbol rekonstruksi Jepang pasca perang. Di Jepang kini sudah ada 8 channel berita televisi terestrial antara lain Tokyo NHK General TV, Tokyo NHK Educational TV, Tokyo TV Asahi, Tokyo Fuji TV, Tokyo Nippon TV, Tokyo TBS Television, TV Tokyo dan Tokyo MX. Pada pagi hari sekitar pukul 09:00-09:30 didominasi dengan program berita, kemudian biasanya di lanjutkan dengan program-program hiburan yang ditujukan untuk para ibu rumah tangga dirumah dan program berita malam dimulai di pukul 16:00 dan durasi tiap stasiun televisi berbeda-beda tetapi normalnya paling lama 2 jam. Di Jepang sendiri, tayangan berita sendiri selalu berusaha menampilkan berita-berita terbaru yang *up to date* agar masyarakat mengetahui apa saja yang terjadi di dalam Jepang maupun diluar Jepang.

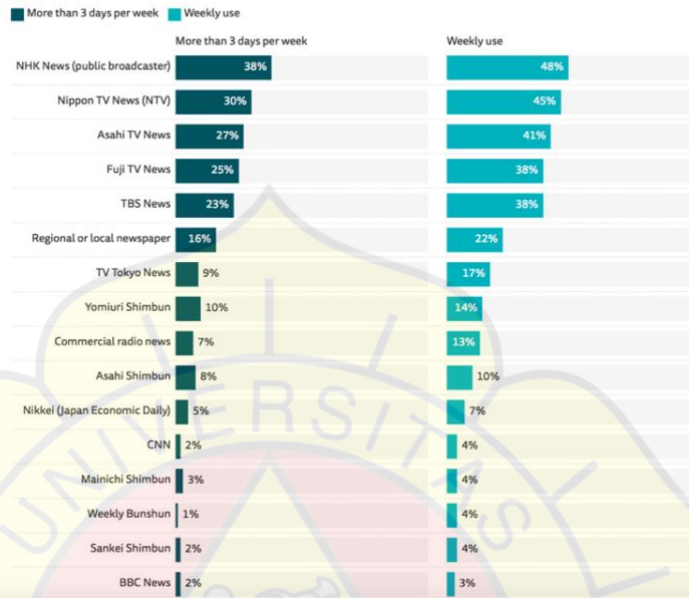
Pada gambar 2.5 menunjukkan survei yang dilakukan oleh *Reuters Institute* bahwa NHK News mampu menjadi urutan nomor 1 yang menjadi pilihan masyarakat untuk tayangan berita TV, radio maupun cetak. Terdapat sebanyak 48% per minggu masyarakat Jepang yang menonton tayangan berita di TV, Radio maupun cetak yang diterbitkan oleh NHK News dan 38% dalam kurun waktu lebih dari 3 hari per minggu. Bahkan NHK News mampu mengalahkan

CNN yang berada di posisi ke 12 dengan persentase hanya 4% per minggu dan 3% untuk kurun waktu lebih dari 3 hari per minggu.

Gambar 2. 5 Urutan nama media terbaik tahun 2020

**TOP BRANDS - WEEKLY REACH**

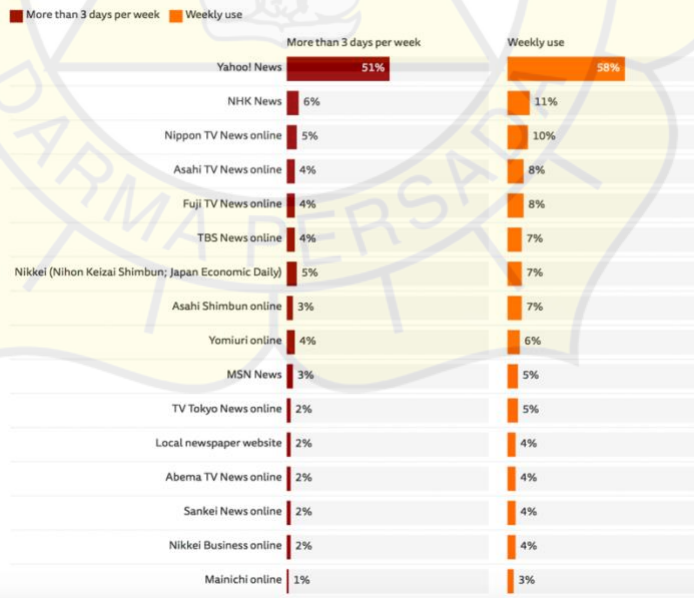
TV, RADIO, PRINT  
Japan



Sumber: [www.digitalnewsreport.org/survey/2020/japan-2020/](http://www.digitalnewsreport.org/survey/2020/japan-2020/)  
(diakses pada tanggal 2 Juni 2022 pukul 08:42 WIB)

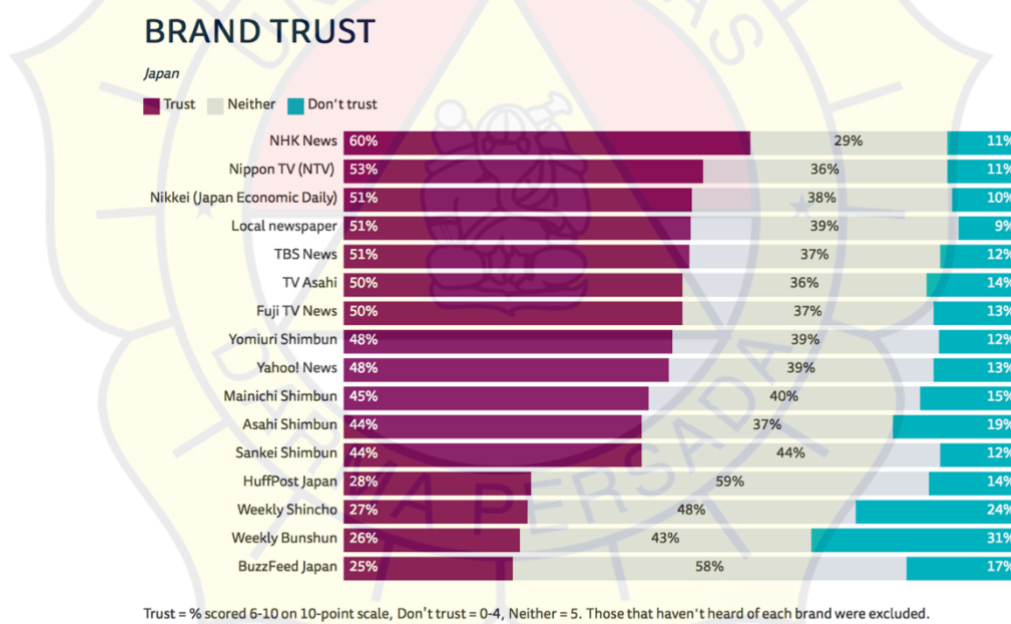
**TOP BRANDS - WEEKLY REACH**

ONLINE  
Japan



Gambar 2. 6 Urutan nama media online terbaik  
Sumber: [www.digitalnewsreport.org/survey/2020/japan-2020/](http://www.digitalnewsreport.org/survey/2020/japan-2020/)  
(diakses pada tanggal 2 Juni 2022 pukul 08:43 WIB)

Pada gambar 2.6 di atas menunjukkan bahwa NHK news menduduki posisi kedua untuk berita online yang paling sering diakses oleh masyarakat Jepang secara online. Posisi pertama diduduki oleh Yahoo! News dengan persentase 58% mingguan dan 51% dalam kurun waktu lebih dari 3 hari perminggu sedangkan NHK News hanya mendapatkan 11% jumlah akses mingguan dan 6% dalam kurun waktu lebih dari 3 hari per minggunya. Untuk media online, NHK News hanya berselisih tipis dengan posisi ketiga yaitu Nippon TV News Media yang berada pada 10% jumlah akses mingguan dan sebesar 5% dalam kurun waktu lebih dari 3 hari per minggunya. Yang berarti hanya selisih 1%. Dapat dilihat dalam gambar 2.5 selisih antar kantor berita yang dimiliki oleh swasta maupun negeri Jepang sendiri hanya 1% hal ini, menunjukkan bahwa Jepang masih kurang dalam pengembangan informasi berita secara online.



Gambar 2. 7 Kepercayaan Merk

Sumber: [www.digitalnewsreport.org/survey/2020/japan-2020/](http://www.digitalnewsreport.org/survey/2020/japan-2020/)  
(diakses pada tanggal 2 Juni 2022 pukul 08:45 WIB)

Gambar 2.7 menunjukkan persentase kepercayaan masyarakat Jepang terhadap berbagai macam kantor berita yang ada di Jepang baik swasta maupun negeri dan dari tayangan TV sampai dengan koran. Untuk kotak yang berwarna ungu maroon menandakan kepercayaan, warna abu-abu untuk tidak percaya

keduanya dan warna toska untuk tidak percaya sama sekali. NHK News berada di urutan pertama sebagai brand atau kantor berita yang paling dipercayai masyarakat yaitu dengan persentase sebanyak 60% masyarakat yang percaya kepada NHK News Jepang, 29% untuk yang tidak percaya keduanya atau netral dan 11% untuk yang tidak percaya sama sekali. Hal ini menandakan bahwa NHK News Jepang memunculkan sikap kepercayaan seutuhnya di masyarakat melalui tayangan berita yang dilakukan.

Sampai saat ini, NHK News Jepang terus berusaha untuk lebih berkembang dan semakin meningkatkan angka kepercayaan masyarakat kepada berita yang ditayangkan atau dicetak oleh NHK News Jepang.

