

# Jurnal Bahasa dan Budaya Jepang

Volume 04, Issue 01, September 2021

## Daftar isi

Penggunaan Adverbia <i>Kitto</i> dan <i>Kanarazu</i> dalam Kalimat Bahasa Jepang Ahmad Fauzi dan Andi Irma Sarjani	01-08
Analisis Makna dan Fungsi Penggunaan Partikel Akhir <i>Yo</i> dan <i>Ne</i> dalam Bahasa Jepang Ragam Lisan pada Anime "New Game!" Karya Shoutarou Tokunou Ardiani Permata Sari dan Ari Artadi	09-19
Kesalahan Penggunaan Kata Sambung " <i>Sokode</i> " dan " <i>Shitagatte</i> " pada Mahasiswa Prodi Bahasa dan Kebudayaan Jepang UNSADA Atikah Safira Fildzarini dan Hari Setiawan	20-26
Aplikasi <i>Kanji Poro</i> dan <i>Japanese Kanji Tree</i> Sebagai Media Alternatif Pembelajaran Kanji pada Angkatan 2017 Mahasiswa Sastra Jepang Universitas Darma Persada Clara Rosliana Simanjuntak dan Tia Martia	27-34
Penggunaan Diksi dan Gaya Bahasa pada Lirik Lagu-lagu Kenshi Yonezu Endang Winarsih dan Hermansyah Djaya	35-44
Fenomena <i>Bankoka</i> dan Kaitannya dengan Meningkatnya Partisipasi Wanita Bekerja di Jepang Fauziah Khofifah dan Hermansyah Djaya	45-51
<i>Host Club</i> dan Kehidupan <i>Host</i> dalam Masyarakat Jepang Ghina Nabila dan Ari Artadi	52-63
<i>Japan City Pop</i> Sebagai Budaya Bermusik di Jepang pada Era 1980-an Gilang Yusufani dan Hermansyah Djaya	64-74
Analisis Penggunaan dan Makna <i>Giongo Gitaigo</i> pada Manga <i>Fairy Tail</i> Karya Mashima Hiro Giska Mutia Alifa dan Ari Artadi	75-83
Penggunaan " <i>Uchi ni</i> " dan " <i>Aida ni</i> " dalam Bahasa Jepang Ragam Lisan pada Anime <i>Fairy Tail</i> Gofur Alfaris dan Andi Irma Sarjani	84-94
Pandangan Mahasiswa Bahasa dan Kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada Terhadap Fenomena <i>Hikikomori</i> Akibat dari Ijime Di Jepang Laila Rahmawati dan Indun Roosiani	95-102
Peran Pokemon Go Sebagai <i>Soft Power</i> dan <i>Soft Diplomacy</i> Jepang Leo Aditya dan Indun Roosiani	103-110
Ungkapan-ungkapan yang Mengandung Diskriminasi dalam Bahasa Jepang Nadya Ayu Putri Witanti dan Hari Setiawan	111-120
Makna <i>Hobu</i> dan <i>Fukabu</i> dalam Verba Transitif dan Intransitif Raihan Naufal dan Andi Irma Sarjani	121-130
Efektivitas Pembelajaran Bahasa Jepang Secara Daring pada Mahasiswa Non-Bahasa dan Kebudayaan Jepang di Universitas Darma Persada Shania Aulia dan Hari Setiawan	131-138
JLPT Test Sebagai Multimedia Pembelajaran JLPT N4 ( <i>Moji Goi</i> ) bagi Mahasiswa Prodi Bahasa Jepang Universitas Darma Persada pada <i>Smartphone</i> Berbasis <i>Android</i> Tia Martia dan Metty Suwandani	139-146



Diterbitkan oleh:

Program Studi Bahasa dan Kebudayaan Jepang

Fakultas Bahasa dan Budaya

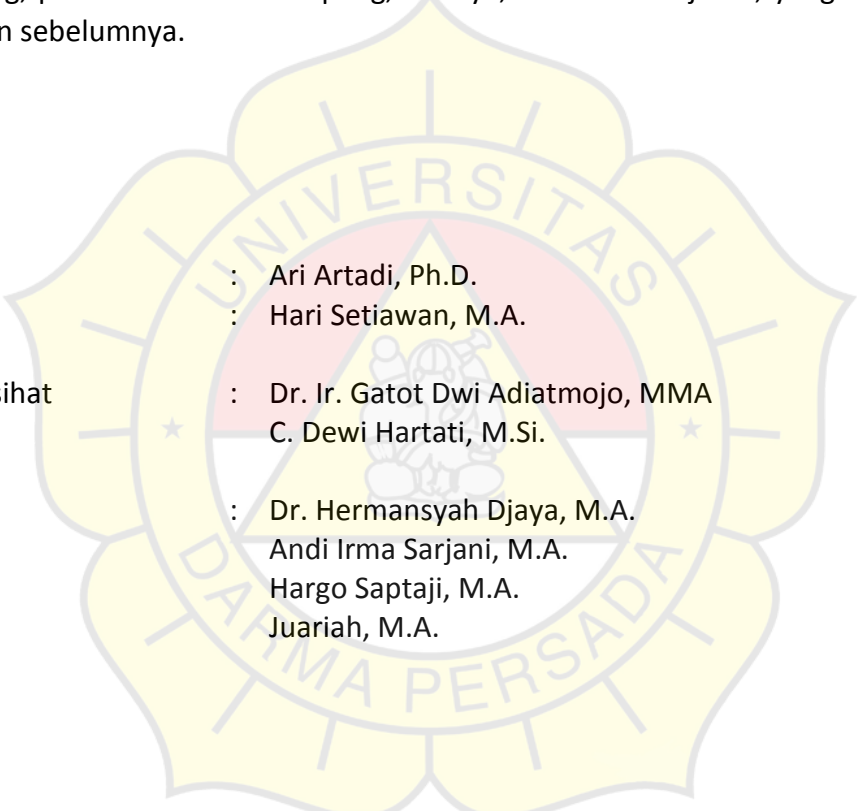
# Jurnal Bahasa dan Budaya Jepang

Volume 04, Issue 01, September 2021

Jurnal Bahasa dan Budaya Jepang adalah jurnal yang terbit setahun sekali dalam bentuk buku cetak. Jurnal ini diterbitkan untuk semua kontributor dan pengamat yang peduli dengan penelitian yang berkaitan dengan bahasa Jepang, pendidikan bahasa Jepang, budaya, sosial dan sejarah.

Jurnal Bahasa dan Budaya Jepang menyediakan forum untuk mempublikasikan artikel penelitian asli, artikel paper-based dan artikel review dari kontributor, terkait dengan bahasa Jepang, pendidikan bahasa Jepang, budaya, sosial dan sejarah, yang belum pernah dipublikasikan sebelumnya.

## Tim Editor



Editor : Ari Artadi, Ph.D.  
Wakil Editor : Hari Setiawan, M.A.  
Dewan Penasihat : Dr. Ir. Gatot Dwi Adiatmojo, MMA  
C. Dewi Hartati, M.Si.  
Reviewer : Dr. Hermansyah Djaya, M.A.  
Andi Irma Sarjani, M.A.  
Hargo Saptaji, M.A.  
Juariah, M.A.

## Kantor editor:

Program Studi Bahasa dan Kebudayaan Jepang, Universitas Darma Persada  
Jl. Taman Malaka Selatan, Pondok Kelapa, Duren Sawit, Jakarta Timur, 13450, DKI Jakarta,  
Indonesia

E-mail : [hari\\_setiawan@fs.unsada.ac.id](mailto:hari_setiawan@fs.unsada.ac.id)  
Website : <https://e-jurnal-jepang.unsada.ac.id>

# Ketentuan Penulisan

## Tulis Judul Artikel di Sini, Huruf Pertama Ditulis Kapital

Penulis pertama<sup>1</sup>,  
Penulis kedua<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Afiliasi pertama

<sup>2</sup> Afiliasi kedua

\*Alamat surat menyurat dari penulis pertama

Email: author@institute.xxx

### Abstrak

*Abstrak singkat dan faktual diperlukan (maksimal 250 kata dalam bahasa Indonesia) spasi tunggal 10pt. Abstrak berisi uraian singkat tentang masalah dan tujuan penelitian, metode yang digunakan, dan hasil penelitian. Untuk artikel penelitian, abstrak harus memberikan gambaran yang relevan dari pekerjaan. Kami sangat menganjurkan penulis untuk menggunakan gaya abstrak terstruktur berikut, tetapi tanpa judul: (a) tujuan dan ruang lingkup penelitian, (b) metode yang digunakan, (c) ringkasan hasil/temuan, (d) kesimpulan. Latar belakang masalah tidak perlu ditulis secara abstrak. Abstrak diikuti 3-5 kata kunci (keywords) Kata kunci perlu dicantumkan untuk menggambarkan domain masalah yang diteliti dan istilah utama yang mendasari penelitian. Kata kunci dapat berupa kata tunggal atau gabungan kata (frasa). Setiap kata/frasa dalam kata kunci harus dipisahkan dengan titik koma (;), bukan koma (,).*

**Kata kunci:** *Anicca; Buddhism Philosophy; Japanese Zen* ← Contoh

### PENDAHULUAN

Di bawah ini adalah format penulisan untuk artikel dalam jurnal. Formatnya adalah sebagai berikut:

- Jumlah halaman yang disarankan antara 8-15 halaman termasuk gambar (gambar harus beresolusi tinggi) dan tabel (jika dikhawatirkan akan diubah, disarankan dibuat dalam format gambar termasuk jpg).
- Artikel ditulis dengan ukuran bidang tulisan A4 (210 x 297 mm), margin kiri 25.4 mm, margin kanan 25.4 mm, margin bawah 25.4 mm, dan margin atas 25.4 mm.
- Naskah ditulis dengan font Times New Roman ukuran 12 pt, dan spasi 1 format MS Word.

Bagian pendahuluan menguraikan: (a) sedikit latar belakang umum penelitian, (b) keadaan seni (studi tinjauan pustaka singkat) dari penelitian serupa sebelumnya, untuk membenarkan kebaruan artikel ini (harus ada referensi ke jurnal dalam 10 tahun terakhir), (c) analisis kesenjangan atau pernyataan kebaruan, berbeda dari penelitian sebelumnya, (d) masalah dan/atau hipotesis jika ada, (e) pendekatan pemecahan masalah (jika ada), (f) hasil yang diharapkan atau tujuan penelitian dalam artikel.

Contoh pernyataan kebaruan atau pernyataan analisis kesenjangan di akhir pendahuluan (setelah state of the art): "..... (ringkasan tingkat latar belakang) ..... Hanya ada beberapa peneliti yang fokus pada ..... Ada sedikit penelitian yang membahas ..... Oleh karena itu, penelitian ini bermaksud ..... Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah ....."

Ini hanya contoh penulisan. Ini hanya contoh penulisan. Ini hanya contoh penulisan. Ini hanya contoh penulisan. Ini hanya contoh penulisan. Ini hanya contoh penulisan.

Setelah penyerahan ini, penulis yang mengirimkan naskah akan mendapatkan email konfirmasi tentang penyerahan tersebut. Oleh karena itu, penulis dapat melacak status kirimannya kapan saja dengan masuk ke antarmuka kiriman online. Pelacakan pengajuan termasuk status tinjauan naskah dan proses editorial.

## **METODE PENELITIAN**

Bagian ini untuk artikel berbasis penelitian, 10-15% dari total panjang artikel. Metode harus dijelaskan dengan detail yang cukup untuk memungkinkan orang lain mereplikasi dan membangun hasil yang dipublikasikan. Metode dan protokol baru harus dijelaskan secara rinci sementara metode yang sudah mapan dapat dijelaskan secara singkat dan dikutip dengan tepat.

Naskah penelitian yang melaporkan kumpulan data besar yang disimpan dalam basis data yang tersedia untuk umum harus menentukan di mana data telah disimpan dan memberikan nomor akses yang relevan. Jika nomor akses belum diperoleh pada saat penyerahan, harap sebutkan bahwa nomor tersebut akan diberikan saat peninjauan. Mereka harus disediakan sebelum publikasi.

## **HASIL PENELITIAN**

(40-60% dari total panjang artikel). Bagian ini dapat dibagi dengan subpos. Ini harus memberikan deskripsi yang ringkas dan tepat tentang hasil eksperimen, interpretasinya, serta kesimpulan eksperimen yang dapat ditarik.

### **3.1 Sub bagian**

#### **3.1.1 Sub bagian**

Bagilah artikel Anda menjadi bagian yang jelas dan bernomor. Subbagian harus diberi nomor 1.1 (kemudian 1.1.1, 1.1.2, ...), 1.2, dst. (abstrak tidak termasuk dalam penomoran bagian). Gunakan penomoran ini juga untuk referensi silang internal: jangan hanya mengacu pada 'teks'. Setiap subbagian dapat diberi judul singkat. Setiap judul harus muncul pada barisnya sendiri yang terpisah.

Poin dan penomoran dalam teks isi tidak diperbolehkan. Semua kalimat harus diketik sebagai format paragraf deskriptif.

### **3.2 Aturan gambar, tabel dan diagram**

Tabel diberi nomor urut dengan judul tabel dan nomor di atas tabel (11pt). Tabel harus berada di tengah kolom ATAU pada halaman. Tabel harus diikuti oleh spasi baris. Elemen tabel harus diberi spasi tunggal (9pt). Namun, spasi ganda dapat digunakan untuk menunjukkan pengelompokan data atau untuk memisahkan bagian dalam tabel. Judul tabel harus horizontal dalam 9pt. Tabel dirujuk dalam teks dengan nomor tabel, misalnya Tabel 1. Jangan perlihatkan garis vertikal pada tabel. Hanya ada garis horizontal yang harus ditampilkan dalam tabel, serta judul tabel. Sebagai contoh:

Tabel 1. Ini adalah tabel. Tabel harus ditempatkan di teks utama dekat dengan pertama kali mereka dikutip.

9 pt, Title 1	Title 2	Title 3
entry 1	data	data
entry 2	data	data <sup>1</sup>

<sup>1</sup> Tables may have a footer.



Gambar 1. Deskripsi apa yang ada di panel pertama

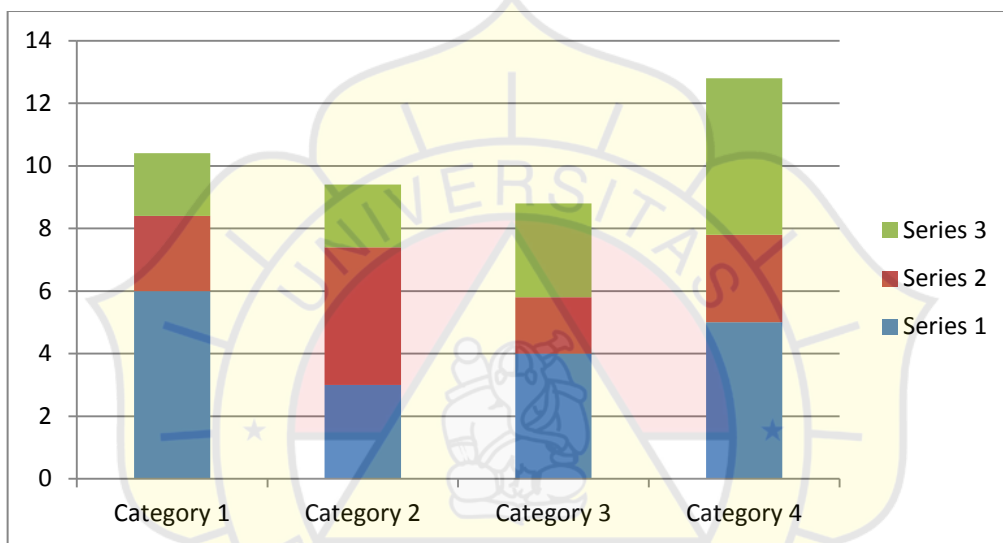


Diagram 1. Contoh dari diagram

Penulis harus mendiskusikan hasil dan bagaimana mereka dapat ditafsirkan dalam perspektif penelitian sebelumnya dan hipotesis kerja. Temuan dan implikasinya harus didiskusikan dalam konteks seluas mungkin. Arah penelitian masa depan juga dapat disorot.

### **SIMPULAN**

(5-10% dari total panjang artikel). Bagian ini tidak wajib, tetapi dapat ditambahkan ke manuskrip jika pembahasannya sangat panjang atau rumit.

### **REFERENSI**

Referensi dan kutipan harus bergaya APA (American Psychological Association). Harap pastikan bahwa setiap referensi yang dikutip dalam teks juga ada dalam daftar referensi. Kutipan dalam teks misalnya, (Nakayama, 2019); ... Gardiner (2008); (Lyotard, Bennington, & Massumi, 2006); (Nikolajeva & Marvels, 2019) dan silakan gunakan manajer referensi seperti mendeley atau zotero. Kutip publikasi ilmiah utama yang menjadi dasar karya Anda. Kutip hanya item yang telah Anda baca. Jangan mengembang skrip yang tepat dengan terlalu banyak referensi yang tidak diperlukan. Hindari kutipan diri yang berlebihan. Hindari juga kutipan publikasi yang berlebihan dari sumber yang sama. Periksa setiap referensi ke sumber asli (nama penulis, volume, masalah, tahun, nomor DOI).

- Gardiner, D. (2008). Metaphor and Mandala in Shingon Buddhist Theology. *Sophia*, (47), 43–55. <https://doi.org/10.1007/s11841-008-0052-9>
- Lyotard, J.-F., Bennington, G., & Massumi, B. (2006). *The Postmodern Condition: A Report on Knowledge. Poetics Today* (Vol. 5). <https://doi.org/10.2307/1772278>
- Nakayama, O. (2019). New Spirituality in Japan and Its Place in the Teaching of Moral Education. *Religions*, 10(278), 1–12.
- Nikolajeva, M., & Marvels, S. (2019). Devils , Demons , Familiars , Friends : Toward a Semiotics of Literary Cats Devils , Demons , Familiars , Friends : Toward a Semiotics of Literary Cats, 23(2), 248–267.

### **Contoh urutan penulisan referensi**

Printed book: Author, A.A. (Year of Publication). Title of work. Publisher City, State: Publisher.

Online book: Author, A.A. (Year of Publication). Title of work [E-Reader Version]. Retrieved from <http://xxxx> or [doi:xxxx](https://doi.org/xxxx)

Journal article in print: Author, A.A. (Publication Year). Article title. Periodical Title, Volume (Issue), pp.-pp.

Journal article online: Author, A.A. (Publication Year). Article title. Periodical Title, Volume (Issue), pp.-pp. [doi: xx.xxxx](https://doi.org/xx.xxxx) or Retrieved from journal URL

Website article: Author, A.A. (Year, Month Date of Publication). Article title. Retrieved from URL; Article title. (Year, Month Date of Publication). Retrieved from URL

Newspaper in print: Author, A.A. (Year, Month Date of Publication). Article title. Newspaper Title, pp. xx-xx.

Newspaper online: Author, A.A. (Year, Month Date of Publication). Article title. Newspaper Title, Retrieved from newspaper homepage URL

Magazine article in print: Author, A.A. (Year, month of Publication). Article title. Magazine Title, Volume (Issue), pp.-pp.

Encyclopedia: Author, A.A.. (Publication Year). Entry title. In Encyclopedia title, (Vol. XX, pp. XX).City, State of publication: Publisher.

# Jurnal Bahasa dan Budaya Jepang

Volume 04, Issue 01, September 2021

## Daftar isi

Penggunaan Adverbia Kitto dan Kanarazu dalam Kalimat Bahasa Jepang Ahmad Fausi dan Andi Irma Sarjani	01-08
Analisis Makna dan Fungsi Penggunaan Partikel Akhir Yo dan Ne dalam Bahasa Jepang Ragam Lisan pada Anime "New Game!" Karya Shoutarou Tokunou Ardiani Permata Sari dan Ari Artadi	09-19
Kesalahan Penggunaan Kata Sambung "Sokode" dan "Shitagatte" pada Mahasiswa Prodi Bahasa dan Kebudayaan Jepang UNSADA Atikah Safira Fildzarini dan Hari Setiawan	20-26
Aplikasi Kanji Poro dan Japanese Kanji Tree Sebagai Media Alternatif Pembelajaran Kanji pada Angkatan 2017 Mahasiswa Sastra Jepang Universitas Darma Persada Clara Rosliana Simanjuntak dan Tia Martia	27-34
Penggunaan Diksi dan Gaya Bahasa pada Lirik Lagu-lagu Kenshi Yonezu Endang Winarsih dan Hermansyah Djaya	35-44
Fenomena Bankoka dan Kaitannya dengan Meningkatnya Partisipasi Wanita Bekerja di Jepang Fauziah Khofifah dan Hermansyah Djaya	45-51
Host Club dan Kehidupan Host dalam Masyarakat Jepang Ghina Nabila dan Ari Artadi	52-63
Japan City Pop Sebagai Budaya Bermusik di Jepang pada Era 1980-an Gilang Yusufani dan Hermansyah Djaya	64-74
Analisis Penggunaan dan Makna Giongo Gitaigo pada Manga Fairy Tail Karya Mashima Hiro Giska Mutia Alifa dan Ari Artadi	75-83
Penggunaan "Uchi ni" dan "Aida ni" dalam Bahasa Jepang Ragam Lisan pada Anime Fairy Tail Gofur Alfaris dan Andi Irma Sarjani	84-94
Pandangan Mahasiswa Bahasa dan Kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada Terhadap Fenomena Hikikomori Akibat dari Ijime Di Jepang Laila Rahmawati dan Indun Roosiani	95-102
Peran Pokemon Go Sebagai Soft Power dan Soft Diplomacy Jepang Leo Aditya dan Indun Roosiani	103-110
Ungkapan-ungkapan yang Mengandung Diskriminasi dalam Bahasa Jepang Nadya Ayu Putri Witanti dan Hari Setiawan	111-120

Makna Hobu dan Fukabu dalam Verba Transitif dan Intransitif Raihan Naufal dan Andi Irma Sarjani	121-130
Efektivitas Pembelajaran Bahasa Jepang Secara Daring pada Mahasiswa Non-Bahasa dan Kebudayaan Jepang di Universitas Darma Persada Shania Aulia dan Hari Setiawan	131-138
JLPT Test Sebagai Multimedia Pembelajaran JLPT N4 ( <i>Moji Goi</i> ) bagi Mahasiswa Prodi Bahasa Jepang Universitas Darma Persada pada <i>Smartphone</i> Berbasis <i>Android</i> Tia Martia dan Metty Suwandani	139-146





## **HOST CLUB DAN KEHIDUPAN HOST DALAM MASYARAKAT JEPANG**

Ghina Nabila<sup>1</sup>,  
Ari Artadi<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Mahasiswa Jurusan Bahasa dan Budaya Jepang Universitas Darma Persada  
<sup>2</sup> Dosen Tetap Bahasa dan Budaya Jepang Universitas Darma Persada

Fakultas Bahasa dan Kebudayaan Jepang, Universitas Darma Persada, Jl. Raden Inten II, RT.8/RW.6, Pd. Kelapa, Duren Sawit, Kota  
Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, 13450, Indonesia

Email: <sup>1</sup>ghina.annabelia22@gmail.com, (*Corresponding Author*)  
<sup>2</sup>ari\_artadi@fs.unsada.ac.id

### **Abstrak**

*Penelitian ini membahas tentang eksistensi host club dan kehidupan host dalam masyarakat Jepang. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui mengenai bagaimana sejarah berdirinya host club di Jepang, motivasi pelanggan mengunjungi host club dan realitas kehidupan host dalam masyarakat Jepang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif, dengan mengumpulkan data melalui studi kepustakaan, seperti buku, jurnal, artikel, dan sebagainya. Hasil penelitian ini bahwa terdapat banyak kesalahpahaman dan kurangnya pemahaman mengenai pekerjaan sebagai seorang host yang sebenarnya sehingga seringkali dipandang negatif oleh sebagian masyarakat. Meskipun dipandang negatif, berdasarkan teori kebutuhan manusia menurut Abraham Maslow, host club tetap menjadi salah satu industri hiburan malam bagi para pelanggan wanita yang membutuhkan peran host untuk memenuhi berbagai kebutuhan mereka, seperti perhatian, kasih sayang, harga diri, maupun aktualisasi diri.*

**Kata kunci:** Masyarakat Jepang; Industri hiburan malam; Host club; kebutuhan manusia

### **PENDAHULUAN**

Masyarakat Jepang memiliki industri hiburan malam yang dikenal dengan istilah *mizu shobai*. *Mizu shoubai* atau *water business* adalah sebuah istilah untuk bisnis hiburan malam di Jepang yang memberikan pelayanan jasa bagi pelanggannya. Di antara berbagai jenis industri di *mizu shoubai*, salah satunya yang cukup besar adalah industri *host club*. *Host club* adalah sebuah tempat hiburan malam yang pegawai-pegawainya adalah laki-laki yang sangat berbakat dalam menemani berbicara dan memiliki tugas untuk menghibur wanita, seperti dengan minum alkohol bersama dan menjual cinta palsu, sehingga dapat menyenangkan hati pelanggan wanitanya. Industri *host club* banyak terdapat di daerah populer yang terdapat di kota-kota besar di Jepang, di antaranya di distrik Kabukicho di Tokyo dan distrik Minami di Osaka. Industri *host club* pertama kali didirikan di Tokyo pada tahun 1966.

Menurut Fikrialyssa (2015), para pekerja laki-laki yang bekerja di *host club* disebut sebagai *host*. Pelanggan wanita yang mengunjungi *host club* adalah wanita kaya seperti istri dari pejabat atau pengusaha maupun wanita yang bekerja di bawah jenis industri yang sama, seperti *hostess club*, *kyabakura*, dan bisnis hiburan malam lainnya. Hal ini dikarenakan status atau pekerjaan tersebut memiliki pendapatan yang tinggi dan hampir setara dengan *host club*. Sisanya adalah pelajar dari keluarga kaya atau melakukan *part time* sebagai *kyabajou*.

Laki-laki yang bekerja sebagai *Host* dituntut untuk dapat menjaga hubungan yang erat dengan pelanggan wanitanya. Pendapatan seorang *host* tergantung oleh sistem *ranking* yang dihasilkan dari banyaknya penjualan minuman yang berhasil mereka jual terhadap pelanggan mereka. Semakin banyak pelanggan mereka menghabiskan uang, semakin tinggi juga pendapatan seorang *host*. Di lain sisi, para pelanggan wanita yang mengunjungi *host club*,

seperti membutuhkan jasa para *host* untuk melayani dan menghibur untuk mengisi berbagai kebutuhan mereka.

*Host* sebagai pekerjaan yang unik yang hadir dalam masyarakat Jepang, melahirkan berbagai stereotip masyarakat terhadap profesi *host* yang kadang bersifat negatif seiring berjalannya waktu. Tak sedikit yang memandang pekerjaan *host* sebagai pekerjaan yang rendah maupun sebagai pekerjaan yang hanya memeras uang wanita kaya, tanpa mengetahui realitas pekerjaan dan berbagai masalah yang dihadapi oleh para *host*. Hal ini juga dikarenakan penelitian terhadap *host* maupun *host club* hanya berjumlah sedikit, beberapa di antaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Stutts (2012) yang berjudul *Japanese Host Boys: Seeking Individuality, Gaining Social Isolation* yang berfokus terhadap eksistensi dan realitas kehidupan *host* di distrik Gion di Kyoto, serta penelitian yang berfokus terhadap fenomena *host club* di Jepang dalam segi budaya yang diteliti oleh Henson (2013) yang berjudul *For \$1,000 I'll love you too: an understanding of Japanese hosts and host clubs*.

Oleh karena itu, penelitian ini akan membahas mengenai perkembangan *host club*, bagaimana pekerjaan seorang *host* dari berbagai segi seperti, latar belakang seseorang yang bekerja sebagai seorang *host*, masalah yang dihadapi, stereotip masyarakat, serta motivasi pelanggan dalam menggunakan jasa seorang *host*. Dengan adanya pembahasan tersebut, penelitian ini bertujuan agar dapat memberikan gambaran dari eksistensi *host club* dan realitas kehidupan *host* dalam masyarakat Jepang.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pengertian metode deskriptif menurut Sugiyono (2013:147) adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Metode penelitian ini diterapkan oleh penulis untuk mencari data mengenai eksistensi *host club* dan realitas kehidupan *host* dalam masyarakat Jepang dengan cara mengumpulkan data dari berbagai sumber melalui buku, jurnal ilmiah, artikel, serta dokumenter yang membahas kehidupan para *host* sebagai referensi untuk menunjang penelitian penulis.

Teknik pengumpulan data diawali dengan mencari sumber yang berkaitan dengan topik yang kemudian akan diterjemahkan dan dianalisis terlebih dahulu sebelum ditulis kembali secara deskriptif. Beberapa sumber utama yang dianalisis berasal dari kumpulan pengalaman beberapa orang yang telah bekerja sebagai seorang *host* dan beberapa wanita yang telah menjadi pelanggan *host club* yang dimuat dalam buku, dokumenter, maupun jurnal ilmiah.

## **HASIL PENELITIAN**

Hasil penelitian terbagi menjadi ke dalam beberapa bagian, yaitu diawali dengan sejarah dan perkembangan *host club* di Jepang. Bagian selanjutnya membahas mengenai realitas kehidupan *host* yang diuraikan menjadi tiga bagian, yaitu latar belakang seseorang untuk bekerja sebagai seorang *host* di Jepang, masalah yang dihadapi oleh para *host*, serta bagaimana pandangan masyarakat terhadap profesi tersebut. Selain itu, terdapat hasil penelitian berdasarkan analisis yang telah dilakukan terhadap motivasi pelanggan dalam mengunjungi *host club*.

### **3.1 Sejarah dan Perkembangan *Host Club* di Jepang**

Industri *host club* dalam masyarakat Jepang terus mengalami perkembangan secara bertahap. Di bawah ini, penulis akan menjabarkan bagaimana kelahiran industri *host club* dan perkembangannya dalam masyarakat Jepang.

### 3.1.1 Tahun 1960 – 1970-an

*Host club* pertama kali dibuka di Yaesu, Tokyo pada tahun 1965, dan memiliki nama Night Tokyo. Industri tersebut dibangun oleh Aida Takeshi. Konsep industri *host club* terinspirasi oleh *dance hall* mewah yang populer di tahun 1950-an, di mana para penari laki-laki bekerja untuk melayani dan mendampingi para istri dari pengusaha Jepang yang kaya raya ataupun kelas atas. Para penari laki-laki tersebut diberi nama *host*. Para *host* kala itu berusia sekitar 35 tahun. Kurashina sebagai penulis biografi Aida Takeshi yang dimuat dalam disertasi Yamagishi (2009) mengatakan bahwa profesi *host* kala itu lebih mengutamakan daya tarik sebagai penari untuk menghibur pelanggannya.

Pada tahun 1970-an, terjadi sedikit perluasan dalam segi pelanggan *host club*. Hal tersebut terjadi ketika Aida berusaha untuk mengembangkan bisnis *host club*-nya dengan berpindah ke daerah Kabukicho pada tahun 1973. Lokasi tersebut dikenal sebagai distrik lampu merah, sebuah tempat di mana terdapat banyak wanita yang bekerja dalam industri dewasa, seperti seorang *hostess* maupun *kyabajou*. Aida memanfaatkan kesempatan ini dengan cara membuka klub-nya hingga pagi, sehingga para wanita yang bekerja dalam industri dewasa tersebut juga dapat mengunjungi klub-nya setelah mereka pulang bekerja.

### 3.1.2 Tahun 1980 – Awal Tahun 1990

Pada sekitar akhir tahun 1980, Jepang mengalami fenomena gelembung ekonomi, di mana masyarakat Jepang dapat menikmati kehidupan mereka dengan menghabiskan uang yang banyak, seperti membeli barang mewah merk asing dan menghabiskan waktu mereka di kawasan industri hiburan malam. Hal tersebut membuat bangunan serta pendapatan pekerja industri hiburan malam di Jepang semakin meningkat karna adanya peningkatan konsumen.

Dikarenakan pendapat pekerja wanita yang bekerja di industri hiburan malam semakin tinggi, terutama pada akhir tahun 1980-an, para pemilik *host club* seperti Aida juga semakin gencar mencari pelanggan wanita yang berasal dari industri tersebut. Para informan yang diwawancarai Yamagishi (2009) juga mengatakan bahwa pelanggan *host club* kala itu tidak hanya terdiri dari kaum wanita yang kaya raya, melainkan mayoritas adalah wanita yang bekerja di industri hiburan malam seperti, “mama-san” yang berusia 50-an dan 60-an, dan para *hostess* berusia 20-an akhir dan awal 30-an, sering berkunjung secara teratur pada era tersebut.

Namun pada awal tahun 1990, perubahan tidak hanya terjadi dari segi pelanggan, namun juga dari segi usia seorang *host* dan bangunan *host club*. Yamagishi (2009) menjelaskan bahwa *host* pada awal tahun 1990 tercatat berusia antara akhir 20 tahun hingga awal 30-an. Bahkan ada juga *host* yang berusia 40 hingga 50-an karena pelanggan yang mereka layani juga berusia 40 tahun hingga 60 tahun. Dalam segi tempat, bangunan *host club* semakin meningkat, namun beberapa di antaranya berukuran kecil dan tidak memiliki ruangan untuk berdansa.

### 3.1.3 Tahun 1990 – Pertengahan Tahun 2000-an

Pada awal tahun 1990-an, fenomena gelembung ekonomi berakhir dalam masyarakat Jepang, mengakibatkan beberapa industri hiburan malam seperti *hostess club* tidak dapat mempertahankan bisnis mereka. Masalah ini dikarenakan beberapa pelanggan mereka yang sebelumnya adalah para pekerja laki-laki yang bergantung pada keberhasilan ekonomi pada tahun 1980-an, di mana terjadinya fenomena gelembung ekonomi.

Di sisi lain, untuk mempertahankan bisnis industri hiburan malam di Kabukicho, Tokyo, dibentuk beberapa bentuk industri hiburan malam yang baru dan bersifat dewasa seperti beberapa jenis *fuuzoku* (sebutan untuk industri seks di Jepang) yang baru pun mulai berkembang, begitu juga dengan *kyabakura*. Hal ini membuat perubahan rasio pelanggan yang mengunjungi *host club*. Berdasarkan wawancara Yamagishi (2009) terhadap salah satu

*host*, ia mengatakan bahwa rasio pelanggan dalam *host club* saat itu, lebih dari 50% pelanggan *host club* adalah wanita yang bekerja di bisnis *fuuzoku* dan sekitar 30% adalah *kyabakurajou*.

Dibandingkan dengan awal tahun 1990, usia para *host* pada era ini menjadi di akhir usia belasan dan awal dua puluhan. Dikarenakan dalam era ini, mayoritas pelanggan berusia remaja hingga awal 20-an. Dengan adanya beberapa perubahan dari segi pelanggan *host club* yang mayoritas adalah wanita dari industri hiburan dewasa, serta dari segi usia *host* yang menjadi lebih muda, menyebabkan adanya keluhan dari beberapa pemilik industri *host club*. Mereka mengeluhkan kualitas *host* yang semakin menurun karena tidak memiliki keterampilan menari maupun kemampuan untuk memulai obrolan yang berkelas dengan pelanggan yang berasal dari kelas atas.

Berdasarkan perkembangan yang telah diuraikan di atas, penulis menyimpulkannya dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 1 Perkembangan *Host Club* di Jepang

No.	Tahun	Host	Pelanggan	Kondisi
1.	1960-1970 an	Mayoritas <i>host</i> adalah pengajar tari profesional yang berusia sekitar 35 tahun, dan diharuskan untuk memiliki keterampilan menari yang tinggi.	Terbatas untuk wanita kelas atas dan kaya raya. Namun pada tahun 1973, terjadi perluasan target konsumen mencakup <i>kyabajou</i> dan <i>hostess</i> di Kabukicho.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Terinspirasi oleh sebuah klub dengan <i>dance hall</i> mewah yang populer di tahun 1950-an, di mana para <i>host</i> melayani dan menghibur para istri dari pengusaha Jepang.</li> </ul>
2.	1980-1990 an	Usia seorang <i>host</i> berkisar antara akhir 20 tahun hingga awal 30-an. Bahkan ada juga <i>host</i> yang berusia 40 hingga 50-an.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mayoritas merupakan wanita yang bekerja di industri hiburan malam seperti, '<i>mama-san</i>' yang berusia 50-an dan 60-an, dan para <i>hostess</i> berusia 20-an akhir dan awal 30-an.</li> <li>Jumlah pelanggan kelas atas menurun</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fenomena <i>bubble economy</i> yang membuat pendapatan wanita yang bekerja di industri hiburan malam semakin tinggi, sehingga pelanggan dari industri tersebut semakin sering berkunjung ke <i>host club</i>.</li> <li>Peningkatan jumlah <i>host club</i> yang berukuran lebih kecil yang tidak memiliki cukup ruang untuk berdansa.</li> </ul>
3.	1990- 2000 an	<ul style="list-style-type: none"> <li>Usia seorang <i>host</i> menjadi lebih muda, di akhir usia belasan dan awal dua puluhan.</li> <li>Kualitas <i>host</i> yang semakin menurun karena tidak diharuskan untuk memiliki keterampilan menari maupun kemampuan obrolan yang berkelas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mayoritas 50% pelanggan adalah wanita yang bekerja di bisnis <i>fuuzoku</i> (industri seks) dan sekitar 30% adalah <i>kyabakurajou</i>.</li> <li>Terjadi jumlah penurunan tingkat pelanggan seperti <i>hostess</i>, <i>mama-san</i>, dan yang berasal dari kelas atas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aktivitas di <i>host club</i> semakin berubah, menjadi tempat bersantai untuk anak muda, dan lebih terlihat seperti <i>goukon</i> (kencan buta kelompok).</li> <li>Berakhirnya <i>bubble economy</i> membuat pendapatan industri kelas atas seperti <i>hostess club</i> mengalami penurunan drastis, sehingga semakin jarang untuk berkunjung ke <i>host club</i>.</li> </ul>

Berdasarkan tabel di atas, industri *host club* mengalami banyak perubahan, yang awalnya menargetkan istri-istri dari pengusaha kaya sebagai pelanggannya, kini berubah menjadi para wanita yang berasal dari industri hiburan dewasa. *Host club* yang dulunya merupakan tempat yang elegan dan memiliki ruang dansa, kini menjadi lebih minimalis untuk aktivitas minum alkohol dan mengobrol hal yang lebih intim dengan pelanggannya. Karakteristik *host club* di

atas telah menjadi gaya dominan di akhir 1990-an dan disebut sebagai industri *host club* yang modern.

### 3.2 Latar Belakang Seseorang yang Bekerja sebagai Seorang *Host* di Jepang

Sebagai seorang *host*, para laki-laki dalam masyarakat Jepang tentunya memiliki latar belakang masing-masing yang membuat mereka ingin terjun untuk melakukan pekerjaan tersebut. Berikut penjelasan mengenai beberapa alasan seseorang memilih untuk bekerja sebagai seorang *host*.

#### 3.2.1 Pendapatan yang Tinggi

Pendapatan yang tinggi merupakan salah satu alasan yang paling utama dikatakan para laki-laki di Jepang untuk melakukan pekerjaan sebagai seorang *host*. Pendapatan seorang *host* yang sukses dan selalu berada di *ranking* teratas, terbilang tinggi dibandingkan dengan industri umum yang berada di Jepang. Hal ini dapat dilihat melalui rangkuman perbandingan sebagai berikut:



Diagram 2. Perbandingan Pendapatan Tahunan Rata-Rata antara Pekerja Laki-Laki di Industri Umum (*Salaryman*) dan *Host* di Jepang Berdasarkan Usia

Sumber: Host Work (<https://host.dan-work.com/kansai/special/110331/#spPageLink01>)

Data tersebut merupakan rangkuman dari survei terhadap pendapatan tahunan rata-rata pekerja laki-laki di Jepang pada tahun 2019 yang dilakukan oleh Kementerian Kesehatan, Tenaga Kerja, dan Kesejahteraan. Berdasarkan data tersebut, pekerjaan sebagai seorang *host* memiliki pendapatan tertinggi dibandingkan dengan pekerja laki-laki di industri umum, yaitu sebesar 5,5 juta yen. Pendapatan pekerja laki-laki yang berusia 30 tahun berkisar antara 3,3 hingga 3,66 juta yen. Sementara yang menduduki posisi terendah, yaitu pekerja berusia 20 tahun, memiliki pendapatan rata-rata 2,5 juta hingga 2,9 juta yen. Pendapatan yang tinggi yang melebihi gaji pekerja laki-laki dalam industri umum membuat beberapa laki-laki di Jepang merasa tergiur untuk mencoba bekerja sebagai seorang *host*.

#### 3.2.2 Keinginan untuk Menjadi *Keieisha* (*Business Owner*)

Selain pendapatan yang tinggi, pekerjaan sebagai seorang *host* biasanya dianggap sebagai batu loncatan agar dapat menghasilkan banyak uang dengan mudah, dan dari uang yang mereka hasilkan tersebut, mereka mempunyai tujuan tersendiri, salah satunya adalah menjadi *keieisha* (*business owner*).

Usaha bisnis yang ingin mereka bangun beragam, namun tentunya masih berkaitan dalam bidang yang sama. Beberapa *host* ada yang ingin membangun *host club*-nya sendiri. Hal

tersebut sudah menjadi tren sejak pertengahan hingga akhir tahun 1990-an, di mana para *host* saling bersaing untuk membangun reputasi mereka sebagai nomor satu, sehingga dapat membangun bisnis *host club* mereka sendiri. Menurut Yamagishi (2009), tidak hanya termotivasi untuk membangun bisnis *host club* sendiri, ada juga beberapa dari mereka yang ingin membangun bisnis yang berhubungan dengan menjual makanan dan minuman saja, seperti restoran dan bar.

Untuk mewujudkan bisnis tersebut, beberapa *host* percaya bahwa dengan bekerja secara giat di *host club* akan membantu mereka untuk bertemu orang-orang berpengaruh yang kemudian akan menawarkan peluang bisnis maupun dukungan finansial untuk bisnis masa depan mereka. Peluang tersebut disebut sebagai *jinmyaku*, di mana para *host* membangun koneksi diri dengan orang-orang yang dapat membantu dalam membangun bisnis mereka, seperti orang yang bekerja dalam industri malam maupun yang bekerja di media. Beberapa pelanggan yang memberikan peluang tersebut adalah beberapa pelanggan laki-laki yang terkadang diperbolehkan untuk mengunjungi *host club*. Salah satu *host* yang diwawancarai oleh Yamagishi dalam disertasinya (2009), mengatakan bahwa '*ōmono*' (figur penting) laki-laki memiliki lebih banyak sumber daya untuk membantu rencana bisnisnya di masa depan daripada pelanggan perempuan di *host club*.

### 3.2.3 Motivasi Tertentu yang Mendorong Seseorang untuk Terjun ke Dunia *Host* (*Yarigai*)

Dalam *host club*, terdapat sistem *ranking* yang menentukan sistem kerja seorang *host* dan pendapatan serta popularitas yang akan mereka dapatkan. Sistem seperti ini dibuat oleh para pemilik *host club* karena menginginkan pekerjanya saling bersaing untuk meningkatkan penjualan klub, dan mereka akan memberi hadiah uang dan otoritas berdasarkan penjualan mereka. Contoh dari otoritas tersebut adalah, ketika seorang *host* dapat meningkatkan daya jualnya secara tinggi dan konsisten, ia akan segera diberi jabatan yang lebih tinggi dan jadwal kerja yang lebih fleksibel.

Yamagishi (2009) menyampaikan, dengan adanya sistem *ranking* dan pemberian hadiah serta otoritas seperti yang disebutkan sebelumnya, para *host* menjadi merasa tertantang untuk saling berkompetisi satu sama lain. Sistem *ranking* dalam *host club* akan berubah setiap bulannya tergantung penjualan yang dihasilkan, sehingga membuat para *host* dapat melakukan 'perlombaan' dari awal lagi secara adil.

Berdasarkan berbagai pernyataan di atas, latar belakang seseorang yang bekerja sebagai seorang *host* beragam dan dapat disimpulkan sebagai berikut:

Tabel 2 Latar Belakang Seseorang yang Bekerja sebagai *Host*

No.	Latar Belakang Seseorang yang Bekerja sebagai <i>Host</i>	Penjelasan Singkat
1.	Pendapatan yang Tinggi	Pendapatan seorang <i>host</i> yang berada di peringkat teratas, lebih tinggi dibandingkan para pekerja laki-laki di industri umum ( <i>salaryman</i> ), yaitu sekitar 5,5 juta yen
2.	Keinginan untuk Menjadi <i>Keieisha</i> ( <i>Business Owner</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pendapatan yang tinggi membuat seseorang yang bekerja sebagai seorang <i>host</i> ingin membangun usaha sendiri, seperti <i>host club</i> maupun industri yang berkaitan seperti <i>bar</i> dan restoran.</li> <li>• <i>Host</i> juga dapat membangun koneksi dengan beberapa pelanggan mereka sehingga nantinya dapat mensponsori bisnis mereka.</li> </ul>
3.	Motivasi Tertentu yang Mendorong Seseorang untuk Terjun ke Dunia <i>Host</i> ( <i>Yarigai</i> )	Keuntungan yang didapatkan apabila seorang <i>host</i> menempati <i>ranking</i> teratas, seperti pendapatan yang lebih tinggi, hadiah, dan otoritas, membuat mereka merasa tertantang untuk bekerja sebagai seorang <i>host</i> .

- Sistem kerja yang terdapat dalam *host club*, di mana pendapatan mereka ditentukan oleh hasil penjualan minuman mereka setiap bulannya dan dapat melakukan perlombaan dari awal lagi, membuat para *host* dapat melakukan persaingan yang adil.
- 

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa latar belakang seseorang yang bekerja sebagai seorang *host* tidak hanya terbatas untuk mendapatkan pendapatan yang tinggi, melainkan terdapat tujuan tertentu seperti untuk membuat usaha sendiri, ataupun untuk mencoba tantangan baru dengan bekerja di *host club*.

### 3.3 Masalah yang Dihadapi Para *Host* di Jepang

Dalam sebuah *host club*, para *host* yang bekerja terlihat menyenangkan dan penuh kemewahan seperti yang ditampilkan dalam media, namun di balik hal tersebut terdapat berbagai permasalahan yang dialami selama bekerja. Masalah yang dihadapi oleh para *host* yang bekerja dalam *host club* terbagi menjadi dua bagian sebagai berikut:

#### 3.3.1 Masalah Kesehatan

Untuk meningkatkan pendapatan, para *host* akan merayu para pelanggan mereka untuk terus membeli alkohol. Seorang *host* akan dikatakan berhasil apabila dapat membuat pelayannya memesan alkohol dalam jumlah banyak, sehingga mereka pun dapat menaikkan peringkat mereka dikarenakan taktik penjualan mereka dikatakan telah berhasil. Namun di balik keberhasilan penjualan tersebut, para *host* diharuskan untuk menghabiskan alkohol-alkohol yang dipesan oleh pelanggannya. Konsumsi alkohol yang berlebihan serta kurangnya waktu istirahat membuat para *host* kerap mengalami berbagai masalah kesehatan. Stutts (2012) menyimpulkan, bahwa dalam kebanyakan kasus, para *host* dipaksa untuk mengonsumsi alkohol dalam jumlah besar setiap malam, menghadapi pelecehan fisik dan verbal dari pelanggan, dan mempertahankan jadwal malam hari mereka. Hal tersebut menyebabkan seringnya timbul masalah kesehatan yang serius.

Masalah kesehatan kerap dialami oleh para *host* yang masih memiliki status junior (*host* yang masih baru atau memiliki pendapatan yang sedikit). Dibandingkan para *host* yang sudah memiliki status senior (*host* yang memiliki pendapatan tinggi), para *host* junior diwajibkan untuk melakukan pekerjaan bersih-bersih sebelum mereka pulang ataupun saat mereka datang ke klub. Dalam video wawancara yang dilakukan oleh Channel Youtube Asian Boss terhadap seorang *host* yang berjudul “Meet The No. 1 Gigolo In Japan: Akaya Kunugi”, narasumber *host* yang bernama Akaya Kunugi menjelaskan bahwa momen terberatnya dalam menjalani profesi sebagai *host* adalah ketika ia masih menjadi *host* junior dan bekerja sebagai *herupu*, di mana ia harus meminum alkohol dalam jumlah banyak dan menghabiskannya untuk membantu para *host* senior, juga dilanjutkan untuk melakukan tugas bersih-bersih. Rutinitas tersebut membuat para *host* sering menjumpai masalah kesehatan yang berhubungan dengan bagian pencernaan dan bagian hati.

#### 3.3.2 Masalah dengan Pelanggan

Bekerja sebagai seorang *host* tentunya membuat mereka bertemu dan menghadapi berbagai pelanggan yang memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Mulai dari yang biasa-biasa saja hingga yang cukup merepotkan. Istilah untuk pelanggan yang menyulitkan *host* dalam melakukan pekerjaannya biasanya disebut sebagai 痛客 (*itakyaku*). Pelanggan yang termasuk ke dalam kategori *itakyaku* di antaranya adalah sebagai berikut:

### 3.3.2.1 Pelanggan Mabuk yang Agresif dan Permintaan untuk Melakukan Hubungan Seksual

Berdasarkan berbagai pengalaman para *host* yang dimuat dalam Yamagishi (2009) dan Takeyama (2016), pelanggan yang mabuk merupakan tantangan tersendiri bagi *host* yang melayaninya dikarenakan terkadang pelanggan tersebut bersikap agresif. Perilaku agresif merupakan perilaku yang bertujuan untuk menyakiti dan membahayakan orang lain. Perilaku agresif dapat menimbulkan kerugian bagi orang lain maupun diri sendiri. Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku agresif adalah mengonsumsi minuman beralkohol. Pelanggan yang mabuk berat terkadang memukul mereka dan menimbulkan keributan, seperti berteriak kata-kata kasar secara tidak sadar.

Salah satu contoh dari perilaku tersebut dimuat dalam disertasi Yamagishi (2009) yang menguraikan pengalaman seorang *host* yang sedang bekerja sebagai *herupu*. *Host* tersebut dipaksa oleh pelanggannya untuk bersaing dengan *host* lainnya untuk menghabiskan dua botol *liquor* yang mengandung 25% alkohol dikarenakan ingin menguji kemampuannya sambil memakan semangkok nasi daging sapi dan buah-buahan yang penuh dengan saus sambal di atasnya. Akibatnya, *host* tersebut tidak sadarkan diri dan dibawa ke toilet oleh seniornya agar dapat memuntahkan yang telah dimakannya.

Selain contoh perilaku agresif seperti di atas, dalam keadaan mabuk, pelanggan terkadang juga memaksa *host* untuk melakukan hubungan seksual. Hal ini dirasakan oleh salah satu *host* yang menceritakan pengalamannya dalam buku Takeyama (2016), di mana salah satu pelanggan setianya merayunya secara paksa dalam keadaan mabuk di rumahnya. Pada akhirnya *host* tersebut terpaksa melakukannya karena tidak ingin kehilangan pelanggan setianya yang termasuk ke dalam kategori *futoi kyaku* (pelanggan kaya raya yang sering menghabiskan uangnya).

Pada kenyataannya, melakukan hubungan seksual termasuk ke dalam salah satu strategi *host* agar pelanggannya semakin menyukai mereka dan menjadi pelanggan tetap *host club*. Hal ini disebut sebagai *makura eigyou* (*pillow business*). Meskipun begitu, *makura eigyou* bisa dikatakan sebagai strategi yang bersifat taruhan. Hal ini dikarenakan hasil dari *makura eigyou* tidak menentu. Ada pelanggan yang menjadi sering datang ke klub dan semakin bersemangat dalam mendukung *host* kesukaannya setelah berhubungan seksual, namun tidak sedikit juga pelanggan yang tidak pernah kembali lagi ke *host club* tersebut. Dengan adanya berbagai masalah di atas, *host* harus bekerja secara strategis dan memutar akal agar dapat menghadapi pelanggan-pelanggan tersebut dengan baik, tanpa membuat mereka merasa tersinggung ataupun sakit hati.

### 3.3.2.2 Pelanggan yang Posesif dan Masalah *Stalking*

Dalam industri *host club*, pelanggan hanya dapat memilih satu *host* sebagai *shimei*-nya (*host* tetap) dan tidak boleh berganti-ganti ataupun bersifat permanen. *Host* yang terkenal ataupun yang berada pada *ranking* atas, mereka biasanya memiliki beberapa pelanggan tetap, sehingga dapat terus menaikkan penjualan mereka. Sayangnya hal tersebut juga terkadang dapat memicu masalah bagi *host* itu sendiri. Dalam *host club*, ketika beberapa pelanggan wanita menunjuk *host* yang sama sebagai *shimei* mereka, akan timbul rasa kecemburuan dan rasa posesif maupun obsesif di antara para pelanggan tersebut, membuat mereka bersaing satu sama lain sehingga *ranking shimei* mereka dapat terus naik. Persaingan tersebut dilakukan agar bisa mendapatkan perhatian lebih dari *shimei* mereka.

Penelitian Yamagishi (2009) dan Takeyama (2016) menuliskan beberapa pengalaman *host* yang mengalami masalah yang dipicu dari ketiga perasaan di atas. Beberapa pelanggan melakukan hal yang tidak wajar seperti mengganggu kehidupan privasi *host* dengan cara menghubungi mereka dan mengawasi mereka secara terus menerus, serta melakukan tindakan *stalking* (menguntit).



Selain kasus *stalking*, terdapat juga kasus yang di mana pelanggan tersebut mengancam nyawa *host* yang melayaninya, seperti dalam kasus penikaman yang dialami oleh seorang *host* yang memiliki nama alias Phoenix Luna pada bulan Mei tahun 2020. Penikaman tersebut dilakukan oleh pelanggannya yang berusia 21 tahun, bernama Yuka Takaoka di apartemennya sendiri yang berada di daerah Shinjuku. Berdasarkan sumber berita online *The Japan Times* (Michel, 15 Juni 2019), kasus ini dilatarbelakangi oleh rasa cinta dan kecemburuan yang berlebihan.

Berdasarkan berbagai masalah yang telah diuraikan di atas, penulis menyimpulkannya dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 3 Masalah yang Dihadapi oleh Para *Host* di Jepang dan Dampak yang Terjadi

No.	Masalah yang Dihadapi oleh Para <i>Host</i> di Jepang	Dampak yang Terjadi
1.	Masalah Kesehatan	<ul style="list-style-type: none"><li>• Konsumsi alkohol yang berlebihan, kurangnya istirahat dan stres akibat pekerjaan, membuat seorang <i>host</i> seringkali mengalami masalah kesehatan, terutama di bagian pencernaan dan hati.</li><li>• <i>Host club</i> tidak menyediakan asuransi kesehatan sehingga terkadang seorang <i>host</i> tidak dapat membayar biaya rumah sakit dan memperparah kondisi tubuhnya.</li></ul>
2.	Masalah dengan Pelanggan	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pelanggan yang mabuk berat terkadang bersikap agresif terhadap para <i>host</i>, seperti memaksa <i>host</i> untuk melakukan hal yang tidak wajar maupun memaksa untuk melakukan hubungan seksual.</li><li>• Timbulnya rasa kecemburuan, memicu perasaan obsesi dan posesif yang membuat beberapa pelanggan mengganggu kehidupan serta privasi <i>host</i> yang melayani mereka, seperti menguntit mereka ataupun menghubungi mereka secara terus menerus.</li></ul>

Dengan adanya berbagai masalah di atas, *host* dituntut untuk pintar dalam mengatur strategi agar dapat membagi waktu dan perhatian mereka secara adil terhadap para pelanggan mereka. Kepintaran dalam berbicara dan merayu pada saat para pelanggan merasa cemburu juga termasuk faktor penting agar dapat menghindari masalah-masalah tersebut.

### 3.4 Motivasi Pelanggan dalam Mengunjungi *Host Club*

Abraham Maslow dalam Subaidi (2019) menyebutkan bahwa ada beberapa aspek kebutuhan pada seorang manusia, salah satunya adalah kebutuhan akan kasih sayang. Setiap manusia ingin menjalin hubungan dengan orang lain sehingga mendapatkan perhatian, pengakuan, rasa untuk memiliki dan dimiliki, serta rasa saling percaya satu sama lain. Kebutuhan ini dapat diwujudkan melalui hubungan penuh kasih sayang antar pertemanan, persahabatan, maupun dalam sebuah keluarga. Apabila kebutuhan ini tidak terpenuhi, maka akan timbul rasa kesepian dan hampa dalam kehidupannya. Salah satu cara untuk menutupi kekosongan akan rasa kesepian tersebut, para wanita pergi mengunjungi *host club*.

Di antara para pelanggan wanita yang mengunjungi *host club*, terdapat satu kesamaan, yaitu bahwa mereka merasa kesepian dan ingin menghabiskan waktu bersama dengan seseorang, seperti mengobrol, berpesta, ataupun hanya sekadar minum alkohol bersama saja. Dengan mengunjungi *host club*, mereka dapat memenuhi beberapa aspek kebutuhan. Beberapa aspek kebutuhan tersebut dianalisis oleh penulis menggunakan teori Maslow mengenai teori kebutuhan, seperti kebutuhan akan perhatian dan kasih sayang, serta kebutuhan akan dihargai dan aktualisasi diri.

Berdasarkan berbagai pengalaman yang dimuat dalam Takeyama (2016), bagi pelanggan *host club* yang merupakan ibu rumah tangga, penyebab mereka mengunjungi *host club* adalah dikarenakan mereka merasa lelah dengan kehidupan rumah tangganya, di mana mereka harus

patuh terhadap suami mereka dan diharapkan untuk membesarkan anak-anak, mengurus semua pekerjaan rumah, serta urusan rumah tangga. Di lain sisi, suami mereka sibuk bekerja maupun mengunjungi *hostess club*. Kurangnya perhatian dari suami mereka membuat mereka akhirnya mengunjungi *host club*, di mana para pelanggan akan diberikan perhatian dan pelayanan seperti layaknya sepasang kekasih, sehingga terkadang mereka dapat merasakan kembali masa-masa ketika masih menjadi seorang remaja.

Selain kurangnya perhatian dan kasih sayang dari suami mereka, para ibu rumah tangga selalu memprioritaskan mengurus anak-anak dan suaminya, sehingga mereka tidak mempunyai waktu untuk merawat diri mereka sendiri. Hal ini juga berlaku bagi para wanita karir yang tenggelam dalam kesibukan pekerjaannya. Namun dengan mengunjungi *host club*, mereka akan dilayani layaknya seorang putri dan mendapatkan berbagai bentuk perhatian yang membuat mereka merasa dihargai sebagai seorang wanita. Para *host* akan memberikan berbagai motivasi dan dukungan, sehingga mereka semakin percaya diri dan bersemangat untuk merawat diri mereka sendiri.

Dengan mendapatkan penghargaan diri seperti pujian dan pengakuan dari para *host*, para wanita tersebut menjadi lebih menerima dirinya sendiri, percaya diri, dan terus mempunyai motivasi untuk terus berkembang menjadi lebih baik. Hal ini termasuk ke dalam hierarki kebutuhan yang dijelaskan oleh Maslow dalam urutan keempat dan kelima, yaitu kebutuhan akan penghargaan dan aktualisasi diri.

Selain para ibu rumah tangga dan wanita karir, pemenuhan akan kebutuhan tersebut juga dirasakan oleh pelanggan yang bekerja dalam industri hiburan malam lainnya maupun pekerja dari industri seks seperti *fuuzokujou*. Hal ini dikarenakan masyarakat memandang wanita yang bekerja dalam industri tersebut sebagai wanita yang rendah, sehingga mereka tidak dapat menceritakan pekerjaan mereka terhadap orang lain. Namun, di dalam *host club*, para *host* tidak memandang mereka sebagai wanita yang rendah. Para *host* justru memahami keadaan mereka karena industri mereka yang hampir mirip. Dengan mengunjungi *host club*, mereka seperti mempunyai pelarian sementara dari keseharian mereka yang dipenuhi oleh rasa lelah dan stres, serta membantu mereka untuk tetap dapat menghargai diri mereka sendiri karena adanya dukungan, perhatian, serta motivasi dari para *host*.

Tabel 4 Motivasi Pelanggan dalam Mengunjungi *Host Club* dan Kondisi Pelanggan

No.	Motivasi Pelanggan dalam Mengunjungi <i>Host Club</i>	Kondisi Pelanggan
1.	Kebutuhan akan Perhatian dan Kasih Sayang	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beberapa pelanggan merasakan kekurangan perhatian dan kasih sayang seperti dari pasangan mereka ataupun orang terdekat mereka, sehingga tidak mempunyai tempat untuk menampung keluh kesah mereka, dan akhirnya mengunjungi <i>host club</i>.</li> <li>• Para <i>host</i> dapat melayani maupun memberikan perhatian sesuai dengan keinginan pelanggannya, seperti memberikan kasih sayang layaknya kekasih ataupun hanya sekadar teman untuk mengobrol.</li> </ul>
2.	Kebutuhan untuk Dihargai dan Aktualisasi Diri	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sebagian besar pelanggan <i>host club</i> merupakan wanita yang bekerja di industri hiburan malam ataupun industri seks yang terkadang dipandang rendah oleh masyarakat, sehingga mereka datang ke <i>host club</i> untuk mendapatkan penghargaan diri dan melupakan keseharian pekerjaan mereka.</li> <li>• Penghargaan diri dan berbagai motivasi yang didapatkan pelanggan dari para <i>host</i>, membuat mereka mengalami perkembangan dari berbagai segi, seperti mampu mengekspresikan mereka dengan percaya diri dan merasa diri mereka berharga.</li> </ul>

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa para pelanggan wanita yang mengunjungi *host club* memiliki kebutuhan yang beragam. Kebutuhan-kebutuhan tersebut saling berhubungan erat, dan apabila kebutuhan tersebut terpenuhi, akan muncul sebuah motivasi dalam diri mereka yang membuat mereka ingin terus berkembang.

### 3.5 Pandangan Masyarakat Terhadap Profesi Seorang *Host*

Di mata para pelanggan, para *host* yang bekerja di *host club* merupakan para pria kharismatik yang dapat melayani dan menghibur mereka. Namun, di mata masyarakat, profesi seorang *host* terkadang masih memiliki nuansa negatif. Stigma negatif ini sudah muncul sejak *host club* pertama kali dibuat pada tahun 1965 oleh Aida Takeshi. Aida dalam Yamagishi (2009) menyebutkan bahwa kala itu profesi seorang *host* distigmatisasi, dianggap gagal sebagai *nihon danji* (pria Jepang), dan diberi nama "*otoko geisha*" (*geisha* laki-laki) yang bergantung pada tunjangan keuangan dari para wanita.

Masyarakat juga menganggap para *host* merupakan laki-laki yang gagal dikarenakan mereka memandang *host* sebagai orang yang tidak memiliki latar pendidikan dan tidak bisa mendapatkan pekerjaan yang umum. Hal tersebut sulit dibantah dikarenakan secara umum para *host* tidak memiliki latar belakang akademis yang tinggi, serta perekrutan kerja dalam *host club* yang tidak mementingkan hal tersebut. Stutts (2012) mengatakan bahwa karena adanya realita tersebut, membuat terciptanya citra kemalasan di mata masyarakat.

Selain pandangan di atas, profesi seorang *host* juga dianggap sebagai pekerjaan yang menjual seks terhadap pelanggannya. Stigma ini diperparah dikarenakan *image* para *host* juga sering digambarkan sebagai pria nakal oleh beberapa media. Stutts (2012) menjelaskan bahwa kesalahpahaman akan stigma yang satu ini juga terjadi di media barat yang mengartikan istilah *host* sebagai *rent boy* (pria sewaan), *gigolo* atau lelaki yang melakukan bisnis prostitusi, maupun *geisha* laki-laki seperti pada judul artikel mengenai *host* yang dimuat dalam majalah *online Forbes* yang berjudul '*Memoirs of Geisha Guy*'.

Bekerja sebagai seorang *host* juga mendapatkan sebutan negatif lainnya dari masyarakat. Stutts (2012) menjelaskan bahwa para *host* biasa disebut sebagai *playboy*, penguntit, penipu, dan sebutan yang paling sering adalah *kimoi*, istilah sehari-hari yang berasal dari kata '*kimochi warui*' (perasaan buruk atau tidak nyaman) yang biasanya diterjemahkan sebagai menyheramkan atau menjijikkan.

Pada penelitian Yamagishi (2009) dan Stutts (2012) dikatakan bahwa dikarenakan adanya berbagai stigma negatif terhadap pekerjaan seorang *host* membuat para orang tua memiliki pandangan yang sama terhadap pekerjaan tersebut. Mayoritas orang tua menginginkan anak laki-laknya untuk memiliki pekerjaan yang normal seperti bekerja di perusahaan biasa ataupun berbisnis. Hal ini membuat para *host* mayoritas tidak memberitahukan pekerjaan mereka ataupun berbohong kepada orang tua maupun kerabat mereka.

### SIMPULAN

Berdasarkan berbagai analisis dari berbagai bahan yang berkaitan dengan penelitian penulis, dapat disimpulkan bahwa industri *host club* merupakan salah satu industri hiburan malam yang terletak di Jepang, di mana para pria yang bekerja di dalamnya, atau yang biasa disebut sebagai *host*, bekerja untuk melayani pelanggan wanita seperti bernyanyi, menari, mengobrol, dan minum bersama. Industri *host club* terus mengalami perkembangan dan perubahan dari segi tempat, target pelanggan, hingga keterampilan seorang *host*.

Para *host* memiliki motivasi tertentu ketika terjun ke dalam dunia seorang *host*, seperti pendapatan yang tinggi, keinginan untuk menjadi seorang *keieisha*, serta *yarigai*. Di balik berbagai motivasi tersebut, *host* memiliki banyak kesulitan dalam melakukan pekerjaannya, di antaranya seperti masalah kesehatan yang diakibatkan oleh konsumsi alkohol dalam

jumlah banyak, serta masalah dengan berbagai pelanggan yang merepotkan (*itakyaku*) yang terkadang perilakunya dapat mengganggu kehidupan privasi *host* maupun pekerjaannya.

Motivasi pelanggan dalam mengunjungi *host club* memiliki beragam alasan, namun dapat disimpulkan bahwa mayoritasnya membutuhkan berbagai kebutuhan seperti kebutuhan akan perhatian, kasih sayang, harga diri dan aktualisasi diri.

Bagi pelanggan, pekerjaan seorang *host* masih memiliki citra positif karena dapat memenuhi kebutuhan mereka. Namun bagi sebagian masyarakat, pekerjaan seorang *host* masih memiliki banyak stigma negatif, seperti pekerjaan yang menjual seks dengan pelanggannya, tidak berpendidikan, dan hanya memeras uang wanita, tanpa mengetahui berbagai masalah yang dihadapi oleh para *host*. Selain itu, profesi seorang *host* sering disalahartikan sebagai prostitusi dalam berbagai media barat, sehingga memperburuk citra *host* di dalam maupun di luar negara Jepang. Meskipun demikian, seorang *host* merupakan bagian dari masyarakat Jepang, yang merupakan profesi untuk menghibur serta menampung keluh kesah dari masyarakat yang menjadi pelanggannya.

## REFERENSI

- Asian Boss. (2018, November 26). *Meet The No. 1 Gigolo In Japan: Akaya Kunugi*. Retrieved from [https://www.youtube.com/watch?v=TuTD0z\\_Ji\\_c&t=982s](https://www.youtube.com/watch?v=TuTD0z_Ji_c&t=982s) (diakses pada tanggal 14 April 2021 pukul 19:00 WIB).
- Fikrialyssa, Charina Effany. (2015). *Fenomena Host Club Di Jepang Dewasa Ini*. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Host Work. (2020, December 17). ホストの給料、平均年収は？ (*Hosuto no kyuuryou, heikin nenshuu wa?*). Retrieved from <https://host.dan-work.com/kansai/special/110331/#spPageLink01> (diakses pada tanggal 1 Mei 2021 pukul 11:00 WIB).
- Henson, Kristy D. (2013). *For \$1,000 I'll love you too: an understanding of Japanese hosts and host clubs*. Huntington: Marshall University.
- Michel, Patrick ST. (2019, June 15). *Examining Morbid Fascination Violence Social Media Japan*. Retrieved from <https://www.japantimes.co.jp/news/2019/06/15/national/media-national/examining-morbid-fascination-violence-social-media-japan/> (diakses pada tanggal 6 Mei 2021 pukul 15:00 WIB).
- Prabowo, Andika Guruh. (2016). *Perilaku Agresif dalam Pecandu Alkohol*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Stutts, Jacklyn. (2012). *Japanese Host Boys: Seeking Individuality, Gaining Social Isolation*. *Virginia Review of Asian Studies*, 14(2), 82-111.
- Subaidi, Siti Muazaroh. (2019). *Kebutuhan Manusia dalam Pemikiran Abraham Maslow (Tinjauan Maqasid Syariah)*. *Al-Mazahib*, 7(1), 17-33.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Takeyama, Akiko. (2005). *Commodified romance in a Tokyo host club*. *Sexualities, Genders and Rights in Asia: 1st International Conference of Asian Queer Studies*, 11(1), 200-215.
- Takeyama, Akiko. (2016). *Staged Seduction: Selling Dreams in a Tokyo Host Club*. California: Stanford University Press.
- Yamagishi, Reiko. (2009). *A Promised Land for Man: The Rising Popularity of Host in Contemporary Japanese Society*. Singapore: Department of Sociology National University of Singapore.