

BAB II

GAYA HIDUP DAN PERILAKU BERISIKO REMAJA PUTRI JEPANG

Pada saat ini teknologi sudah menjadi kebutuhan primer dalam kehidupan manusia sehari-hari layaknya makan dan minum. Teknologi telah membuat gaya hidup manusia berubah, dan akan terus berubah. Perubahan tidak selalu menuju ke arah yang positif, seperti contohnya para remaja putri pelaku *Enjo-Kōsai* yang melakukan praktik *Enjo-Kōsai* sebagai salah satu cara remaja putri untuk memenuhi Gaya Hidup mereka dalam bermasyarakat, serta menurunkan harga diri sendiri untuk memenuhi Gaya Hidup dengan cara menukar tubuh mereka dengan uang.

2.1 Gaya Hidup

Gaya hidup merujuk pada pola konsumsi yang merefleksikan pilihan individu terhadap berbagai hal dan bagaimana mereka menggunakan waktu dan uang mereka. Oleh karena itu, sebagai pelaku pasar harus mampu beradaptasi dengan selera atau keputusan pembelian pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan (Kasali, 2001: 166).

Menurut Kotler, gaya hidup dapat dipahami sebagai tatanan hidup seseorang yang diterjemahkan melalui aktivitas, kepentingan, dan pandangan mereka. Gaya hidup menggambarkan "keseluruhan seseorang" dalam berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola perilaku dan interaksi seseorang dengan dunia (Kotler, 2007: 154).

Gaya hidup tidak hanya menunjukkan tingkat sosial seseorang dan kepribadiannya, tetapi juga memperlihatkan bagaimana lingkungan mempengaruhi perilaku dan pilihan seseorang dalam hal pembelian produk. Oleh karena itu, gaya hidup dapat membantu dalam menentukan bagaimana seorang individu memahami dan bereaksi terhadap dunianya, dan bagaimana mereka memilih dan menggunakan produk-produk tertentu (Kotler, 2012: 189).

Menurut Mowen dan Minor, gaya hidup dapat diterjemahkan sebagai bagaimana seseorang hidup, bagaimana dia membelanjakan uang dan waktunya. Gaya hidup (ekspresi eksternal dari karakteristik internal seseorang) berbeda dengan kepribadian (karakteristik internal seseorang), meskipun keduanya sangat erat hubungannya (Mowen dan Minor, 2012: 282).

Menurut Sutisna, gaya hidup didefinisikan sebagai tatacara hidup yang dikenali oleh bagaimana seseorang mengeluarkan waktunya (kegiatan), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (minat), dan bagaimana mereka memandang diri mereka sendiri dan lingkungan sekitarnya (Sutisna, 2007:145).

Beberapa opini para ahli menunjukkan bahwa gaya hidup seseorang melibatkan bagaimana mereka memandang dan memperlakukan segala sesuatu, termasuk hobi dan pandangan mereka. Bila dilihat dari sisi sosial, gaya hidup seseorang dapat dilihat dari rutinitas yang dilakukan sehari-hari, pandangan terhadap lingkungan dan hal-hal kecil di sekitar mereka, dan seberapa besar perhatian dan opini yang diberikan terhadap lingkungan mereka. Dari sisi ekonomi, gaya hidup juga dapat digambarkan melalui bagaimana seseorang mengalokasikan uang dan membagi-bagi waktunya terhadap apa yang dianggap sebagai prioritas olehnya.

2.1.1 Faktor-Faktor Gaya Hidup

Gaya hidup berkaitan dengan bagaimana individu mengelola hidupnya, mengatur sumber daya keuangan dan menggunakan waktunya. Kepribadian seseorang menunjukkan bagaimana mereka memikirkan, merasakan dan memandang suatu hal. Gaya hidup yang dipilih oleh seseorang akan mempengaruhi tingkah laku konsumsinya dan dapat mengubah gaya hidup individu tersebut. Ada dua kategori gaya hidup seseorang, yaitu :

a) Gaya hidup normatif (*Normatif Lifestyle*)

Gaya hidup normatif menggambarkan harapan yang ditetapkan oleh masyarakat terhadap individu dalam hal ekonomi dan individu. Ini

berdasarkan pada sistem nilai yang ada di masyarakat, yang merupakan hasil dari pengaruh agama dan sikap terhadap pembangunan ekonomi, hukum, dan lainnya.

b) Gaya hidup pribadi (personal life style)

Gaya hidup individu terkait dengan pandangan pribadi mereka terhadap aktivitas dalam budaya atau subkultur yang mereka terlibat. Faktor-faktor seperti perilaku berbelanja, persepsi harga, dan peran keluarga dalam proses pembelian dapat dipengaruhi oleh gaya hidup pribadi, sikap psikologis, pengalaman kondisi sosial dan ekonomi khusus, lingkungan fisik, dan banyak faktor lainnya.

2.1.2 Indikator Gaya Hidup

Orang dengan gaya hidup yang bersifat membelanjakan bertindak sebagai konsumen yang membeli produk atau jasa yang tersedia di masyarakat. Tindakan konsumtif ini meliputi proses memperoleh, mengonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses membuat keputusan sebelum dan setelah melakukan aksi tersebut.

A. Psikografis

Psikografik adalah cabang ilmu yang berkaitan dengan identifikasi dan klasifikasi gaya hidup individu melalui pengukuran yang kuantitatif. Ilmu ini mengkombinasikan aspek gaya hidup, kepribadian, dan demografik dalam pengukurannya. Dalam pengukuran gaya hidup, teknik yang sering digunakan biasanya adalah teknik IAO, yaitu: *Activies, Interest, dan Opinion*, atau juga digunakan teknik VALS, *Value and Lifestyle* (Sumarwan, 2004: 182).

Menurut Mowen dan Minor, psikografis adalah sebuah studi yang mempelajari faktor-faktor yang mempengaruhi psikologi seseorang. (Mowen dan Minor, 2004: 285).

Ada dua konsep dalam psiko grafis:

1. memberi gambaran mengenai ciri-ciri psikologis seseorang yang lebih mengarah pada identifikasi kepribadian seseorang (self-concept).

2. memandang psiko grafis sebagai kajian tentang activities/kegiatan (pekerjaan, hobi, belanja, olahraga, acara sosial), interest/minat (makanan, pakaian, keluarga, rekreasi), dan opinions/pendapat (tentang diri mereka, masalah sosial, bisnis, produk).

B. Activities, Interest, dan Opinion

Menurut Peter dan Olson, Activities, Interest, dan Opinion (IAO), dapat dijabarkan sebagai berikut:

a) Kegiatan (*Activities*)

mempelajari bagaimana tindakan dan preferensi individu terhubung dengan gaya hidup mereka, produk apa yang dibeli atau digunakan, bagaimana mereka mengisi waktu luang, dan berbagai aktivitas lain yang terkait dengan gaya hidup mereka.

b) Minat (*Interest*)

Minat berkaitan dengan apa yang menjadi kesukaan, kegemaran, dan prioritas dalam hidup seseorang. Minat juga terkait dengan obyek, peristiwa, atau topik tertentu yang menjadi perhatian khusus dan terus-menerus bagi seseorang. Minat adalah usaha aktif menuju pelaksanaan suatu tujuan, dimana tujuan tersebut adalah melaksanakan suatu aktivitas yang menjadi prioritas.

c) Pendapat (*Opinion*)

Pandangan dan perasaan seseorang tentang masalah tertentu disebut pendapat. Kata opini digunakan untuk menggambarkan interpretasi, harapan, dan evaluasi seseorang seperti keyakinan tentang maksud dari orang lain, perkiraan tentang peristiwa yang akan datang, dan pertimbangan dampak dari pilihan tindakan alternatif (Peter dan Olson, 2000: 142).

2.2 Definisi Perilaku

Menurut KBBI, perilaku adalah tanggapan atau reaksi seseorang terhadap rangsangan atau lingkungan (KBBI, 2021). Perilaku dapat diamati

secara obyektif dan hasil dari perilaku tersebut dapat dilihat dari tindakan atau perbuatan yang diambil. Menurut Syamsul Arifin, perilaku adalah tindakan atau ucapan seseorang yang dapat diamati, digambarkan, dan dicatat oleh orang lain atau oleh orang yang melakukannya (Arifin, 2015: 8).

Perilaku sangat erat hubungannya dengan sikap. Menurut W.A Gerungan, *Attitude* adalah sikap terhadap objek tertentu, bisa berupa sikap pandangan atau sikap perasaan yang disertai dengan kecenderungan untuk bertindak sesuai dengan sikap terhadap objek tadi (Gerungan, 2012)

Berdasarkan pengertian yang ada, dapat disimpulkan bahwa perilaku adalah tindakan atau ucapan yang diamati dan dicatat oleh orang lain akibat situasi yang dialami seseorang. Perilaku ini merupakan respon individu terhadap rangsangan atau lingkungan.

2.3 Perilaku Berisiko

Stephoe dan Wardle dalam Journal mereka yang berjudul "*The Relationship between Life Satisfaction and Health Behavior*" berpendapat bahwa Perilaku berisiko adalah tindakan atau kegiatan yang memiliki potensi untuk mengakibatkan dampak negatif atau merugikan pada diri sendiri maupun orang lain di sekitar kita. Perilaku ini seringkali dilakukan tanpa mempertimbangkan konsekuensi yang mungkin terjadi, atau meskipun sudah mengetahui konsekuensi yang mungkin terjadi, seseorang tetap melakukannya (Stephoe dan Wardle, 2009)

Stephoe dan Wardle Juga berpendapat bahwa Perilaku berisiko dapat beragam bentuknya, seperti perilaku seksual yang tidak aman, penggunaan narkoba, konsumsi minuman beralkohol secara berlebihan, mengemudi dalam keadaan mabuk atau tidak mematuhi aturan lalu lintas, dan perilaku kekerasan fisik atau verbal. Selain itu, perilaku berisiko juga dapat berupa kebiasaan yang mengancam kesehatan seperti merokok, makan berlebihan, dan kurang olahraga (Stephoe dan Wardle, 2009).

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku berisiko meliputi tekanan teman sebaya, keinginan untuk mencari pengalaman baru,

kurangnya pemahaman tentang risiko, dan kurangnya dukungan dari keluarga dan lingkungan sekitar (Stephoe dan Wardle, 2009).

Sedangkan menurut Baban dan Craciun Perilaku berisiko adalah tindakan atau kegiatan yang dapat membahayakan kesehatan fisik, psikologis, atau sosial seseorang. Perilaku berisiko dapat merugikan diri sendiri atau orang lain di sekitarnya (Baban dan Craciun, 2007)

Sesuai dengan pendapat para ahli diatas perilaku berisiko dapat didefinisikan sebagai berikut perilaku yang dilakukan orang – orang dengan intensitas yang meningkatkan kerentanan terhadap risiko penyakit atau cedera atau yang mungkin memiliki konsekuensi berbahaya baik bagi dirinya sendiri ataupun bagi orang-orang sekitar lingkungannya.

2.3.1 Perilaku Berisiko Remaja

Salah satu periode dalam rentang kehidupan individu adalah masa remaja. Fase remaja adalah sebuah fase dimana terjadi perubahan secara pesat pada segi fisik, psikologis, intelektual, dan sosial (Hidayat & Normaidah, 2021).

Pada fase remaja, mereka mengalami perkembangan fisik dan biologis, terutama pada organ-organ yang berhubungan dengan sistem reproduksi. Secara psikologis, mereka menunjukkan tingkat keingintahuan yang lebih tinggi, lebih berani dalam mengambil risiko, menyukai tantangan dan petualangan (Papalia, Olds, & Fieldman, 2010). Menurut Hurlock (1997), Masa remaja merupakan suatu masa yang melalui suatu proses perubahan, baik secara fisik maupun mental, dari masa anak-anak menuju masa dewasa.

Kondisi ini dapat membuat remaja terlibat dalam berbagai masalah seperti masalah sosial, ekonomi, kejahatan, dan kesehatan remaja, seperti perkelahian, intimidasi dan bullying, konsumsi minuman beralkohol dan narkoba, kondisi gizi buruk dan obesitas, perilaku merokok, trauma, dan perilaku seksual yang berisiko tanpa adanya ikatan pernikahan. (Sarwono, 2011: 42).

Psikolog G. Stanley Hall “*adolescence is a time of storm and stress*“. Artinya, remaja adalah masa yang penuh dengan “badai dan tekanan jiwa”, yaitu masa di mana terjadi perubahan besar secara fisik, intelektual dan emosional pada seseorang yang menyebabkan kesedihan dan kebingungan (konflik) pada yang bersangkutan, serta menimbulkan konflik dengan lingkungannya (Seifert & Hoffnung, 1994: 75).

Menurut pandangan teori konsepsi Sigmund Freud dan Erik Erikson, perkembangan masa remaja penuh dengan konflik. Namun, pandangan ini tidak sepenuhnya benar, karena banyak remaja yang mampu beradaptasi dengan baik terhadap perubahan dan bisa menyesuaikan dengan baik dengan harapan dan kebutuhan orang tua dan masyarakat. Kondisi yang ekstrim seperti hanya selalu penuh konflik atau selalu dapat beradaptasi dengan baik sangat jarang terjadi pada remaja. Kebanyakan remaja mengalami kedua situasi tersebut secara bergantian. (Freud & Erikson, 1900).

Kecemasan masyarakat terhadap kenakalan remaja sudah terjadi di seluruh dunia dan orang-orang yang akan bergantung pada remaja-remaja ini sangat khawatir tentang tanggung jawab yang harus mereka jalani. Seperti dijelaskan dalam kutipan berikut ini:

Rasa khawatir terkait remaja sedang menyebar luas. Orang yang akan tergantung pada remaja-remaja ini biasanya cenderung merasa khawatir bagaimana mereka akan mengatasi tanggung jawab mereka di masa depan. (Kingston, 2006: 12).

Menurut Monks dan rekan-rekannya (Monks dkk, 1999), masa remaja dibatasi dalam rentang usia 12 hingga 21 tahun, atau sampai pertumbuhan fisik selesai. Pada masa ini, individu mencapai pertumbuhan fisik yang maksimal dan juga mencapai kematangan pada sistem reproduksi. Kematangan ini mengarahkan perhatian remaja pada lawan jenis dan membuat remaja berusaha untuk memikat lawan jenis tersebut.

Pada masa remaja, terjadi perkembangan tidak hanya pada bagian fisik, tetapi juga pada bagian psikologis. Hal ini ditandai dengan peningkatan kekuatan mental, kemampuan berpikir dan memahami, serta kemampuan mengingat. Dengan adanya peningkatan tersebut, remaja mulai memperhatikan lingkungan sosial dan intelektualnya. Oleh karena itu, masa remaja dapat dikatakan sebagai masa transisi dari anak yang belum matang menjadi orang dewasa yang matang, secara biologis, psikologis, dan sosial. Perubahan yang terjadi sangat cepat dan kadang-kadang tidak disadari. (Miftahul Jannah, 2016: 243-256).

Remaja memiliki tingkat rasa ingin tahu yang tinggi, mereka cenderung berani menjelajahi hal-hal baru dan mencoba pengalaman baru, serta tertarik untuk melakukan hal-hal seperti orang dewasa, termasuk hal-hal yang berkaitan dengan masalah seksualitas. (Azwar, 2000: 17). Perilaku berisiko pada remaja mengacu pada setiap tindakan yang memiliki potensi merugikan bagi perkembangan dan adaptasi kepribadian remaja. Ini termasuk perilaku seperti minum alkohol, merokok, mengonsumsi narkoba, dan berhubungan seksual tanpa perlindungan, yang dapat mempengaruhi kesehatan fisik dan mental, serta memperburuk situasi sosial dan ekonomi mereka. (WHO, 1993).

Perilaku yang berbahaya saat masa remaja dapat mempengaruhi kualitas hidup keluarga saat ini dan masa depan. Remaja yang tidak sehat secara fisik dan mental bisa memiliki anak yang juga tidak sehat, seperti bayi yang lahir dengan gizi buruk atau penyakit tertentu. Di Indonesia, sepertiga dari jumlah penduduk adalah remaja yang berpotensi untuk melakukan perilaku yang berisiko tanpa memikirkan dampak jangka panjang. Mereka memperoleh perilaku tersebut melalui lingkungan sosial yang tidak sehat dan informasi yang tidak terarah (Maisya dkk, 2012: 123-130).

Era modernisasi memiliki dua sisi yang bisa menguntungkan dan juga merugikan, terutama dalam hal kemajuan teknologi informasi. Globalisasi dan akses informasi yang luas, seperti internet, membuat segala jenis informasi mudah didapat. Namun, sangat sulit untuk

mengendalikan informasi yang bisa merusak pembentukan kepribadian remaja, seperti pornografi dan gaya hidup seks bebas (Hidayangsih, 2014: 32).

Green dan Kreuter (2005) menyatakan bahwa terdapat tiga faktor yang dapat memengaruhi seorang remaja untuk melakukan perilaku berisiko yaitu:

- a. Faktor pertama berkaitan dengan faktor dari dalam diri remaja (faktor predisposisi).
- b. Faktor kedua adalah faktor yang mendorong terlaksananya suatu perilaku (faktor *enabling*).
- c. Faktor terakhir adalah faktor yang memperkuat suatu perilaku atau faktor *reinforcing*. (Wahdini dkk, 2021: 174-181).

Menurut Green dalam Notoatmojo (2012) Perilaku individu termasuk remaja dipengaruhi oleh faktor predisposisi/ pendukung, pemungkin, dan pendorong. Faktor predisposisi merupakan faktor yang mendasari niat dan motivasi individu melakukan sebuah perilaku tertentu. Faktor pemungkin adalah faktor yang memfasilitasi sehingga memungkinkan individu melakukan perilaku yang sudah termotivasi oleh faktor predisposisi. Faktor pendorong adalah faktor yang memperkuat dorongan perilaku untuk bertindak. Dari ketiga faktor tersebut, sumber dari individu berperilaku tertentu bermula dari faktor predisposisi yaitu adanya niat dan motivasi, sedangkan faktor lainnya hanya merupakan faktor yang memfasilitasi dan mendorong terjadinya perilaku tersebut adalah sebagai berikut: (Notoatmojo, 2012: 54).

- a. Faktor yang pertama berkaitan dengan dalam diri remaja yaitu faktor predisposisi. Berdasarkan hasil penelitian, remaja yang lebih tua, laki-laki, memiliki pendidikan dan pengetahuan yang rendah lebih berisiko untuk melakukan perilaku berisiko (Aghajni et.al, 2016: 471).
- b. Faktor kedua yaitu faktor pendukung yang terkait dengan tinggal di kota, memiliki tingkat ekonomi rendah dan kurangnya akses terhadap

sumber informasi, yang dapat memperburuk perilaku berisiko pada remaja. (Nasution et.al, 2019).

c. Faktor *reinforcing* adalah faktor penguat yang berasal dari pihak ketiga, seperti keluarga, guru, petugas kesehatan, atau teman. Komunikasi yang baik, hubungan yang harmonis, serta aturan yang diterapkan oleh orang tua berkaitan dengan pengaruh positif terhadap perilaku seksual. Sebaliknya, adanya konflik pada keluarga berhubungan dengan perilaku seks berisiko dan rendahnya kepatuhan remaja (Maimunah, 2013).

2.4 Kehidupan Remaja di Jepang

Jepang merupakan salah satu negara maju dan modern yang masih mempertahankan tradisi yang sedari lama sudah tumbuh dan berkembang . Sebagai hasil dari modernisasi yang telah dilakukan oleh Jepang dalam setiap sektor kehidupan. Jepang merupakan salah satu negara yang sangat menghargai dan mempertahankan budayanya meskipun hidup dalam era kemajuan teknologi dan masyarakat yang kompleks. Ini terlihat dalam cara hidup masyarakat yang menggabungkan antara modernitas dan tradisi dengan harmonis (Iqbal, 2018: 113).

Harmonisasi tersebut bisa dilihat dari kemajuan dalam bidang ilmu pengetahuan, teknologi, dan industri tanpa meninggalkan atau mengesampingkan nilai-nilai budaya yang dimilikinya. Saat ini, keunikan budaya Jepang masih merupakan bagian penting dalam hidup mereka (Munqidzah, 2015: 1-12).

Sejak awal sejarahnya Jepang telah menunjukkan kemampuan untuk menyesuaikan segala apa yang masuk dari luar diantaranya budaya hingga bentuk gaya hidup dan perilaku manusianya. Hal ini menimbulkan perubahan perilaku terutama khususnya pada remaja (Putri dkk, 2020: 47-54). Contoh sederhana adalah dari segi pergaulan remaja Jepang saat ini Berisiko memiliki perilaku yang cenderung negatif dan meniru budaya luar seperti free sex, minum alkohol, pelacuran meningkat, kehamilan di luar nikah, aborsi, hingga kekerasan seksual (perkosaan). Dengan segala

perilaku negatif tersebut, akan berdampak pada kehidupan remaja Jepang sampai saat ini.

Secara umum, orang sering mengatakan bahwa orang Jepang memiliki kebiasaan bekerja keras dan suka bergabung dengan kelompok. Mereka cenderung memiliki keterikatan yang kuat terhadap kelompok di mana mereka berada, terutama pada perusahaan tempat mereka bekerja. Jika perusahaan mereka menghadapi masalah atau tugas yang harus segera diselesaikan, para karyawan merasa bertanggung jawab untuk bekerja bersama-sama, mengesampingkan kepentingan pribadi mereka. Loyalitas kelompok tidak terbatas pada perusahaan saja, tetapi juga bisa diterapkan pada kelompok olahraga, kelompok seni, kelompok tetangga, kelompok kelas di sekolah, kelompok angkatan di universitas, dan lain sebagainya (Davies, 2002: 21).

Nilai-nilai budaya dan modernisasi ini juga membentuk karakteristik remaja di Jepang pada umumnya. Remaja saat ini, bahkan setiap orang, memiliki berbagai pandangan tentang hidup yang terkait dengan sistem keyakinan dan nilai yang penting. Pandangan ini berkaitan dengan masalah-masalah filosofis tentang kehidupan dan bisa berbeda antara budaya yang berbeda. Seperti yang dikemukakan oleh Mulyana, setiap orang memiliki sistem keyakinan dan nilai yang lebih spesifik tentang berbagai aspek realitas, baik yang nyata maupun abstrak. Keyakinan pada dasarnya adalah persepsi pribadi yang menunjukkan pandangan bahwa sesuatu memiliki ciri atau kualitas tertentu, terlepas dari apakah hal tersebut dapat dibuktikan secara empiris atau tidak. (Fatonah, 2017: 8).

Untuk mengetahui tentang pandangan hidup orang Jepang khususnya para remaja ini, bisa dilihat dari berbagai tren yang sedang banyak dilakukan oleh para remajanya. Salah satu aktivitas remaja di Jepang dibedakan menjadi dua yaitu remaja yang aktif diluar rumah dan yang suka hanya berdiam diri dirumah. Mereka yang terbiasa beraktifitas di luar rumah akan cenderung terpengaruh oleh nilai-nilai yang berada dilingkungan sekitarnya. Namun hal ini berbeda bagi remaja yang lebih memilih untuk beraktifitas didalam rumah. Mereka seperti ini salah satunya

dianggap tidak memiliki teman, karena tak mempunyai daya tarik. Kedua aktifitas yang sering dialami tersebut membentuk kepribadian dan karakteristik dalam diri remaja Jepang (Parastuti, 2020: 2).

Fenomena sosial yang mempengaruhi jenis aktifitas remaja Jepang saat ini banyak sekali. Salah satunya adalah bentuk kenakalan remaja. Kenakalan anak adalah tindakan oleh seseorang yang belum dewasa yang sengaja melanggar hukum dan yang diketahui oleh anak itu sendiri bahwa jika perbuatannya itu sempat diketahui oleh petugas hukum ia bisa dikenai hukuman. Di Jepang, ada tren pengabaian sosial seperti hubungan antar anggota keluarga yang memburuk dan orang dewasa yang tidak memperhatikan. Hal ini juga menyebabkan masalah-masalah pada remaja di sekolah dan munculnya perilaku-perilaku menyimpang.

Dalam Kartono (2008) dijelaskan bahwa Terdapat beberapa teori yang menjelaskan mengapa remaja, khususnya remaja Jepang, melakukan tindakan merugikan atau kenakalan. Teori-teori tersebut mencakup pengaruh lingkungan sosial yang deviatif, tekanan dari kelompok, peran sosial, faktor budaya dan sosial, serta teori subkultur, yaitu suatu pola budaya (subkultur) khas dari lingkungan keluarga, tetangga, dan masyarakat tempat para remaja tinggal. (Kartono, 2008: 17).

Selain karena faktor-faktor dalam teori tersebut, Menurut Kartono (2008), pertumbuhan ekonomi dan peningkatan jumlah penduduk di daerah perkotaan membawa dampak perubahan cepat pada daerah tersebut. Banyak lahan dijadikan tempat untuk membangun gedung-gedung, industri, perumahan, kantor pemerintah, dan militer. Hal ini menyebabkan dampak negatif berupa disrupsi sosial, yang dicerminkan oleh peningkatan jumlah keluarga yang rusak, bunuh diri, alkoholisme, korupsi, kriminalitas, pelacuran, dan delikueni. (Kartono, 2008: 18).

Aktifitas remaja Jepang dibagi menjadi dua, yaitu positif dan negatif, aktifitas remaja yang konsumtif secara psikologis dilakukan untuk memenuhi kebutuhan jasmani maupun rohani. Masyarakat Jepang khususnya para remaja saat ini telah menjadi 'masyarakat yang konsumtif dan juga masyarakat pengonsumsi sesuai keinginan. Berdasarkan survei

yang dilakukan oleh Japan Tourism Ministry (Kono, 2008: 2) mengenai pola menghabiskan pendapatan yang bisa dibelanjakan anak muda Jepang berusia 20-an pola konsumsi anak muda Jepang dewasa ini berkisar pada gaya hidup, mode dan tren terbaru.

Bentuk aktivitas mengkonsumsi barang mewah pada remaja ini membawa mereka kepada kebiasaan baru. Salah satu aktifitas remaja Jepang yang cukup terkenal dan cenderung negatif saat ini adalah konsep gadis sekolah berkencan dengan laki-laki yang lebih tua demi mendapatkan imbalan baik berupa uang maupun barang, di Jepang dikenal dengan istilah Enjo-Kōsai (kencan dengan diberi imbalan) (Rani, 2014: 1-12).

2.5 Konsumerisme

Konsumtif menurut kamus besar Indonesia memiliki arti bersifat konsumsi (hanya memakai, tidak menghasilkan sendiri) (KBBI, 2021). Menurut Setiaji, perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang-barang dengan cara berlebihan dan tidak bijaksana, dengan tujuan untuk menunjukkan status sosial dan keistimewaan. Orang yang memiliki perilaku konsumtif cenderung membelanjakan uang mereka dengan tidak rasional dan terburu-buru untuk memiliki barang-barang tertentu (Khoirunnas, 2017: 5).

Menurut pendapat Djamaludin Ancok, perilaku konsumtif bertendensi membuat masyarakat menjadi lebih membuang produk, yaitu mereka suka mengganti produk yang dimilikinya dalam kurun waktu yang tidak lama bahkan singkat (Djamaludin Ancok, 1995: 60). Ini dapat diterjemahkan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan membeli dan mengonsumsi produk secara berlebihan untuk mencapai kepuasan dalam diri individu sehingga mereka merasa lebih baik dan berbeda dari orang lain.

Menurut Elly M. Setiadi dan Usman Kolip, perilaku konsumtif disebabkan oleh pengaruh globalisasi, dimana gaya hidup mewah (hedonisme) menjadi idaman dan pujian bagi individu (Setiadi dan Kolip, 2011: 734). Sumartono mengatakan bahwa perilaku konsumtif lebih mengarah pada pemakaian produk yang berlebihan dan tidak dihabiskan

atau terbuang sia-sia (Sumartono, 2002: 19). Dalam hal ini menyatakan bahwa perilaku konsumtif pembelian barang konsumsi oleh seseorang cenderung produk yang kurang bermanfaat.

Dari pandangan para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai tindakan seseorang yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional, dimana seseorang lebih memperhatikan keinginan daripada kebutuhan dalam membeli dan menggunakan produk. Tindakan ini ditandai dengan gaya hidup yang mewah dan berlebihan, serta penggunaan barang-barang yang paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik.

2.5.1 Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif pada setiap individu dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumtif meliputi motivasi, persepsi, sikap, dan kepercayaan. Sementara faktor eksternal yang mempengaruhi meliputi budaya, kelas sosial, pengaruh keluarga dan lingkungan. Faktor-faktor internal seperti motivasi, proses belajar, dan konsep diri juga mempengaruhi perilaku konsumtif. Berikut adalah beberapa faktor yang bisa mempengaruhi perilaku konsumtif:

a. Faktor Internal:

Beberapa faktor internal yang juga turut andil dalam mempengaruhi individu untuk memiliki gaya hidup konsumtif adalah motivasi, persepsi, sikap pendirian dan kepercayaan (Kotler dan Armstrong, 2008: 172-177)

a) Motivasi

Motivasi dapat mendorong seseorang untuk membeli produk, barang atau jasa tanpa memperhatikan faktor rasional. Jika seseorang memiliki motivasi yang kuat untuk memiliki suatu produk, barang atau jasa, maka dia cenderung akan membelinya tanpa mempertimbangkan apakah itu dibutuhkan atau tidak, atau

apakah harganya layak atau tidak. Motivasi dapat menjadi faktor yang kuat dalam menentukan perilaku konsumtif seseorang.

b) Persepsi

Persepsi sangat erat kaitannya dengan motivasi, dimana persepsi yang baik dapat meningkatkan motivasi seseorang untuk bertindak. Jika seseorang memiliki persepsi yang positif tentang suatu produk, barang atau jasa, maka dia akan lebih cenderung untuk membelinya dan mengkonsumsinya. Namun, jika persepsi yang dibentuk oleh individu itu baik, maka dia akan bertindak secara rasional dan tidak terpengaruh oleh motivasi yang tidak rasional. Oleh karena itu, persepsi yang baik dapat membantu seseorang untuk bertindak secara rasional dalam perilaku konsumtifnya.

c) Sikap Pendirian dan Kepercayaan

Sikap, pendirian, dan kepercayaan dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang. Melalui proses belajar dan bertindak, seseorang akan memperoleh kepercayaan dan pendirian tertentu tentang produk, barang, atau jasa yang dikonsumsi. Namun, jika seseorang memiliki kepercayaan yang berlebihan pada penjual atau pendirian yang tidak stabil, maka hal tersebut dapat menyebabkan perilaku konsumtif yang tidak rasional.

Kepercayaan yang berlebihan pada penjual, dapat membuat seseorang terlalu percaya dengan janji-janji yang diberikan, sehingga dia akan membeli barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Sedangkan pendirian yang tidak stabil, dapat membuat seseorang tidak dapat membuat keputusan yang matang dan cenderung terpengaruh dengan faktor lain seperti iklan atau tekanan dari orang lain.

b. Faktor Eksternal:

Perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh lingkungan di mana ia dilahirkan dan dibesarkan serta menjalani kehidupan sehari-hari.

Beberapa variabel yang termasuk dalam faktor eksternal atau faktor yang berasal dari luar yang mempengaruhi individu dalam berperilaku konsumtif adalah kebudayaan, kelas sosial dan kelompok sosial serta keluarga dapat diuraikan sebagai berikut (Refika Aditama, 2002: 39) :

a) Budaya

Budaya adalah sekumpulan norma, nilai, tradisi, serta karya seni yang diterima dan dikembangkan oleh sebuah kelompok sosial. Budaya mencakup berbagai aspek kehidupan seperti bahasa, makanan, pakaian, rumah, seni, serta sistem nilai dan keyakinan. Budaya dapat berkembang dan berubah seiring dengan perkembangan zaman dan interaksi antar kelompok sosial. Budaya juga dapat berbeda di antara berbagai daerah atau negara.

b) Kelas sosial

Kelas sosial adalah kategori sosial yang ditentukan oleh perbedaan ekonomi, pendidikan, pekerjaan, dan status sosial yang diterima dalam masyarakat. Kelas sosial dapat dibedakan menjadi tiga kategori utama yaitu kelas atas, kelas menengah, dan kelas bawah. Kelas atas terdiri dari orang-orang yang memiliki kekayaan dan kedudukan yang tinggi, sementara kelas bawah terdiri dari orang-orang yang memiliki pendapatan rendah dan kesempatan yang terbatas. Kelas menengah terdiri dari orang-orang dengan pendapatan dan kedudukan yang berada di antara kedua kelas tersebut (Kotler dan Armstrong, 2008: 172-177).

c) Pengaruh keluarga dan lingkungan

Keluarga dan lingkungan dapat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sifat konsumtif seseorang. Keluarga dapat mempengaruhi sifat konsumtif seseorang melalui model perilaku yang ditunjukkan oleh anggota keluarga yang lain, serta dengan memberikan dukungan atau tekanan untuk membeli atau mengonsumsi barang tertentu.

Lingkungan sosial juga dapat mempengaruhi sifat konsumtif seseorang melalui pengaruh iklan, teman sebaya, dan norma sosial

yang diterima dalam masyarakat. Sebagai contoh, jika seseorang tinggal di lingkungan yang mewah dan kaya, maka kemungkinan besar ia akan lebih cenderung untuk mengkonsumsi barang-barang yang mewah atau mahal dibandingkan dengan seseorang yang tinggal di lingkungan yang sederhana. Begitu juga jika seseorang memiliki teman yang suka belanja, maka ia juga akan cenderung untuk ikut-ikutan belanja, walaupun dia sendiri tidak memiliki kebutuhan yang tepat. Sedangkan dari sisi keluarga, jika anggota keluarga yang lain suka belanja atau memiliki gaya hidup yang mewah, maka anak akan cenderung untuk mengikuti gaya hidup tersebut juga.

2.5.2 Indikator Perilaku Konsumtif

Berikut adalah beberapa indikator yang ada pada diri seseorang memiliki perilaku konsumtif:

- a. Konsumsi barang atau jasa yang tidak rasional atau berlebihan, yaitu seseorang yang mengkonsumsi suatu barang atau jasa dengan jumlah yang tidak seharusnya atau melebihi dari yang diperlukan.
- b. Pembelian barang atau jasa yang tidak sesuai dengan kebutuhan, yaitu seseorang yang membeli barang atau jasa tanpa memperhatikan apakah ia memiliki kebutuhan akan barang atau jasa tersebut atau tidak.
- c. Pengambilan keputusan pembelian yang tidak didasarkan pada pertimbangan rasional, yaitu seseorang yang membeli suatu barang atau jasa tanpa melakukan analisis atau pertimbangan yang matang.
- d. Ketagihan terhadap barang atau jasa tertentu, yaitu seseorang yang menjadi tergantung pada suatu barang atau jasa dan merasa tidak dapat hidup tanpa barang atau jasa tersebut.
- e. Ketergantungan pada konsumsi untuk mencapai kepuasan, yaitu seseorang yang hanya dapat merasa puas dengan hidupnya ketika ia sedang mengkonsumsi suatu barang atau jasa tertentu.

2.6 Materialisme

Materialisme materialisme /*ma-te-ri-al-is-me*/ /*mat rialisme*/ adalah pandangan hidup yang mencari dasar segala sesuatu yang termasuk kehidupan manusia di dalam alam kebendaan semata-mata dengan mengesampingkan segala sesuatu yang mengatasi alam indra (<https://kbbi.web.id/materialisme>).

Belk (1985: 113), mendefinisikan materialisme sebagai ” *the importance a consumer attaches to worldly possessions* ” (sebuah kelekatan seseorang pada kepemilikan barang duniawi yang penting). Definisi tersebut menegaskan bahwa materialisme terkait dengan masalah kepemilikan barang duniawi yang dianggap penting dalam hidup.

Pada definisi yang lain, materialisme adalah pandangan yang berisi orientasi, sikap, keyakinan, dan nilai-nilai hidup yang menekankan atau mementingkan kepemilikan barang-barang material atau kekayaan material di atas nilai-nilai hidup lainnya, seperti yang berkenaan dengan hal-hal spiritual, intelektual, sosial, dan budaya (Kasser, 2002: 8).

Menurut Richins dan Dawson (1992: 303-316), Seseorang yang memiliki gaya hidup materialistis dikenal meyakini 3 hal yang mana ketiganya merupakan aspek-aspek nilai materialisme, yaitu:

a. Acquisition Centrality.

Keyakinan bahwa kepemilikan barang dan uang adalah tujuan hidup yang paling utama. seseorang yang materialistis menempatkan barang dan uang tersebut dan pemerolehannya di pusat kehidupan mereka. Kepemilikan barang-barang berharga dan banyak uang memberikan makna dan tujuan bagi mereka, serta menjadi salah satu motivasi bagi aktivitas atau usaha keseharian. Pada titik puncaknya, seseorang yang menganut gaya hidup materialistis dapat dikatakan memuja benda-benda, dan pengejaran atas benda-benda tersebut menggantikan tempat agama dalam menstruktur kehidupan dan mengarahkan perilaku mereka.

b. Acquisition as the Pursuit of Happiness

Keyakinan bahwa memiliki barang dan uang adalah jalan untuk mencapai kebahagiaan pribadi, hidup yang lebih baik, dan identitas diri yang positif. Individu yang materialistik melihat hal-hal tersebut sebagai hal yang sangat penting untuk memuaskan hidup dan kesejahteraannya. Mereka lebih mengejar kebahagiaan melalui pembelian barang daripada melalui hubungan pribadi, pengalaman, atau prestasi.

c. Possession-Defined Success

Keyakinan bahwa besar dan bermacam-macamnya barang dan uang yang dimiliki merupakan penilaian dari tingkat keberhasilan diri dan orang lain. Individu yang materialis biasanya menilai keberhasilan diri dan orang lain berdasarkan jumlah dan kualitas barang yang dimiliki. Mereka memandang kebahagiaan dan kesejahteraan material sebagai bukti kesuksesan dan pemikiran yang benar. Nilai dari sebuah barang tidak hanya dari status yang dapat memberikan, tetapi juga memproyeksikan identitas dan perasaan diri yang diinginkan sebagai bagian dari hidup sempurna yang dicari.

2.6.1 Faktor-faktor Materialisme.

Pandangan atau cara hidup materialisme ini tentu saja tidak muncul begitu saja dalam kehidupan seseorang, beberapa faktor yang menyebabkan sifat materialisme ini muncul dalam diri seseorang (Kasser, Ryan, Couchman, Sheldon, 2004: 11-28), yaitu:

- a. Pertama *Insecurity*, Rasa *Insecure* seringkali menjadi alasan utama seseorang menjadi materialistik. Mereka merasa bahwa memiliki banyak barang dan uang akan membuat mereka merasa lebih aman dan terlindungi dari rasa cemas dan ragu. Dalam hal ini, pesan-pesan yang menekankan pentingnya uang dan kepemilikan

benda-benda memberikan pemaparan pada individu untuk hidup dengan sifat materialistik.

b. Kedua, gaya hidup materialistik yang ada pada keluarga dan teman sebaya, serta yang ditonjolkan oleh media, dapat mempengaruhi perilaku materialistik pada individu. Hal ini juga terjadi karena pengiklanan dan promosi kapitalisme yang meluas.

c. Ketiga, Iklan yang dipengaruhi oleh sistem kapitalis memberikan model yang dapat membuat seseorang merasa kurang berharga. Akibatnya, orang yang terpengaruh akan berusaha untuk mengatasi perasaan tersebut dengan memiliki uang atau barang-barang yang dipromosikan dalam iklan tersebut.

2.6.2 Indikator Materialisme.

Beberapa indikator dari perilaku materialisme bisa dijabarkan sebagai berikut (Polak & McCoullough, 2006: 343-360):

- a. Konsentrasi yang tinggi pada pemilikan barang-barang mewah atau mahal, yaitu seseorang yang sangat fokus pada pemilikan barang-barang yang dianggap mewah atau mahal. Mereka merasa perlu memiliki barang-barang tersebut untuk merasa puas atau merasa memiliki status sosial yang tinggi.
- b. Mengejar status sosial melalui pemilikan barang-barang material, yaitu seseorang yang merasa bahwa pemilikan barang-barang mewah atau prestisius akan membuat mereka dihormati atau diakui oleh orang lain. Mereka mengejar status sosial melalui pemilikan barang-barang material.
- c. Menempatkan nilai material di atas nilai-nilai non-material seperti hubungan, kesehatan, atau lingkungan, yaitu seseorang yang lebih mementingkan pemilikan barang-barang material daripada nilai-nilai non-material seperti hubungan yang baik dengan keluarga atau teman, kesehatan, atau perhatian terhadap lingkungan.
- d. Mengejar kepuasan diri melalui pembelian barang-barang, yaitu seseorang yang menganggap bahwa pembelian barang-barang mewah

atau prestisius akan membuat mereka merasa lebih puas atau bahagia. Mereka menempatkan pembelian barang-barang sebagai salah satu cara untuk mencapai kepuasan diri.

- e. Menilai orang lain berdasarkan barang-barang yang mereka miliki, yaitu seseorang yang menganggap orang lain yang memiliki barang-barang mewah atau prestisius sebagai orang yang lebih baik atau lebih berharga dibandingkan orang yang tidak memilikinya. Mereka menganggap bahwa orang yang memiliki barang-barang mewah atau prestisius memiliki status sosial yang lebih tinggi.

2.7 Hedonisme

Hedonisme secara etimologis, berasal dari bahasa Yunani, ialah ἡδονισμός *hēdonismos* dari kata dasar ἡδονή *hēdonē*, yang maksudnya kesenangan. Secara simpel penafsiran hedonisme mengacu pada mengerti kesenangan terhadap kenikmatan hidup. Jadi, orang yang menganut mengerti ini berpikiran kalau kebahagiaan serta kesenangan (*pleasure*) dapat diraih dengan melaksanakan banyak kesenangan serta menjauhi hal-hal yang menyakitkan (*pain*) di dunia (<https://id.wikipedia.org/wiki/Hedonisme>).

Menurut Burhanuddin (1997: 81), Hedonisme adalah keyakinan bahwa suatu hal baik dalam kehidupan harus membawa kesenangan dan menghindari penderitaan. Konsep ini mengatakan bahwa hal-hal yang tidak menyenangkan dan menimbulkan kesulitan adalah hal-hal yang buruk.

Menurut Sarwono (1989: 14), Pengertian hedonisme adalah filosofi hidup yang menempatkan kesenangan sebagai prioritas utama. Seseorang menjalani hidup mereka sesuai dengan apa yang dipandang sebagai sumber kesenangan dan kebahagiaan bagi mereka. Misalnya, seorang atlet mungkin memiliki gaya hidup sehat sebagai prinsip hidup dan menganggap itu sebagai sumber kesenangan dan kebahagiaan bagi mereka.

Sesuai dengan uraian diatas, penulis menyimpulkan bahwa Hedonisme adalah cara hidup atau yang memegang asas kesenangan, yaitu dengan menganggap kesenangan dan kebahagiaan adalah tujuan dari hidup,

maka pelaku paham hedonisme tersebut menghindari segala sesuatu hal yang bersifat merepotkan, atau menyusahkan, karena tidak sesuai dengan paham hidupnya yaitu Hedonisme.

2.7.1 Faktor-faktor Hedonisme

Menurut Kotler dan Armstrong (2008: 34) Faktor yang mempengaruhi gaya hidup hedonisme dapat dibedakan menjadi dua, yaitu yang berasal dari dalam diri individu (Internal) dan yang berasal dari luar individu (External). Faktor internal berkaitan dengan keyakinan diri individu untuk hidup sesuai dengan keinginan mereka.

Adapun Faktor Internal antara lain:

a) sikap terhadap gaya hidup hedonisme

Seseorang menganggap bahwa sikap yang harus ditunjukkan adalah mewah, megah, dan suka menjadi pusat perhatian orang lain. Pengamatan dan pengalaman, seseorang melakukan pengamatan terhadap orang lain yang dianggap berkompeten dalam dirinya untuk tampil lebih baik. Dari pengamatan tersebut direalisasikan dari pengalaman yang telah dilaluinya sehingga seseorang ingin bertingkah laku sama dengan apa yang diamati dan dari pengalamannya tersebut. Misalnya kagum terhadap artis dan ingin menirukan penampilan artis tersebut dan bergaya hidup hedonisme.

b) Kepribadian

Perbedaan antar individu dalam hal karakteristik psikologis yang mempengaruhi perilaku mereka. Kepribadian seseorang memainkan peran penting dalam menentukan bagaimana dia akan bereaksi dan bertindak, jika gaya hidup hedonisme sesuai dengan kepribadian mereka, maka mereka akan mengikutinya.

c) Motif

Sebagian orang melakukan tindakan karena memiliki keinginan untuk memenuhi kebutuhan, seperti kebutuhan untuk merasakan kenyamanan dan memiliki hal-hal yang sederhana. Ini adalah contoh

motif yang memotivasi individu untuk mengikuti gaya hidup hedonisme, sehingga kebutuhan mereka akan penerimaan diri terpenuhi.

d) **Kontrol Diri**

Kontrol diri adalah mekanisme bagi seseorang untuk mengatur dan membatasi tindakan dan emosinya. Orang yang memiliki kontrol diri yang kuat cenderung memiliki kemampuan untuk menahan diri dari godaan dan membatasi perilakunya, termasuk dalam hal mengikuti gaya hidup hedonisme. Sebaliknya, orang yang memiliki kontrol diri yang lemah lebih mudah terpengaruh oleh gaya hidup hedonisme. Dalam hal ini, individu yang hedonis akan berorientasi pada kebahagiaan dan memilih untuk bergabung dengan kelompok sosial yang lebih mapan dan memiliki gaya hidup mewah.

Gaya hidup hedonisme yang berasal dari faktor eksternal

Yaitu muncul dari faktor eksternal individu dan dipengaruhi oleh grup pengaruh. Grup pengaruh adalah kelompok yang memberikan dampak baik langsung maupun tidak langsung pada tingkah laku dan pandangan seorang individu. Pada Grup pengaruh, terdapat beberapa cara yang digunakan oleh kelompok pengaruh untuk mempengaruhi pilihan dan perilaku individu, yaitu:

a) Pengaruh utilitarian (normatif),

Pengaruh dari kelompok acuan dapat terlihat melalui tekanan untuk mematuhi norma kelompok atau mempengaruhi perilaku dan sikap seseorang melalui pengaruh normatif.

b) Pergaulan teman sebaya (*peer group*),

Orang akan sangat terpengaruh oleh lingkungan pergaulannya untuk mengikuti gaya hidup lingkungan, jika lingkungannya mengikuti gaya hidup hedonisme, maka individu dalam lingkungan itu akan cenderung mengikuti gaya hidup hedonis untuk tetap diterima dalam lingkungan tersebut. Ini karena intensitas interaksi dan perkembangan sosial lebih banyak melibatkan teman sebaya dibandingkan orang tua.

c) Nilai ekspresif,

Nilai ekspresif adalah keinginan seseorang untuk membangun hubungan psikologis dengan suatu kelompok. Dalam hal ini, individu membutuhkan penerimaan dari sebuah komunitas atau kelompok, sehingga mereka mematuhi nilai dan norma yang berlaku di kelompok tersebut. Tujuannya adalah untuk meningkatkan citra diri di mata orang lain.

d) Informasi

Teknologi informasi memiliki pengaruh besar pada gaya hidup. Perkembangan teknologi kini sudah menjangkau generasi muda hingga generasi tua. Teknologi informasi membawa perubahan gaya hidup menjadi lebih modern dan mengikuti keinginan untuk meraih kepuasan. Individu sangat terpengaruh dan cenderung mengikuti gaya hidup hedonisme karena adanya media cetak, media massa, dan media online yang mudah diakses dan mempengaruhi gaya hidup seseorang.

e) Keluarga

Peran Keluarga sangat signifikan dalam membentuk sikap dan perilaku seseorang, karena faktor-faktor keluarga berpengaruh besar pada individu. Jika keluarga memiliki gaya hidup hedonis, maka secara tidak sadar akan mempengaruhi anggota keluarga untuk memiliki sikap hedonis. Ini karena pola tingkah laku orang tua membentuk kebiasaan anak yang kemudian menjadi pola hidup mereka.

f) Kelas sosial

Dalam masyarakat, banyak ditemukan kelompok-kelompok individu yang berbeda. Kelompok ini dibentuk berdasarkan perbedaan tingkatan sosial, dan masing-masing kelompok relatif homogen dan stabil dalam struktur sosial. Anggota dalam setiap kelompok memiliki minat dan perilaku yang serupa. Dalam kelas sosial yang mempraktikkan gaya hidup hedonisme, orang akan secara tidak sadar mengikuti gaya hidup hedonis dalam komunitasnya.

2.7.2 Indikator Hedonisme

Menurut Rahardjo dan Silalahi (2007: 34), beberapa karakteristik gaya hidup hedonisme meliputi tinggal dan hidup di kota besar yang memungkinkan akses informasi yang mudah, berasal dari kalangan ekonomi atas dan memiliki banyak uang untuk mendukung gaya hidup, mengikuti perkembangan fashion dari majalah-majalah mode, memiliki penampilan yang modis, trendy dan sangat memperhatikan penampilan. Berdasarkan uraian yang ada, dapat disimpulkan bahwa karakteristik gaya hidup hedonisme dapat dikenali melalui berbagai indikator dan kriteria seperti:

- a) Suka mencari perhatian
Para penjunjung gaya hidup hedonisme biasanya lebih suka menjadi pusat perhatian dari sekitarnya karena hal tersebut bisa membuat rasa percaya diri mereka meningkat.
- b) Cenderung impulsif
Tak jarang kalau para pelaku hedonisme cenderung impulsif karena mereka selalu mengikuti insting mereka dalam melakukan rutinitas sehari-hari.
- c) Kurang rasional
Kurangnya berpikir secara rasional karena mereka bertindak dan berpikir tanpa memikirkan akibat dari tindakan mereka, apabila hal tersebut bersangkutan dengan kesenangan dan perasaan mereka.
- d) Cenderung *follower* (Pengikut)
Mereka lebih suka menjadi *follower* (pengikut) dan mudah dipengaruhi oleh hal-hal yang bersangkutan dengan kesenangan sementara.
- e) Mudah dipengaruhi teman
Karena mereka suka mencari perhatian dan kurangnya berpikir rasional, mereka jadi lebih mudah dipengaruhi teman dan lingkungan sekitar mereka, apabila hal tersebut bisa membuat mereka semakin mendapatkan perhatian dari sekitarnya.
- f) Senang mengisi waktu luang di luar

Dengan berada diluar, bisa membuat diri mereka berkumpul bersama teman-teman yang menganut gaya hidup yang sama, seperti hedonisme, dikarenakan mereka sangat mementingkan pendapat orang lain terhadap diri mereka agar bisa menjadi percaya diri tentang diri sendiri.

2.8. Prostitusi

Prostitusi berasal dari bahasa Latin yaitu *pro-stituere* atau *pro-stauree* yang berarti membiarkan diri berbuat zina, melakukan persundalan, percabulan dan pergendakan. Sosiolog A.O. Yakovleva (2008) memberikan definisi sebagai berikut: "Pelacuran adalah fenomena sosial dicirikan oleh hubungan seksual di luar nikah sistematis yang dapat bersifat rahasia atau terbuka dan memiliki karakter yang terasing secara emosional".

Prostitusi di Jepang merupakan masalah yang kontroversial dan kompleks, meskipun dianggap ilegal masih ada banyak tempat yang menawarkan jasa prostitusi secara terang-terangan. Pemerintah Jepang telah berusaha untuk mengurangi tingkat prostitusi, namun masih terdapat masalah dalam perlindungan hak asasi perempuan yang terlibat dalam industri ini. Prostitusi juga menjadi sumber masalah seperti penyebaran penyakit menular seksual dan perdagangan manusia.

Walaupun terdapat masalah tersebut, prostitusi telah menjadi bagian dari budaya Jepang selama berabad-abad dan masih terus berlangsung hingga saat ini. Industri seks, yang didukung oleh sikap Jepang terhadap seks dan terutama standar seksual yang tidak terlalu berat bagi laki-laki, didirikan dengan baik. Industri seks, yang disebut *mizu shobai*, terjadi dari restoran dan pub hingga teater striptis dan pemandian dengan kamar pribadi.

Namun, *mizu shobai* (istilah rumah bordil di Jepang) tidak selalu mencakup prostitusi, melainkan merujuk secara umum ke dunia bar malam hari, hiburan dewasa, dan seks di kota-kota Jepang. Karena UU Pencegahan Prostitusi melarang prostitusi, jika memang ada, diasumsikan dilakukan oleh PSK secara pribadi, bukan di bawah pengawasan pemilik toko (Mirza, 2016). Banyak yang percaya bahwa alasan utama wanita beralih ke prostitusi adalah karena kemiskinan. Namun, survei Pemerintah Jepang

tahun 1986 dan 1997 menunjukkan bahwa lebih dari 80 persen pelacur Jepang berasal dari kelas menengah. Mayoritas para PSK ini memulai pekerjaan bukan karena hidup susah, melainkan karena mereka mencari jalan cepat menuju kehidupan yang lebih mewah (Wakabayashi, 2013: 32).

Banyak dari pelacur muda, terutama remaja, memilih pelacuran untuk membayar pakaian, hiburan, dan perjalanan. Selain itu, gaya prostitusi telah menjadi beragam, membuat prostitusi lebih dikenal secara umum dan menjadi bagian dari pengalaman sehari-hari di Jepang. Selain itu, ada perbedaan kekuatan ekonomi yang signifikan antara pria dan wanita di Jepang. Pada tahun 2002, upah rata-rata wanita adalah 66,5 persen dari upah rata-rata pria.

Meningkatnya pekerjaan paruh waktu dan temporer bagi banyak perempuan Jepang, yang didorong untuk memperbaiki situasi ekonomi Jepang, telah memainkan peran utama dalam membatasi upah perempuan secara keseluruhan. Di sisi lain, dalam industri seks, wanita dapat menghasilkan uang sebanyak pria dan mereka dapat melakukannya dalam waktu yang lebih singkat. Oleh karena itu, wanita yang ingin mendapatkan uang dengan cepat, cenderung memasuki industri seks, dengan kata lain, sistem sosial mendorong perempuan ke arah industri seks karena memungkinkan perempuan mencapai kesetaraan ekonomi dengan laki-laki (Kwan, 2018: 44).

Sementara industri seks makmur di Jepang, pada 1970-an, wisata prostitusi ke negara-negara Asia lainnya berkembang pesat. Pria Jepang meninggalkan Jepang untuk berhubungan seks dengan pelacur di negara lain. Berbeda dengan sekarang, bepergian ke negara-negara Asia lainnya tidak populer. Bagi seorang pria untuk bepergian ke Asia berarti dia melakukannya dengan tujuan untuk membeli wanita Asia.

Agen perjalanan Jepang mengatur tur kelompok bagi pria untuk menginap di hotel yang indah, berjalan-jalan di sekitar pusat hiburan, dan untuk menunjukkan gadis-gadis muda yang berdiri di atas panggung dengan angka. Praktik ini telah dikritik habis-habisan oleh kelompok feminis dan

masyarakat internasional pada umumnya. Jepang telah melakukan upaya untuk mengatasi masalah ini (Wakabayashi, 2013: 34).

2.8.1. Sejarah Prostitusi di Jepang

Pada periode Edo (1600-1868), ada dua bentuk prostitusi di Jepang: swasta dan diatur negara. Bentuk prostitusi yang diprivatisasi termasuk pejalan kaki, pelayan di kedai teh (*chaya*), dan petugas mandi di pemandian umum. Pelacur yang diatur negara berkisar dari pelacur biasa (*joro*) hingga pelacur (*tayu* atau *oiran*), prostitusi yang diatur negara dimulai pada tahun 1617 dan berlangsung lebih dari 300 tahun hingga diundangkannya Undang-undang Pencegahan Prostitusi pada tahun 1956, yang secara nasional melarang prostitusi (Broma-Smenda, 2014 20-34).

Selama periode ini, ada prostitusi publik di 25 kabupaten yang diatur di bawah peraturan dan dukungan pemerintah. Pelacur di distrik-distrik ini adalah istri dan anak perempuan petani yang dijual sebagai budak kepada pemilik rumah bordil di bawah kontrak layanan kontrak. Usia para pelacur ini berkisar antara usia empat belas hingga dua puluh tujuh tahun. Ketika Jepang mengadopsi Pemerintah Meiji modern pada tahun 1868, prostitusi masih ada sejak zaman Edo. Namun, tekanan internasional memaksa Pemerintah Meiji untuk mengeluarkan Undang-undang Pembebasan Pelacur pada tahun 1872. Undang-undang ini membebaskan semua pelacur yang terikat kontrak, melarang lalu lintas orang, dan membatalkan semua hutang yang dihasilkan dari perdagangan. tetapi, pada tahun 1873, Tokyo Rental Room dan Peraturan Prostitusi 16 disahkan. Peraturan ini mengadopsi skema perizinan sewa kamar, di mana seorang pelacur menjadi “kontraktor independen” berlisensi dan rumah bordil adalah “layanan sewa kamar”, yang memungkinkan rumah bordil tetap ada (Kwan, 2018: 44-45).

Pada tahun 1900, dalam menanggapi kelompok reformis sosial seperti *Kyofu Society of Japanese Christian Women* (Kelompok Wanita Kristen Kyofu Jepang), yang melobi pemerintah untuk menghapuskan sistem prostitusi publik sama sekali, pemerintah mengeluarkan Peraturan

untuk Pengendalian Pelacur. Peraturan ini mengizinkan pelacur untuk menghentikan prostitusi jika mereka melaporkan keinginan mereka untuk berhenti dari prostitusi ke polisi. Namun dalam praktiknya, mereka sering dibawa kembali ke rumah bordil karena polisi bersekongkol dengan pemilik rumah bordil. Lebih penting lagi, regulasinya, mengharuskan pelacur berusia lebih dari delapan belas tahun, untuk mendaftar ke pemerintah, dan untuk tinggal dan bekerja dalam batas-batas distrik lampu merah (Kwan, 2018: 45).

Akibatnya, sistem prostitusi publik tetap utuh sampai diundangkannya Undang-Undang Pencegahan Prostitusi untuk melarang prostitusi pada tahun 1956. Negara pada dasarnya memiliki dua alasan untuk mengatur prostitusi: menjaga ketertiban umum dan pencegahan penyakit menular seksual. Pemerintah lebih lanjut membenarkan kontrol prostitusi sebagai alat untuk mengurangi stres di masyarakat, terutama selama masa-masa sulit, seperti masa perang.

Strategi ini juga digunakan dalam sistem militer. Saat Jepang terlibat dalam perang, dari periode Meiji hingga periode Showa, sudah menjadi kebiasaan bahwa tentara akan membeli pelacur untuk mengurangi stres. Kebijakan pemerintah Jepang saat itu adalah “negara kaya, tentara yang kuat (*fukoku kyohei*)”. Namun, penyakit menular seksual di kalangan tentara menjadi perhatian yang signifikan bagi sistem militer.

Oleh karena itu, melegalkan dan mengatur prostitusi yang memungkinkan pemerintah untuk mengontrol “kualitas” para pelacur dianggap sebagai cara yang ideal untuk mempertahankan kekuatan militer, misalnya dengan menyediakan “wanita penghibur” bagi tentara di luar negeri (Kwan, 2018: 46).

Setelah Perang Dunia II, Panglima Tertinggi Kekuatan Sekutu (SCAP) 25 mengirimkan memorandum tentang penghapusan prostitusi berlisensi kepada pemerintah Jepang. Pada tahun 1947, pemerintah Jepang mengumumkan Peraturan Kekaisaran No. 9, yang menghukum individu yang memaksa wanita menjadi pelacur. Peraturan ini seharusnya menghapus prostitusi berlisensi. Namun, terlepas dari peraturan dan

tatamae ini, prostitusi tidak hilang di rumah bordil. Pemilik rumah bordil hanya menggunakan pengaturan sewa kamar, restoran, dan salon untuk menyembunyikan prostitusi (Kwan, 2018: 47).

Selain itu, pemerintah Jepang menetapkan daerah khusus yang disebut distrik garis merah di mana prostitusi diizinkan untuk dilanjutkan. Pada tahun 1956, Undang-Undang Pencegahan Prostitusi akhirnya diumumkan dan distrik-distrik garis merah dihapuskan. 30 Undang-Undang Pencegahan Prostitusi menandai peralihan pemerintah Jepang dari pengakuan prostitusi sebagai bisnis menjadi pelarangannya. Namun, itu tidak dimaksudkan untuk menghukum para pelacur itu sendiri (Wakabayashi, 2013: 37).

2.8.2 Jenis-jenis Prostitusi di Jepang

Menurut survei dari Kantor Perdana Menteri, pelacur di Jepang beroperasi dalam lima kategori:

1. *Gaishogata* pejalan kaki yang menawarkan dirinya dijalanan kepada pria-pria yang lewat.
2. *Fuzokueigyogata* yaitu hostes di bar dan tempat-tempat lain yang berlisensi dan diatur di bawah Undang-Undang Mengenai Perusahaan yang Mempengaruhi Kehormatan Umum.
3. *Koshitsu yokujogata* yaitu perempuan yang menjadi petugas kamar mandi pribadi.
4. *Shin fuzokutengata* yaitu nyonya rumah atau karyawan di tempat hiburan dewasa jenis baru, seperti kamar mandi pribadi atau panti pijat.
5. *Hakengata* yaitu gadis panggilan yang datang ke kamar hotel dan kondominium, diatur melalui telepon.

Pada tahun 1980-an, Kantor Perdana Menteri memperkirakan bahwa dari seluruh pelaku prostitusi, 15% berasal dari pejalan kaki, 12% berasal dari pelayan bar, 20% berasal dari pelayan kamar mandi pribadi, 11% berasal dari hostes hiburan dewasa, dan 42% berasal dari gadis panggilan. Undang-undang Pencegahan Prostitusi menyatakan bahwa pramugari bar, petugas kamar mandi pribadi, dan nyonya rumah hiburan dewasa tidak

boleh terlibat dalam *Honban* (hubungan seksual)(Broma-Smenda, 2014: 24).

Untuk menghindari hukuman dari Undang-Undang Pencegahan Prostitusi, pemilik berbagai toko seks melarang karyawan melakukan tindakan ini. Selain itu, pejalan kaki, kebanyakan dari mereka yang lahir di luar negeri, dapat ditangkap berdasarkan Pasal 5 UU Pencegahan Prostitusi. Menjamurnya klub telepon dan telepon seluler telah menjadikan gadis panggilan sebagai bentuk prostitusi yang paling mudah dan paling cepat berkembang (Wakabayashi, 2013: 38).

Operasi ini membutuhkan sedikit pengeluaran modal, memiliki banyak mobilitas, dan sulit ditemukan oleh pihak berwenang. Di mana *Enjo-Kōsai* cocok dengan skema ini tidak sepenuhnya jelas. Karena pekerjaan mereka tidak ditetapkan di tempat tertentu atau dikendalikan oleh siapa pun, maka tidak termasuk dalam kategori nyonya rumah bar, pelayan kamar mandi pribadi, atau nyonya rumah hiburan dewasa (Wakabayashi, 2013: 39)

2.9. *Enjo-Kōsai*

Enjo-Kōsai adalah fenomena yang berasal dari negara Jepang, bila diartikan secara etimolog *Enjo* (援助) berarti bantuan, pertolongan, dan *kousai* (交際) berarti kencan, hubungan, rekan, partner, dan jika diartikan secara harafiah, *Enjo-Kōsai* (援助交際) memiliki arti yang baik, yaitu pertolongan atau bantuan dalam hal kencan atau partner. Tetapi *Enjo-Kōsai* (援助交際) yang merupakan fenomena yang terjadi di kalangan remaja kota-kota besar Jepang merupakan hal yang meresahkan, karena Fenomena ini terjadi di kalangan remaja khususnya remaja putri di kota-kota besar seperti Tokyo dan Kyoto (Wikipedia, 2021).

Enjo-Kōsai adalah terminologi yang menggambarkan kejadian siswi sekolah yang menjual waktu dan badan mereka kepada pria dewasa. (Vice, 2019). Selain itu Fenomena *Enjo-Kōsai* menurut Kojien memiliki arti seperti yang dikutip dibawah ini. "Suatu hubungan dimana uang atau bantuan finansial menjadi imbalan, khususnya adalah istilah yang secara

tidak langsung mengandung arti prostitusi yang dilakukan oleh remaja perempuan dengan tujuan uang." (Liska, 2011: 25).

Enjo-Kōsai menjadi perhatian besar pada dekade 1990-an di Jepang ketika negara mengalami krisis ekonomi dan menjadi salah satu masalah terburuk dalam masyarakat. Gadis-gadis yang terbiasa dengan gaya hidup konsumeris terpaksa mencari uang dengan cara menawarkan jasa kencan demi membiayai kebutuhan mereka atau membeli barang-barang bermerek (Hapsari 2014: 24).

Isao Yamamoto dalam Artikelnya yang berjudul 「援助交際」の語り方--逸脱創出言説における「子ども」と「性」(*Enjo-Kōsai* Narasi: Anak dan Seks dalam Wacana Penciptaan yang Menyimpang) pada tahun 1998 menjelaskan bahwa seperti yang dikutip dibawah ini :

援助交際とは、未成年者が年上の相手と性的関係を持つことにより、金品や贈り物などを受け取ることを目的とした行為を指します。

Enjo-Kōsai adalah tindakan untuk tujuan menerima uang, hadiah, dll dengan melakukan hubungan seksual dengan pasangan yang lebih tua oleh anak di bawah umur (Yamamoto, 1998: 23).

Setelah itu dalam artikelnya yang berjudul 現代日本における「パパ活」の進展と性の非対称性の検討 (Pengembangan "Papa-katsu" di Jepang modern dan pemeriksaan asimetri gender) pada tahun 2021, Hinako Matsumoto menjelaskan bahwa *Enjo-Kōsai* adalah Seperti yang dikutip dibawah ini:

援助交際とは、男性が若い女性に一定の金額を支払い、一緒に時間を過ごすことを含む、デートや性的な関係を意味する行為です。

Kencan kompensasi (Enjo-Kōsai) adalah praktik kencan dan hubungan seksual yang melibatkan seorang pria membayar seorang wanita muda sejumlah uang untuk menghabiskan waktu bersama.

Dalam artikelnya tersebut, dirinya juga berkata bahwa *Papa-Katsu* adalah kata baru dari *Enjo-Kōsai* karena menurutnya *Papa-Katsu* dan *Enjo-Kōsai* adalah hal yang sama namun berbeda istilah. (Matsumoto, 2021: 8)

2.9.1 Sejarah *Enjo-Kōsai*

Sejarah dan perkembangan fenomena *Enjo-Kōsai* di Jepang. selama tahun 1990-an, dan pengaruh media, terutama majalah *Egg*, dalam menghasilkan gambar dan menyebarkan praktik yang sebenarnya di kalangan remaja. Berfokus pada gambaran umum *Enjo-Kōsai* sebagai bentuk prostitusi remaja, penelitian ini menelusuri kelahiran dan kemajuan praktik tersebut seiring munculnya dua narasi kontroversial yang mendominasi wacana politik dan akademis pada 1990-an: pemberdayaan dan pembebasan perempuan melalui *enjokōsai* di satu sisi, dan kontrol dan regulasi mereka oleh hegemoni maskulin tradisional di sisi lain.

Pandangan yang tampaknya bertentangan yang menghadirkan gagasan berlawanan tentang masa kanak-kanak tidak hanya terjadi di Jepang tetapi muncul dalam lingkungan budaya yang berbeda di peta global. Sejak awal 1990-an, anak perempuan menjadi pusat perhatian yang berkembang di seluruh dunia sebagai bagian dari meningkatnya wacana tentang perubahan makna kewanitaan yang berkembang dengan negosiasi konsep baru kewanitaan dan feminitas (Reise, 2017: 12).

Ada dua narasi kunci yang menjadi menonjol dalam perkembangan awal *Enjo Kosai*:

1. *Girl Power*, yang mengkonstruksi gadis yang kuat, tegas dan dinamis, simbol baru wanita muda tahun 1990-an, dan
2. *Reviving Ophelia*, yang berfokus pada gadis lemah, rentan dan rapuh yang membutuhkan perlindungan. dan bantuan.

Kedua wacana tersebut muncul pada saat yang sama, awal 1990-an, dan Gonick menyelidiki cara mereka benar-benar menggabungkan dan berbaur untuk membebaskan dan mengatur gadis-gadis muda pada saat yang sama (Reise, 2017: 13).

Wacana biner serupa muncul dan berkembang di Jepang pada 1980-an dengan gadis lemah yang imut diwakili dalam feminitas Hello Kitty dan gadis kuat dan mandiri yang diwakili dalam slogan tahun 1990-an, *Get Wild Be Sexy!* Sejak 1980-an, wanita lajang muda Jepang yang memperoleh otonomi finansial dan gaya hidup modern dikritik karena

kemandirian mereka yang egois, peningkatan konsumsi merek, dan kecanduan kemewahan, sebuah perilaku yang langsung mendefinisikan mereka sebagai 'gadis nakal'.

Penggambaran kritis gadis-gadis muda sebagai pelacur yang korup dan potensial dikembangkan dan diperluas di media, dan pada 1990-an mereka digambarkan sebagai dekaden, materialistis dan terlibat dalam kejahatan dan prostitusi. Citra perempuan muda yang berdaya dimanipulasi dan dikendalikan oleh wacana ganda yang saling terkait yang kebanyakan disaring melalui majalah mode dan media populer.

Teknik persalinan afektif dimanipulasi oleh majalah *Egg* dan berkorelasi dengan kesimpulan studi McRobbie. McRobbie mengeksplorasi citra pemberdayaan pasca-feminis baru yang diatur melalui majalah mode untuk mempertahankan kontrol maskulin atas gadis-gadis muda. Majalah menggambarkan gambar gadis independen yang kuat sebagai 'bentuk baru' kekuatan gender yang menyusun ulang matriks heteroseksual untuk mengamankan, sekali lagi, keberadaan hukum patriarki dan hegemoni maskulin. Dia melanjutkan dengan menunjukkan bahwa praktik seksual dikendalikan dan disajikan sebagai bentuk 'aktivitas rekreasi, hedonisme, olahraga, penghargaan dan status' yang memungkinkan gadis-gadis muda untuk menjadi bagian dari dunia maskulin dalam apa yang dia sebut 'pelanggaran berlisensi' (Reise, 2017: 15).

2.9.2 Faktor-faktor *Enjo-Kōsai*

Fenomena *Enjo-Kōsai* yang semakin berkembang dan tidak terorganisir ini beberapa tahun belakangan membuat pemerintah dan masyarakat Jepang untuk berpikir ulang tentang sistem sosial mereka. Mereka mencoba untuk memahami dan mengetahui apa faktor penyebab para remaja putri melakukan *Enjo-Kōsai* dan menjual diri. walaupun belum ada kesimpulan yang pasti, beberapa hal telah diidentifikasi sebagai faktor latar belakang munculnya fenomena ini.

Kawai Hayao (Hayao, 1997 : 23) seorang sosiolog berpendapat bahwa salah satu faktor *Enjo-Kōsai* adalah tekanan lingkungan remaja Jepang yang penuh dengan barang-barang mahal membuat mereka ingin memilikinya. Namun jika mereka tidak memiliki cukup uang untuk membeli barang-barang itu, mereka mencari sumber pendapatan. Salah satu cara untuk memperoleh uang adalah dengan melakukan *Enjo-Kōsai*.

Jun Nagamoto, seorang Sosiolog dari Universitas Keio, berkata bahwa faktor-faktor yang melatarbelakangi fenomena *Enjo-Kōsai* setidaknya ada 5 faktor, yaitu:

1. Kemajuan ekonomi Jepang mempengaruhi daya kendali individu dalam mengonsumsi barang.
2. Iklan dalam media massa menuntun konsumsi barang dan membentuk opini publik, terutama pada remaja, sehingga mereka melihat *Enjo-Kōsai* sebagai hal yang wajar untuk menghasilkan uang.
3. Perubahan struktur keluarga di Jepang membuat anggota keluarga memiliki sedikit waktu untuk berinteraksi satu sama lain.
4. Kelembagaan hukum tidak tegas dalam mengatasi masalah-masalah yang terkait dengan pelacuran.
5. Pendidikan sekolah hanya memberikan pemahaman akademis pada siswa-siswinya dan tidak menekankan nilai-nilai moral. (<http://www.yahoo.co.jp/Enjokousai/JunNagamoto/S96671jn@sfc.keio.ac.jp>)

Menurut hasil wawancara dari Channel Youtube : The Japan Reported terhadap Goripee sebagai manajer toko *Call-Girl* (Wanita panggilan) pada tahun 2021, para wanita yang terjun ke dunia Prostitusi di mulai dari masa sekolah, menurutnya salah satu faktor yang membuat para remaja mengikuti *Enjo-Kōsai* adalah *Bullying (Ijime)*/ Perundungan yang ada di lingkungan sekolah mereka serta pihak keluarga yang tidak memperlakukan para remaja tersebut sebagai anak dan kurang menyayangi mereka.

Kōsai dengan pria yang meneleponnya setelah melihat stiker foto purikura miliknya. Selanjutnya, pengenalan oleh teman adalah metode lain bagi perempuan untuk bertemu laki-laki untuk *Enjo-Kōsai* (Wakabayashi, 2013: 32).

Misalnya, ketika seorang gadis tidak bisa menangani semua *Oyaji* (ungkapan menghina yang berarti 'orang tua') yang memintanya untuk *Enjo-Kōsai*, dia dapat memperkenalkan beberapa dari mereka kepada teman-temannya. Selain itu, jika gadis remaja hanya ingin berkencan, yang merupakan salah satu jenis *Enjo-Kōsai*, dan tidak menjual tubuhnya, ia dapat memperkenalkan *Oyaji* kepada temannya yang bersedia melakukan jenis *Enjo-Kōsai* lain yang melibatkan hubungan seksual.

Perbuatan ini mirip dengan 'mucikari' yang seringkali berujung pada penyerahan berkas perkara ke kejaksaaan karena perbuatan tersebut melanggar Pasal 34 UU Kesejahteraan Anak. Menariknya, *Enjo-Kōsai* tidak hanya dilakukan oleh remaja putri. Menurut penelitian Maruta tentang *Enjo-Kōsai*, gadis dan wanita yang terlibat dalam *Enjo-Kōsai* berusia empat belas hingga lima puluh dua tahun, meskipun persen dari mereka berusia remaja atau dua puluhan. Pekerjaan mereka berkisar dari siswa sekolah menengah dan perguruan tinggi hingga pekerja kantor, pekerja paruh waktu, dan ibu rumah tangga.

Para pria yang melakukan *Enjo-Kōsai* sebagai pembeli memiliki rentang usia antara 19 hingga 80 tahun. Beberapa alasan kaum pria Jepang usia 50-an tertarik pada gadis Jepang usia 15 tahunan adalah karena kurangnya perhatian dari istri mereka karena faktor jam kerja yang berlebihan di Jepang. Oleh karena itu, mereka mencari gadis remaja yang bersedia menemani mereka untuk berkencan atau berhubungan seks.

Pekerjaan mereka termasuk pengusaha, pemilik toko, pemilik perusahaan, dokter, pengacara, profesor, polisi, guru sekolah menengah, dan mahasiswa. Sebagian besar pria berusia tiga puluhan dan empat puluhan dan memiliki kemampuan ekonomi untuk membayar *Enjo-Kōsai* (Wakabayashi, 2013: 30).

Enjo-Kōsai dapat mencakup berbagai hal, termasuk makan malam bersama, menonton film, atau pergi ke taman hiburan. Kontak seksual yang terlibat berkisar dari membiarkan pria menyentuh tubuh gadis itu dari luar pakaian hingga membiarkannya menyentuh tubuhnya secara langsung, atau pria yang membuat gadis itu menyentuh tubuhnya. Hubungan seksual sering terlibat. Harganya mungkin dari 30.000 yen hingga 50.000 yen.

Karena *Enjo-Kōsai* sering dilakukan secara anonim di 'Love Hotel', terutama ketika melibatkan hubungan seksual, ada risiko yang signifikan bagi gadis remaja untuk dipukuli atau diserang secara seksual karena perbedaan kekuasaan, status ekonomi, kecerdasan dan pengalaman di antara mereka. pria dan wanita.

Untuk menghindari bahaya seperti itu, para gadis lebih memilih hubungan jangka panjang, tetapi para pria tidak menyukai hubungan seperti itu karena risiko teridentifikasi yang lebih tinggi. Untuk perlindungan, dua gadis mungkin terlibat dalam satu *Enjo-Kōsai*, yang dikenal sebagai '*kyoyu-papa*', yang berarti Ayah Bersama (Wakabayashi, 2013: 29).