

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

ENJO-KOUSAI, KOMUNIKASI, DAN SOSIAL BUDAYA

Enjo-Kousai merupakan sebuah permasalahan yang sampai saat ini masih ada di Negara Jepang, terutama di kota-kota besar seperti Tokyo atau Osaka dan mengalami penyebaran sehingga menjadi sebuah fenomena yang dikenal oleh masyarakat luas. Ditambah dengan kemajuan di bidang teknologi komunikasi yang dapat membuat fenomena ini lebih terkenal luas dan memudahkan pelaku untuk bertemu. Dengan kehidupan sosial budaya masyarakat Jepang yang telah berubah seiring berkembangnya zaman, mempengaruhi gaya hidup para remaja terutama dalam bermasyarakat dan menumbuhkan sifat konsumtif.

2.1 Enjo-Kousai (援助交際)

Enjo-Kousai merupakan sebuah fenomena yang umum terjadi di Jepang, bagi orang Jepang *Enjo-Kousai* merupakan suatu istilah yang digunakan untuk merincikan sebuah fenomena gadis sekolah menengah yang menjual dirinya demi uang. Dalam artian lain *Enjo-Kosai* adalah orang dewasa yang membeli jasa dan anak di bawah umur sebagai penyedia jasa. (Laser, 2018). *Enjo-Kousai* yang terdiri dari 2 suku kata yakni Enjo (援助) yang memiliki makna pertolongan atau bantuan, sedangkan Kousai (交際) memiliki makna pergaulan. Jadi secara harfiah makna dari *Enjo-Kousai* berarti “pergaulan bantuan” (Wakabayashi, 2003:145), istilah ini diperkenalkan di tahun 1994 dalam surat harian Yomiuri Shinbun. (Pandiangan, 2015).

Isao Yamamoto melalui artikelnya yang dirilis pada tahun 1998 dengan judul 「援助交際」の語り方・逸脱創出における「こども」と「性」(*Enjo-Kousai: Anak dan Seks dalam Narasi dan Penciptaan yang Menyimpang*). Mengatakan pengertian Enjo Kosai sebagai berikut:

「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 Kousai to wa, miseinen-sha ga toshiue no aite to seiteki kankei o motsu koto ni yori, kinpin ya okurimono nado o uketoru koto o mokuteki to shita koui o sashimasu.”

“Enjo Kosai adalah tindakan anak dibawah umur yang melakukan hubungan seksual dengan orang yang lebih tua dengan tujuan menerima uang atau hadiah.” (Yamamoto, 1998: 23)

Dalam artikel lain yang ditulis oleh Hinako Matsumoto pada tahun 2021 dengan judul 「現代日本における「パパ活」の進展と性の非対称性の^{けんとう}検討」 (Pengembangan “Papa-Katsu” di Jepang modern dan pemeriksaan asimetri gender), mengartikan Enjo Kosai sebagai berikut:

「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」

“Enjo Kosai to wa dansei ga wakai jyosei ni ittei no kingaku wo shiharai, isyoni jikan wo sugosu kotow o fukumu, detto ya seitekina kankei wo imi suru koui desu”

“Enjo Kosai adalah kencan atau hubungan seksual yang melibatkan pria dewasa yang membayar seorang wanita muda dengan sejumlah uang untuk menghabiskan waktu bersama.” (Matsumoto, 2021: 8)

Istilah *Enjo-Kousai* ini mulai meluas terutama ke kota-kota besar seperti Tokyo dan Osaka, kemunculan fenomena ini menjadi topic yang hangat di tahun 1995. Menurut Thollar, *Enjo-Kousai* kerap kali digambarkan sebagai fenomena gadis remaja dengan rentan usia 13-19 tahun yang menjual tubuh dan waktu mereka kepada pria dewasa (Liska, 2011 : 14). Menurut Mamoru Fukutomi yang merupakan seorang pimpinan Asosiasi Pendidikan Psikologi Jepang (1997) menyebutkan bahwa *Enjo-Kousai* merupakan serangkaian kegiatan seksual sebagai bentuk pertukaran dengan uang atau barang (Liska, 2011), menurut penulis *Enjo-Kousai* ini memiliki arti seorang individu perempuan yang

menyadari bahwa tubuhnya memiliki nilai komersial dan memanfaatkannya untuk mendapatkan uang atau benda dari menawarkan diri kepada pria dewasa.

Pada dasarnya *Enjo-Kousai* atau *Enko* ini dapat dikategorikan sebagai sebuah prostitusi yang mana secara undang-undang merupakan sebuah pelanggaran jika anak dibawah umur melakukannya, tetapi dengan memanfaatkan celah, para pelaku tetap bisa melakukan prostitusi ini. Biasanya uang yang para gadis dapatkan akan digunakan untuk bermain-main atau dibelikan barang bermerek dan trendi. Akibatnya menimbulkan sifat konsumtif sehingga agar dapat memenuhi kebutuhan *lifestyle* yang tinggi mereka menawarkan diri untuk diajak kencan. (Hapsari, 2014:24)

Pada kencan pertama biasanya gadis *Enko* ini ditugaskan hanya untuk sekedar menemani makan malam, mengobrol, menonton bioskop atau karaoke. Seiring intensnya mereka, para pria paru baya ini akan mengajak gadis *Enko* untuk melakukan hubungan seks dengan bayaran yang lebih besar lagi. Dari penelitian yang dilakukan Pemerintahan Tokyo pada tahun 1996 disebutkan bahwa 3,8% siswi SMP dan 4,0% siswa SMA pernah melakukan *Enjo-Kousai*, hasil dari penelitian ini juga menyebutkan 38,1% dari mereka melakukan itu agar bisa dapat uang dan 52,4% nya menyebutkan bahwa uang itu dipakai untuk belanja.

Pada tahun 2003, sebanyak 4.412 remaja termasuk 19 siswa sekolah dasar, 1.315 siswa sekolah menengah, dan 1.882 siswa sekolah menengah atas ditahan atas tuduhan prostitusi. Mereka yang ditangkap mengatakan bahwa melacur secara sadar dan sukarela (71,4%), karena ingin menghabiskan uang (29,0%), karena ada pria yang mereka sukai (21,1%), karena penasaran (12,9%), dan karena menginginkan seks (5,5%), dan sisanya sebanyak seperempat remaja mengatakan bahwa teman mereka yang mengajak (26,0%). (Hays, 2014)

2.1.1 Pelaku *Enjo-Kousai*

Pelaku *Enjo-Kousai* pada umumnya adalah seorang remaja yang masih bersekolah menengah dengan rentan usia 14-18 tahun. Kebanyakan dari mereka

biasanya berasal dari keluarga golongan menengah, namun tidak sedikit yang berasal dari golongan bawah. Biasanya para pelaku *Enko* ini menjual dirinya hanya untuk mendapatkan uang agar bisa memenuhi biaya *lifestyle* mereka yang tinggi dalam berbelanja, hal inilah yang menyebabkan timbulnya sifat konsumerisme atau perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku individu yang tidak dapat menahan keinginannya untuk membeli barang yang tidak dibutuhkan tanpa melihat fungsi utama dari barang tersebut, yang artinya bahwa individu yang berperilaku konsumtif akan cenderung membeli barang berdasarkan keinginan dari pada kebutuhan (Ancok, 1995).

Namun ada juga pelaku *Enko* yang melakukan ini karena kendala pada ekonomi keluarga, seperti gadis yang diwawancarai oleh seorang jurnalis bernama Simon Ostrovsky, dalam channel youtubanya bernama *Vice News* yang di unggah pada tahun 2016, dalam wawancaranya Simon bertanya mengenai keadaan rumah dan alasan apa yang membuat gadis ini melakukan Enko, dan jawaban gadis ini adalah bahwa pada saat itu ibunya sedang mengalami sakit jiwa, dan kondisi keluarganya sudah hancur berantakan, gadis ini merasa tidak punya siapa-siapa dan bukan pula siapa-siapa, dan ketika gadis ini pergi ke Akibahara untuk melupakan masalahnya, dia diberikan sebuah selebaran untuk ikut jalan-jalan bersama *client*, gadis ini awalnya senang melakukannya karena bisa mendapatkan uang, akan tetapi semua berubah dengan cepat, gadis ini mengatakan bahwa dia mulai diberikan pilihan aneh, dan pilihannya ini dibuat berdasarkan negosiasi seperti menyentuh payudara atau hal-hal lainnya, bahkan gadis ini mengakui bahwa dia pernah dibayar untuk melakukan hubungan seksual.

Gambar 2.1 Simon yang Sedang Mewawancarai salah satu gadis Enko



Sumber : (Youtube, Vice News, Schoolgirls for Sale in Japan, 2015)

Wawancara lainnya bersama gadis berusia 17 tahun yang bernama Mio, Mio bersekolah menengah di daerah Tokyo, dia mengatakan di tahun awal melakukan *Enko* sudah berhubungan seks dengan seorang pria di ruang karaoke dan dibayar sebesar 30 dollar. Mio mengatakan bahwa saat dia di rumah, sering merasa kesepian dan ingin dibutuhkan oleh seseorang. Para pelanggannya pun beragam, mulai dari mahasiswa sampai pria yang seusia ayahnya sekitar 50 tahun. “Saya merasa diterima dan dibutuhkan, dan sebaliknya saya tidak merasakan penyesalan,” ucap Mio. Tapi dia juga menggambarkan alasan mengapa timbul rasa kesepian dan dibutuhkan karena keadaan rumahnya sendiri, yang mana orang tuanya tidak harmonis dan saling membenci, dan akibatnya Mio juga menjadi benci dengan mereka. Di akhir wawancaranya Mio mengatakan bahwa dia berharap bisa berhenti, dan mungkin dia akan berhenti jika dia tidak lagi merasakan kesepian. (Sumber : *The Denver Post, For vulnerable high schoolgirls in Japan, a culture of “dates” with older men*, 2017)

Menurut wawancara yang dilakukan bersama pelaku Enko dapat disimpulkan bahwa alasan remaja melakukan Enjo Kosai selain dari sifat konsumtif didasari juga karena keadaan rumah yang tidak harmonis sehingga berdampak pada kesehatan psikologi dan timbulnya rasa kesepian.

2.1.2 Remaja Putri Jepang

Remaja menurut UU Perlindungan Anak di Indonesia adalah seseorang yang berusia antara 10 hingga 18 tahun, sedangkan definisi remaja di Jepang menurut KUHP adalah usia 13 tahun hingga 19 tahun yang mana ketika seorang remaja menginjak usia 13 tahun maka dianggap mampu menyetujui dan memnhi consent yang artinya aktivitas seksual yang mereka lakukan tidak dianggap sebagai perkosaan. Remaja merupakan kelompok masyarakat dengan jumlah yang cukup besar, masa remaja inilah masa dimana seseorang masih labil emosinya dan sulit dikontrol oleh pengendalian dirinya, sehingga rasa ingin tahu dan rasa ingin mencoba sangat tinggi. Sebagai bagian dari masyarakat, remaja juga dapat dipengaruhi oleh keadaan sekitar.

Bagi remaja Jepang biasanya teman sangat berpengaruh dalam kehidupan mereka, baik di lingkungan rumah maupun di sekolah. Biasanya remaja Jepang menghabiskan waktu bersama-sama untuk bersenang-senang, seperti nongkrong di kafe atau berbelanja barang tren terbaru dan cenderung mereka membuat kelompok yang berisikan 5 sampai 6 orang remaja. Hal-hal sepeti inilah yang menjadi urutan teratas dalam aktivitas keseharian mereka. Bagi remaja putri Jepang, kelompok merupakan rumah kedua yang sering dijadikan tempat untuk mencurahkan isi hati dan tempat untuk mencari jati diri. Seperti remaja pada umumnya remaja Jepang khususnya putri sangat senang berbelanja bersama teman atau pergi jalan-jalan untuk menemukan kepuasan batin, mereka juga menyukai hal-hal yang lucu dan imut. Menurut penelitian Joanna Boyle dari Universitas Tulane menegaskan bahwa kegiatan populer yang sering dilakukan remaja putri Jepang adalah berbelanja dan menghabiskan uang yang diterima dari orang tua mereka. (Wells, 2017).

Akan tetapi remaja putri Jepang sangat bergantung kepada kelompoknya dan mudah sekali terhasut oleh teman-temannya, seperti dalam berpakaian. Kelompok remaja ini memiliki kesamaan dalam cara bergaya dan berpakaian, dan mereka berusaha untuk tampil sama satu sama lainnya. Mereka saling berbagi informasi mengenai fashion dan barang-barang yang sedang hits dan trendi,

biasanya mereka mendapatkan informasi dari media seperti televisi, internet, dan majalah fashion.

Selain membahas fashion, para remaja ini juga kerap membahas percintaan dan seksualitas. Mudahnya untuk mendapatkan informasi tentang seksualitas di Jepang membuat anak mudanya dapat dengan mudah mendapatkan informasi, seperti program televisi dan majalah dewasa yang bisa dengan mudah didapat di gerai belanja. Hal ini membuat remaja yang tingkat keingintahuannya tinggi menjadi penasaran dan mencobanya, hal ini dibuktikan dengan survey yang dilakukan pada tahun 2002 menyatakan bahwa sebanyak 46 persen dari remaja putri yang duduk dibangku SMA telah berhubungan seks. (Hays, 2009).

2.2 Peran teknologi dalam perkembangan Enjo-Kousai

Setelah Jepang melakukan restorasi di zaman Meiji, Jepang berangsur-angsur bangkit dalam mengejar ketertinggalan dari bangsa lainnya, hingga akhirnya Jepang mengalami modernisasi dan bertransformasi menjadi Negara maju dengan industri yang modern. Restorasi yang terjadi diberbagai bidang seperti pemerintahan, pendidikan, militer, ekonomi, budaya, bahkan komunikasi. Modernisasi merupakan contoh khusus dan penting dari kemajuan masyarakat dalam usaha sadar yang dilakukan untuk mencapai standart kehidupan yang lebih tinggi, (Chodak, 1973). Menurut penulis modernisasi merupakan perubahan yang terjadi dalam tatanan masyarakat secara multidimensional dalam berbagai bidang dengan memanfaatkan teknologi dan komunikasi.

Majunya teknologi membuat dampak positif dan negatif dalam kehidupan masyarakat modern Jepang, Munculnya perubahan pola pikir menjadi modern membuat rasa ingin membeli barang-barang yang lebih update meningkat, menimbulkan sifat konsumtif. Masyarakat khususnya remaja tergiur dengan barang yang glamor dan trendi, sehingga memasuki aspek pembelian tidak rasional. Akibatnya para remaja mencari cara untuk mencari uang tambahan agar bisa memenuhi *lifestyle* mereka yang tinggi dan menemukan sebuah cara dengan menawarkan diri mereka agar dapat dibayar dan mendapatkan uang. Didukung

dengan kemajuan teknologi khususnya dibidang komunikasi, yang telah memberikan peran penting terhadap kemunculan dan perkembangan fenomena *Enjo-Kousai* di Jepang. Alasannya adalah karena kemajuan ini memudahkan para pelaku untuk melakukan praktik *Enjo-Kousai*, dalam kasus ini banyak fasilitas yang dapat digunakan untuk melakukan praktik ini.

2.2.1 Club Telepon

Pada tahun 1990-an terdapat fasilitas komunikasi yang sangat populer di Jepang, yang mana digunakan oleh semua kalangan termasuk remaja putri. Fasilitas ini disebut *terekura* (テレクラ) atau yang lebih dikenal sebagai klub telepon (テレフォンクラブ) yang merupakan sebuah layanan kencan berbasis telepon. Terekura adalah layanan kencan yang mana pria membayar \$18 per jam untuk duduk di bilik kecil dan menunggu panggilan dari wanita yang menelpon dan kemudian memutuskan apakah mereka tertarik untuk bertemu dengan pria tersebut atau tidak (Michael Stroth, 1996).

Dilansir dari web artikel berjudul “いまさらだけどテレクラに行って見た” yang di tulis oleh Yoppi pada tahun 2012, mengatakan bahwa Terekura sebagai berikut:

「テレフォンクラブとは、電話を介して女性との会話を斡旋する店。通称テレクラ。おおよそ、個室で女性から店に電話がかかってくるのを待ち、その女性との会話を楽しむもの。個室にはティッシュペーパーが配置するなどされており、テレフォンセックスが行われる場合もある。基本的にはそれだけなのであるが、女性との交渉次第では機会を改め店の外で逢い引きを行うことや、性行為を行うことも可能である」

“Klub telepon adalah tempat yang memfasilitasi percakapan dengan wanita melalui telepon. Konsepnya adalah menunggu di ruangan khusus hingga seorang wanita menelpon. Didalamnya juga tersedia tissue dan pelanggan dapat melakukan phone seks atau seks melalui telepon. Namun tergantung kepada negosiasi yang terjadi, pelanggan bisa bertemu dengan wanita di luar toko dan melakukan hubungan seksual dengannya.” (Yoppi, 2012)

Fasilitas ini pertama kali dibuka pada tahun 1985, dalam survey yang dilakukan oleh PTA nasional Jepang pada 1990-an, sebanyak 25% dari 2.200 siswi sekolah menengah yang ditanya mengatakan mereka sesekali menggunakan klub telepon, banyak dari mereka menggunakan terekura karena bosan dan ingin menghasilkan uagn dengan cepat. Terekura menjanjikan kesempatan bagi orang yang kesepian agar dapat berbicara dengan lawan jenis dengan harapan untuk membentuk sebuah hubungan baru yang mengarah pada seks berbayar. Untuk menggunakan bilik terekura tergolong cukup mudah, pertama-tama para pelanggan khususnya laki-laki diharuskan membayar dengan tarif yang ditentukan, menyebutkan nama dan umur, kemudian pelanggan akan diarahkan ke bilik yang telah disediakan, bentuk bilik ini membentuk lorong yang sempit dengan pintu yang saling berhadapan satu sama lain seperti yang terlihat pada gambar dibawah ini.

Gambar 2.2 Bilik terekura yang saling berhadapan



Sumber : (soranews24, 2017)

Di dalam bilik ini telah disediakan meja dan kursi yang telah dilengkapi dengan sebuah telepon genggam yang nantinya akan digunakan untuk berkomunikasi dengan lawan jenis. Dan juga di sana telah dilengkapi dengan sebuah layar computer untuk menghabiskan waktu atau untuk melihat pesan yang telah disisipkan oleh para remaja putri pelaku *Enjo-Kousai* agar menghubunginya

seperti yang terlihat pada gambar 2.3. Biasanya tidak sampai 10 menit masuk kedalam bilik telepon akan bordering, dan mereka akan saling berbincang dengan diawali pertanyaan daerah tempat tinggal, umur dan pekerjaan, kemudian bila dirasa cocok mereka akan membuat janji temu. Biasanya ketika sudah berada didalam bilik pelaku tidak bisa meninggalkan bilik karena jika pelaku sudah tidak ada lagi di biliknya maka bisa disewakan kepada orang lain.

Gambar 2.3 Gambaran di dalam bilik terekura



Sumber : (soranews24 : 2017)

Gambar 2.4 Gambar pria sedang menggunakan Telekura



Sumber : (Youtube, mintCJmail, エヴァ監督・庵野秀明のテレクラ潜入ドキュメント, 2013)

Pada gambar diatas merupakan seorang pria yang sedang bertelponan dengan seorang gadis dan melakukan negosiasi untuk saling bertemu. Dan jika dirasa cocok, maka mereka akan merencanakan pertemuan seperti yang terlihat pada gambar dibawah ini.

Gambar 2. 5 Pertemuan pelaku dengan gadis Enjo



Sumber : (Youtube, mintCJmail, エヴァ監督・庵野秀明のテレクラ潜入ドキュメント, 2013)

Telekura biasanya berbasis di sekitaran Akihabara, Shibuya, Shinjuku dan Harajuku, yang mana tempat-tempat ini merupakan pusat hiburan yang sering sekali didatangi oleh remaja yang ingin bermain atau belanja. Dengan kemajuan teknologi membuat banyaknya situs kencan di internet, mengakibatkan terekura perlahan-lahan mulai ditinggalkan, akan tetapi didaerah distrik hiburan Kabukicho, Ikebukuro Tokyo masih terdapat beberapa terekura yang bertahan.

Gambar 2.6 Terekura distrik Kabukicho Tokyo



Sumber : (soranews24, 2017)

Gambar 2.7 Terekura distrik Ikebukuro Tokyo



Sumber : (Wikipedia, Terekura, 2015)

Mudahnya cara menggunakan terekura membuat banyak remaja memainkannya juga, diketahui bahwa beberapa remaja SMA atau SMP menggunakan layanan ini untuk mencari pria paruh baya. Hal ini diperkuat oleh sebuah survei yang dilakukan oleh Agen Kepolisian Nasional Jepang pada tahun 1995, hasil dari survei tersebut dinyatakan bahwa remaja yang terlibat didalam tindak prostitusi termasuk *Enjo-Kousai* yang terkait dengan penggunaan terekura sebanyak 5.841 dan 25% dari mereka duduk dibangku SMP, (Thollar, 2003). Hal

inilah yang membuat *terekura* menjadi titik awal kemunculan fenomena *Enjo-Kousai*

2.2.2 Platform online dating site

Teknologi merupakan kemajuan yang tidak akan bisa mundur, perkembangannya yang begitu pesat telah membuat kemunculan baru yang bisa digunakan sebagai fasilitas *Enko*, seperti dating apps. Menurut Kamus Online Cambridge (2014) dating apps merupakan suatu cara memulai hubungan romantic di internet, dengan memberikan informasi tentang diri atau membalas informasi orang lain. Sedangkan menurut Kamus Online Oxford (2014) merupakan suatu cara praktis mencari pasangan romantis atau seksual di internet, biasanya melalui situs khusus yang disediakan khusus untuk dating online.

Dating site ini merupakan kemajuan dari *terekura* dikarenakan pengguna tidak perlu repot pergi ke *terekura* untuk menyewa sebuah bilik, mereka cukup menggunakan telepon genggam atau komputer sendiri untuk *mengakses dating site* dimanapun mereka berada. Banyak sekali bisnis seksual, termasuk *terekura* yang menggunakan bidang teknologi informasi komunikasi untuk melakukan perdagangan seksual, misal membuat sebuah situs internet yang dapat diakses oleh telepon genggam. (Schreiber, 2001)

Gambar 2.8 Halaman depan situs Telekura Online

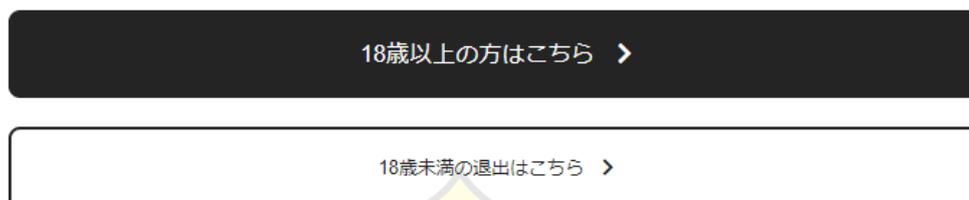


AVぐらしかオカズのなかつた貴男におすすめ！
今また注目を集める「ツーショットダイヤル」をご紹介します！！

Sumber : <https://tel-2shot.xyz/>

Gambar diatas merupakan halaman depan dari sebuah situs telekura online, dicover depan situs terdapat pesan yang erotis dan mengundang agar pengguna masuk kedalam layanan mereka.

Gambar 2.9 Halaman depan situs Telekura Online



Dibagian depan ini juga menampilkan sebuah pertanyaan tentang umur kepada pengguna situs.

2.2.3 Kafe Kencan

Selain melalui situs online ataupun bilik terekura, para pelaku Enko masih memiliki pilihan lain untuk mendapatkan pelanggannya, seperti *café date*. Kencan kafe merupakan tempat dimana pria memilih diantara beberapa wanita untuk diajak berkencan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia kencan adalah sebuah janji untuk bertemu di suatu tempat pada waktu yang telah disepakati bersama. Kafe kencan pada umumnya berbeda dengan kafe lainnya, pada kafe kencan seorang pria dan wanita akan memasuki sebuah ruangan terpisah, di dalam ruangan ini telah di tempatkan sebuah cermin dua arah. Peran pria adalah sebagai pemilih, pria akan melihat wanita yang cocok dari seberang cermin, jika dirasa cocok pria dapat meminta untuk berbicara dengan wanita ini selama batas waktu yang ditentukan. Tampilan khas kafe kencan ini memiliki tenda di luar dengan tulisan “kedai kopi, kafe untuk santai meminum secangkir kopi dan membaca komik, kafe ini gratis untuk pelanggan wanita”.

Dan juga ada beberapa kafe kencan yang memiliki sistem *face to face* antara pria dan wanita, contohnya Aisekiya (相席や) yang terdapat di Ginza. Di sini ketika pelanggan pria masuk, akan langsung dihadapkan dengan sebuah

meja dengan dua kursi yang saling berhadapan. Di setiap kursi dilengkapi dengan sepasang tablet yang penuh dengan music, buku, manga atau apapun yang dapat digunakan sebagai stimulator percakapan, kemudian diberikan waktu selama 30 menit untuk berbincang, setelah berbincang selama 30 menit namun merasa tidak cocok, maka pasangan akan di rotasi dalam artian pria akan pindah ke meja lain dengan wanita yang berbeda.

Gambar 2.10 Suasana kafe kengan Aisekiya, Ginza



Sumber : (soraneews24, twitter @e_deai_japan, 2015)

Kafe ini mulai populer ditahun 2006 dan hingga sekarang menurut kepolisian Jepang, ada lebih dari 100 kafe kengan yang beroperasi di seluruh negeri. Dikarenakan oleh sistem dari kengan inilah membuat terbukanya peluang untuk pelaku *Enko* beraksi. Dilansir dari *Japantoday.com*, pada 2008 polisi menggrebek “kafe kengan” di Tokyo tepatnya di Ikebukuro karena telah melanggar undang-undang pengoperasian. Sebanyak tiga puluh satu siswa sekolah menengah dan perguruan tinggi ditahan. Kemudian pada 2009, terdapat 33 kasus prostitusi anak yang terkait dengan kafe kengan

Gambar 2.11 Seorang gadis sekolah yang terkena razia



Sumber : (Japantoday.com, 2008)

Seorang siswa sekolah menengah berusia 15 tahun yang telah diwawancara oleh surat kabar *Yomiuri Shinbun* menceritakan bahwa ketika dia memasuki kafe kencan dengan seorang temannya, dia dan temannya dicekoki alkohol dan dilecehkan secara seksual oleh seorang pelanggan pria. Gadis yang tidak disebutkan namanya itu berkata bahwa dia tidak pernah berpikir akan dibawa ke hotel. Pada bulan maret 2009, Badan Kepolisian Nasional Jepang mengumumkan akan mulai mengatur kafe kencan dengan melarang orang di bawah usia 18 tahun untuk memasukinya.

2.3 Sosial Budaya

Sosial budaya merupakan suatu tatanan yang terdapat di setiap lingkungan masyarakat, mencakup aspek kehidupan bermasyarakat seperti moral, keyakinan, atau budaya. Seiring berkembangnya zaman dan majunya teknologi, menyebabkan perubahan dan juga perkembangan sosial budaya dalam masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan yang dinamis dan bertujuan untuk mendapat kehidupan yang lebih baik.

Menurut Parsudi (1984) sosial budaya merupakan fondasi dasar bagi seseorang dalam bertingkah laku di masyarakat, merupakan hasil erih payah manusia dalam berpikir dan diaplikasikan pada kehidupan nyata sehari-hari. Akan

tetapi semakin masuknya modernisasi dan majunya teknologi membuat perubahan pada taraf sosial budaya dan menimbulkan masalah baru, sebagai contoh majunya sebuah Negara memungkinkan tingginya biaya hidup, tuntutan ekonomi, berkurangnya jam pribadi dikarenakan tekanan kerja yang semakin tinggi, penundaan pernikahan, dan sebagainya. Bagi masyarakat Jepang yang memiliki sifat apatisme, perubahan ini bukan lah hal yang besar, banyak dari mereka yang rela menghabiskan waktu hanya untuk bekerja dan tidak peduli dengan hal lainnya.

2.3.1 Modernisasi

Perkembangan zaman selalu diikuti oleh sebuah perubahan, entah perubahan besar maupun perubahan kecil. Setiap Negara mengalami sebuah perubahan, hal ini normal bagi sebuah perjalanan menuju kehidupan modern, modernisasi ini yang merubah suatu Negara disetiap bidang, seperti pemerintahan, militer, pendidikan, ekonomi, budaya, komunikasi.

Pada umumnya masyarakat juga terlibat dalam proses modernisasi. Modernisasi adalah contoh kasus khusus dan penting dari kemajuan masyarakat, usaha sadar yang dilakukan untuk mencapai standar kehidupan yang lebih tinggi (Chodak, 1973). Kecepatan dan arah perubahannya pun berbeda-beda antara masyarakat yang satu dengan yang lain, jika individu atau masyarakat terbuka dengan hal-hal baru maka cenderung proses modernisasi itu akan berjalan dengan cepat.

Modernisasi menimbulkan perubahan terhadap taraf pola pikir, sosial, dan budaya. Hal ini masuk kepada konsep “manusia modern”. Secara sosiologis masyarakat modern yaitu masyarakat yang sudah tidak terikat adat-istiadat. Adat-istiadat yang menghambat kemajuan segera ditinggalkan untuk mengadopsi nilai-nilai baru yang secara rasional diyakini membawa kemajuan, sehingga mudah dalam menerima ide baru. (Dannerius, 1988)

2.3.2 Konsumerisme

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia konsumtif dapat diartikan sebagai sifat konsumtif yang artinya hanya memakai, tidak menghasilkan sendiri (KBBI, 2021). Menurut Tambunan sifat konsumtif merupakan keinginan dari

individu dalam mengkonsumsi barang-barang yang sedang tidak dibutuhkan secara berlebihan dengan tujuan untuk memuaskan batin secara maksimal (Thohiroh, 2015). Sifat konsumtif tidak lagi didasari dengan pertimbangan secara rasional, akan tetapi pembelian terjadi karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi, yang artinya ketika suatu produk belum habis digunakan dan masih ada, individu konsumtif akan membeli lagi produk yang serupa namun hanya berbeda merek (Sumartono, 2002).

Sifat inilah yang menimbulkan arus konsumerisme memasuki aspek pembelian tidak rasional, menurut Lina dan Rasyid aspek tidak rasional meliputi pembelian yang tidak didasari kebutuhan, akan tetapi didasari oleh rasa gengsi agar mendapat kesan dimata orang lain sebagai individu yang modern dan terkini (Munazzah, 2016). Menurut Ancok sifat ini membuat masyarakat membuang produk, mereka suka mengganti produk dalam jangka waktu yang singkat (Ancok, 1995 : 61).

Menurut pandangan para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa sifat konsumerisme merupakan sifat pembelian yang tidak rasional yang bukan didasari oleh kebutuhan dan cenderung boros.

2.3.3 Materialisme

Remaja putri Jepang sudah dikenal dengan gaya hidupnya yang glamor dan serba mewah, didukung oleh kemajuan negaranya dalam berbagai aspek kehidupan, hal ini menyebabkan timbulnya sifat materialisme dalam diri remaja putri, membuat mereka rela melakukan apapun untuk memenuhi sifat materialsnya ini. Menurut psikolog bernama Kawai Hayao mengatakan bahwa remaja putri Jepang dapat melakukan apapun karena adanya desakan dari lingkungan mereka yang berlimpah akan barang-barang mewah dan membuat mereka merasa ingin membelinya.

Materialisme dapat diartikan sebagai suatu keyakinan terhadap seberapa penting perolehan dan kepemilikan akan barang dalam hidup (Belk, 2014). Dalam penelitiannya, belk menyebutkan bahwa materialisme sebagai *the importance a consumer attaches to worldly possessions* yang memiliki maksud

sebagai sebuah kelekatan konsumen pada kepemilikan barang duniawi yang penting. Hal ini menegaskan bahwa nilai materialisme terikat dengan masalah kepemilikan barang duniawi yang dianggap penting dalam hidup pemiliknya.

Menurut kasser materialisme merupakan sebuah pandangan yang didalamnya berisikan sebuah orientasi, sikap, keyakinan, dan nilai hidup yang menekankan kepada kepemilikan atas barang-barang yang bersifat material diatas nilai hidup lainnya, seperti spiritual, intelektual, sosial, maupun budaya (Belk, 2014).

Berdasarkan pendapat para ahli diatas penulis menyimpulkan bahwa sifat materialisme merupakan sifat dalam diri manusia yang menginginkan barang-barang material yang memiliki nilai dan membuatnya penting bagi kehidupan.

Menurut penelitian belk, individu yang memiliki sifat materialisme memiliki beberapa aspek keyakinan terhadap nilai materialisme, seperti

a) *Acquicition Centrality*

Merupakan keyakinan bahwa kepemilikan barang dan uang merupakan tujuan hidup yang paling penting, seorang yang memiliki sifat materialistik selalu menempatkan sebuah barang dan permerolehannya ke dalam pusat kehidupan mereka. Hal ini memberikan makna kepada hidup mereka dan memberika sebuah tujuan terhadap aktivitas atau usaha keseharian. Pada titik ekstremnya seorang individu yang memiliki sifat materialistik dapat dikatakan memuja benda-benda, benda-benda ini bahkan dapat menggantikan tempat agama dalam menstruktur kehidupan dan mengarahkan perilaku mereka.

b) *Acquicition as the pursuit of happiness*

Merupakan keyakinan bahwa barang dan uang merupakan sebuah jalan utama untuk mendapatkan kebahagiaan personal, kehidupan yang lebih baik, dan identitas diri yang lebih positif. Alasan hal ini menjadi penting bagi seseorang yang memiliki sifat materialistik karena mereka memandang ini sebagai kepuasan hidup dan pencapaian mereka, individu ini mengejar kebahagiaan lewat perolehan barang dari pada mendapat kebahagiaan lewat cara yang lain.

c) *Possession-Defined Success*

Merupakan keyakinan bahwa kepemilikan barang dan uang menjadi sebuah alat ukur untuk mengevaluasi prestasi terhadap diri sendiri maupun orang lain. Mereka cenderung menilai diri sendiri atau orang lain dari jumlah dan kualitas barang yang dikumpulkan. Remaja putri cenderung memandang sebuah kesejahteraan material sebagai bukti dari sebuah kesuksesan dan kebenaran berpikir. Sebuah barang tidak hanya dapat memberikan status, tetapi juga dapat memproyeksikan kesan diri yang diinginkan dan identitas individu sebagai bagian dari partisipan dalam kehidupan yang sempurna.

Sifat dari individu yang memiliki sifat materialistis dapat dijelaskan melalui beberapa aspek, seperti

a. Kepemilikan

Kepemilikan merupakan sifat yang cenderung untuk menahan control atau kepemilikan mmilik individu, ruang lingkupnya meliputi tentang kepekaan individu terhadap kehilangan harta bendana baik dikarenakan diri mereka sendiri maupun orang lain. Mereka lebih menyukai control yang lebih besar atas objek yang di dapat dari kepemilikan tersebut. Seseorang yang memiliki tingkat materialism yang tinggi telah menganggap penting suatu kelekatan pada kepemilikan barang duniawi, hal tersebut menjadi sebuah pusat kehidupan mereka yang dapat memberikan kepuasan atau ketidakpuasan dalam hidup (Belk, 1985)

b. Pelit atau ketidakmurahan hati

Sifat ketidakmurahan hati merupakan ketidaksediaan seorang individu untuk memberikakn kepemilikan atas dirinya untuk dibagikan kepada orang lain. Sifat ini disebut juga dengan pelit, bertentangan dengan sifat murah hati yang menggambarkan individu dengan ringan tangan memberikan, mengasihi dan suka menolong. (Devina, 2021)

Sifat ini dapat mempengaruhi hunganan sosial seperti menimbulkan rasa ketidaknyamanan pada orang lain, menimbulkan ketidakpercayaan

terhadap orang lain, menurunkan kualitas hubungan, dan menimbulkan hubungan yang negatif.

c. Iri hati

Merupakan salah satu sikap interpersonal individu yang berisikan ketidaksenangan hati seseorang terhadap individu lain dalam konteks kebahagiaan, kesuksesan, reputasi atau kepemilikan. Rasa iri hati yang dimiliki individu materialis berupa kepemilikan barang orang lain. Hal ini berorientasi pada kepemilikan individu lain terhadap sesuatu. Ricard Smith menyebutkan iri hati sebagai reaksi emosional terhadap perbandingan sosial dan muncul ketika seseorang merasa tidak puas dengan keberhasilan diri sendiri dan selalu merasa cemburu terhadap orang lain (Smith, 2000). Sama seperti halnya sifat kepemilikan (*Possessiveness*) dan ketidakmurahan hati, sifat iri hati digambarkan sebagai salah satu ciri individu yang memiliki sifat materialisme, seorang yang memiliki sifat iri hati mengharapkn kepemilikan atas sesuatu seperti kepemilikan orang lain, dan juga seorang yang memiliki sifat ini membenci mereka yang mempunyai segala hal yang tidak ia punyai dan akan merasa direndahkan secara pribadi oleh individu lain yang memiliki sesuatu, terutama kepada individu yang menurutnya tidak layak atas kepemilikan barang tertentu. (shoeck, dalam Belk, 1985)

2.3.4 Hedonisme

Hedonisme merupakan sebuah pandangan terhadap filosofi yang lebih menekankan kepada kenikmatan dan kesenangan sebagai tujuan utama dalam hidup. Menurut seorang filsuf Yunani kuno, bernama Epikuros mengatakan bahwa hedonisme merupakan kesenangan dan kebahagiaan tertinggi dalam hidup manusia (The Internet Encyclopedia of Philosophy). Menurut Michel Onfray hedonisme menekankan kepada kenikmatan fisik dan sensual sebagai upaya untuk mencapai sebuah kebahagiaan dan kepuasan hidup, mengajarkan bahwa kita harus mengejar sebuah kenikmatan dalam hidup tanpa menyerah kepada tekanan moral dan agama (Michel, 2007)

Sifat hedonism cenderung memperngaruhi remaja yang dipengaruhi juga oleh sifat materialisme dan gaya hidup yang konsumtif. Berdasarkan beberapa sumber, seorang remaja yang memiliki sifat hedonisme memiliki beberapa ciri-ciri sebagai berikut :

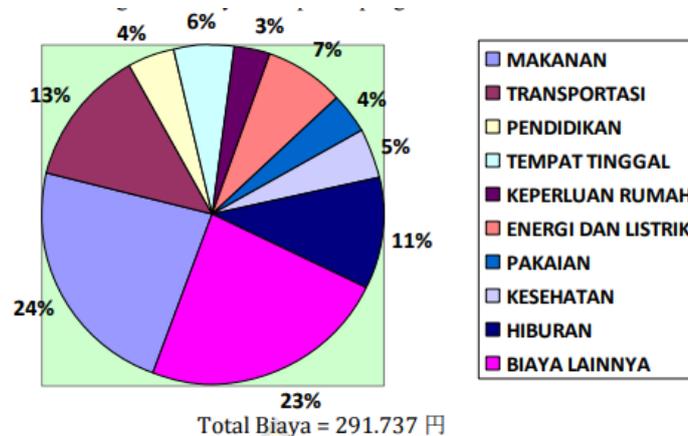
1. Focus untuk kenikmatan materi, mereka cenderung mencari kesenangan dan kebahagiaan melalui materi seperti barang mewah, hidup glamor, atau belanja berlebihan.
 2. Menghindari perasaan menyakitkan dengan cara mencari kegiatan yang dapat meningkatkan kebahagiaan.
 3. Memiliki sifat boros yang cenderung akan menghabiskan uang demi kepuasan pribadi tanpa memikirkan dampak kedepannya terhadap diri sendiri atau orang sekitar
 4. Mereka lebih sering menghabiskan waktu bersama dengan orang lain.
- (Melati, dkk, 2022)

Berdasarkan uraian yang penulis paparkan diatas dapat disimpulkan bahwa sifat hedonisme merupakan sifat yang kecenderungan untuk membeli sebuah barang material dengan tujuan tampil lebih baru dan menciptakan kebahagiaan.

2.3.5 Tuntutan Ekonomi

Seperti yang kita ketahui bahwa warga Negara maju memiliki tuntutan besar untuk terus bertahan hidup, Ekonomi di negara maju merupakan tuntutan yang sangat penting. Di Jepang kebutuhan hidupnya tergolong tinggi dan jam kerjanya pun sama tingginya. Menurut hasil survei yang dilakukan oleh konsultan investasi Mercer pada tahun 2019, Jepang memiliki biaya hidup paling mahal keempat di Asia dan masih akan terus naik dari tahun ke tahun.

Gambar 2. 12 Gambar Diagram Biaya Hidup untuk sendiri di Jepang selama 1 bulan



Sumber : 2011. Ministry of Internal Affairs and Communications Japan (Ministry of Public Management, Home Affairs, Posts and Telecommunications)

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa biaya yang harus dikeluarkan untuk satu orng selama sebulan yaitu 291.737 円. Biaya ini bisa bertambah jika sudah berkeluarga dan memiliki anak. Biaya makan untuk 1 bulan sebesar 24 persen dari 291.737 yen. Biaya terkecil adalah biaya keperluan rumah yang hanya 3 persen saja. Berikut rinciannya,

Biaya sewa tempat tinggal atau apartemen di Jepang tergantung dari kriteria seperti lokasi, usia bangunan, tipe dll. Mengacu pada prefektur Tokyo biaya yang di perlukan yaitu untuk ukuran 85 meter persegi dengan lokasi yang strategis dikenakan biaya sebesar 290.000 yen atau Rp.38 juta. Sedangkan ukuran 45 meter persegi dengan lokasi strategis kena biaya 145 .000 yen atau Rp.19 juta. Untuk biaya pemanas, listri, gas rumah ukuran 45 meter persegi yaiu 12.000 yen atau Rp.1,6 juta, internet 8mbps yaitu 4.300 yen (Rp. 568 ribu) dan untuk biaya jasa pembersih per jam yaitu 2.500 yen (Rp.330 rb)

Kemudian untuk rincian biaya makan yaitu, makan siang di restoran biasa dengan biaya 900-1000 yen (Rp. 100rb-110rb). Makanan cepat saji : 500-900 yen (Rp. 50rb-100rb), 1,5 liter air mineral : 125 yen (Rp.14.000), 1kg beras : 520 yen (Rp58.000), 500gr roti : 520 yen (Rp22.000), 1 liter susu : 190 yen (Rp21.000), 12 butir telur : 240 yen (Rp.27.000), 1kg ayam tanpa tulang : 860 yen (Rp.96.000),

1kg daging : 2400 yen (Rp.270.000), buah-buahan : 400-700 yen (Rp.45.000-78.000), sayuran : 200-500 yen (Rp.22.500-56.000)

Biaya transportasi berupa tiket one-way : 220 yen (Rp25.000) dan Tiket bulanan : 9000-10.000 (Rp.1jt-1,1 jt)

Biaya hiburan atau entertainment yaitu menonton bioskop : 1.500-1.800 yen (Rp.165rb-200rb), karaoke : 500-2.500 yen perorang (Rp.55rb-280rb), konser dan festival : 3000-4000 yen (Rp.330rb-660rb) atau 10.000-20.000 yen (Rp.1,1jt-2,2jt), taman bermain (Tokyo Disneyland) : 6.900-9.400 yen (Rp.760rb-1jt)

Kemudian diwajibkan membayar asuransi ke kokuho dengan rata-rata biaya 2.000 yen (Rp.220rb) perbulan.

Jadi kesimpulannya adalah biaya untuk hidup di kota seperti Tokyo selama satu bulan membutuhkan biaya sekitar 200.000-300.000 yen atau sekitar Rp.20jt-30jt. Dengan gaji umr di kota Tokyo sebesar 1.041 yen (Rp.112rb) perjam.

2.3.6 Jam Kerja dan Tingkat pendapatan

Negara Jepang merupakan salah satu Negara yang terkenal karena memiliki sebuah etos kerja yang tinggi dan budaya disiplin yang ketat. Etos inilah yang membantu Jepang atas kebangkitan ekonomi pasca kekalahan diperang dunia kedua. Kita sendiri pun tahu betapa ketatnya budaya kerja Jepang dari anime maupun dari media sosial, sehingga banyak kita jumpai orang yang tertidur dikereta atau dimanapun akibat dari jam kerja yang panjang, maka tidak heran jika ada ungkapan “*work is life*” dikalangan pekerja Jepang. Mereka dituntut untuk bekerja secara maksimal, bahkan bekerja melebihi batas waktu antara 8 jam sampai 12 jam dalam sehari. Hal ini memunculkan istilah khusus untuk kematian akibat kelelahan bekerja yang dalam bahasa Jepang yaitu *Karoshi*. (過勞死) .

Pada tahun 1994 pemerintah Jepang mengumumkan bahwa akan mengurangi jam kerja di seluruh Jepang dengan menetapkan target 150 jam/bulan pada 1996, (Fuess, 2006). Dalam peraturan *Roudou Kijyunho* pada 1998 dan revisi 2010 berbunyi batas jam lembur yang berada diluar jam kerja normal adalah 15 jam/minggu.

Gambar 2.13 Gambar Tabel Jam Kerja dan Pendapatan di Jepang

Hours Worked and Cash Earnings ¹⁾ (Monthly average)

Year	Days worked	Hours Worked			Cash Earnings (1,000 yen)				
		Total	Scheduled	Non-scheduled	Total	Contractual	Scheduled	Non-scheduled	Special ²⁾
2017	18.5	143.3	132.4	10.9	319	262	243	20	57
2018	18.4	142.2	131.4	10.8	324	265	245	20	59
2019	18.0	139.1	128.5	10.6	323	264	244	20	58
2020	17.7	135.1	125.9	9.2	318	262	245	17	56
2021	17.7	136.1	126.4	9.7	319	264	246	18	56
Indices (2015 average = 100)									
2017	-	99.3	99.2	99.6	101.1	100.7	100.8	-	-
2018	-	98.5	98.4	98.1	102.5	101.6	101.6	-	-
2019	-	96.3	96.2	96.2	102.1	101.4	101.5	-	-
2020	-	93.6	94.3	83.5	100.9	100.7	101.7	-	-
2021	-	94.2	94.7	87.8	101.2	101.2	102.0	-	-

1) Establishments with 5 or more regular employees.

2) Bonuses and other special allowances.

Source: Ministry of Health, Labour and Welfare.

Sumber : *Ministry of Health, Labour dan Welfare (Statistikal of Handbook of Japan 2022)*

Menurut data tabel diatas, Pada tahun 2020, rata-rata total jam kerja bulanan di Jepang yaitu 135,1 jam per karyawan tetap (perusahaan dengan 5 atau lebih karyawan tetap), dan rata-rata jam kerja tahunan adalah 1.621 jam dengan 17,7/bulan masuk kerja. (Ministry of Health, Labour, and Welfare, 2022)

Pada tahun 2021, rata-rata bulanan total jam kerja di Jepang yaitu 136,1 jam per karyawan tetap, naik 0,6 persen dari tahun sebelumnya, dan rata-rata jam kerja tahunannya adalah 1.633 jam. Dengan jam kerja bulanan 126,4 jam kerja normal dan lembur 9,7 jam/minggu, total kerja dalam sebulan yaitu 17,7 hari. Sedangkan rata-rata pendapatan pekerja di Jepang tahun 2021 yaitu 319.461 yen, dengan 263.739 yen termasuk gaji pokok, lembur, serta tunjangan lainnya, dan 55.722 yen termasuk bonus musim panas dan akhir tahun

2.3.7 Penurunan tingkat pernikahan

Ada banyak cara untuk meningkatkan populasi salah satunya yaitu perkawinan. Diseluruh Negara di dunia ini melegalkan pernikahan dan memberikan kebebasan untuk menikah dengan syarat tertentu. Namun seiring berkembangnya zaman, orang-orang menjadi malas untuk menikah khususnya di

Negara-negara maju, ada banyak faktor yang menyebabkan orang-orang malas menikah seperti biaya hidup yang tinggi, biaya merawat anak, dan sebagainya. Salah satu Negara yang warganya malas untuk menikah adalah Jepang, masyarakat Jepang lebih memilih untuk menunda pernikahan dan focus kepada karir. Istilah ini disebut juga dengan *Bankonka* (晩婚化), ban (晩) yang berarti malam, kon (婚) yang berarti pernikahan, dan ka (化) yang berarti perubahan. Istilah ini merujuk kepada pernikahan yang telah melewati waktu yang tepat (telat menikah).

Ledakan pernikahan di Jepang terjadi di tahun 1970-an, dengan jumlah pernikahan tahunan yang melewati angka 1 juta pasangan dengan tingkat pernikahan (per 1000 populasi). Akan tetapi, angka setelahnya menunjukkan adanya penurunan yang sangat signifikan, pada tahun 2020 sebanyak 525.507 pasangan yang menikah dengan tingkat pernikahan 4,3. Usia rata-rata pernikahan pertama di usia 31,0 tahun untuk pengantin pria (naik sekitar 2,2 tahun) dan 29,4 tahun untuk pengantin wanita (naik sekitar 2,4 tahun) angka ini naik selama 20 tahun terakhir seperti yang diperlihatkan pada tabel di bawah ini.

Gambar 2. 14 Gambar Tabel angka pernikahan pertama di Jepang

Mean Age of First Marriage		
Year	Grooms	Brides
1950	25.9	23.0
1955	26.6	23.8
1960	27.2	24.4
1965	27.2	24.5
1970	26.9	24.2
1975	27.0	24.7
1980	27.8	25.2
1985	28.2	25.5
1990	28.4	25.9
1995	28.5	26.3
2000	28.8	27.0
2005	29.8	28.0
2010	30.5	28.8
2015	31.1	29.4
2020	31.0	29.4

Source: Ministry of Health, Labour and Welfare.

Sumber : *Ministry of Health, Labour dan Walfare (Statistikal of Handbook of Japan 2022)*

Kemudian ada peningkatan pada proporsi mereka yang belum pernah menikah sama sekali hingga menginjak umur 50 tahun, pada tahun 2020 mencapai

28,3 persen untuk pria dan 17,8 persen untuk wanita. Angka ini merupakan presentase tertinggi yang pernah ada, ini menjelaskan bahwa menurunnya angka pernikahan dan meningkatnya usia menikah menyebabkan berkurangnya popuasi.

Gambar 2. 15 Gambar Tabel angka tidak menikah hingga usia 50

**Proportion of Never Married
at Exact Age 50 by Sex ¹⁾**
(%)

Year	Males	Females
1950	1.5	1.4
1960	1.3	1.9
1970	1.7	3.3
1980	2.6	4.5
1990	5.6	4.3
2000	12.6	5.8
2010	20.1	10.6
2015 ²⁾	24.8	14.9
2020 ²⁾	28.3	17.8

Sumber : *Statistikal of Handbook of Japan 2022*

Berdasarkan prefektur, Miyazaki menjadi daerah yang memiliki rata-rata pengantin pria termuda saat pernikahan pertama yaitu kisaran usia 31 tahun. Kemudian Okayama yang memiliki rata-rata pengantin wanita termuda dengan usia 28,8 tahun. Untuk Tokyo memiliki rata-rata pengantin pria dan wanita tertua dengan usia 32,3 tahun untuk pria dan 30,5 tahun untuk wanita. Hal ini menjadikan prefektur Tokyo sebagai daerah tertinggi rata-rata usia pernikahan, dikarenakan banyak wanita Jepang yang berpartisipasi dalam dunia kerja dan focus mengejar karir. (Nippon.com, 2020)

2.3.8 Aborsi

Salah satu cara uuntuk megendalikan pertumbuhan penduduk adalah dengan cara aborsi, akan tetapi cara ini banyak ditentang oleh Negara di dunia karena bertentangan dengan hak asasi manusia. Namun tetap saja ada Negara

yang memperbolehkan dan melegalkan tindak aborsi sebagai alat pengendalian populasi, Jepang merupakan salah satu Negara yang melegalkan tindak aborsi ini.

Aborsi dalam bahasa Jepang disebut *Jinkou Ninshin Chuuzetsu* (人口妊娠中絶). Di zaman dahulu masyarakat Jepang menganggap tindak aborsi ini sebagai hal yang lumrah karena mereka telah mengenal tindak aborsi sejak tahun 1868 saat dimulainya restorasi Meiji. Pada awalnya pemerintah Jepang melarang keras tindakan aborsi hingga mengeluarkan undang-undang anti aborsi dengan tujuan untuk memenuhi tenaga kerja. Akan tetapi setelah perang dunia 2 dan Jepang mengalami kekalahan, kondisi ini memaksa Jepang menarik tentaranya dari peperangan dan kembali kepada kehidupan sipil.

Kehidupan yang berubah membuat warga fokus kepada urusan keluarga, akibatnya terjadi ledakan penduduk hingga 5 persen tiap tahunnya. Tepatnya ditahun 1947 hingga tahun 1949 terjadi pelonjakan kelahiran bayi yang mencapai 2,6 juta dengan masa puncaknya ditahun 1949 sekitar 2,6 juta hingga 8 juta kasus kelahiran. Lonjakan ini lah yang dikenal sebagai fenomena *baby boom*.

Maka dari itu pada tahun 1948 pemerintah Jepang mengeluarkan Undang-Undang Perlindungan Eugenika yang berisi pelegalan untuk melakukan aborsi dengan tujuan untuk mengendalikan laju perkembangan populasi. Dampak dari pelegalan ini adalah semakin banyak kasus aborsi. Menurut data dari *Legally induced abortion: 1999 – 2008*, Jepang menduduki peringkat ketiga dengan jumlah angka aborsi tertinggi di dunia setelah Amerika Serikat dan Rusia. Tingginya angka aborsi ini dipengaruhi banyak hal, salah satunya kebebasan pemuda Jepang dalam urusan seksualitas di luar nikah.

Menurut sumiko masalah aborsi dalam kehidupan masyarakat Jepang adalah besarnya angka aborsi yang dilakukan oleh para remaja. Menurut data, pada tahun 1995 telah terjadi 1,2 juta kasus aborsi di Jepang atau 50,2 kasus/1000 wanita usia produktif (15 – 49 tahun). Aborsi ini dilakukan untuk menghindari kehamilan yang tidak dikehendaki (Gelb and palley, 1994).

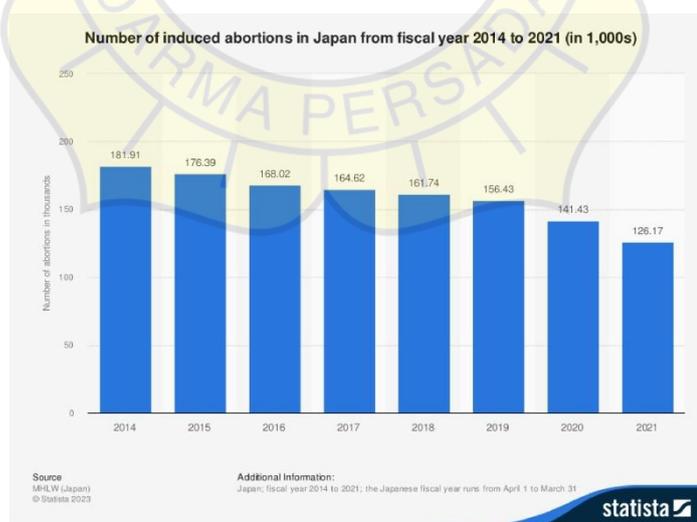
Pada tahun 1996, ketentuan Eugenika dari Undang-Undang ini dihapus dan diganti namanya menjadi Undang-Undang Kesehatan Ibu. Dalam pasal 14 Undang-Undang Kesehatan Ibu menyatakan dengan persetujuan pasangan, dokter

yang ditunjuk dapat melakukan aborsi dengan syarat alasan kesehatan yang tidak memungkinkan untuk wanita mengandung, ekonomi dan korban pemerkosaan yang telah dihamili. Pasal ini menyatakan persetujuan pasangan diperlukan dalam melakukan aborsi ini, hal ini memberikan hak kepada pasangan untuk memveto aborsi dan Undang-Undang ini menjamin perlindungan bagi kepentingan pasangan terhadap anak yang dilahirkan.

Dalam Undang-Undang ini mensyaratkan persetujuan pasangan jika yang hamil sudah menikah. Namun, penelitian telah menunjukkan bahwa dalam praktiknya, persetujuan dari calon ayah dari janin secara genetic mungkin diperlukan meskipun dari pasangan yang belum menikah, orang hamil hanya perlu menunjukkan dokumen dengan tanda tangan pasangannya. Menurut Yu Sato (2022) dokter mengatakan bahwa mereka akan meminta persetujuan pasangannya dalam hal apapun jika mereka belum menikah, dan 62 persen dokter mengatakan bahwa akan meminta persetujuan dalam keadaan tertentu.

Menurut data dari kementerian kesehatan Jepang ada sekitar 145.340 kasus aborsi di tahun 2020, dan pada tahun 2021 terdapat 126.170 kasus aborsi dengan 9000 kasus dilakukan oleh pasien dibawah usia 20 tahun.

Gambar 2. 16 Gambar Statistik laju aborsi di Jepang



Sumber : statista 2023

Berdasarkan grafik di atas, menunjukkan laju aborsi yang terus mengalami penurunan ini berkaitan dengan fenomena tidak mau menikah yang ada di Jepang yang terus meningkat setiap tahunnya.

Menurut Dina dalam jurnalnya yang berjudul “Faktor Sosial Budaya Pendorong Tindakan Aborsi Pada Pemuda Di Jepang” dari hasil wawancara bersama 5 orang respondennya menyatakan hukuman untuk pelaku aborsi berupa hukuman sosial dari masyarakat. walaupun aborsi legal dimata hukum dan tidak ada sanksi pidana, tetapi tindakan ini dianggap sebagai perbuatan kurang baik bagi masyarakat Jepang dan yang melakukan harus mendapat sanksi sosial.

2.3.9 Demografi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, demografi yaitu ilmu yang mempelajari susunan, jumlah, dan perkembangan penduduk, dengan tujuan memberikan uraian atau gambaran statistik suatu Negara yang dilihat dari sudut pandang sosial politik dan ilmu kependudukan. Setiap Negara di dunia ini akan selalu mengalami penambahan penduduk dengan syarat adanya perkawinan dan kelahiran, akan tetapi ada pula Negara yang mengalami masalah pada demografi penduduknya, seperti Jepang, di Jepang rendahnya tingkat perkawinan dan malasnya masyarakat untuk berkembang biak menjadi masalah yang hingga saat ini dan diprediksi dimasa depan masih akan terjadi. Hal ini menyebabkan meningkatnya jumlah penduduk lansia dan menurunnya angka kelahiran.

Pada abad ke-18 hingga pertengahan abad ke-19, Jepang memiliki populasi yang stabil di angka 30 juta, di tahun 1912 populasi jepang mencapai 50 juta dan puncaknya berada di tahun 1967 yang melampaui 100 juta. Akan tetapi pertumbuhan ini tidak bertahan dan selalu mengalami penurunan di tiap tahunnya dan terjadi pelambatan dengan laju pertumbuhan hanya sekitar 1 persen dari tahun 1960an hingga 1970an. Menurut sensus penduduk, populasi Jepang ditahun 2020 sekitar 126,15 juta, angka ini mengalami penurunan yang mana di tahun 2015 sebesar 127,95 juta. Kemudian pada tahun 2021 menjadi 125,50 juta. Yang mana merupakan 1,6 persen populasi dunia, kepadatan ini dilihat dari banyaknya penduduk 338,2 orang per kilometer persegi di tahun 2020.

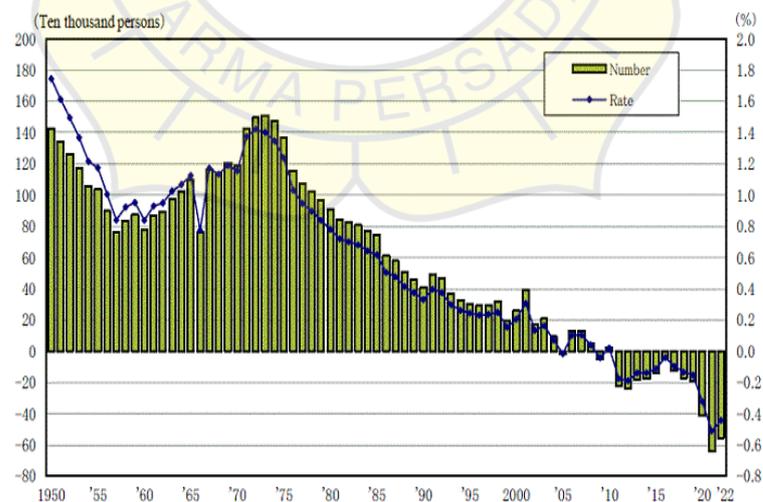
Gambar 2. 17 Gambar Tabel populasi penduduk Jepang tahun 2021**Countries with a Large Population (2021)**

		(Millions)	
Country	Population	Country	Population
World	7,875	Brazil	214
China	1,444	Nigeria	211
India	1,393	Bangladesh	166
U.S.A.	333	Russia	146
Indonesia	276	Mexico	130
Pakistan	225	Japan	126

Source: Statistics Bureau, MIC; United Nations.

Sumber : Statistics Bureau, MIC, 2022

Angka kelahiran yang terus berkurang dan tingkat TFR yang semakin rendah, membuat populasi lansia lebih banyak dibandingkan populasi anak-anak. Pada 2022 populasi Jepang menjadi 124.94 juta, turun sebanyak 556 ribu dibandingkan tahun sebelumnya dengan tingkat penurunan 0,44 persen. Penduduk berjenis kelamin laki-laki sebesar 60.758 jiwa, turun 261 ribu (0,43 persen), sedangkan perempuan sebesar 64.189 jiwa turun 295 ribu (0,46 persen)

Gambar 2. 18 Gambar Statistik Jumlah dan laju perubahan populasi hingga 2022

Gambar 2. 19 Gambar Komposisi populasi Jepang

	(Thousand persons, %)			
	Population	Percentage distribution	Number of change over the year	(Rate)
Total	124,947	(100.0)	-556	(-0.44)
Male	60,758	(48.6)	-261	(-0.43)
Female	64,189	(51.4)	-294	(-0.46)
Population under 15 years old	14,503	(11.6)	-282	(-1.91)
Population aged 15 to 64	74,208	(59.4)	-296	(-0.40)
Population aged 65 years old and over	36,236	(29.0)	22	(0.06)

Sumber : statistic bureau of Japan, 2022

Berdasarkan tabel diatas Jumlah penduduk dibawah 15 tahun sebanyak 14.503 ribu (11,6 persen dari total penduduk), usia 15 sampai 64 tahun sebanyak 74.208 ribu (59,4 persen jumlah penduduk) dan usia 65 tahun ke atas sebanyak 36.236 ribu (29,0 persen dari jumlah penduduk).

