

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Akulturası merupakan perpaduan dari dua atau lebih budaya yang berbeda yang masuk secara halus kemudian perlahan budaya asing tersebut mulai dipadukan oleh budaya asli dari suatu bangsa tersebut. Akulturası terjadi dalam banyak hal, salah satunya yaitu akulturası dalam bidang kuliner yaitu pada makanan jajanan atau *street food*. *Street food* atau yang biasa kita tahu adalah makanan jajanan ringan yang biasa dijual di pinggir jalan.

Dilansir dari <http://www.eonet.ne.jp/~shoyu/mametisiki/reference-16.html> awal mula berkembangnya *street food* di Jepang yaitu pada saat Zaman Edo (江戸時代。) Pada saat itu varian menu *street food* yang dijual hanya beberapa menu saja seperti *nigiri sushi*, *tempura*, dan *soba* yang menjadi populer karena pembuatannya yang cepat dan tidak membutuhkan waktu yang lama untuk disajikan. Tidak seperti *street food* pada masa sekarang yang mempunyai banyak varian. Beberapa jenis olahan *Street Food* Jepang yang sangat populer baik di Jepang maupun di luar negeri dan sudah banyak orang yang mengetahuinya ialah *ramen*, *sushi*, *takoyaki*, *dorayaki*, *taiyaki*, *yakitori*, *dango*, *mochi*, dan lain sebagainya.

Street Food di Indonesia sendiri juga tidak kalah menarik dengan yang ada di Jepang. *Street Food* di Indonesia biasanya didominasi oleh pedagang penjual makanan yang digoreng, Hal seperti ini sangat lumrah mengingat bahwa masyarakat Indonesia apalagi di Jakarta sangat menggemari olahan makanan yang digoreng. Hal ini juga dilengkapi dengan adanya pedagang penjual minuman dingin yang sama mendominasinya dengan pedagang gorengan, namun tidak semua pedagang *street food* di Indonesia menjual olahan makanan yang digoreng atau minuman dingin. Beberapa jenis olahan *street food* di Indonesia yang paling digemari khususnya warga Jakarta ialah seblak, nasi goreng, cireng, cimol, cilok, sepol, ayam geprek, batagor, dan lain sebagainya.

Street food atau yang biasa dikenal dengan nama jajanan kaki lima ini banyak dijumpai di berbagai daerah di Indonesia ataupun di luar Indonesia. *Street food* ialah makanan yang lazimnya dijual di jalan-jalan, stasiun, pasar, tempat-tempat wisata, serta di lokasi yang sejenis. Mereka membuka kedai ala kaki lima yang dapat mereka pindahkan saat ingin membuka toko ataupun saat menutup toko. Di Indonesia *street food* sangat banyak jenisnya. Di samping harganya yang murah menunya pun cukup beragam. Pada saat ini banyak pelaku usaha kuliner yang menggunakan tema *street food* untuk produk dagang mereka, hal inilah yang menjadikan *street food* cukup populer di Indonesia.

Jakarta merupakan ibu kota dari Indonesia yang menjadi Kota Metropolitan terpadat di Indonesia. Banyak warga yang merantau dari setiap daerah di Indonesia untuk mencoba peruntungan mereka di Kota Metropolitan ini. Seperti yang diketahui segala macam hiburan, kuliner dan gaya hidup modern semuanya ada di Jakarta. Berbicara tentang kuliner di Jakarta tentu saja banyak jenis dan ragamnya. Kita menemukan banyak kuliner dari dalam hingga luar negeri di kota ini, salah satunya ialah kuliner khas dari Negeri Sakura atau yang biasa disebut dengan kuliner Jepang. Di Jakarta banyak tempat yang menjajakan kuliner khas dari Negeri Sakura ini yang tentu saja bahan-bahannya sudah diakulturasikan agar sesuai dengan lidah kita. Kuliner Jepang juga dinilai sebagai makanan yang cukup mewah bagi sebagian orang hal ini dikarenakan bahan-bahan yang dipakai sangat sulit ditemukan di Jakarta sehingga para pelaku usaha kuliner Jepang di Jakarta mau tidak mau harus membeli bahan baku dari luar Jakarta. Jika bahan tersebut tidak ada di Indonesia mereka harus mengimpornya.

Di Jakarta biasanya tempat yang menyajikan hidangan ini bertempat di *mall* atau di sebuah ruko atau kawasan *elite* di Jakarta, oleh karena itu hal ini membuat gambaran bahwa makanan Jepang itu mewah dan mahal. Di samping banyaknya tempat di Jakarta yang menjajakan kuliner khas Jepang dengan harga yang cukup terbelah mahal, ternyata di Jakarta masih ada juga tempat yang menjajakan jajanan kaki lima khas Negeri Sakura tersebut dengan harga yang dikatakan cukup murah, karena kita menemukannya di pinggir jalan hingga di dalam kawasan suatu pusat perbelanjaan dan di tempat yang ramai dengan kerumunan orang.

Jajanan yang mereka jual tentu saja jajanan khas Jepang. Beberapa contoh jajanan khas Jepang yang banyak dijual di Jakarta ialah *takoyaki*, *chicken katsu*, *oden*, *mochi* dan lain sebagainya. Jajanan tersebut banyak dijual di berbagai tempat di Jakarta, mulai dari pelaku usaha kuliner kecil sampai dengan yang besar. Salah satu dari banyaknya tempat yang banyak menjual *street food* khas Jepang yaitu di Kelapa Gading.

Kelapa Gading merupakan sebuah kecamatan yang berada di Jakarta Utara. Kelapa Gading dikenal kawasan tersohor karena di sana terdapat perumahan hingga apartemen mewah. Kelapa Gading yang dulunya merupakan daerah persawahan dan rawa-rawa. Pada tahun 1975, kawasan ini mulai dikembangkan oleh PT Summarecon Luhu Tbk. Kini, Kelapa Gading telah menjadi ikon di wilayah Jakarta Utara. (<https://metro.sindonews.com/read/719351/173/asal-usul-kelapa-gading-dulu-sawah-dan-rawa-rawa-sekarang-kawasan-tersohor-di-jakut-1647856998>).

Kelapa Gading merupakan segelintir dari banyaknya tempat di Jakarta yang banyak orang katakan sebagai surganya wisata kuliner. Kita menemukan makanan apapun di tempat ini, dari makanan berat hingga makanan ringan, dari pinggir jalan hingga restoran semua ditemukan di sini. *Street food* sangatlah populer di Kelapa Gading, apalagi *Street Food* Jepang yang lambat laun kian menjamur di daerah ini. Alasan kuat memilih fokus penelitian ini di Kelapa Gading karena di daerah ini sangat banyak dan beragam jenis *street food* yang dijual terutama *Street Food* Jepang yang perkembangannya sangat pesat. Selain menawarkan dengan harga yang murah, biasanya juga diiringi dengan pelayanan yang cepat dan porsi yang cukup mengenyangkan.

Dewasa ini akulturasi di bidang makanan Jepang dan Indonesia khususnya di Jakarta telah berkembang, Hal ini dipengaruhi oleh faktor di mana warga Jakarta semakin menyukai dan mulai mencari variasi olahan lain dari kuliner Jepang yang telah ada. Beberapa contoh makanan *Street Food* Jepang yang sudah dikenal baik oleh warga Jakarta ialah *takoyaki*, *ramen*, *sushi*, *mochi*, *yakitori* dan lain sebagainya. Ini merupakan contoh bahwa makanan dari Jepang cukup diminati oleh warga Jakarta, pada umumnya makanan tersebut sudah banyak terakulturasi oleh

budaya Indonesia agar mudah diterima dan sesuai dengan cita rasa rakyat Indonesia.

Jepang merupakan negara kepulauan yang sama seperti Indonesia, di samping teknologinya yang maju dan berkembang, Jepang juga mempunyai beragam jenis kuliner salah satunya yaitu *street food* atau jajanan kaki lima. Jenis-jenis *street food* di Jepang mempunyai rasa, bentuk, dan ciri khas yang berbeda dari setiap daerah. Di Jepang *street food* sering dijumpai di *shotengai* (商店街) atau dalam Bahasa Indonesia disebut juga dengan distrik perbelanjaan. Di tempat ini kita dapat mencicipi hidangan yang beraneka ragam bentuk dan juga rasa, di sekitar area distrik perbelanjaan tersebut biasanya selalu ada kuil Buddha (*tera* 寺) atau kuil Shinto (*jinja* 神社) di mana kepercayaan Shinto menjadi agama terbanyak pertama yang dianut oleh masyarakat Jepang dan agama Budha menjadi agama terbanyak kedua yang dianut oleh masyarakat Jepang.

Salah satu distrik perbelanjaan yang terkenal di Jepang ialah Distrik Perbelanjaan *Nakamise-dori* (仲見世通り) di *Asakusa* (浅草). Dilansir dari *matcha-jp.com*, distrik perbelanjaan ini merupakan distrik perbelanjaan tertua di Jepang. Area distrik perbelanjaan ini memanjang dari *Kaminarimon* (雷門) hingga Kuil *Sensoji* (浅草寺). *Nakamise* (仲見世) adalah salah satu distrik perbelanjaan tertua di Jepang. Sejak *Shogun* Tokugawa (Ieyasu) mendirikan Keshogunan Edo, populasi di Edo (ibu kota lama, sekarang Tokyo) tumbuh, begitu pula dengan pengunjung Kuil *Sensoji*. Pada tahun 1688 - 1735, para penduduk sekitar kuil yang melakukan penerimaan dan pelayanan pengunjung di Kuil *Sensoji* diberi hak khusus untuk membuka toko mereka di dekat kuil. Ini dikatakan sebagai awal dari *Nakamise*. Selama Zaman Edo (1603-1867), 20 toko yang berada di dekat Gerbang *Niomon* (仁王門) dan *Denpoin* (伝法院) disebut *Yakudana* (やくだな) dan toko yang dekat Gerbang *Kaminarimon* disebut *Hiramise* (平店), yang menjual mainan, permen, dan souvenir. Jumlah toko secara bertahap meningkat dan daerah tersebut

berkembang menjadi kota kuil yang paling terkenal di Jepang. Pemerintah mendirikan lima taman baru di Tokyo dan memberlakukan Undang-Undang Taman, yang mengambil semua hak istimewa sebelumnya dari Nakamise. Pada bulan Mei 1885, Pemerintah Prefektur Tokyo memerintahkan pemindahan semua toko dari Nakamise, dan setelah toko-toko yang lama digusur, pemerintah membangun kembali bangunan dengan arsitektur bergaya Barat dan selesai pada bulan Desember di tahun yang sama, hal ini melahirkan Nakamise yang modern. (<http://www.asakusa-nakamise.jp/e-history.html>).

Di Jepang street food pun cukup diminati masyarakat Jepang karena di samping menu dan jenisnya yang beragam, harganya pun juga cukup terjangkau. *Street food* di Jepang juga ada yang menggunakan konsep kedai dan kaki lima, sama halnya seperti di Indonesia. Di Jepang *street food* yang dijual di kedai atau kaki lima disebut dengan *yatai* (屋台). Dilansir dari *kotobank.jp*, *yatai* adalah warung kaki lima di Jepang yang tidak sebatas berpindah-pindah tempat saja, namun juga ada toko yang berada di pinggir jalan atau toko yang menggunakan lantai dasar suatu bangunan untuk menjual dagangan mereka. Namun tergantung tempatnya, jika *yatai* berada di sebuah distrik perbelanjaan maka *yatai* tersebut menggunakan ruko atau gedung di sekitar tempat distrik perbelanjaan tersebut. Apabila *yatai* tersebut berada di pinggir jalan maka akan menggunakan gerobak yang dimodifikasi sedemikian rupa agar memuat dagangan mereka dan jika *yatai* berada di pinggiran sungai maka akan berupa warung tenda dengan beberapa kursi untuk pengunjung. Di Jepang *yatai* banyak dijumpai di dekat stasiun kereta, pinggir – pinggir jalan atau tempat yang dipadati oleh kerumunan orang. Meskipun para penjual ini menjual dagangan mereka di tempat-tempat umum, namun tempat berjualan mereka selalu terjaga bersih dan rapi. Seperti yang kita ketahui Jepang merupakan negara yang disiplin menjaga akan kebersihannya. Hal ini juga tidak luput dari kesadaran rakyatnya. Berbeda dengan di Jakarta, sebagian pedagang kaki lima yang berjualan di pinggir jalan tidak terlalu mempedulikan di mana tempat mereka berjualan asalkan tempat itu ramai akan kerumunan orang maka di sanalah

mereka akan terus berjualan, tidak peduli makanan yang mereka jajakan enak atau tidak serta tempat itu bersih atau kotor.

Di Jepang kedai-kedai yang berada di distrik perbelanjaan pada umumnya menjual lebih dari satu macam menu, hal ini dilakukan agar pelanggan yang ingin membeli dapat memilih menu yang mereka inginkan. Berbeda dengan yang ada di Jakarta, *Street Food* Jepang yang ada di Jakarta khususnya di Kelapa Gading yang sering penulis temui umumnya hanya menjual satu menu saja. Hal ini dipengaruhi juga oleh *street food* lokal yang sudah ada di mana *street food* lokal ini hanya menyediakan satu menu namun berbeda di varian *topping* dan isiannya. Di samping berbeda varian di *topping* dan isiannya, *Street Food* Jepang di Jakarta tepatnya di Kelapa Gading terkadang bentuk ukuran dan isian tidak sesuai dengan yang digambarkan pada menu mereka. Hal ini juga dipengaruhi oleh banyak faktor yang ada di tempat tersebut, salah satu faktornya ialah menyesuaikan harga dengan harga *street food* lokal yang lain sehingga para pelaku usaha *Street Food* Jepang juga bersaing dan meraih untung.

Dilansir dari <https://www.bokksu.com/blogs/news/all-about-yatai#:~:text=Japan's%20mobile%20food%20stalls%20have,soba%20noodles%20made%20from%20buckwheat>, *yatai* sudah ada sejak Zaman Edo (1603-1868). Pada abad ke-17 *yatai* banyak menawarkan makanan cepat saji. Masyarakat Jepang menikmatinya siang dan malam pada saat bepergian, salah satu makanan yang populer dan sering ditawarkan ialah *ramen* (ラーメン) dan *soba* (そば). Pada saat itu belum banyak variasi makanan yang ditawarkan, oleh sebab itu *ramen* dan *soba* menjadi menu yang populer pada masa itu. Dilansir dari nibble.id, makanan Jepang baru memasuki Indonesia pada tahun 1969, dibawa oleh seseorang yang bernama Kikuchi yang berkebangsaan Jepang. Dia membuka restoran yang bernama Kikugawa yang bertempat di daerah Cikini. Lambat laun setelah Kikuchi membuka restorannya barulah muncul para pesaing yang menyediakan bermacam – macam jenis makanan Jepang. Sejak saat itu akulturasi makanan Jepang dan Indonesia kini mulai berkembang dan menjamur di Indonesia. Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk membahas lebih lanjut tentang akulturasi budaya Indonesia pada

Street Food Jepang dalam skripsi yang ditulis oleh penulis dengan judul “Hasil Akulturasi Budaya Indonesia pada *Street Food* Jepang di Jakarta”

1.2 Penelitian yang Relevan

Untuk mendukung analisis penulis, maka penulis perlu untuk mencari penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan tema dan judul skripsi yang sedang dianalisis oleh penulis. Hal ini bertujuan untuk mendukung materi-materi penelitian penulis dan menghindari kesalahan informasi antara pembaca dan penulis. Berikut adalah beberapa penelitian yang penulis temukan

- 1) Dini F (2017) Universitas Darma Persada, dalam skripsinya yang berjudul **“Akulturasi Kebudayaan Jepang dan Kebudayaan China. 日本文化と中国文化の文化変容”** menjelaskan bahwa akulturasi budaya tidak hanya terdapat dalam bentuk arsitektur semata melainkan akulturasi terjadi karena adanya ketidaksengajaan suatu budaya asing yang masuk secara halus dan kemudian sedikit demi sedikit mulai diterima oleh masyarakat tersebut dan akhirnya budaya asing tersebut menjadi bagian dari budaya dari bangsa tersebut tanpa harus menghilangkan unsur budaya dari suatu bangsa tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dampak akulturasi memiliki peran yang berguna dan bermanfaat bagi budaya pada suatu negara dan masyarakat. Perbedaan mendasar dari penelitian ini dengan penelitian penulis adalah, Dini F menjelaskan tentang akulturasi budaya Jepang dan China yang terjadi pada Zaman Nara, sedangkan penulis menjelaskan tentang akulturasi *Street Food* Jepang yang ada di Jakarta, namun kedua penelitian ini memiliki kesamaan subjek yang diteliti yaitu membahas tentang akulturasi, budaya dan juga gaya hidup.
- 2) Allizia Zulfa K (2017) Universitas Katolik Parahyangan, di dalam skripsinya yang berjudul **“Pembentukan Perilaku Konsumerisme Global dan Difusi Budaya Jepang: Studi Kasus Yoshinoya di Bandung”** menjelaskan bahwa Jepang memiliki ciri khas yang unik dalam kebudayaan kuliner mereka, sehingga menjadi nilai tarik tersendiri untuk diminati oleh budaya lain salah satunya adalah Indonesia. Ternyata ketertarikan ini membuat ada beberapa

macam kuliner khas Jepang yang dicari oleh masyarakat dunia, seperti *sushi* dan *shasimi*, *domburi mono*, *tempura*, *sukiyaki*, *shabushabu*, *okonomiyaki*, *yakitori*, *ramen*, *teriyaki*, *takoyaki* dan juga *dorayaki*. Makanan Jepang diklasifikasikan jenisnya menjadi bermacam-macam variasi dalam makanan di antaranya yaitu *rice dishes*, *seafood dishes*, *noodle dishes*, *nabe dishes*, *meat dishes*, *soybean dishes*, *yoshoku dishes*, dan yang lainnya. Globalisasi budaya kuliner tersebut berkembang luas dan timbul rasa ingin mempelajari atau menerapkan budaya lain di individu tersebut. Proses ini sering disebut dengan proses akulturasi di mana proses sosial yang timbul bila kelompok manusia dengan suatu kebudayaan tertentu dihadapkan dengan suatu budaya asing lambat laun akan diterima oleh masyarakatnya. Kini makanan Jepang telah berkembang pesat di Amerika dan Eropa, maupun di Asia sendiri salah satunya di Indonesia. Kota-kota besar di Asia Tenggara kini memiliki banyak restoran Jepang yang sangat beragam dari mulai restoran khusus yang menyajikan *sushi* hingga restoran yang menyajikan *fast food* khas Jepang. Makanan Jepang tentunya sangat bervariasi mulai dari yang tradisional hingga modern tetapi masih menyerapi budaya Jepang itu sendiri seperti *sushi*, *sashimi*, *ramen*, *yakitori*, *tempura*, *okonomiyaki*, *bento* dan lain-lain. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa akulturasi membawa perkembangan suatu budaya dari bangsa tersebut. Hal ini terlihat bagaimana bangsa-bangsa lain mulai menerima dan mempelajari budaya dari Jepang. Perbedaan mendasar dari penelitian ini dengan penelitian penulis adalah Allizia Zulfa K (2017) meneliti tentang perilaku konsumerisme global dan difusi budaya Jepang yang pembatasan masalahnya terletak pada Restoran Franchise Yoshinoya yang ada di Bandung, sedangkan penulis menjelaskan tentang akulturasi *Street Food* Jepang yang ada di Jakarta, namun kedua penelitian ini memiliki kesamaan, yaitu sama-sama membahas akulturasi, budaya, kuliner dan juga gaya hidup.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

- 1) Banyaknya jenis *street food* yang sudah diakulturasi.
- 2) Tidak semua *Street Food* Jepang di Jakarta menggunakan bahan baku yang sama persis dengan yang aslinya.
- 3) *Street Food* Jepang yang biasa ditemukan di Jakarta biasanya hanya menyediakan satu menu.
- 4) Masalah kebersihan para pedagang kaki lima yang ada di Jakarta.
- 5) Sulitnya mencari bahan baku yang sesuai agar dapat mirip dengan yang aslinya.
- 6) Rasa makanannya tidak seenak dengan yang aslinya.
- 7) Bagi sebagian orang harga *Street Food* Jepang masih dianggap mahal.

1.4 Pembatasan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan, maka ruang lingkup yang akan penulis bahas dalam penelitian ini terfokus pada hasil akulturasi *Street Food* Jepang yang ada di Jakarta lebih tepatnya di Kelapa Gading di mana penulis akan mengambil beberapa contoh *Street Food* Jepang yang cukup banyak dijual dan yang sudah terakulturasi budaya Indonesia yang ada di Jakarta yaitu wilayah Kelapa Gading. .

1.5 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

- 1) Faktor-faktor apakah yang membuat *Street Food* Jepang menjadi populer khususnya di wilayah Kelapa Gading ?

- 2) Bagaimana nilai-nilai yang ada dalam budaya Indonesia dimasukkan ke dalam budaya *Street Food* Jepang khususnya di wilayah Kelapa Gading?

1.6 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dalam penelitian ini adalah :

- 1) Untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang membuat *Street Food* Jepang menjadi populer khususnya di wilayah Kelapa Gading.
- 2) Untuk mengetahui dan menganalisis nilai-nilai yang ada dalam budaya Indonesia yang dimasukkan ke dalam budaya *Street Food* Jepang khususnya di wilayah Kelapa Gading?

1.7 Landasan Teori

Untuk membantu penulis dalam menganalisis permasalahan yang terdapat dalam skripsi ini penulis ingin menjelaskan tentang definisi atau pengertian dari *street food*, budaya, akulturasi.

1.7.1 *Street Food*

Winarno (1993 : 98) seorang dosen dan penulis menyatakan bahwa. “Makanan jajanan terdiri dari minuman, makanan kecil (kudapan), dan makanan lengkap, didefinisikan sebagai makanan yang siap untuk dimakan atau terlebih dahulu dimasak di tempat penjualan, dan dijual di pinggir jalan, atau tempat umum”.

Menurut putusan (Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 942/Menkes/SK/VII/2003), “Makanan jajanan adalah makanan dan minuman yang diolah oleh pengrajin makanan di tempat penjualan dan atau disajikan sebagai makanan siap santap untuk dijual bagi umum selain yang disajikan jasa boga, rumah makan/restoran, dan hotel”.

I Dewa Nyoman Supariasa, seorang Lektor Kepala Gizi dan Dietika di Poltekkes Kemenkes Malang mengatakan “Makanan jajanan merupakan campuran dari berbagai bahan makanan yang dianalisis secara bersamaan dalam bentuk olahan”. (I Dewa Nyoman Supariasa , dkk, 2001:108)

Menurut *FAO (Food and Agriculture Organization* dalam WHO, 2006). “*Street food* atau makanan jajanan adalah makanan dan minuman yang dipersiapkan atau dijual oleh pedagang kaki lima di jalanan dan di tempat-tempat umum yang langsung dimakan atau dikonsumsi tanpa pengolahan atau persiapan lebih lanjut”.

Dapat disimpulkan bahwa *street food* adalah makanan jajanan yang diujakan di pinggir jalan atau tempat umum yang disajikan secara *instan* tanpa harus persiapan yang panjang dan rumit.

1.7.2 Budaya

Koentjaraningrat (1985-1963) seorang Antropolog asal Indonesia mengatakan bahwa “Kebudayaan adalah sebuah sistem gagasan dan rasa, dan sebuah tindakan serta karya yang dihasilkan oleh manusia dalam kehidupannya yang bermasyarakat” (2009:144).

Kemudian (E.B. Taylor, 1832-1917) yang merupakan Antropolog dari Inggris mendefinisikan budaya sebagai berikut “Budaya sebagai sesuatu kompleks yang mencakup pengetahuan kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat dan lainnya yang dilakukan oleh manusia sebagai anggota masyarakat”. (<https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5725690/5-pengertian-kebudayaan-menurut-para-ahli>)

Lalu Larson dan Smalley, (1972: 39) seorang Linguis asal Amerika menjelaskan bahwa “Kebudayaan sebagai “*blue print*” yang memandu perilaku orang dalam suatu komunitas dan diinkubasi dalam kehidupan keluarga”.

Lebih jauh mengenai penjelasan ini adalah kebudayaan memiliki sebuah wujud yang disebut dengan kebudayaan fisik yang merupakan keseluruhan hasil fisik dari aktivitas, perbuatan, dan karya manusia dalam masyarakat dan memiliki sifat konkret karena dilihat, diraba, dan difoto seperti contoh referensi sejarah, dinamika masyarakat dan kebudayaan Jepang.

1.7.3 Akulturasi

Akulturasi adalah penyatuan dua budaya yang berbeda yang nantinya budaya asing tersebut perlahan akan diterima oleh suatu bangsa tersebut tanpa harus

menghilangkan budaya dari suatu bangsa tersebut, menurut para ahli akulturasi juga dijelaskan sebagai berikut.

Menurut Diaz & Greiner, dalam Nugroho dan Suryaningtyas (2010:n/a)“Akulturasi dideskripsikan sebagai suatu tingkat di mana seorang individu mengadopsi nilai, kepercayaan, budaya dan praktik-praktik tertentu dalam budaya baru”.

Lalu Redfield, Linton dan Herskovits dalam S.J, (1984 : 149-152) mengatakan bahwa “Akulturasi memahami fenomena yang terjadi ketika kelompok individu yang memiliki budaya yang berbeda datang ke budaya lain kemudian terjadi kontak berkelanjutan dari sentuhan yang pertama dengan perubahan berikutnya dalam pola kultur asli atau salah satu dari kedua kelompok”

Kemudian Berry (2005 : 679-712) mengatakan bahwa “Akulturasi adalah sebuah proses yang merangkap dari perubahan budaya dan psikologis yang berlangsung sebagai hasil kontak antara dua atau lebih kelompok budaya dan anggotanya. Pada level kelompok akulturasi melibatkan perubahan dalam struktur sosial dan institusi sedangkan pada level individu akulturasi melibatkan perubahan perilaku”.

Dapat disimpulkan bahwa akulturasi adalah sebuah proses di mana dua atau lebih budaya yang berbeda mulai masuk secara halus ke dalam sebuah kelompok masyarakat kemudian budaya baru tersebut perlahan mulai diterima dan diadopsi ke dalam kelompok masyarakat tersebut tanpa harus menghilangkan budaya yang telah ada sejak lama.

1.8 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif dengan metode penelitian deskriptif analisis. Data penelitian ini diperoleh melalui studi kepustakaan. Sumber kepustakaan tersebut bersumber dari beberapa jurnal, artikel, buku, hasil penelitian terdahulu yang penulis akses dari Perpustakaan Universitas Darma Persada dan sumber lain yang terdapat di internet. Penulis juga melakukan tehnik pengumpulan dan pengambilan data dengan menyebarkan kuesioner melalui Google Form kepada kaum muda yang ada di Jakarta atau Kelapa Gading sebanyak

100 orang responden yang berusia 17 hingga 35 tahun. Sebagai referensi utama dalam penelitian ini adalah buku yang berjudul *The Essence of Japanese Cuisine: An Essay on Food and Culture* karangan Michael Ashkenazi dan Jeanne Jacob.

1.9 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu manfaat penelitian teoretis dan manfaat penelitian praktis

1. Manfaat Teoretis

1. Penelitian ini diharapkan menambah wawasan terkait akulturasi *Street Food* Jepang yang ada di Jakarta.
2. Bermanfaat bagi siapapun yang ingin mengetahui perkembangan akulturasi budaya Indonesia-Jepang, khususnya dalam bidang kuliner.
3. Dapat dijadikan sebagai referensi untuk perkembangan ilmu yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

2 Manfaat Praktis

Memberikan informasi kepada pembaca yang ingin mengetahui tentang jenis-jenis *Street Food* Jepang di Jakarta yang sudah terakulturasi oleh budaya Indonesia.

1.10 Sistematika Penulisan Skripsi

Skripsi ini disusun secara sistematika dalam beberapa bab, sebagai berikut

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini akan diuraikan latar belakang, penelitian yang relevan, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian, landasan teori, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

Bab II Gambaran Umum Mengenai *Street Food* dan Akulturasi

Pada bab ini memuat penjabaran mengenai akulturasi, *street food*, dan budaya Jepang yang berkembang di Jakarta, serta jenis-jenis *Street Food* Jepang yang sudah diakulturasi oleh budaya Indonesia.

Bab III Studi Kasus Hasil Akulturasi Budaya Indonesia pada *Street Food* Jepang di Jakarta

Dalam bab ini akan menjabarkan hasil survei yang sudah didapatkan melalui Google Form.

Bab IV Simpulan

Berisi kesimpulan dan rangkuman dari keseluruhan analisis dalam penelitian ini.

