

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Jepang merupakan salah satu negara maju yang terkenal akan budayanya di dunia. Masyarakat Jepang sangat menjunjung tinggi dalam menerapkan nilai tradisional seperti festival kebudayaan, adat istiadat, cara berpakaian, dan cara makan. Sampai saat ini masyarakat Jepang masih melestarikan budaya dan tradisi. Menurut Supartono (2004:35), kebudayaan adalah keseluruhan gagasan dan karya manusia yang harus dibiasakan dengan belajar serta keseluruhan dari hasil budi pekerti. Sedangkan, tradisi menurut Sulistyowati & Soekanto (1987:13), adalah kegiatan yang dilakukan oleh sekelompok masyarakat secara berulang-ulang. Hal ini dikarenakan tradisi merupakan kebiasaan yang dilakukan oleh masyarakat dan akan diwariskan secara turun-temurun.

Negara Jepang memiliki jenis permainan tradisional yang sangat beragam, mulai dari permainan yang membutuhkan alat sampai yang tidak membutuhkan alat, seperti *sugoroku*, *hanafuda*, *menko* dan *karuta*. Namun, sekian banyaknya tradisi permainan di Jepang terdapat salah satu tradisi yang paling terkenal adalah *gacha*. Menurut Tako (2023), *gacha* berasal dari onomatopoeia, “clatter” atau “rattler” yakni bunyi dari hasil Bergeraknya mesin untuk mengeluarkan mainan dari mesin *gacha*. *Gacha* (ガチャ) adalah mainan keberuntungan berbentuk kapsul. Pada umumnya *gacha* adalah mainan berukuran kecil di dalamnya berisi macam-macam jenis mainan seperti patung dan aksesoris yang dikeluarkan dari mesin *gacha*, dimana pembeli memasukkan koin 100-500 *yen* ke dalam mesin dan memutar tuas tombol *start*. Keistimewaan *gacha* adalah pembeli tidak dapat memilih jenis mainan yang didapatkan sampai kapsul terbuka (Firasatulilmi, 2022).

Selain *gacha* sebagai bentuk mainan keberuntungan, di Jepang terdapat salah satu tradisi keberuntungan yang dilakukan oleh masyarakat Jepang, yaitu *fukubukuro* (福袋). *Fukubukuro* adalah tradisi membeli tas di pusat perbelanjaan, umumnya dilakukan saat tahun baru, dimana pembeli tidak dapat melihat isi yang terdapat di dalam tas tersebut. Selain tidak dapat melihat isi tas, keistimewaan dari

fukubukuro adalah adanya kejutan dan misteri, dimana pembeli tidak mengetahui isi yang akan didapatkan sampai tas terbuka (Vu & Brinthaupt, 2018).

Tas pada umumnya dengan *fukubukuro* memiliki perbedaan yaitu tas umumnya dapat digunakan oleh semua kalangan usia dari pria maupun wanita sebagai wadah untuk menyimpan perlengkapan dalam melakukan aktivitas diluar rumah. Selain menyimpan perlengkapan, pemakaian tas menjadi salah satu benda yang dapat menunjang penampilan agar terlihat menarik, elegan, memberikan elemen gaya dan meningkatkan estetika serta kesan yang ingin ditampilkan oleh seseorang (Ramawati, 2022). Sedangkan, *fukubukuro* yang terdapat di pusat perbelanjaan hanya memberikan informasi umum mengenai isi tas, namun detail merek dan spesifikasi tidak diungkapkan dengan jelas, dikarenakan adanya kejutan dan misteri yang menjadi daya tarik bagi pembeli serta menjaga ketertutupan mengenai isi yang terdapat di dalam tas tersebut. Umumnya *fukubukuro* tersedia di pusat pebelanjaan biasanya dijual dengan harga yang sangat murah (Nuryakin & Munro, 2019).

Istilah *fukubukuro* menurut Gaemgyee (2018) merupakan gabungan dari dua kata dalam bahasa Jepang, yaitu *fuku* dan *fukuro*. Kata *fuku* (福) artinya keberuntungan, sedangkan kata *fukuro* (袋) dapat diartikan sebagai “*lucky bags*” atau “*mystery bags*”. Perubahan *fukuro* menjadi *bukuro* merupakan fenomena linguistik bahasa Jepang yang disebut *rendaku*. *Rendaku* adalah mengatur pengucapan konsonan awal bagian tidak resmi dari kata majemuk (Henrique, 2023). Disisi lain, istilah *fuku* (福) menurut Chebbouba (2022) berasal dari pepatah Jepang yang secara harfiah diartikan “terdapat keberuntungan di sisa makanan” (*nokori mono niwa fuku gāru*) dimana pepatah ini juga mengandung arti rezeki dan hal paling berharga dalam hidup adalah yang diberikan oleh orang lain. Pepatah ini berasal dari alur cerita dalam *jōruri*. *Jōruri* adalah musik naratif tradisional Jepang pada zaman Edo. Pepatah *nokori mono niwa fuku gāru* digunakan untuk mengingatkan kepada seseorang yang terlalu ambisius dan mendapatkan sesuatu hanya untuk dirinya sendiri. Oleh karena itu, pepatah ini menyiratkan bahwa seseorang yang suka berbagi dan tidak egois cenderung memiliki keberuntungan

yang lebih baik, karena memiliki sikap dermawan dan mewariskan harta kekayaan kepada orang lain akan membawa keberuntungan (Japanesepod101.com, 2023).

Fukubukuro berarti tas yang tidak dapat dilihat isinya, dimana tas ini dijual sebagai hiburan saat tahun baru di pusat perbelanjaan di Jepang. Menurut Weblio.jp dalam kamus *online* daijisen.jp, dinyatakan bahwa *fukubukuro* adalah:

福袋というのは前もってその中に種々のものを入れて口を閉じ、
中身がわからないようにして各人に選び取らせる袋。余興や商店
の正月の売り出しなどに出す。

*Fukubukuro to iu no wa maemotte sono naka ni shuju no mono o irete kuchi
o toji, nakami ga wakaranai yōni shite kakujin ni erabi tora seru fukuro.
Yokyō ya shōten no shōgatsu no uridashi nado ni dasu.*

Terjemahan: *Fukubukuro* adalah tas yang berisi macam-macam barang yang tidak dapat dilihat, agar setiap orang bebas memilih tas yang dijual saat tahun baru di pusat perbelanjaan di Jepang.

Sejarah *fukubukuro* berasal dari zaman Edo (1603-1868), di zaman ini *fukubukuro* disebut dengan tas *ebisu*. Tas *ebisu* pertama kali dijual oleh toko *Echigoya* yang merupakan toko pedagang *kimono*. Toko *Echigoya* berdiri sejak tahun 1673 di Nihonbashi.

Menurut Murakami (2017) *Ebisuko* adalah festival yang diadakan di kuil Nishinomiya untuk memperingati dewa *ebisu* salah satu dari tujuh dewa keberuntungan dalam mitologi Jepang. Menurut Encyclopedia Britannica (1998) tujuh dewa keberuntungan yang disebut (*shichifukijin*) dalam mitologi Jepang yaitu *daikokuten*, *benzaiten*, *bishamonten*, *fukurokuju*, *jurojin*, dan *hotei*. Festival *ebisuko* diadakan setiap tahun pada tanggal (20 kannazuki) yaitu tanggal 19 dan 20 November. Murakami juga menambahkan festival ini dianggap oleh masyarakat Jepang sebagai momen penting untuk berkumpul, merayakan, dan berdoa agar mendapatkan keberuntungan dalam berbagai aspek kehidupan, misalnya pada masyarakat yang berprofesi sebagai nelayan dan pedagang. Nelayan datang ke kuil Nishinomiya untuk menghormati dewa *ebisu* agar mereka diberi perlindungan selama berlayar dan kembali ke daratan, serta memiliki harapan agar mereka mendapatkan hasil yang melimpah dalam menangkap ikan besar. Sementara itu, pedagang berkumpul di kuil Nishinomiya untuk memberikan penghormatan kepada

dewa *ebisu* untuk melindungi usaha mereka supaya dapat meraih kesuksesan dan kesejahteraan sepanjang tahun.

Selama festival *ebisuko*, seorang pedagang *kimono* yang dikenal di toko *echigoya* mengembangkan ide kreatif dengan memanfaatkan potongan kain sutra yang tersisa dari proses menjahit *kimono* untuk membuat tas yang diberi nama tas *ebisu*. *Ebisu* menurut Encyclopedia Britannica (1998) dalam mitologi Jepang, dimana dijelaskan bahwa *ebisu* dalam kepercayaan Shinto disebut dewa *ebisu* yang dianggap sebagai pelindung para nelayan dan pedagang.

Murakami juga menambahkan bahwa pada zaman Edo di dalam tas *ebisu* terdapat potongan kain sutra warna-warni yang dijual dengan harga 1 *mon*. *Mon* merupakan mata uang pada zaman Edo, di zaman ini semangkuk *soba* harganya sekitar 16 *mon* yang berarti potongan kain sutra setara dengan sekitar 63 mangkuk *soba*. Meskipun terdengar cukup mahal, tetapi dapat dipahami bahwa di zaman ini kain sutra yang digunakan untuk membuat tas *ebisu* harganya sangat mahal daripada semangkuk *soba*.

Namun dalam kondisi sosial di zaman Edo, kain sutra merupakan barang yang sangat mahal karena dianggap sebagai kain yang memiliki kualitas terbaik, sehingga hanya beberapa masyarakat yang mampu memiliki kain tersebut. Disisi lain, banyak masyarakat Edo cenderung memakai pakaian bekas termasuk *kimono* berbahan katun sebagai alternatif yang lebih terjangkau dan pakaian sutra dianggap sebagai barang yang sangat mewah. Oleh karena itu, tas *ebisu* walaupun terlihat sangat murah dari sisi nominal harga, tetapi isi yang terdiri dari potongan kain sutra dijadikan sebagai simbol kemewahan dan keindahan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Edo.

Pada zaman Edo karakteristik dari tas *ebisu* adalah memiliki desain yang elegan dengan sentuhan estetika, dan kualitas terbaik karena menggunakan kain sutra sehingga sangat diminati oleh masyarakat. Disisi lain, tas *ebisu* sangat populer dikalangan pedagang *kimono* seperti *Daimaru*, *Shirokiya*, *Izukura*, dan *Daikokuya* yang memutuskan untuk menjual tas tersebut (Murakami, 2021).

Pada zaman Meiji (1868-1912) pedagang *kimono* *Tsuruya* yang merupakan pendahulu dari pusat perbelanjaan *Matsuya* mulai menjual *fukubukuro* di tahun

1907. Pada masa ini tidak diperoleh informasi yang lengkap mengenai isi dan harga tas tersebut. Kemudian, pada tahun 1910-1911 pedagang *kimono ito gofukuten* yang merupakan pendahulu dari pusat perbelanjaan *Matsuzakaya* melakukan inovasi dengan memperkenalkan *fukubukuro* yang diberi nama *takarabako*. *Takarabako* adalah kotak harta, di tahun ini *takarabako* dijual dengan harga 50 *sen*. *Sen* adalah satuan mata uang senilai 1 atau 100 rupiah (Hydrizbot, 2016).

Matsuzakaya shiryō shitsu kikaku ten (2016) juga menambahkan inovasi *takarabako* dianggap sebagai inovasi pertama yang diperkenalkan di pusat perbelanjaan sebagai bagian dari strategi pemasaran. Inovasi ini diterapkan sebagai cara untuk meningkatkan kepercayaan kepada masyarakat. Pusat perbelanjaan yang menjual *takarabako* merujuk pada kebiasaan memberikan wadah spesial kepada masyarakat saat mereka melakukan pembelian barang-barang tertentu jika mencapai target belanja. Hal ini karena adanya kejutan bagi pembeli, sehingga mereka merasa dihargai dan cenderung untuk kembali berbelanja di pusat perbelanjaan.

Disisi lain, *takarabako* memiliki daya tarik utama bagi pengunjung pusat perbelanjaan dengan mendorong masyarakat untuk berbelanja sehingga terdapat antusiasme di kalangan masyarakat, mengakibatkan antrian panjang yang terbentuk sejak malam sebelum hari penjualan. Hari penjualan, pusat perbelanjaan *Matsuzakaya* menjadi pusat perhatian yang sangat ramai, dimana masyarakat berbondong-bondong datang untuk membeli *takarabako*. *Takarabako* memiliki karakteristik yaitu desain yang elegan dan isinya bermacam-macam barang berharga yang dijadikan sebagai simbol membawa keberuntungan dengan harapan untuk keberhasilan dan kemakmuran di tahun yang akan datang. Kemudian, pada zaman Taisho (1912-1926) penjualan *takarabako* yang berlangsung selama tiga tahun diberhentikan di tahun 1913, dikarenakan pihak berwenang merasa tidak mampu untuk menjaga keamanan saat situasi pusat perbelanjaan sangat ramai (*Matsuzakaya shiryō shitsu kikaku ten*, 2016).

Menurut Mukrima et al (2016) setelah zaman Showa (1926-1989) *fukubukuro* mulai dijual di pusat perbelanjaan di seluruh Jepang. Pusat perbelanjaan, pada awalnya mengembangkan ide inovatif menggunakan *fukubukuro* sebagai cara

untuk menjual barang yang masih tersisa dalam persediaan dan membuang barang yang sudah tidak laku terjual di etalase dari tahun lalu. Hal ini juga sesuai dengan mitos Jepang yang menyatakan bahwa seseorang harus memulai membersihkan diri pada tahun baru dan membuang sampah apapun dari tahun lalu (Yabai, 2017). Mitos ini juga diperkuat oleh penjelasan Yoririn (2020) yang menjelaskan bahwa membersihkan rumah di tahun baru juga merupakan tradisi kepercayaan Shinto. Tahun baru dianggap sebagai momen paling sakral bagi masyarakat Jepang karena dilakukan untuk menyambut para dewa serta merayakan pergantian tahun. Oleh karena itu, melakukan pembersihan rumah pada tahun baru dianggap akan menjaga para dewa supaya tetap berada di dalam rumah sepanjang tahun.

Seiring dengan berjalannya waktu, *fukubukuro* mengalami perkembangan yang membuat konsep dan isinya menjadi lebih menarik karena pusat perbelanjaan mulai mengisi *fukubukuro* dengan bermacam-macam barang dan mengklasifikasikan ke dalam kategori yang lebih spesifik, seperti alat elektronik, pakaian bermerek, produk kecantikan, makanan ataupun minuman. *Fukubukuro camera yodobashi* adalah jenis alat elektronik seperti kamera, audio dan laptop. Selanjutnya, *fukubukuro gelato pique* adalah pakaian bermerek dari berbagai jenis produk seperti *hoodies*, kaus kaki dan celana yang dapat digunakan untuk seluruh usia dari pria maupun wanita. Kemudian, *fukubukuro cosme kitchen* adalah produk kecantikan yang terbuat dari bahan alami untuk perawatan kulit dan tubuh. Selanjutnya, *fukubukuro mister donut* adalah berisi dengan bermacam-macam barang, seperti *totebag*, kalender, buku, handuk, dan voucher donut. selain itu, *fukubukuro starbucks coffee* adalah berisi berbagai macam barang seperti *totebag*, *tumbler*, biji kopi, dan voucher *starbucks coffee* (Shindo, 2019).

Fukubukuro dikemas dalam bentuk tersegel dengan tulisan *fukubukuro* disertai nama toko. Selain itu, karakteristik dari *fukubukuro* adalah berisi macam-macam barang dengan kualitas terbaik, dimana isi yang terdapat di dalam tas dapat digunakan oleh pembeli. Sementara itu, pada pertengahan tahun 1990 *fukubukuro* menjadi sebuah tradisi tahunan yang dinantikan oleh masyarakat untuk menyambut tahun baru. Setiap tahun baru masyarakat Jepang memiliki peran dalam tradisi *fukubukuro* dengan ikut serta dalam kegiatan membeli di pusat perbelanjaan.

Umumnya di pusat perbelanjaan masyarakat antusias mengantri dalam waktu yang lama untuk membeli *fukubukuro*. Masyarakat dalam membeli *fukubukuro* memiliki tujuan tertentu yakni untuk mendapat kebahagiaan, namun dalam membeli tas ini dilakukan tanpa memilih isi dan tanpa mengetahui isi yang akan didapat di dalamnya. Selain itu, membeli *fukubukuro* menjadi pengalaman sosial, dimana masyarakat berbagi cerita dan pengalaman kepada teman, kerabat dan keluarga yang dapat mempererat hubungan sosial (Robert & Brown, 2004).

Menurut laporan dari Asosiasi pusat pebelanjaan Jepang pada bulan Januari tahun 2021, *fukubukuro* yang dijual di pusat perbelanjaan di seluruh Jepang mengalami penurunan drastis sebesar 29,7% jika dibandingkan dengan data penjualan tahun lalu. Penyebab utama dari penurunan ini adalah diberlakukan kebijakan darurat pada awal tahun, yang memberikan dampak negatif terhadap aktivitas perdagangan dan peluang aktivitas berbelanja pembeli. Namun, sebelum diberlakukan kebijakan darurat, penjualan *fukubukuro* pada bulan desember di 41 toko di Jepang, mengalami peningkatan. Peningkatan ini mencapai sekitar 15% lebih tinggi dibandingkan dengan tahun lalu. Peningkatan ini juga menunjukkan upaya yang diterapkan oleh para pedagang untuk meningkatkan aktivitas berbelanja menjelang akhir tahun.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa sejarah *fukubukuro* memiliki keterkaitan dengan kepercayaan terhadap dewa keberuntungan dalam mitologi Jepang yang terdapat di zaman Edo. Pada zaman Edo sampai zaman Showa *fukubukuro* mengalami perkembangan, pusat perbelanjaan mengisi *fukubukuro* dengan berbagai jenis barang termasuk alat elektronik, pakaian bermerek, produk kecantikan, makanan, dan minuman.

Dengan memilih *fukubukuro* sebagai tema penelitian ini, penulis ingin mengetahui lebih mendalam tentang bagaimana peran perilaku masyarakat Jepang dalam kegiatan membeli *fukubukuro* di pusat perbelanjaan, melalui penelitian ini yang diberi judul “**Peran Masyarakat Jepang Dalam Tradisi *Fukubukuro***”.

1.2 Penelitian yang Relevan

Dalam proses pembuatan penelitian ini, penulis mengkaji beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh orang lain mengenai *fukubukuro*, dan menemukan beberapa studi yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan penulis. Berikut ini adalah beberapa penelitian yang relevan dengan topik penelitian diantaranya:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Hui Wang seorang mahasiswa fakultas ekonomi jurusan management dari Universitas Sains dan Teknologi Elektronik China (2013) dengan judul “Application Analysis on “Seckill” in *fukubukuro*’s Promotion Strategy Of Women’s Day”. Penelitian yang Digunakan Hui Wang menggunakan konsep model bidang e-commerce. Hasil dari penelitian ini adalah promosi *fukubukuro* pada hari perempuan, dengan meningkatkan kinerja perusahaan dalam waktu singkat. Penelitian ini terdapat persamaan dengan penulis, yaitu membahas mengenai sejarah. Perbedaan dengan penulis, yaitu penulis membahas mengenai peran masyarakat Jepang dalam tradisi *fukubukuro* di Jepang.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Chaikal Nuryakin seorang mahasiswa fakultas ekonomi dari Universitas Indonesia (2016) dengan judul “Experiment on lotteries for shrouded and bundled goods: Investigating the economics of *fukubukuro*”. Hasil dari penelitian ini adalah *fukubukuro* melibatkan penyimpanan barang-barang yang diikat menjadi satu ke dalam tas tertutup dan dijual secara terpisah. Penelitian yang dilakukan Chaikal Nuryakin menggunakan metode kualitatif dengan kuesioner. Penelitian ini terdapat persamaan dengan penulis, yaitu membahas mengenai sejarah dan metode kualitatif dengan analisis deskriptif. Perbedaan dengan penulis, yaitu penulis membahas mengenai peran masyarakat Jepang dalam tradisi *fukubukuro* di Jepang.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Terdapat perbedaan *fukubukuro* dengan tas pada umumnya.
2. Sejarah awal mulanya tas *ebisu* yang kemudian mengalami perubahan nama menjadi *fukubukuro*.
3. Perkembangan penjualan *fukubukuro* dari zaman Edo tahun (1603-1868) hingga zaman Showa tahun (1926-1989).
4. Terdapat peran masyarakat Jepang dalam tradisi *fukubukuro* pada tahun baru.

1.4 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah Peran Masyarakat Jepang Dalam Tradisi *Fukubukuro*.

1.5 Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka perumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tradisi *fukubukuro* di Jepang?
2. Faktor apa saja yang mempengaruhi munculnya *fukubukuro* di kalangan masyarakat Jepang?
3. Bagaimana peran masyarakat Jepang dalam tradisi *fukubukuro* di Jepang?

1.6 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana tradisi *fukubukuro* di Jepang.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi munculnya *fukubukuro* di kalangan masyarakat Jepang.
3. Untuk mengetahui peran masyarakat Jepang dalam tradisi *fukubukuro* di Jepang.

1.7 Landasan Teori

Pada bagian landasan teori penulis akan menjelaskan teori-teori yang berkaitan dengan kata kunci digunakan sebagai komponen pendukung terkait dengan penelitian yang diteliti oleh penulis, diantaranya adalah sebagai berikut:

1.7.1 Peran

Menurut Barbara (2022:131), peran adalah seperangkat tingkah laku yang diharapkan oleh orang lain terhadap seseorang sesuai kedudukannya dalam suatu sistem. Peran dipengaruhi oleh keadaan sosial baik dari dalam maupun dari luar dan bersifat stabil.

Menurut Soekanto dalam buku yang berjudul *Sosiologi Suatu Pengantar* (2012:212), menyatakan peran adalah aspek dinamis kedudukan (status). Apabila seseorang melakukan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, berarti dia sedang menjalankan suatu peranan. Peran selalu berdampingan dengan kedudukan dan keduanya tidak dapat dipisahkan karena status kedudukan bergantung pada peran, dan peran sangat bergantung pada status kedudukan. Peran memiliki dua arti yaitu setiap orang mempunyai macam-macam peranan yang berasal dari pola pergaulan hidupnya dan peran juga menentukan kesempatan-kesempatan apa yang diberikan oleh masyarakat kepadanya. Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa peran seseorang dalam masyarakat sangat dipengaruhi oleh kedudukan dan lingkungan di sekitarnya.

1.7.2 Masyarakat

Menurut Koenjaraningrat (2012:122), masyarakat adalah kesatuan hidup manusia yang berinteraksi sesuai dengan sistem adat-istiadat tertentu yang sifatnya berkesinambungan dan terikat oleh suatu rasa identitas bersama. Menurut Linton (dalam Soekanto, 2006:22) masyarakat merupakan setiap kelompok manusia yang telah hidup dan bekerja bersama cukup lama, sehingga mereka dapat mengatur diri mereka dan menganggap diri mereka sebagai suatu kesatuan sosial dengan batas-batas yang dirumuskan dengan jelas.

Menurut Antonius Atoshoki Gea dkk, (2003:30-31), istilah masyarakat dalam bahasa Inggris disebut *society* yang berasal dari kata latin *socius* dapat diartikan sebagai teman atau kawan. Disisi lain, istilah masyarakat berasal dari bahasa Arab dari kata *syirk* artinya merujuk pada kata masyarakat yakni sekelompok masyarakat yang saling mempengaruhi satu sama lain dalam suatu proses pergaulan yang sedang berlangsung. Pergaulan ini terjadi karena adanya nilai, norma, dan prosedur serta harapan dan keinginan yang merupakan kebutuhan bersama. Hal-hal yang disebut terakhir merupakan tali pengikat bagi sekelompok orang yang disebut masyarakat. Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa masyarakat memiliki keterkaitan dengan interaksi sosial dalam hal nilai, norma dan kebutuhan bersama di suatu kelompok.

1.7.3 Tradisi

Menurut Coomans, M (1987:73), tradisi adalah suatu gambaran tentang sikap ataupun perilaku masyarakat yang sudah berproses dalam waktu lama dan dilakukan secara turun temurun dari nenek moyang. Menurut Rofiq (dalam Bastomi, 1984:14) tradisi merujuk pada suatu ruh budaya dan kebudayaan, terdapatnya tradisi ini sistem kebudayaan akan menjadi semakin kuat. Jika tradisi dimusnahkan, maka kebudayaan yang dimiliki suatu bangsa akan ikut lenyap. Sangat berarti untuk dipahami bahwa sesuatu hal yang dijadikan tradisi telah terpercaya keefektifan dan juga keefesiennya. Hal ini disebabkan keefektifan dan juga keefesiennya selalu beriringan dalam perkembangan kebudayaan mencakup berbagai perilaku dan tindakan untuk mengatasi seluruh permasalahan. Sampai tatkala keefektifan dan juga keefesiennya ini rendah, hingga secara perlahan-lahan tradisi tidak akan dipakai lagi oleh masyarakat dan tidak lagi menjadi bagian dari suatu tradisi. Tradisi akan tetap dipakai dan dipertahankan jika tradisi tersebut masih relevan dan sesuai dengan situasi serta kondisi yang dihadapi oleh masyarakat sebagai pewarisnya.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa tradisi adalah terdapat kebudayaan yang menjadi bagian penting dari warisan masyarakat dan terus berkembang sesuai dengan tuntutan zaman.

1.7.4 Kebutuhan Manusia

Menurut Murphy seorang psikolog asal Amerika Serikat yang memiliki fokus pada bidang psikologi sosial, kepribadian, dan parapsikologi (dalam Fitriah et al., 2016), menjelaskan kebutuhan manusia terbagi menjadi empat kelompok. Empat kelompok tersebut diantaranya kebutuhan dasar, kebutuhan akan kegiatan, kebutuhan sensorik, dan kebutuhan untuk menolak sesuatu.

Menurut Maslow seorang psikologis (dalam Milla 2022:10), mengemukakan manusia memiliki lima tingkatan kebutuhan yang diurutkan berdasarkan tingkat kepentingannya. Dimulai dari yang paling rendah yakni kebutuhan fisiologis, kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan ego, dan pada tingkatan paling tertinggi adalah kebutuhan akan aktualisasi diri.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa manusia memiliki lima tingkatan kebutuhan yang disusun berdasarkan tingkat kepentingannya, dimulai dari kebutuhan fisiologis hingga kebutuhan akan aktualisasi diri yang merupakan tingkatan paling tinggi.

1.7.5 Fukubukuro

Menurut Yamamoto dalam buku yang berjudul *Human Interface and the Management of Information* (2017:474) menyatakan:

Fukubukuro is like grab bags and mystery bags or we may call them lucky bags. They usually contain variety of goods that are much more valuable than the price of the bag.

Terjemahan: *Fukubukuro* seperti tas kejutan dan misteri atau disebut sebagai tas keberuntungan. Biasanya berisi macam-macam barang yang lebih berkualitas daripada harga tas tersebut.

Menurut Weblio.jp dalam kamus *online* daijisen.jp menyatakan:

福袋は前もってその中に種々のものを入れて口を閉じ、中身がわからないようにして各人に選び取らせる袋。余興や商店の正月の売り出しなどに出す。

Fukubukuro wa maemotte sono naka ni shuju no mono o irete kuchi o toji, nakami ga wakaranai youni shite kakujin ni erabi tora seru fukuro. Yokyou ya shouten no shougatsu no uridashi nado ni dasu.

Terjemahan: *Fukubukuro* berarti tas yang berisi macam-macam barang yang tidak dapat dilihat, agar setiap orang bebas memilih tas yang dijual saat tahun baru di pusat perbelanjaan di Jepang.

Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa *fukubukuro* merupakan tas yang tidak dapat dilihat isinya yang dijual dalam jumlah terbatas, sebagai hiburan saat tahun baru di pusat perbelanjaan.

1.8 Metode Penelitian

Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan analisis deskriptif. Menurut Sugiyono (2014:21) analisis deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Teknik yang dilakukan dalam metode ini yaitu dengan pengumpulan data berupa studi kepustakaan. Studi kepustakaan adalah penelitian yang dilakukan dengan membaca dan mengumpulkan data yang berkaitan dengan topik permasalahan. Sumber data yang diambil dari *e-book*, internet, jurnal, dan artikel ilmiah.

1.9 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas maka manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini untuk menambah pengetahuan mengenai *fukubukuro* di Jepang, serta mengetahui bagaimana peran masyarakat Jepang dalam tradisi *fukubukuro* di Jepang.

2. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan menjadi referensi bagi yang tertarik untuk meneliti tentang *fukubukuro*.

1.10 Sistematika Penulisan

Penelitian ini penulis menggunakan sistematika penulisan yang terdiri dari empat bab secara berurutan sebagai berikut:

Bab I merupakan bab pendahuluan yang berisikan tentang latar belakang masalah, penelitian yang relevan, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II merupakan bab tentang faktor yang mempengaruhi munculnya tradisi *fukubukuro* di kalangan masyarakat Jepang.

Bab III merupakan bab pembahasan tentang analisis peran masyarakat Jepang dalam tradisi *fukubukuro* di Jepang.

Bab IV merupakan bab kesimpulan dan penutup pada bab ini dari analisis yang terdapat pada bab sebelumnya.