

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk hidup selalu memiliki apa yang disebut dengan kebutuhan. Sejak manusia dilahirkan ke dunia, dia sudah memiliki kebutuhan yang harus dipenuhi. Kebutuhan merupakan segala sesuatu yang diperlukan oleh manusia agar dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya. Kebutuhan didasari pada prinsip bahwa manusia merupakan makhluk yang memiliki keinginan. Sebagai makhluk individu, setiap manusia memiliki keinginan yang berbeda-beda, menyebabkan beragamnya kebutuhan yang ingin manusia capai.

Di antara beragamnya kebutuhan yang ingin dicapai manusia, terdapat beberapa kebutuhan yang menjadi dasar manusia dalam menjalani hidup. Hal itu disebut dengan Kebutuhan Dasar Manusia. Setiap individu manusia memiliki lima kebutuhan dasar, yaitu: kebutuhan fisiologis, keamanan, cinta, harga diri, dan aktualisasi diri (Potter dan Patricia, 1997). Kebutuhan-kebutuhan inilah yang membuat manusia mempertahankan kelangsungan hidupnya.

Selain sebagai makhluk hidup, manusia juga merupakan makhluk sosial, yang pada dasarnya tidak bisa hidup sendiri tanpa bantuan dari orang lain. Selayaknya makhluk sosial, manusia tidak bisa memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut secara baik tanpa adanya bantuan dari orang lain. Sebagai contoh, sebuah perusahaan tidak akan bisa bertahan jika tidak ada para pegawai yang bekerja di perusahaan tersebut, seorang pedagang tidak akan bisa menjual barang dagangannya jika tidak memiliki konsumen atau peminat. Manusia pun membutuhkan seseorang untuk membantu memenuhi kebutuhannya masing-masing.

Sebagai salah satu dari lima kebutuhan dasar manusia, cinta tidak mudah untuk didapatkan seorang diri, oleh karena itu diperlukanlah bantuan dari orang lain.

Namun, seringkali kita merasa bingung tentang cara memenuhi kebutuhan akan cinta dan kasih sayang. Selain itu, rasa malu dan malas berinteraksi dengan orang lain dapat menghalangi terpenuhinya kebutuhan akan cinta dan kasih sayang tersebut.

Selain rasa malu dan malas, ada banyak faktor lain yang mempengaruhi manusia dalam memenuhi kebutuhan akan cinta. Kebudayaan juga merupakan salah satu faktor yang berperan dalam hal ini. Sebagai salah satu negara maju, Jepang memiliki berbagai macam budaya di masyarakatnya, sebagai salah satu contoh adalah budaya kerja keras atau yang sering kita dikenal dengan istilah "*Hatarakibachi*". Secara etimologi, *hatarakibachi* berasal dari dua kata yaitu kata *hataraku* (働く) yang artinya bekerja dan *bachi* (蜂) yang berarti lebah. Lebah dikenal sebagai binatang yang sangat rajin, terutama dalam memproduksi madu dan berperan dalam penyerbukan bunga. Menurut Nelson (2008, 162), *hatarakibachi* berarti lebah pekerja. Istilah ini digunakan untuk menggambarkan orang Jepang yang sangat berdedikasi pada pekerjaan mereka. Dedikasi orang Jepang yang sangat tinggi terhadap pekerjaan seringkali membuat mereka bekerja tanpa kenal waktu. Budaya kerja keras tersebut mengakibatkan masyarakat Jepang sulit untuk bisa memenuhi kebutuhan akan cinta dan memilih untuk tidak menikah atau hidup tanpa pasangan karena terlalu sibuk mengurus diri sendiri. Meskipun memilih untuk tidak menikah, mereka tetap merasa perlu memenuhi kebutuhan akan cinta.

Seperti di negara-negara lain, Jepang juga memiliki cara yang unik untuk memenuhi kebutuhan cinta tersebut. Di Jepang ada suatu layanan yang tercipta agar bisa memenuhi kebutuhan akan cinta. Salah satu contohnya adalah "jasa rental pacar" atau yang dikenal istilah *Rentaru Koibito* (彼氏・彼女). *Rentaru Koibito*

(彼氏・彼女) adalah sebuah layanan bisnis untuk percintaan dan merupakan jenis bisnis layanan klien bertipe jasa pengiriman. Jasa ini adalah bisnis dimana pemeran atau orang yang dipilih oleh klien dibayar untuk bertindak sebagai kekasih dan berkencan. Bisnis ini diperkenalkan pertama kali pada tahun 2015 melalui acara televisi di Jepang yang berjudul *Hakunetsu Live Vivid* (Oktaviani, 2015).

Di Jepang, *Rentaru Koibito* (彼氏・彼女) ini muncul sebagai salah satu fenomena akibat sulitnya masyarakat Jepang untuk memenuhi kebutuhan akan cinta dan afeksi. Pemahaman mereka tentang kebutuhan rasa cinta ini pun cukup baik sehingga mereka bisa membedakan jasa sewa pacar ini dengan jasa prostitusi. Terdapat perbedaan yang mendasar antara jasa sewa pacar atau *Rentaru Koibito* (

彼氏・彼女) dan prostitusi. Menurut seorang peneliti di Center for Digital Society Universitas Gadjah Mada bernama Firy Abisono dalam kumparan.com, perbedaannya adalah jasa sewa pacar umumnya hanya memberikan afeksi sebatas ucapan sapaan, kata-kata cinta, dan skenario romantis di depan keluarga. Sementara untuk sentuhan fisik, pacar sewaan sangat terbatas. Munculnya fenomena pacar sewaan ini melahirkan banyak implikasi di masyarakat. Dikutip dari stekom.ac.id, bisnis pacar sewaan masih dianggap kontroversial oleh sebagian masyarakat karena dinilai merusak nilai-nilai tradisional tentang cinta dan hubungan.

Berdasarkan paparan diatas, penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam bagaimana pandangan atau persepsi orang-orang di Indonesia, khususnya mahasiswa program studi Bahasa dan Kebudayaan Jepang UNSADA Angkatan 2021 terhadap jasa sewa pacar yang ada di Jepang tersebut.

1.2 Penelitian yang Relevan

Penelitian ini berlandaskan pada beberapa penelitian sebelumnya yang hampir menjurus pada penelitian yang ditulis oleh penulis. Penelitian tersebut adalah:

1. Penelitian berjudul “Jasa Sewa Pacar (*Rentaru Kareshi*) Sebagai Fenomena Sosial Di Jepang” oleh As-syifatul Jannah, Rina Fitriana dan Yelni Rahmawati. Penelitian ini membahas tentang Jasa Sewa Pacar sebagai Fenomena Sosisal Di Jepang. Di dalam penelitian ini, juga dijelaskan tentang apa itu Jasa Sewa Pacar (*Rentaru Kareshi*). Di dalam penelitian ini diterangkan bahwa Jasa Sewa Pacar (*Rentaru Kareshi*) adalah sebuah istilah umum yang digunakan untuk menyebutkan laki-laki atau perempuan yang

dibayar oleh pihak penyewa untuk menemani berkencan, jalan-jalan atau menghabiskan waktu selayaknya sepasang kekasih. Selain menerangkan tentang apa itu Jasa Sewa Pacar (*Rentaru Kareshi*), penelitian ini juga menerangkan faktor-faktor yang menyebabkan timbulnya Fenomena Persewaan Pacar di Jepang, faktor-faktor tersebut adalah Kesepian, Enggan Untuk Menikah dan Rasa Tidak Percaya Diri. Persamaan dari penelitian ini adalah faktor-faktor yang membuat orang menggunakan jasa sewa pacar ini. Perbedaannya terletak pada sudut pandang yang diambil. Pada penelitian ini penulis mengambil sudut pandang mahasiswa Bahasa dan Kebudayaan Jepang angkatan 2021 sebagai basisnya.

2. Penelitian berjudul “Tinjauan Yuridis Terhadap Perjanjian Pacar Sewaan” oleh Dwi Indriani. Penelitian ini membahas tentang legalitas perjanjian sewa pacar yang ada di Indonesia. Di dalam penelitian ini dijelaskan juga bahwa banyak tragedi yang terjadi akibat bisnis ini, contohnya seperti pernikahan dini, penganiayaan hingga aborsi. Di jelaskan juga bahwa legalitas atas perjanjian sewa pacar ini masih belum jelas di Indonesia. Tidak jarang juga terjadi pembatalan kontrak secara sepihak pada jasa sewa pacar di Indonesia. Persamaan dari penelitian ini adalah sama sama membahas tentang jasa sewa pacar. Perbedaannya terletak pada subjek yang diteliti, subjek dari penelitian ini berfokus kepada pandangan mahasiswa Bahasa dan Kebudayaan UNSADA Angkatan 2021.

1.3 Identifikasi Masalah

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

1. Budaya *hatarakibachi* menyebabkan sulitnya pemenuhan kebutuhan cinta pada masyarakat Jepang.
2. Adanya perbedaan mendasar tentang *Rentaru Koibito* (彼氏・彼女) dan prostitusi di Indonesia.

1.4 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, penulis membatasi masalah penelitian pada pandangan Mahasiswa Bahasa dan Kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada Angkatan 2021 terhadap *Rentaru Koibito* (彼氏・彼女), faktor

yang mempengaruhi seseorang untuk menggunakan jasa *Rentaru Koibito* (彼氏・彼女), dan faktor yang menyebabkan munculnya *Rentaru Koibito* (彼氏・彼女)

1.5 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, penulis merumuskan masalah yang ada sebagai berikut:

1. Bagaimana cara menggunakan *Rentaru Koibito* (彼氏・彼女) di Jepang?
2. Apa faktor yang mendorong orang menggunakan *Rentaru Koibito* (彼氏・彼女) di Jepang?
3. Bagaimana pandangan mahasiswa Program Studi Bahasa dan Kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada Angkatan 2021 terhadap fenomena *Rentaru Koibito* (彼氏・彼女)?

1.6 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, tujuan penelitian yang ingin penulis capai tentang pembahasan ini adalah:

1. Untuk mengetahui cara menggunakan *Rentaru Koibito* (彼氏・彼女) di Jepang.
2. Untuk mengetahui faktor yang mendorong orang menggunakan *Rentaru Koibito* (彼氏・彼女) di Jepang.

3. Untuk mengetahui pandangan mahasiswa Program Studi Bahasa dan Kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada Angkatan 2021 terhadap fenomena *Rentaru Koibito* (彼氏・彼女)?

1.7 Landasan Teori

1.7.1 Pandangan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pandangan adalah suatu perbuatan memandang; seperti memperhatikan, melihat, memandang, dan sebagainya. Sementara itu pandangan di definisikan sebagai proses di mana sebuah dorongan oleh individu dikategorikan dan diartikan sehingga individu tersebut dapat memahami dan memberikan makna terhadap apa yang dirasa.

Selain definisi di atas, pandangan juga memiliki arti lain yaitu proses dimana individu memilih, memuaskan dan menafsirkan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti mengenai dunia. Dari uraian di atas penulis menyimpulkan bahwa pandangan adalah tanggapan seseorang tentang sesuatu yang dilihat secara langsung maupun tidak langsung.

1.7.2 Jasa

Menurut Kotler dan Keller dalam Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti Aksa (2011), jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh suatu pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan mengakibatkan kepemilikan apa pun. Produksi jasa bisa berkaitan dengan produk fisik atau tidak.”

Selanjutnya, (Zethaml dan Bitner: 1996) dalam Lupioyadi (2014:7) memberikan batasan tentang jasa sebagai berikut “Jasa merupakan semua aktifitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau

konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah (misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan) konsumen. Menurut Tjiptono (2000:15-18) karakteristik pokok pada jasa adalah sebagai berikut:

1. *Intangibility*

Jasa berbeda dengan barang. Jasa bersifat *intangible*, yang artinya tidak dapat dilihat, diraba, dirasa, dicium, atau didengar sebelum dibeli.

2. *Inseparability*

Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan.

3. *Variability*

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *nonstandardized out-put*, yang artinya ada banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis bergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan.

4. *Perishability*

Jasa merupakan komoditas yang tidak bertahan lama dan tidak dapat disimpan. Oleh karena itu Ketika suatu jasa tidak digunakan, maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja.

Dari uraian di atas penulis menyimpulkan bahwa Jasa adalah sebuah kegiatan yang ditawarkan dari satu pihak ke pihak yang lain. Sifat jasa tidak berbentuk dan tidak mengakibatkan sebuah kepemilikan, guna untuk memenuhi kebutuhan.

1.7.3 Budaya

Kebudayaan adalah keseluruhan sistem gagasan, tindakan dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia dengan belajar.

Kata “Kebudayaan” berasal dari kata Sanskerta *buddhayah*, yaitu bentuk jamak dari *buddhi* yang berarti “budi” atau “akal”. Dengan demikian ke-budaya-an dapat diartikan: “hal-hal yang bersangkutan dengan akal”. (Koentjaraningrat, 1986:180-181).

Berdasarkan uraian di atas penulis menyimpulkan bahwa kebudayaan adalah suatu cara hidup yang berkembang di kalangan masyarakat dan diwariskan dari generasi ke generasi.

1.8 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analisis, yaitu mendeskripsikan permasalahan penelitian kemudian dianalisis. Adapun teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan dengan sumber data yang berasal dari buku-buku teks, jurnal ilmiah, e-book, dan lain sebagainya.

Selain itu, penelitian ini juga mengambil data dari hasil angket yang disebar sebanyak 50 responden di kalangan mahasiswa program studi Bahasa dan Kebudayaan Jepang UNSADA angkatan 2021 yang terdiri dari 2 kelas melalui *google form* sebagai data penunjang.

1.9 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai bagaimana pandangan mahasiswa Bahasa dan Kebudayaan Jepang UNSADA terhadap jasa sewa pacar atau *Rentaru Kareshi* di Jepang

2. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan informasi bagi pembaca, dan juga diharapkan pembaca dapat mengambil manfaat terkait jasa sewa pacar di Jepang.

1.10 Sistematika Penulisan Skripsi

Bab I: Pendahuluan

Pada bab ini penulis menjelaskan tentang alasan mengambil tema skripsi ini yang terdiri dari 10 sub bab yaitu latar belakang, penelitian yang relevan, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori, metode penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

Bab II: Gambaran Umum Mengenai *Rentaru Koibito* (彼氏・彼女)

Pada bab ini penulis akan menyampaikan gambaran umum serta menyajikan data-data penunjang tentang jasa sewa pacar di Jepang sebagai solusi pemenuhan kebutuhan mereka.

Dalam bab ini juga akan dijelaskan faktor- faktor yang menyebabkan munculnya jasa *Rentaru Kareshi* (レンタル彼氏) dan *Rentaru Kanojo* (レンタル彼女)

Bab III: Analisis Kuisisioner Pandangan Mahasiswa Bahasa dan Kebudayaan Jepang Terhadap *Rentaru Koibito* (彼氏・彼女) di Jepang.

Pada bab ini penulis akan memaparkan kuisisioner pandangan mahasiswa Bahasa dan Kebudayaan UNSADA terhadap jasa sewa pacar di Jepang. Juga akan dijelaskan hasil analisis penulis terhadap kuisisioner pandangan-pandangan tersebut.

Bab IV: Kesimpulan

Pada bab ini penulis akan memberi kesimpulan dari hasil analisis data yang dilakukan oleh penulis.