

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Setiap bangsa mengenal budaya pemberian, begitu pun dengan bangsa Jepang. Budaya pemberian Jepang disebut *zoutou bunka* (贈答文化). Sepanjang tahun ada berbagai jenis kesempatan untuk saling tukar-menukar pemberian. Hal tersebut diperkuat oleh pendapat Maruyama yang mengatakan bahwa ada 43 kesempatan untuk saling melakukan pemberian hadiah,<sup>1</sup> sedangkan Harumi Befu menyebutkan setidaknya ada 85 kesempatan tukar-menukar hadiah di Jepang.<sup>2</sup> Dari hal tersebut, terlihat bahwa budaya pemberian menduduki berbagai peristiwa dalam kehidupan bangsa Jepang. Adanya kebiasaan saling tukar-menukar hadiah dilakukan sebagai sarana untuk mengekspresikan berbagai rasa, yaitu untuk mengucapkan rasa terima kasih, rasa sesal, ucapan selamat (*congratulation*), rasa untuk saling menghibur, dan lain-lain.<sup>3</sup> Lebih jauh lagi, pemberian hadiah dilakukan tak hanya untuk mengekspresikan perasaan, tetapi juga sebagai wadah untuk mempererat hubungan sosial antar manusia.<sup>4</sup>

Beberapa contoh kesempatan di Jepang untuk saling tukar-menukar pemberian adalah *ochugen* (お中元), yaitu pemberian yang dilakukan pada musim panas yakni pada pertengahan bulan Juli, dan *oseibo* (お歳暮), yaitu pemberian akhir tahun yakni pada bulan akhir Desember.<sup>5</sup> Selain itu, pemberian hadiah juga dilakukan pada saat seperti Tahun Baru, hari *Valentine*, Natal, dan ulang tahun.

Sama seperti di negara-negara lain, Jepang juga merayakan ulang tahun khususnya bagi anak-anak. Anak-anak, baik laki-laki dan perempuan adalah

---

<sup>1</sup> Paul Maruyama, *Gift Giving on Celebration and Consolation: A Comparative Research between Japan and the USA*, Tokyo: Life Design Research, 1992, hal 2

<sup>2</sup> Harumi Befu, "A Study of Gift Giving as a Cultural Concept", Itou and Yurita (eds), *Nihonjin no Zouka* 日本金の増加, Kyoto: Minerufa, 1984, hal 40-44

<sup>3</sup> Roger J. Davies dan Osamu Ikeno (eds), *The Japanese Mind: Zoutou The Japanese Custom of Gift Giving*, Tokyo: Tuttle Publishing, 2002, hal 233

<sup>4</sup> *ibid*

<sup>5</sup> Roger J. Davies dan Osamu Ikeno, *op.cit*, hal 235

setiap orang yang berusia di bawah tujuh tahun.<sup>6</sup> Dalam budaya Jepang dikenal istilah *shichi-go-san* (七-五-三) yang berarti tujuh-lima-tiga. Anak-anak yang berulang tahun pada umur tersebut, yaitu anak laki-laki dan perempuan berumur tiga tahun, anak laki-laki berumur lima tahun, dan anak perempuan berumur tujuh tahun, melakukan kunjungan ke kuil Shinto bersama orang tuanya sambil mengenakan *kimono* atau pakaian tradisional Jepang. Hal itu dilakukan untuk mendapatkan berkat dari dewa.<sup>7</sup> Selain pada *shichi-go-san* (七-五-三), anak-anak pun merayakan hari ulang tahunnya. Pada umumnya, mereka mengundang teman-teman ke rumah dan makan bersama. Lalu pada malam harinya, anak-anak merayakan lagi bersama keluarga.

Ketika menghadiri pesta ulang tahun, pada umumnya teman-teman yang diundang membawa hadiah ulang tahun sebagai ucapan selamat (*congratulation*). Hadiah-hadiah tersebut dibungkus dengan rapi, sebab pembungkusan merupakan bagian terpenting dalam budaya pemberian Jepang.<sup>8</sup> Menurut Marcell Mauss, sebuah pemberian tanpa bungkus berarti gagal membawa pesan si pemberi kepada si penerima karena melalui tindakan membungkus hadiah, seluruh perasaan si pemberi akan tercurah.<sup>9</sup> Hal ini diperkuat oleh Joy Hendry yang menyatakan bahwa membungkus itu berarti memberi makna pada hadiah. Bungkus adalah jiwa dari hadiah. Hadiah tanpa bungkus berarti tak bermakna.<sup>10</sup>

Menurut Harumi Befu, kebiasaan saling tukar-menukar pemberian di Jepang didasari pada suatu konsep yang disebut *on*. Istilah *on* (恩) berarti hutang budi. *On* mengandung arti suatu beban, hutang, sesuatu yang harus dipikul seseorang sebaik mungkin<sup>11</sup>. Dengan kata lain, *on* adalah sebuah istilah yang menunjuk kepada hutang psikologis dan sosial yang dikenakan kepada seseorang atas berbagai penerimaan atau pemberian dengan proporsi yang utama<sup>12</sup>. *On*

<sup>6</sup> Kodansha LTD, *Kodansha Encyclopedia of Japan I*, Jepang: Kodansha Ltd, 1983, hal 277

<sup>7</sup> Harutake Iikura, *Nihonjin no Shikitari 日本人のしきたり*, Tokyo: Intelligence, 2003, hal 111

<sup>8</sup> Harumi Befu, *Gift Giving in Modernization Japan*, Jepang: Kodansha Ltd, 1983, hal 30

<sup>9</sup> Anda Rahayu Retno Wulan, Tesis: Makna Pembungkusan dalam Budaya Saling Memberi di Jepang, FIB UI, 2006, hal 1

<sup>10</sup> Joy Hendry, *Wrapping Culture*, Inggris: Oxford University Press, 1993, hal 8

<sup>11</sup> Ruth Benedict, *Pedang Samurai dan Bunga Seruni*; Pola-Pola Kebudayaan Jepang, terj. Pamudji, Jakarta: Sinar Harapan, 1982, hal 105

<sup>12</sup> Harumi Befu, “*On*”, *Kodansha Encyclopedia of Japan*, Kodansha LTD, 1983, hal 105

berlaku di antara dua pihak yang memiliki hubungan hierarkis (bertingkat) dan dalam pengembaliannya tidak mengenal batas.

Konsep *on* erat hubungannya dengan *giri* (義理) yaitu kewajiban sosial dan *ninjou* (人情) yang berarti perasaan kemanusiaan. Menurut Harumi Befu, *giri* berarti kewajiban sosial yang dalam pemakaiannya menunjuk pada kewajiban-kewajiban sosial yang bersifat normatif dan etis yang menghendaki agar masyarakat Jepang berperilaku sesuai dengan apa yang diharapkan oleh masyarakat dalam berhubungan dengan individu lain.<sup>13</sup> *Giri* tidak hanya berlaku di antara orang yang memiliki status yang berbeda, tapi bisa juga berlaku di antara orang yang memiliki status yang sederajat seperti antara teman dan relasi. Dalam pengembaliannya, memiliki batasan sesuai dengan nilai kebaikan yang pernah diterima dari orang lain. Ketiganya merupakan konsep budaya Jepang yang mengatur masyarakatnya untuk membalas pemberian yang telah diberikan oleh orang lain. Harumi Befu pun menyimpulkan bahwa ada dua elemen penting dalam budaya pemberian Jepang, yaitu kewajiban sosial untuk membalas pemberian dan seni membungkus hadiah.

Seni membungkus hadiah di Jepang disebut *rappingu* (ラッピング). Konsep dasar dari *rappingu* adalah *orikata* (折り方), yaitu seni melipat kertas.<sup>14</sup> Dalam seni membungkus hadiah, ada tiga elemen penting yang harus diperhatikan, yaitu:

1. Kertas Pembungkus (*Rappingu Pe-pa-*/ラッピングペーパー)

Kertas adalah alat untuk mengungkapkan perasaan. Perasaan itu dapat tersampaikan melalui tekstur kertas dan variasi jenis kertasnya.<sup>15</sup> Beberapa jenis kertas yang digunakan dalam seni membungkus hadiah adalah:

- a. Kertas Jepang (*Washi*/和紙)

Perkembangan seni membungkus hadiah dimulai pada abad ke-7, diawali ketika kertas masuk ke Jepang pada abad ke-5 sampai 6 dari Cina

<sup>13</sup> Takie Sugiyama Lebra, *Japanese Patterns of Behavior*, Honolulu: University of Hawaii, 1986, hal 92-94

<sup>14</sup> Makio Araki, *The "Orikata" of Japanese Wrapping*, [http://www.kippo.or.jp/culture\\_e/washi/artist/index.htm](http://www.kippo.or.jp/culture_e/washi/artist/index.htm), 1997

<sup>15</sup> Dominique Buisson, *The Art of Japanese Paper*, Italia: Finest S.A, 1992, hal 10

melalui Korea.<sup>16</sup> Sebelum kertas masuk ke Jepang, bangsa Jepang menggunakan daun untuk membungkus hadiah. Lalu ketika kertas masuk ke Jepang dan dapat dengan mudah ditemukan, maka ide untuk membungkus hadiah menggunakan kertas pun muncul.<sup>17</sup>

Awalnya bangsa Jepang menggunakan kertas berwarna putih untuk membungkus hadiah karena warna putih adalah simbol kesucian. Namun, seiring berjalannya waktu, orang-orang mulai menggunakan kertas berwarna dan bermotif. Akan tetapi, tak ada bukti kuat yang dapat menjelaskan kapan tradisi itu dimulai. Namun, beberapa referensi menunjukkan bahwa penggunaan kertas bermotif untuk membungkus hadiah dimulai pada awal abad ke-15, lalu penggunaannya menyebar luas di kalangan masyarakat pada abad ke-17. Berbagai jenis seni membungkus pun mulai muncul pada pertengahan abad ke-19.<sup>18</sup>

*Washi* berasal dari kata *wa* (和) yang berarti damai, Jepang dan *shi* (紙) yang berarti kertas. Jadi, secara harfiah *washi* adalah kertas Jepang.<sup>19</sup> Kertas yang berasal dari Cina, lalu masuk ke Jepang melalui Korea pada abad ke-5 sampai 6 ini dibawa oleh para pendeta Buddha.<sup>20</sup> Kemudian pada abad ke-7 (610), Ratu Suiko memerintahkan untuk mempelajari dan membuat kertas sendiri. Teknik pembuatan kertas dibawa oleh pendeta Korea bernama Donchou (Tamchi, dalam bahasa Korea) pada tahun 610. Perkembangan pembuatan kertas di Jepang juga didukung oleh Pangeran Shotoku Taishi yang menjadi wali kerajaan pada tahun 593 sampai 622. Dengan adanya dukungan dari pemerintah, Jepang pun belajar untuk mengasimilasi dan memodifikasi teknik pembuatan kertas dari Cina dengan budaya Jepang sehingga menghasilkan produk kertas khas Jepang yaitu *washi*.<sup>21</sup>

<sup>16</sup> Sukey Hughes, *Washi: The World of Japanese Paper*, Jepang: Kodansha International, 1978, hal 41

<sup>17</sup> Makio Araki, *op.cit*, 1997

<sup>18</sup> *ibid*

<sup>19</sup> Michael G. Lafosse, *Japanese Paper Crafting*, Hongkong: Tuttle Publishing, 2007, hal 9

<sup>20</sup> Sukey Hughes, *op.cit*, 1978, hal 41

<sup>21</sup> *ibid*

b. Kertas Polos (*Muji no Kami/ 無地の紙*)

Kertas polos adalah kertas yang tidak memiliki motif. Kertas polos dikelompokkan menjadi dua berdasarkan perbedaan warna, yaitu kertas berwarna putih (*shiroi kami/ 白い紙*) dan kertas yang memiliki warna (*iro gami/ 色紙*).<sup>22</sup>

c. Kertas Bermotif (*Moyou Kami/ 模様紙*)

Kertas bermotif memiliki beberapa macam jenis dengan motif yang berbeda-beda, yaitu kertas motif bintang-bintang besar, sedang, dan kecil (*mizutama moyou/ 水玉模様*), kertas motif bercak (*madarana moyou/ 斑な模様*) yang memiliki berbagai motif seperti lingkaran, segitiga, dan benang, kertas motif cetak (*purinto/ プリント*) yang memiliki berbagai motif seperti gambar, huruf, dan bunga, kertas motif garis-garis (*shima moyou/ 縞模様*), dan kertas motif bujur sangkar (*shimamatsu moyou/ 島松模様*).<sup>23</sup>

2. Pita (*Ribon/ リボン*)

Ada berbagai jenis pita yang digunakan sebagai hiasan hadiah. Beberapa di antaranya adalah:

a. Pita Kain

Pita jenis ini merupakan pita yang paling populer untuk hadiah karena memiliki beragam warna, seperti merah, hijau, dan biru. Ada beberapa jenis pita kain, yaitu pita organdi yang terbuat dari kain katun tipis dan tembus pandang yang digunakan untuk memberi kesan lembut dan halus. Jenis lainnya yaitu pita satin yang mengkilap pada sisi kanan, sedangkan pada sisi kirinya polos dan tidak mengkilap, dan pita sifon yang memiliki permukaan kain yang halus.<sup>24</sup>

b. Pita Plastik

Pita plastik tersedia dalam potongan yang cukup lebar, mengkilap, dan tahan air. Pita ini umumnya digunakan untuk hiasan yang harus

<sup>22</sup> Dominique Buisson, *op.cit*, 1992, hal 157

<sup>23</sup> Anda Rahayu Retno Wulan, *op.cit*, 2006, hal 23-29

<sup>24</sup> *ibid*, hal 38

bertahan dari cuaca. Pita ini terbuat dari serat benang plastik dan tersedia dalam berbagai ukuran.<sup>25</sup>

#### c. Pita Cap

Pita ini adalah pita yang sangat populer karena memiliki desain yang beragam. Umumnya digunakan sebagai hiasan untuk hadiah ulang tahun anak-anak.<sup>26</sup> Pita ini merupakan pita yang memiliki motif beragam. Tersedia dalam ukuran kecil, sedang, dan besar.

#### d. Pita Bermotif

Pita bermotif memiliki beberapa macam jenis dengan motif yang berbeda, yaitu pita motif bintik-bintik lingkaran besar, sedang, dan kecil (*mizutama moyou*/ 水玉模様), pita motif garis-garis yang dapat memberikan kesan tegas dan maskulin (*shima moyou*/ 島模様), pita motif bujur sangkar dengan ukuran besar, sedang, dan kecil (*shimamatsu moyou*/ 島松模様 atau disebut juga *chekku moyou*/ チェック模様), dan pita motif polos yang memiliki beragam warna seperti pink, kuning, dan biru (*muji moyou*/ 無地模様).

### 3. Warna (*Iro*/ 色)

Elemen penting lainnya dalam seni membungkus hadiah adalah pemilihan warna kertas pembungkus hadiah. Pemilihan warna yang sesuai membuat sebuah hadiah menjadi lebih istimewa. Selain itu, setiap warna pun memiliki masing-masing makna, seperti warna merah yang melambangkan doa dan harapan untuk kedamaian, kemakmuran, kegairahan, dan keamanan, warna putih melambangkan kesucian, dan biru menggambarkan kesegaran, kesejukan, dan ketenangan.<sup>27</sup>

Selain memiliki makna tersendiri, warna juga memiliki nilai gender. Gender merupakan suatu konstruksi simbolik yang memberikan pemahaman bahwa konsep laki-laki dan perempuan dapat didefinisikan atau diberi makna secara simbolik oleh masing-masing kebudayaan.<sup>28</sup> Penilaian terhadap laki-

<sup>25</sup> *ibid*, hal 23-29

<sup>26</sup> Drucella Lowrie, *op.cit*, 2001, hal 17-18

<sup>27</sup> Anda Rahayu Retno Wulan, Tesis: Makna Pembungkusan dalam Budaya Saling Memberi di Jepang, FIB UI, 2006, hal 134-135

<sup>28</sup> Clifford Geertz, *The Interpretation of Cultures*, New York: Basic Books, 1973, hal 81

laki dan perempuan dalam setiap kebudayaan mengakibatkan seseorang dipaksa untuk memilih antara jantan dan betina, maskulin dan feminin.<sup>29</sup> Contohnya yaitu warna *pink* yang diasosiasikan sebagai warna feminin, sedangkan warna biru diasosiasikan sebagai warna maskulin.<sup>30</sup> Dengan adanya perbedaan nilai warna yang bersifat maskulin dan feminin ini, maka pilihan warna yang digunakan dalam membungkus hadiah ditentukan pada jenis kelamin dari si penerima hadiah.

## 1.2 Masalah Penelitian

Ulang tahun merupakan salah satu kesempatan terjadinya saling tukar-menukar hadiah di Jepang. Hadiah ulang tahun yang diberikan merefleksikan perasaan dari si pemberi kepada si penerima. Pemilihan warna kertas pembungkus hadiah dipengaruhi oleh jenis kelamin si penerima hadiah. Contohnya anak laki-laki pada umumnya menerima hadiah berwarna biru, sedangkan anak perempuan menerima hadiah berwarna *pink*. Hal ini disebabkan adanya perbedaan penggunaan warna untuk anak laki-laki dan anak perempuan. Melalui hal tersebut, maka masalah penelitian skripsi ini adalah penggunaan warna maskulin dan feminin pada hadiah ulang tahun anak-anak Jepang.

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian skripsi ini adalah mengetahui perbedaan penggunaan warna pada hadiah untuk anak laki-laki dan anak perempuan. Selain itu juga untuk mengetahui makna dan pilihan warna yang digunakan dalam membungkus hadiah ulang tahun anak-anak Jepang.

## 1.4 Ruang Lingkup Penulisan

Ruang lingkup penulisan skripsi ini adalah buku *Quick and Easy Enchanting Gifts Wrapping* tahun 2004 oleh Yoshiko Hase dan buku *Rappingu to Ka-do* (ラッピングとカード) tahun 2007 oleh Marie Takeda.

<sup>29</sup> Kamla Bhasin, *Memahami Gender* (Terjemahan), Jakarta: Teplok Press, 2004

<sup>30</sup> Malcolm Barnard, *Fashion sebagai Komunikasi: Cara Mengomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas, dan Gender*, Bandung: Jalasutra, 1996, hal 117

### **1.5 Kerangka Teori**

Teori yang digunakan adalah teori kebudayaan yang dikemukakan oleh Hoebel, Murdock, dan Clifford Geertz yaitu kebudayaan sebagai keseluruhan sistem ide yang mencakup nilai-nilai, kepercayaan, pengetahuan, simbol-simbol, dan teknologi yang dimiliki bersama oleh sebagian besar anggota suatu masyarakat sosial dan dijadikan pedoman dalam berperilaku. Kebudayaan pada dasarnya adalah penafsiran simbol-simbol, sebab simbol-simbol bersifat teraba, terucap, umum, dan konkret. Dengan demikian, kebudayaan dipandang sebagai suatu sistem simbol dan pedoman dalam berperilaku.

Konsep warna yang digunakan adalah sistem lingkaran warna Munsell oleh Albert Munsell yang menjelaskan tentang tiga warna utama sebagai warna dasar, yaitu merah, kuning, dan biru. Pembagian karakteristik atau sifat warna oleh Maitland Graves dan Hideaki Chijiwa yang menggolongkan warna ke dalam warna sejuk dan hangat. Berdasarkan karakteristik warna tersebut, maka Jacci Howard Bear mengelompokkan warna menjadi dua, yaitu warna maskulin yang ditujukan untuk anak laki-laki dan warna feminin yang ditujukan untuk anak perempuan.

### **1.6 Metode Penulisan**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif dengan pengumpulan data berdasarkan penelitian kepustakaan yang diuraikan secara deskriptif-analisis. Metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan mengutamakan kedalaman pemahaman terhadap hubungan antar konsep yang sedang dikaji.<sup>31</sup> Penelitian kepustakaan adalah penelitian yang dilakukan dengan studi kepustakaan untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan melalui buku-buku dan sumber internet.

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Skripsi ini disajikan dalam empat bab yang disusun sebagai berikut:

1. Pendahuluan

---

<sup>31</sup> Sugiyono, Memahami Penelitian Kualitatif, Bandung: Alfabeta, 2005, hal 1-3



Bab pendahuluan ini terdiri dari latar belakang, masalah penelitian, tujuan penelitian, ruang lingkup penulisan, kerangka teori, metode penulisan, dan sistematika penulisan.

2. Konsep Warna dalam Kebudayaan

Bab ini berisi tentang teori kebudayaan oleh Hoebel, Murdock, Clifford Geertz, konsep warna yang membahas mengenai sistem lingkaran warna Munsell oleh Albert Munsell, karakteristik warna oleh Maitland Graves dan Hideaki Chijiwa, pengelompokan warna menjadi warna maskulin dan feminin oleh Jacci Howard Bear, dan makna warna.

3. Analisis Penggunaan Warna Maskulin dan Feminin pada Hadiah Ulang Tahun Anak-Anak Jepang

Bab ini menjelaskan tentang analisis penggunaan warna maskulin dan feminin pada hadiah ulang tahun untuk anak laki-laki dan anak perempuan Jepang.

4. Kesimpulan

Bab ini berisi kesimpulan.

