

Komersialisasi dalam Shichi Go San Matsuri: sebagai sebuah tinjauan makna Matsuri masa kini

Maria Aras K.E.

Deskripsi Dokumen: <http://lib.ui.ac.id/opac/ui/detail.jsp?id=20160040&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian bertujuan memberikan gambaran yang jelas mengenai perubahan matsuri dari suatu kegiatan yang bersifat sakral menuju ke arah komersialisasi, khususnya pada saat Shichi Go San matsuri. Pengumpulan data dilakukan dengan metode kepustakaan, sedangkan dalam analisa dicoba menggunakan teori yang dikembangkan oleh Celia Lury tentang perubahan kegunaan benda oleh pencari keuntungan, teori Sokyō Ono dan William P. Woodard tentang kehidupan ekonomi dalam ajaran agama Shinto dan juga teori yang dikembangkan oleh Freddy Yuliharto tentang kapitalisme yang merupakan awal terbentuknya komersialisasi. Selain itu, juga digunakan teori kebudayaan yang bersifat adaptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa matsuri yang merupakan kegiatan sakral dalam ajaran agama Shinto dimanfaatkan oleh pencari keuntungan untuk meraih keuntungan sebesar-besarnya. Keuntungan ini diperoleh dengan cara menjual berbagai macam barang dan jasa yang menunjang pelaksanaan suatu matsuri. Kegiatan pengadaan barang dan jasa seperti ini dalam ajaran agama Shinto diperbolehkan selama hal tersebut untuk kepentingan memuja kami atau dewa. Perilaku ini kemudian memudahkan unsur sakral dalam matsuri karena masyarakat Jepang lebih memfokuskan diri kepada persiapan aneka macam barang untuk menyambut suatu matsuri daripada keadaan komunikasi aktif dengan kami atau dewa. Gejala pemfokusan diri terhadap aneka macam barang untuk menyemarakkan matsuri inilah yang kemudian menimbulkan suatu bentuk komersialisasi matsuri.