

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Jepang selain dikenal dengan kemajuan teknologinya, juga dikenal dengan kebudayaannya yang unik dan digemari, bukan saja oleh masyarakat Jepangnya sendiri tetapi juga oleh masyarakat negara lain seperti di Indonesia yang sudah cukup mengenal tentang *Matsuri*, *Ikebana*, *Chado*, *Origami*, dan *Hanami*. Karena masyarakat Jepang sangat menghargai bangsanya dan mempunyai rasa nasionalisme yang tinggi, mereka mampu melestarikan budayanya yang unik.

Masyarakat Jepang pada dasarnya konservatif, karena bangsa ini berusaha memelihara dan meneruskan nilai-nilai budaya dan religinya, contohnya adalah berbagai *matsuri* yang mengandung nilai budaya dan nilai religi, yang diselenggarakan secara berkala, tetapi di lain pihak, sifat rakyat Jepang menunjukkan naluri yang amat kuat untuk menjamin kelangsungan hidupnya. Karena itu ia didorong untuk menerima atau bahkan mengambil hal-hal baru dari luar, jika hal-hal itu dirasakan bermanfaat untuk menjamin kelangsungan hidupnya.

*Matsuri* (祭り) dalam bahasa Inggris diartikan sebagai festival, namun dalam kepercayaan *Shintō* berarti persembahan ritual untuk Tuhan. Beragam *matsuri* diselenggarakan sepanjang tahun di berbagai wilayah di Jepang. Sebagian besar penyelenggara *matsuri* adalah kuil *Shintō* atau kuil Buddha, meskipun terdapat pula *matsuri* yang tidak memiliki kaitan langsung dengan unsur keagamaan. *Matsuri* biasanya diselenggarakan guna mendoakan keberhasilan hasil bumi, kesuksesan, kesembuhan, keselamatan atau sebagai ucapan terima kasih. Di setiap musim di Jepang ada berbagai macam *matsuri* yang diselenggarakan, seperti misalnya *Yuki Matsuri* yang diadakan pada musim dingin yaitu pada tanggal 31 Januari sampai 11 Februari, *Aoi Matsuri* yang diadakan pada musim semi yaitu pada tanggal 15 Mei, *Gion Matsuri* yang diadakan pada musim panas yaitu sepanjang bulan Juli, dan

*Kishiwada Danjiri Matsuri* yang diadakan pada musim gugur yaitu pada pertengahan September.

Terdapat beberapa *Matsuri* Jepang yang populer dan diselenggarakan di luar negara Jepang, seperti Gion, Hanabi, dan Yuki matsuri., seperti *Gion Matsuri*, *Hanabi Matsuri*, dan *Yuki Matsuri*. Di Indonesia sendiri, sering diadakan Japan *Matsuri* atau Festival Kebudayaan Jepang seperti misalnya *Ennichisai* atau Festival Internasional Budaya Jepang yang biasa diadakan di Little Tokyo di kawasan Blok M Square, Jakarta Selatan. Penyelenggaraan festival ini tujuannya adalah untuk mengenalkan berbagai macam budaya Jepang, misalnya musik tradisional Jepang, tarian Jepang, kuliner khas Jepang, pemanggulan *Mikoshi* dan *Dashi*, dan berbagai budaya modern Jepang lainnya. Tidak hanya Indonesia yang menggelar acara Japan *Matsuri*, tetapi juga beberapa negara lain seperti Swiss, Jerman, Brazil, dan negara-negara lain. Selain matsuri budaya Jepang yang juga dilakukan di berbagai negara adalah seni merangkai bunga Jepang yang dikenal dengan *ikebana*

*Ikebana* (生け花) adalah seni merangkai bunga ala Jepang, biasanya rangkaian bunga tersebut dipersembahkan untuk altar sembahyang demi memberikan kesejukan serta kedamaian bagi yang melihatnya. Banyak aliran dalam *Ikebana* mulai dari yang kuno yaitu *Sougetsu* (草月) atau yang modern yaitu *Ohara* (小原) (Parastuti, 2016, p.23). Teknik pembuatan *Ikebana* mempunyai aturan tersendiri. Bunga yang digunakan tidak dalam jumlah banyak, dan tampilannya bisa begitu bervariasi dengan bentuk-bentuk susunan tanamannya.

*Ikebana* memiliki prinsip yang mudah dipahami yaitu, rangkaian bunganya dibagi menjadi tiga. Yang pertama adalah *Ten* (天) yang berarti langit, *Hito* (人) yang berarti manusia dan *Chi* (地) yang berarti tanah. Dalam pembuatannya, harus ada satu bagian yang paling tinggi yang menyentuh langit-langit, sepanjang 1,5 kali tinggi vas, bagian yang menjadi pusat perhatian yang tingginya 2/3 dari ukuran paling tinggi,

dan bagian yang merendah ke bumi atau ke tanah yang berperan sebagai isian diantara yang melangit dan yang menjadi pusat perhatian (Yuana, 2019, p.11).

Selain *ikebana*, *Chado* atau *Chanoyu* juga kerap diperkenalkan kepada Masyarakat di luar Jepang. *Chado* (茶道) atau *Chanoyu* (茶の湯) merupakan upacara minum teh Jepang. Upacara minum teh ini merupakan perwujudan dari nilai-nilai pemahaman yang diperoleh dari pendalaman serta disiplin baik saat menghadirkan teh ataupun menikmatinya. *Chado* memiliki prinsip dasar yang dipraktikkan dalam kehidupan sehari-hari yaitu *Wa Kei Sei Jaku* yang artinya keserasian, rasa hormat, kemurnian dan ketenangan.

*Chado* memiliki makna kehidupan yang sangat dalam dan sebuah ajaran tata krama yang baik. Pada umumnya, *Chado* menggunakan teh bubuk atau *matcha* yang dibuat dari teh yang digiling halus. Acara minum teh biasa dilakukan di rumah, di sebuah ruangan yang pintu masuknya hanya setengah badan orang dewasa. Pintu masuk ke ruangan minum teh ini pun memiliki arti yaitu tamu harus merendah atau *ojigi* ketika masuk ke ruangan. Dalam ruangan acara minum teh, tamu harus tetap menjaga sikap tubuh yang sopan dan suara lembut.

Kegiatan *chado* di Indonesia sendiri cukup digemari. Asosiasi Urasenke Indonesia, atau asosiasi yang membawahi kegiatan-kegiatan *chado*, sering mengadakan upacara minum teh di berbagai kegiatan-kegiatan seperti Japan Festival untuk mengenalkan kegiatan ini. Peminat *Chado* di Indonesia sendiri terbilang cukup banyak dilihat dari kursus yang diadakan di Japan Foundation yang bekerjasama dengan Urasenke Indonesia, yang setiap tahunnya selalu diminati oleh berbagai kalangan.

Budaya Jepang berikutnya yang juga populer adalah *origami*. *Origami* (折り紙) berasal dari kata 折り (*ori*) yang berarti melipat dan 紙 (*kami*) yang berarti kertas. Secara harfiah *origami* berarti seni melipat kertas. Bahan yang digunakan biasanya adalah kertas atau kain berbentuk persegi. Kegiatan *origami* tidak hanya sekedar

melipat kertas, tetapi juga menjadi sesuatu yang mendidik. Ada berbagai macam manfaat yang diperoleh dari seni lipat melipat ini seperti pembentukan kemampuan motorik, peningkatan kemampuan daya kreatif, melatih *konsentrasi*, merangsang kinerja seimbang antara bagian otak kanan dan kiri, bahkan untuk melawan kepikunan.

Origami bisa membantu mengembalikan ingatan, atau setidaknya menjaga agar kepikunan tidak bertambah. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan seperti memilih jenis kertas *origami*, memilih dua macam lipatan yang mudah, menggunakan alat seperti gunting dan lainnya. Di Indonesia sendiri, kegiatan *origami* sudah dikenalkan semenjak taman kanak-kanak. Selain berguna untuk melatih kemampuan motorik anak, dengan kegiatan *origami* anak juga diajarkan konsep bentuk dan mengenal pola (Parastuti, 2016, p.34).

Tidak kalah menariknya dengan budaya Jepang lainnya, *Hanami* juga merupakan budaya Jepang yang menarik. *Hanami* (花見) adalah kegiatan melihat bunga Sakura bermekaran. *Hanami* sendiri mulai dilaksanakan pada Zaman Nara ketika masyarakat Jepang mulai mengagumi *ume* yang berkembang, tetapi di Zaman Heian bunga Sakura lebih menarik dan menjadikan *Hanami* identik dengan bunga Sakura. *Hanami* biasanya tidak dilakukan seorang diri, melainkan dengan keluarga atau teman. Kegiatan ini biasanya dilaksanakan sambil piknik di bawah pohon sakura yang bermekaran sambil bercerita, mengobrol, menyanyi, tertawa sambil minum *sake* dan makan. Karena banyak orang yang hendak mengadakan *hanami*, maka di tempat-tempat *hanami* yang populer, orang harus meemsa tempat (Rosidi, 2013, p.58).

*Hanami* sudah menjadi tradisi di Jepang. menghadiri *hanami* atau melihat bunga Sakura berkembang merupakan acara tahunan yang tidak mau dilewatkan oleh orang Jepang. Saat ini, bagi masyarakat negara selain Jepang, salah satu daya tarik Jepang adalah kegiatan *hanami* ini, karena tidak di semua negara, bunga Sakura dapat tumbuh dengan indah. Contohnya, tidak sedikit orang Indonesia yang pergi ke

Jepang pada bulan-bulan mekarnya bunga Sakura untuk menikmati keindahan bunga Sakura itu sendiri (Ohnuki-Tierney, 2002, 34).

Selain yang telah dipaparkan di atas, yang menarik di Jepang juga adalah budaya kuliner Jepang yang digemari oleh masyarakat luar juga banyak, mulai dari *Ramen*, *Udon*, *Sushi*, *Sashimi*, *Gyudon*, dan banyak lainnya. Banyak masyarakat di luar Jepang yang tertarik dengan keunikan kuliner Jepang yang menggunakan bahan ikan mentah seperti *Sushi* dan *Sashimi*. Tidak sedikit juga yang merasa kuliner tersebut aneh, tetapi tetap mencoba merasakannya seperti *Nato*, *Fugu* dan lainnya. *Ramen* atau mie kuah khas Jepang sendiri sangat populer di Indonesia. Sangat mudah menemukan berbagai restoran yang menyediakan *ramen* mulai dari restoran besar sampai restoran di pinggir jalan. Kepopuleran kuliner Jepang tidak hanya diminati oleh masyarakat yang mendalami tentang negara Jepang, tetapi juga masyarakat awam. Kuliner Jepang sendiri sekarang sudah banyak dikombinasi dengan kuliner Indonesia seperti *sushi* rendang, *gyudon* dendeng dan lainnya.

Orang Jepang pada umumnya memiliki rasa ketertarikan yang kuat terhadap kelompok dimana dia berada, terutama di perusahaan tempat kerjanya. Kesetiaan kelompok tidak terbatas hanya di tempat kerja atau kantor saja. Orang Jepang digambarkan sebagai masyarakat yang memiliki mentalitas kelompok, memiliki rasa malu yang tinggi, menganut gaya manajerial keluarga, jujur, tertib, bersih, dan sebagainya (Clark, 1979, p.54) Bisa saja dalam kelompok klub olahraga, klub kesenian, kelompok ketetanggaaan, kelompok kelas, kelompok angkatan universitas dan lain-lain (Davies, 2002, p.13). Masyarakat Jepang umumnya kurang menerima nilai-nilai individualisme, terlebih dalam bentuk yang menonjol seperti yang sering ditemukan dalam masyarakat Barat. Sebaliknya, mereka justru lebih mengedepankan keharmonisan dengan kelompok sosial, lingkungan sekitar, serta alam. Nilai-nilai tersebut tercermin dalam berbagai aspek kebudayaan Jepang, salah satunya adalah tradisi mandi bersama yang telah mengakar kuat dan menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat Jepang sejak lama.

Mandi yang dimaksud disini berbeda dengan pemahaman penulis tentang mandi di Indonesia. Dalam mandi di Jepang ada beberapa istilah seperti orang Jepang mandi *ofuro*, mandi *sentō*, mandi di *onsen* dan yang paling fenomenal adalah ada istilah orang Jepang mandi di tempat umum tanpa memakai apapun. Hal tersebut jika dilakukan di Indonesia misalnya akan banyak komentar yang beragam yang dikaitkan dengan etika dan agama. Salah satunya adalah mempertontonkan aurat di depan umum. Namun demikian, hal tersebut bagi masyarakat Jepang bukanlah hal yang melanggar etika karena setiap negara memang mempunyai budayanya masing-masing.

Tradisi mandi di Jepang telah dikenal sejak zaman kuno dan memiliki karakteristik khas yang membedakan dari praktik mandi di negara lain, baik dari segi tata cara maupun jenis tempat pemandian yang digunakan. Berdasarkan tujuannya, budaya mandi di Jepang sebelum abad ke-15 dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori yakni, sebagai bagian dari ritual keagamaan dan sebagai bentuk terapi kesehatan. Praktik mandi telah menjadi elemen dalam ritual keagamaan sejak abad ke-3, namun hubungan ini semakin diperkuat dengan masuknya agama Buddha ke Jepang pada abad ke-6. Sejak saat itu, kuil-kuil Buddha di Jepang mulai memanfaatkan pemandian air panas dan sauna (mandi uap) sebagai sarana penyucian diri bagi para pendeta sebelum melaksanakan upacara keagamaan.

Budaya di Jepang menyebutkan bahwa mandi yang benar adalah *ofuro*. Dalam *ofuro* ini, orang Jepang tidak memerlukan handuk besar, cukup dengan handuk kecil yang dapat digunakan untuk menggosok tubuhnya selagi *ofuro* sekaligus digunakan untuk mengeringkan badan jika sudah selesai *ofuro*. Tentu saja budaya tentang penggunaan handuk pun sangat berbeda dengan di Indonesia, di mana memerlukan handuk yang besar untuk mengeringkan badan. Sebagaimana disebutkan di atas, selain mandi *ofuro* orang Jepang juga dikenal dengan mandi di *onsen* dan di *sentō*. *Onsen* adalah kolam air panas di tempat wisata. *Onsen* menjadi salah satu kebutuhan orang Jepang sebagai tempat rekreasi untuk melepas segala rutinitas hidup. *Onsen*

dapat ditemukan di sekitar hampir seluruh pegunungan vulkanik Jepang (Parastuti, 2016, p.140).

Berdasarkan hasil penelitian yang diketahui bahwa 98% masyarakat Jepang mengunjungi *onsen* minimal satu kali dalam setahun. Relaksasi di pemandian air panas telah menjadi bagian yang melekat dalam budaya masyarakat Jepang. Mengingat *onsen* merupakan bagian yang penting dari kebudayaan mandi di Jepang, tidak mengherankan apabila usaha atau bisnis, seperti pemandian air panas (*onsen*), spa mata air panas, penginapan tradisional Jepang (*ryoukan*) maupun hotel modern yang menyediakan *onsen* tetap mampu bertahan dan berkembang hingga saat ini. *Onsen-ryokou* atau kegiatan wisata untuk menikmati pemandian air panas merupakan salah satu pariwisata yang memiliki potensi yang tinggi. Jenis wisata ini menyediakan bentuk paket lengkap yang mencakup pengalaman menginap di penginapan tradisional Jepang (*ryoukan*).

*Sentō* adalah pemandian umum di antara perumahan pemukiman penduduk. Pada zaman dahulu, rumah-rumah di Jepang tidak memiliki kamar mandi, oleh karena itu keberadaan *sentō* sangat dibutuhkan oleh masyarakat Jepang pada zaman itu. Tetapi di zaman sekarang, hampir seluruh rumah di Jepang sudah memiliki kamar mandi atau *ofuro* sendiri. Karena itu, kegunaan utama *sentō* tidak lagi sebagai tempat mandi saja, tetapi sebagai tempat bersosialisasi dengan tetangga.

Masyarakat Jepang terbiasa mandi bersama-sama sesuatu yang jarang ditemukan dalam kebudayaan bangsa lain dewasa ini. Kebudayaan merupakan pandangan hidup dari sekelompok orang yang tercermin melalui perilaku, kepercayaan, nilai, dan simbol-simbol yang mereka terima tanpa sadar yang semuanya diwariskan melalui proses komunikasi dari satu generasi ke generasi berikutnya (Liliweri, 2002, p.8).

Mandi bagi masyarakat Jepang bukan sekedar sarana membersihkan diri, melainkan sebagai kegiatan yang bertujuan merelaksasikan diri dari semua pekerjaan yang telah dilakukan satu hari penuh, biasanya mereka akan menghabiskan waktu

berjam-jam untuk berendam. Pentingnya makna interaksi sosial bagi masyarakat Jepang, bahwa : “berhubungan sosial antar sesama merupakan bagian dari karakteristik etos budaya Jepang. Bagaimanapun juga, interaksi merupakan bagian dari hidup, bukan secara individu”. Dengan mengunjungi pemandian-pemandian umum masyarakat Jepang akan menciptakan interaksi sosial baru dengan pengunjung lain (Lebra, 1976, p.9).

Bagi sebagian besar orang, khususnya yang tumbuh di lingkungan perkotaan, mandi merupakan waktu pribadi yang dilakukan untuk diri sendiri, sehingga kehadiran orang lain dapat menimbulkan rasa tidak nyaman. Kebiasaan mandi bersama masih dipertahankan oleh sejumlah kelompok masyarakat, terutama oleh masyarakat yang tinggal di daerah pedesaan; hal ini merupakan sebuah pemandangan yang sangat sulit dijumpai di kalangan masyarakat perkotaan yang cenderung lebih individualistis. Namun, bagi masyarakat Jepang, kehadiran orang lain saat mandi bukanlah hal yang aneh. Mereka terbiasa mandi bersama, baik dengan teman, keluarga maupun dengan orang yang tidak dikenal, contohnya seperti yang ditemukan di fasilitas pemandian umum. Budaya mandi bersama ini hidup dan tetap berkembang dalam kehidupan masyarakat Jepang hingga saat ini. Baik penduduk pedesaan maupun penduduk kota di Jepang turut melestarikan dan mewariskan kebiasaan pada generasi berikutnya sejak usia dini. Tradisi mandi bersama dipandang sebagai sesuatu yang esensial dan mencerminkan nilai-nilai budaya dalam kehidupan masyarakat Jepang. Hal ini menunjukkan bahwa budaya mandi di Jepang tidak semata-mata berfungsi sebagai sarana untuk membersihkan diri, namun juga menjadi sebuah tradisi budaya yang mengandung makna mendalam.

Beberapa penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini antara lain adalah penelitian yang dilakukan oleh Wiyatasari (2021) dengan judul penelitian “Kebudayaan Onsen dan Eksistensinya di Jepang”. Fokus penelitian ini yaitu pada berbagai faktor yang melatarbelakangi keberlangsungan bisnis *onsen* di Jepang yang tetap bertahan hingga kini. Penelitian ini ditulis secara deskriptif, dan

analisis melalui pendekatan kualitatif. Pengumpulan data menggunakan metode studi kepustakaan dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber, diantaranya buku, majalah, surat kabar dan artikel yang diunduh secara daring, beberapa website atau platform yang berkaitan dengan perjalanan dan pariwisata yang memuat konten mengenai *onsen*. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan metode deskriptif kualitatif dan dideskripsikan berdasarkan perspektif kebudayaan Jepang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat berbagai faktor yang mendukung eksistensi *onsen* serta pemanfaatannya hingga saat ini. Kondisi geografis Jepang sebagai negara vulkanik, memberikan berkah tersendiri bagi masyarakat Jepang, keberagaman musim yang masing-masing memiliki karakteristik yang unik, manfaat *onsen* untuk kesehatan, penyembuhan, dan juga kecantikan, merupakan bagian integral dari budaya Jepang. Oleh karena itu, *onsen* telah menjadi bagian tak terpisahkan dalam kehidupan masyarakat Jepang, dimana keberadaan *onsen* telah menyatu dengan rutinitas hidup sehari-hari dan memainkan peran penting dalam kehidupan sosial dan budaya pada masyarakat Jepang.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Tobing (2018) dengan judul “Fungsi *Ofuro* (Tradisi Mandi) pada Masyarakat Jepang” dengan fokus penelitian pada praktik budaya mandi serta interaksi sosial dalam masyarakat Jepang. Fokus penelitian ini mencakup berbagai bentuk tradisi mandi seperti *ofuro*, *rotenburo*, *onsen*, dan *sentō*. dengan permasalahan utama mengenai keterkaitan fungsi sosial dan *ofuro* (tradisi mandi). Metode penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil temuan menunjukkan bahwa penggunaan *ofuro* dalam rumah tangga Jepang mencerminkan bentuk penghormatan terhadap kepala keluarga atau anggota keluarga yang dituakan, sebagai pengingat akan posisi mereka sebagai figur sentral dan penopang keluarga. Biasanya anak-anak akan mandi di *ofuro* bersama orangtua mereka, dan melalui praktik ini terciptalah budaya *skinship* yang mempererat hubungan emosional serta membentuk komunikasi yang lebih terbuka. Sebuah survei terhadap siswa sekolah menengah di Jepang mengungkapkan bahwa mereka yang

masih berendam bersama orangtuanya di *ofuro* cenderung memiliki pencapaian akademik yang lebih tinggi dibandingkan dengan yang tidak lagi berendam bersama orangtua.

Steffanie (2011) dalam skripsinya yang berjudul “*Ofuro* dan Orang Jepang” menguraikan bahwa tradisi mandi, khususnya penggunaan *ofuro*, telah mengakar sejak awal sejarah masyarakat Jepang. Seiring waktu, masyarakat Jepang terus melakukan berbagai inovasi dalam praktik mandi tersebut. Meskipun dewasa ini telah tersedia berbagai peralatan mandi yang lebih efisien dan ekonomis, tradisi mandi dalam *ofuro* tetap dipertahankan. Aktivitas mandi bersama dalam *ofuro* memungkinkan terjalinnya berbagai hubungan sosial. Interaksi sosial yang terjadi tidak terhambat oleh rasa malu akan ketelanjangan, karena orang Jepang memandang ketelanjangan sebagai suatu kondisi yang menyetarakan individu dari latar belakang yang berbeda. Steffanie juga menekankan bahwa tradisi mandi dalam *ofuro* berkontribusi dalam mempererat kualitas hubungan antarindividu dalam suatu komunitas. Kedekatan emosional dan komunikasi berkembang diantara pribadi yang memiliki relasi vertikal, seperti antara orangtua dan anak, generasi tua dan muda, serta antar kelompok sebaya. Selain itu, batasan *uchi-soto* juga melebur ketika individu mandi bersama dalam *ofuro*,

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk mengkaji lebih jauh tentang mandi di Jepang dengan tema “Makna Mandi dalam Budaya Jepang”.

## 1.2 Identifikasi Masalah

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

1. Di Jepang terdapat berbagai pemandian umum
2. Jepang memiliki budaya mandi yang berbeda dengan negara-negara lain
3. Di Jepang terdapat beberapa jenis mandi yaitu mandi *ofuro*, mandi di *onsen*, dan mandi *sentō*.

4. Bagi Masyarakat Jepang, berbagai tradisi mandi yang ada, memiliki makna yang berbeda.
5. Salah satu makna mandi di Jepang selain untuk membersihkan diri adalah untuk mempererat hubungan sosial

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis membatasi masalah penelitian pada makna mandi di Jepang, yang berfokus pada mandi sebagai sarana membersihkan diri, serta sarana dalam membina hubungan sosial di dalam masyarakat Jepang sehingga dapat memahami makna yang terdapat dalam tradisi mandi sebagai salah satu sarana untuk mempererat atau membina hubungan sosial di antara mereka.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka yang menjadi permasalahan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana sejarah mandi di Jepang?
2. Apa makna mandi dalam budaya Jepang sebagai fungsi sosial?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengkaji dan memahami sejarah mandi di Jepang.
2. Untuk mengkaji makna mandi dalam budaya Jepang sebagai fungsi sosial.

### **1.6 Landasan Teori**

1. Makna

Pateda (2001) mengemukakan bahwa istilah makna merupakan kata-kata dan istilah yang membingungkan. Makna tersebut selalu menyatu pada tuturan

kata maupun kalimat. Berbeda dengan pendapat sebelumnya, Saussure (1994) mengungkapkan bahwa pengertian makna sebagai pengertian atau konsep yang dimiliki atau terdapat pada suatu tanda linguistik.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa makna merupakan pengertian yang dimiliki dan selalu menyatu pada tuturan kata atau kalimat.

## 2. Mandi

Menurut Rasjid (2012), mandi artinya mengalirkan air keseluruh tubuh dengan niat. Menurut bahasa, mandi adalah mengalirkan air pada salah satu anggota tubuh, sedangkan menurut istilah, mandi ialah mengalirkan air ke seluruh tubuh dengan niat mandi (Al-Malibari, 2004).

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, mandi berarti membersihkan tubuh dengan air dan sabun (dengan cara menyiramkan, merendam diri dalam air, dan sebagainya) (Poerwadarminta, 2014).

Berdasarkan uraian di atas, penulis menyimpulkan bahwa mandi merupakan pembersihan tubuh ke seluruh badan dengan air dan sabun dan disertai niat sesuai kebutuhannya.

## 3. Budaya

Budaya berasal dari kata sansekerta *buddhayah* yaitu bentuk jamak dari *buddhi* yang artinya budi atau akal, sehingga budaya dapat diartikan sebagai hal yang bersangkutan dengan budi dan akal (Koentjaraningrat, 1993). Budaya merupakan keseluruhan dari pengetahuan, sikap dan pola perilaku yang merupakan kebiasaan yang dimiliki dan diwariskan oleh anggota suatu masyarakat tertentu (Keesing, 1989, p.68). Tylor mendefinisikan kultur sebagai suatu keseluruhan yang kompleks termasuk didalamnya pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum adat dan segala kemampuan dan kebiasaan lain yang diperoleh manusia sebagai seorang anggota masyarakat (Haviland, 1985, p.332).

Berdasarkan uraian di atas, penulis menyimpulkan bahwa budaya merupakan pola perilaku dan segala kemampuan dan kebiasaan yang bersangkutan dengan akal budi.

### **1.7 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam skripsi ini, penulis menggunakan jenis penelitian kepustakaan (*library research*). Studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui telaah terhadap berbagai sumber tertulis, seperti buku, literatur, catatan, serta berbagai laporan yang memiliki relevansi dengan permasalahan yang sedang dikaji. Selain itu digunakan pula metode deskriptif yang bertujuan untuk menyajikan gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai data, karakteristik, serta hubungan antar fenomena yang menjadi objek penelitian.

Sumber data dalam penelitian ini, diantaranya buku, majalah, surat kabar dan artikel yang diperoleh secara daring, termasuk sejumlah situs web yang berkaitan dengan sejarah mandi dan makna mandi dalam budaya Jepang sebagai fungsi sosial. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan metode deskriptif kualitatif dan dideskripsikan berdasarkan kajian kebudayaan Jepang. Langkah yang dilakukan meliputi pengumpulan data, analisis data, dan penarikan kesimpulan.

### **1.8 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi baik dari segi teoritis maupun praktis.

#### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini bertujuan untuk memperluas wawasan mengenai makna mandi sebagai fungsi sosial dalam budaya Jepang, faktor-faktor yang mendorong berkembangnya berbagai jenis pemandian di Jepang, pengaruh kondisi iklim dan pergantian musim terhadap kebiasaan masyarakat Jepang dalam

menikmati pemandangan, tujuan pergi ke pemandian dan manfaatnya, dan makna yang terkandung pada mandi itu sendiri bagi masyarakat Jepang.

## **2. Manfaat Praktis**

Manfaat penelitian ini bagi penulis sebagai sarana untuk memperkaya pengetahuan dan pemahaman mengenai makna mandi dalam konteks budaya Jepang. Adapun manfaat penelitian bagi pembaca, hasil penelitian ini dapat menambah wawasan serta menjadi referensi apabila akan melakukan penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan tema penelitian ini.

### **1.9 Sistematika Penulisan**

Bab I, merupakan bab pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, landasan teori, tujuan penelitian, metode penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II, merupakan pembahasan mengenai sejarah mandi di Jepang

Bab III, merupakan pembahasan makna mandi dalam budaya Jepang sebagai fungsi sosial

Bab IV, memuat kesimpulan.