

# **PEMBERIAN *OMIYAGE* SEBAGAI BENTUK *ZOUTOU* YANG DIDASARI OLEH KONSEP *GIRI***

## **LATAR BELAKANG**

Manusia adalah makhluk sosial yang saling berinteraksi dan berhubungan timbal balik dengan yang lainnya. Dalam kehidupan sehari-hari, manusia tidak akan lepas dari kebudayaan karena manusia yang menciptakan dan menggunakan kebudayaan itu sendiri. Manusia hidup karena adanya kebudayaan, sementara kebudayaan akan terus hidup dan berkembang jika manusia itu mau untuk melestarikan kebudayaan dan tidak merusaknya. Kebudayaan mengandung beberapa unsur seperti ilmu pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, juga kebiasaan yang didapat oleh manusia sebagai anggota masyarakat (Taylor, 1974).

Menurut Hariyono (1996) kebudayaan dalam arti luas yaitu seluruh sistem tindakan, gagasan, dan hasil-hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik manusia dengan cara belajar, sedangkan kebudayaan dalam arti sempit disebut budaya atau *culture* yang mengacu pada seluruh sistem dan tindakan. Kebudayaan dan budaya memiliki perbedaan yaitu apa yang ditekankan. Kebudayaan lebih menekankan pada hasil karya manusia itu sendiri, sedangkan budaya lebih menekankan pada nilai.

Jepang merupakan negara maju zona Asia Timur yang terkenal dengan kebudayaannya yang memiliki ciri khas, Dan di antaranya adalah budaya pemberian oleh-oleh atau *omiyage*. Memberikan *omiyage* di Jepang merupakan

suatu budaya karena memberikan *omiyage* sudah menjadi salah satu tradisi kebiasaan bagi masyarakat Jepang ketika melakukan suatu perjalanan. Kata *omiyage* (お土産) terdiri dari dua huruf kanji yaitu *tsuchi* (土) artinya “tanah” dan kanji *umu* (産) yang berarti “produk”. Jadi pada dasarnya *omiyage* adalah produk lokal yang digunakan sebagai hadiah atau *souvenir*. Pada awalnya kata *miyage* ditulis dengan huruf kanji (宮筥), artinya wadah makanan bagi para dewa.

Dahulu, pada bagian akhir upacara keagamaan di Jepang, jamuan berupa bahan makanan, maupun kue yang ada di altar akan dinikmati oleh para peziarah secara serentak. Pengunjung yang makan di acara tersebut, membawa separuh makanannya untuk dibagikan kepada keluarga yang tidak bisa datang pada acara itu. Di sini sebutan “*miyage*” muncul dan ditulis dengan huruf kanji (土産) yang artinya barang yang dihasilkan di daerah sekitar.

*Omiyage* adalah barang pemberian yang mempunyai unsur perjalanan. Pada zaman dahulu, melakukan perjalanan di Jepang merupakan sebuah kegiatan yang cukup sulit dikarenakan tidak adanya fasilitas seperti transportasi dan penginapan yang bisa menunjang seseorang agar bisa menikmati perjalanannya. Perjalanan, merupakan suatu kegiatan yang dapat dilakukan ketika ekonomi dan masyarakat dalam keadaan stabil. Menurut Watkins (2008) awalnya perjalanan di Jepang ditujukan untuk kegiatan ziarah ke kuil atau wisata keagamaan. Pada zaman Edo (1603-1868), rakyat miskin di Jepang dilarang untuk keluar dari daerahnya, terkecuali mempunyai izin khusus yang harus distempel dengan stempel kuil tujuan dan diperlihatkan sebagai bukti bahwa orang tersebut sungguh-sungguh melaksanakan perjalanan tersebut.

Pada perkembangannya, tidak hanya cap sebagai barang bukti, tapi barang yang diproduksi di daerah tersebut dibawa pulang sebagai bukti. Kemudian barang itu disebut dengan *miyage/omiyage* (Watkins, 2008). Menurut Anderson dan Littrell (1995) dalam Nomura (2002) *omiyage* atau oleh-oleh adalah sebuah simbol yang dapat disentuh (barang) dan sebuah pengingat pengalaman yang berbeda dari kehidupan rutinitas sehari-hari, seperti halnya kenangan akan orang-orang, tempat, dan suatu peristiwa pada waktu tersebut.

Tukar-menukar pemberian tersebut oleh masyarakat Jepang telah dianggap sangat penting meskipun dalam setiap tahunnya untuk memberikan sesuatu tersebut, baik seseorang maupun keluarga membutuhkan biaya yang sangat tidak murah. Menurut Maruyama (1992) dalam *The Japanese Modern*, seorang pegawai eksekutif Jepang yang bekerja untuk sebuah perusahaan menghabiskan uang rata-rata 228.860 yen (Rp31.300.000,00) setiap tahun untuk pemberian tersebut (Davies, 2001). Namun pemberian hadiah tersebut bukan hanya dipakai untuk mengungkapkan perasaan pribadi, tapi juga dipakai untuk menjaga hubungan sosial.

Kebiasaan pemberian hadiah ini dengan demikian memberikan wawasan penting tentang nilai-nilai dan gaya hidup budaya Jepang. Selain itu di Jepang, banyaknya iklan-iklan yang terpampang di beberapa gerai toko, banyaknya toko oleh-oleh di tempat-tempat wisata, dan pajangan-pajangan pemberian di toko-toko di stasiun menjadi perhatian bahwa tukar-menukar pemberian telah melekat pada masyarakat Jepang. Bertukar pemberian memiliki peran penting dalam hubungan sosial manusia, yaitu dapat melancarkan hubungan sosial di dalam masyarakat Jepang. Adanya kesempatan untuk memberi pemberian yaitu orang seseorang memberikan sesuatu kepada orang lain (Davies, 2001).

Menurut Marcel Mauss dalam *The gift* (2002:1-6), seorang ahli filsuf asal Perancis mengemukakan secara universal, bahwa pemberian bukanlah suatu aktivitas yang bersifat cuma-cuma karena di dalam proses pemberian tersebut akan diserahkan kembali lagi oleh si penerima pada si pemberi sehingga aktivitas tersebut tepatnya disebut dengan tukar-menukar pemberian. Tidak jarang tukar-menukar pemberian dilihat sebagai suatu transaksi antara pembeli dan penerima. Dalam kegiatan tukar-menukar pemberian, barang yang dipertukarkan disebut prestasi, yakni nilai barang berdasarkan arti yang berlaku di dalam masyarakat, bukan nilai barang berdasarkan harfiahnya.

Dalam pemberian, ada pengertian yakni seseorang mempunyai kewajiban untuk membalaskan sebuah pemberian yang telah diterimanya. Ada tiga bentuk kewajiban menurut Mauss, yakni kewajiban untuk memberi, kewajiban untuk menerima dan kewajiban untuk mengembalikan. Masing-masing pemberian mempunyai tanggungan kewajiban tertentu yang merupakan bagian dari kegiatan hubungan berbalasan di dalam masyarakat. Kewajiban untuk beri-memberi berkaitan dengan pemberian penghargaan atau perbuatan atas apa yang diterimanya.

Aktivitas beri-memberi pemberian sudah ada pada zaman dulu dan melibatkan seluruh kelompok masyarakat. Aktivitas pemberian tersebut dilanjutkan dengan memberi kembali atau pengembalian. Pengembalian dari sebuah pemberian dilakukan dengan cara tertentu, pada akhirnya membentuk sebuah roda kegiatan yang tidak akan habis dari generasi ke generasi.

Tukar-menukar pemberian menurut Mauss mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

1. Mengembalikan benda yang telah diterima tidak dilaksanakan ketika saat pemberian hadiah itu diterima, tetapi pada waktu yang berbeda sesuai dengan aturan budaya yang berlaku
2. Mengembalikan penerimaan barang yang telah diterima bukan berupa barang yang sama dengan yang diterima, tetapi dengan benda yang berbeda dan mempunyai nilai cukup tinggi atau sekurang-kurangnya sama dengan barang yang telah diterima.
3. Barang pemberian yang telah diterima bukan dilihat sebagai barang dalam dalam nilai harfiahnya, tetapi sebagai penghargaan.

Orang Jepang memberikan banyak hadiah satu sama lain sepanjang tahun. Pada semua kesempatan untuk memberi, sejumlah besar uang dan barang dikirim ke keluarga dan individu diseluruh Jepang sebagai hadiah. Seperti halnya pada tahun baru, umumnya seseorang menerima banyak kartu tahun baru, dan anak-anak diberikan hadiah berupa uang atau disebut dengan *otoshidama* dari kerabat dan tetangga.

Dalam tradisi beri-memberi di Jepang, pemberian tersebut meliputi semua peristiwa yang ada di dalam kehidupan masyarakat Jepang dan digunakan untuk menggambarkan berbagai macam perasaan dan pemberian tersebut dikelompokkan menjadi tiga, yaitu pemberian ketika adanya kesempatan untuk memberi (*omiyage*, *temiyage*, dll), pemberian saat musim tertentu (*ochuugen*, *oseibo*), dan pemberian yang berkaitan dengan upacara (*upacara pernikahan*, *saat kematian*) (Davies, 2001). Pemberian menggambarkan bermacam-macam perasaan, yaitu ucapan selamat, sebagai penghargaan, belasungkawa, permohonan maaf, dan lain-lain.

Salah satu karakteristik budaya pemberian di Jepang adalah praktis (Davies, 2001). Sesuatu barang yang dapat digunakan dan bermanfaat sangatlah banyak, karena itu orang Jepang memilih uang sebagai pemberian karena uang adalah yang paling praktis dan hadiah yang diberikan pada banyak kesempatan. Uang juga memiliki nilai yang jelas bagi semua orang. Dengan memberi uang, orang dapat memilih sendiri hadiah yang ingin dibeli dan berguna bagi dirinya. Bagi pemberi pun tidak harus repot untuk membeli hadiah. Karena alasan ini, orang Jepang sering memberikan uang sebagai hadiah, dan kebiasaan ini juga adalah salah satu budaya yang paling khas dari pemberian hadiah di Jepang. Nilai barang yang diberikan seperti ketulusan yang dimiliki oleh si pemberi harus jelas dimata si penerima dan orang lain. Dalam sebuah nilai pemberian, barang-barang praktis yang dapat digunakan untuk kebutuhan sehari-hari merupakan barang yang cocok untuk diberikan karena semua orang bisa memahami nilai barang tersebut (Davies, 2002). Di tengah kemajuan negaranya, orang Jepang tetap melaksanakan tradisi-tradisi yang diwariskan oleh para leluhurnya.

Pada karya ilmiah ini, penulis akan menganalisis apa makna dari sebuah pemberian, yaitu pemberian *omiyage* sebagai bentuk *zoutou* yang didasari oleh konsep *giri* di Jepang. Tujuan penelitian ini adalah menjelaskan dan mengetahui apa makna dibalik pemberian *omiyage* yaitu budaya barang pemberian yang didapatkan ketika melakukan sebuah perjalanan, dalam tradisi kebudayaan di Jepang. Diharapkan penulisan karya ilmiah ini dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi masyarakat umum dalam memperkaya wawasan terhadap tradisi budaya pemberian Jepang yaitu makna sebuah pemberian *omiyage* sebagai bentuk *zoutou* yang didasari oleh konsep *giri*. Berdasarkan latar belakang yang ditulis,

penulis menggunakan teori pemberian dari Marcel Mauss. Kemudian juga menggunakan konsep *giri* dan *zoutou* sebagai penguat data mengenai apa makna dibalik budaya pemberian *omiyage* di Jepang.

Pentingnya untuk mengetahui pemberian *omiyage* di Jepang karena dapat mengetahui apa makna dibalik sebuah pemberian *omiyage* di Jepang dan menambah wawasan kita tentang pemberian *omiyage* di Jepang.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penulisan karya ilmiah ini, penulis menggunakan jenis pendekatan kualitatif. Dalam Moleong (2002) definisi penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Metode pengumpulan data pemberian *omiyage* yang penulis gunakan adalah studi pustaka, yaitu penelitian dilaksanakan dengan mengumpulkan beberapa artikel yang menyangkut dengan pemberian *omiyage* di Jepang seperti *The Gift*, *The Japanese Mind*, dll. Kemudian penulis menggunakan teori pemberian oleh Marcel Mauss, lalu juga menggunakan konsep *giri* dan *zoutou*, sebagai landasan teori untuk analisis data mengenai apa makna dibalik budaya pemberian *omiyage* di Jepang dan bertujuan untuk menjelaskan, mengetahui makna dibalik pemberian *omiyage* di Jepang. Prosedur dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga tahap, (Sugiyono, 2007) yaitu :

1. Tahap deskripsi atau tahap orientasi. Pada tahap ini, penulis mendeskripsikan data tentang pemberian *omiyage* di Jepang dengan cara dilihat, didengar dan dirasakan yang kemudian baru mendata sepiintas tentang informasi pemberian *omiyage* di Jepang yang diperoleh.