

**KOMODIFIKASI INDUSTRI “KAWAII PETTO (可愛いペット)” OLEH
SALON HEWAN (ペットサロン/PETTO SARON) DI JEPANG MELALUI
SITUS WEBSITE**



SKRIPSI

*Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Sarjana untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Departemen Sastra Jepang pada
Fakultas Ilmu Budaya
Universitas Hasanuddin Makassar*

Oleh:

MUHAMMAD ARIANDY

F91116513

DEPARTEMEN SASTRA JEPANG
FAKULTAS ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR

2020

HALAMAN JUDUL

**KOMODIFIKASI INDUSTRI “KAWAII PETTO (可愛いペット)” OLEH
SALON HEWAN (ペットサロン/*PETTO SARON*) DI JEPANG MELALUI
SITUS *WEBSITE***

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Sarjana untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Departemen Sastra Jepang pada

Fakultas Ilmu Budaya

Universitas Hasanuddin Makassar

Oleh:

MUHAMMAD ARIANDY

F91116513

DEPARTEMEN SASTRA JEPANG

FAKULTAS ILMU BUDAYA

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2020

UNIVERSITAS HASANUDDIN
FAKULTAS ILMU BUDAYA
DEPARTEMEN SASTRA JEPANG

Sesuai dengan surat penugasan Dekan Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin Nomor: 993/UN4.9.1/KEP/2020 pada tanggal 8 Juli 2020, dengan ini kami menyatakan menerima dan menyetujui skripsi yang berjudul **"Komodifikasi Industri *Kawaii Petto* (可愛いペット) oleh Salon Hewan (ペットサロン /Petto Saron) di Jepang Melalui Situs *Website*"** untuk diteruskan kepada panitia ujian skripsi Departemen Sastra Jepang Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin.

Makassar, 25 September 2020

Konsultan I

Konsultan II


Meta Sekar Puji Astuti, S.S., M.A., Ph.D
NIP. 19710903200501 2 006


Drs. Dias Pradadimara, M.A., M.S
NIP. 19641217199803 1 001

Disetujui untuk Diteruskan
kepada Panitia Ujian Skripsi
Ketua Departemen Sastra Jepang


Meta Sekar Puji Astuti, S.S., M.A., Ph.D
NIP. 19710903200501 2 006

SKRIPSI

**KOMODIFIKASI INDUSTRI “KAWAII PETTO (可愛いペット)” OLEH
SALON HEWAN (ペットサロン/PETTO SARON) DI JEPANG MELALUI
SITUS *WEBSITE***

Disusun dan diajukan oleh:

MUHAMMAD ARIANDY

No Pokok: F91116513

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Skripsi

Pada tanggal 23 Oktober 2020

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat



Konsultan I

Konsultan II


Meta Sekar Puji Astuti, S.S, M.A., Ph.D
NIP. 19710903200501 2 006


~~Drs. Dias Pradadimara, M.A., M.S~~
NIP. 19641217199803 1 001

Dekan Fakultas Ilmu Budaya
Universitas Hasanuddin

Ketua Departemen Sastra Jepang
Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin



Prof. Dr. Akin Duli, M.A
NIP. 19640716199103 1 010


Meta Sekar Puji Astuti, S.S, M.A., Ph.D
NIP. 19710903200501 2 006

UNIVERSITAS HASANUDDIN
FAKULTAS ILMU BUDAYA
DEPARTEMEN SASTRA JEPANG

Pada hari Jumat tanggal 23 Oktober 2020, Panitia Ujian Skripsi menerima dengan baik skripsi yang berjudul “**Komodifikasi Industri “Kawaii Petto (可愛いペット)” oleh Salon Hewan (ペットサロン/Petto Saron) di Jepang Melalui Situs Website”** yang diajukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Sastra pada Departemen Sastra Jepang Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin.

Makassar, 23 Oktober 2020

Panitia Ujian Skripsi:

1. Ketua : Meta Sekar Puji Astuti, S.S, M.A., Ph.D ()
2. Sekretaris : Drs. Dias Pradadimara, M.A., M.S ()
3. Penguji I : Rudy Yusuf, S.S., M.Phil ()
4. Penguji II : Yunita El Risman, S.S., M.A. ()
5. Konsultan I: Meta Sekar Puji Astuti, S.S, M.A., Ph.D ()
6. Konsultan II: Drs. Dias Pradadimara, M.A., M.S ()

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Ariandy

Nomor Induk : F91116513

Jenjang Pendidikan : S1 (Strata Satu)

Program Studi : Sastra Jepang

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Komodifikasi Industri “*Kawaii Petto* (可愛いペット) oleh Salon Hewan (ペットサロン/*Petto Saron*) di Jepang Melalui Situs *Website*”** adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pemikiran orang lain.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa sebagian atau seluruh isi skripsi ini merupakan hasil karya orang lain atau dikutip tanpa menyebut sumbernya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 27 November 2020




Muhammad Ariandy

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah robbin ‘alamin. Puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Komodifikasi Industri “*Kawaii Petto* (可愛いペット)” Oleh Salon Hewan (ペットサロン/*Petto Saron*) di Jepang Melalui Situs *Website*”. Ide dari skripsi ini muncul hasil dari diskusi antara saya dan dosen pembimbing saya. Beliau berkata untuk memilih baik judul atau tema skripsi dimulai dengan mencari sesuatu yang paling dekat dengan diri atau pribadi saya sendiri. Akhirnya perawatan hewan peliharaan ditetapkan sebagai topik yang akan bahas pada skripsi saya, ide-ide ini tentunya dapat tercapai dengan bantuan besar yang saya terima dari para dosen pembimbing saya.

Setelah itu saya mulai mencari data awal mengenai industri perawatan hewan peliharaan di Jepang dan ternyata Jepang tidak hanya maju dalam segi teknologinya tetapi juga industri perawatan hewan peliharaanya terbilang sangat maju jika dibandingkan dengan yang ada di Indonesia dilihat melalui pelayanan yang tersedia pada salon hewan di Jepang. Salon hewan sendiri merupakan tempat hewan peliharaan melakukan perawatan yang menjadi pusat dari industri perawatan hewan peliharaan itu sendiri. Menariknya salon hewan di Jepang banyak melakukan komodifikasi melalui pelayanan dan pemasarannya dengan memanfaatkan kata “*kawaii*”. Pada akhirnya komodifikasi tersebut yang membuat saya menjadi semakin penasaran mengenai topik skripsi ini yaitu demi melihat bagaimana komodifikasi yang dilakukan oleh salon hewan melalui pelayanan

yang mereka tawarkan dan melihat bagaimana keadaan hewan peliharaan di Jepang untuk dibandingkan dengan yang ada di Indonesia.

Penulisan skripsi ini sangat bergantung dengan data dari *website* salon hewan yang dapat saya temukan di mana tidak hanya sekedar salon hewan saja namun salon hewan tersebut harus memenuhi beberapa persyaratan yang telah saya tentukan sejak awal. Awalnya setelah mengetahui jumlah *website* salon hewan di Jepang berjumlah hingga puluhan ribu membuat saya menjadi ragu untuk melanjutkan penulisan namun di saat bersamaan saya menemukan sebuah *website* yaitu *Epark Petlife Asia* yang menjadi data utama saya karena di dalamnya terdapat hingga puluhan ribu salon hewan namun dengan pengkategorian yang telah tertata rapi sehingga saya hanya perlu untuk memasukan persyaratan yang sudah saya tentukan untuk dicari, dihimpun dan dianalisis

Meskipun dengan sangat banyaknya data yang harus dihimpun saya sendiri tidak merasa terbebani karena sejak awal tema yang saya pilih merupakan bentuk kecintaan saya kepada dunia hewan peliharaan yang menjadi motivasi utama saya dalam menulis skripsi ini. Kosakata dan teknik penulisan saya yang masih sangat kurang menjadi tantangan utama dalam penulisan skripsi ini namun tentunya skripsi ini harus tetap berjalan karena skripsi merupakan tugas akhir program studi S1 Jurusan Sastra Jepang pada Universitas Hasanuddin yang harus saya selesaikan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana. Skripsi ini dapat terselesaikan tidak hanya karena kerja keras saya sendiri namun juga bantuan dari banyak pihak, di mana pada kesempatan kali ini

saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan sebanyak-banyak kepada:

1. Orang tua, selalu memberikan segala bantuan dan fasilitas yang saya butuhkan
2. Pembimbing saya, Pak Dias yang selalu memberikan ilmu baru, bahan bacaan yang menarik walaupun dikemas dalam bahasa inggris. Kritik, saran dan kesabaran menghadapi saya selama beberapa tahun ini dengan kemampuan bahasa indonesia saya yang masih sangat kurang. Terutama untuk waktu yang selalu disediakan untuk saya.
3. Pembimbing saya, Meta Sensei yang selalu memberikan masukan yang luar biasa yang terkadang saya sendiri tidak berpikir sejauh itu. Terima kasih juga untuk waktu dan terutama kesabaran sensei dalam menghadapi saya dengan bahasa indonesianya tidak lebih baik dari bahasa jepang saya.
4. Senseitachi, orang tua saya dikampus yang sangat pengertian, terima kasih atas ilmu yang selama ini diberikan yang akan selalu saya bawa dan ingat di kemudian hari.
5. Bu Uga, yang selalu ramah dan perhatian terutama dalam urusan berkas terutama dalam menghapi orang seperti saya yang sangat pelupa dan banyak khilafnya.
6. Penguji dalam Ujian Akhir, yang telah mewujudkan lahirnya skripsi ini dengan apresiasi penuh.
7. Teman-Teman? Angkatan 2016, yang tidak perlu saya sebutkan satu per satu karena kabarnya yang tidak diketahui, saya berharap kalian cepat

lulus untuk mengikuti jejaknya Ariandy karena percuma Ariandy maju pertama tapi tidak ada yang mengikutinya. Tapi tetap semangat kalahkan semua masalah yang ada untuk bisa maju kedepan, kata-kata ini untuk anak-anak yang suka hilang-hilang. Pokoknya jangan suka hilang-hilang, luluskan semua mata kuliah ta', kerjain proposal sama skripsi ta' di'. Ariandy nunggu di garis finish.

8. Kak Ruth, yang selalu membantu memberikan informasi apapun yang saya butuhkan, mulai dari awal proposal hingga saya berada di titik selesai ujian semua yang diberikan oleh Kak Ruth sangat membantu saya dan saya sangat berterima kasih untuk itu.
9. Kak CC, editor andalan Ariandy yang sangat membantu saat pengerjaan proposal. Terima kasih atas perbaikan dan masukan yang diberikan pada penggunaan bahasa indonesia saya. Terutama untuk review nya yang sangat baik, jelas dan mudah saya pahami. Sekedar saran mungkin cocok ki jadi editor di surat kabar atau Tv kak.
10. Fahirah Utami, editor andalan Ariandy yang membantu disaat-saat akhir pengumpulan skripsi, terima kasih banyak atas perbaikan EYD saya yang lumayan mengerikan melihat jumlah yang diperbaiki di awal, terima kasih akun microsoft wordnya yang sangat membantu dalam pengerjaan skripsi yang hingga sekarang masih saya gunakan

Makassar, 18 November 2020


Ariandy

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENERIMAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRAK	xvii
要旨.....	xviii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
1.4 Batasan Penelitian.....	8
1.5 Metode Penelitian.....	9
1.6 Penelitian Terdahulu	10
1.7 Sistematika Penulisan	12
 BAB II PERANAN SALON HEWAN DAN <i>PET GROOMING</i>	 13
2.1 Pengertian Salon Hewan	13
2.2 <i>Pet Grooming</i>	19
2.3 <i>Kawaii Grooming</i>	22
2.4 Komodifikasi <i>Kawaii</i> oleh Salon Hewan	25

BAB III SALON HEWAN DI JEPANG DAN PELAYANAN YANG

DITAWARKAN	29
3.1 Salon Hewan di Jepang	30
3.1.1. Perkembangan Salon Hewan di Jepang.....	31
3.1.2. Salon Hewan Besar	33
a. <i>Sopra Ginza</i>	34
b. <i>Pet-Spa</i>	36
c. <i>Petto no Senmon Mise Kojima</i> (ペットの専門店コジマ).....	37
d. <i>Aramōdo</i> (アラモード).....	39
e. <i>Kainzu Pettsuwan</i> (カインズペットワン).....	40
3.1.3. Salon Hewan Biasa.....	42
3.2 Pelayanan yang Ditawarkan oleh Salon Hewan di Jepang	43
3.2.1 Pelayanan Dasar (Utama)	45
a. <i>Katto</i> (カット).....	46
b. <i>Burasshingu</i> (ブラッシング).....	48
c. <i>Shampoo</i> (シャンプー)	50
d. <i>Mimi-sōji</i> (耳そうじ).....	52
e. <i>Tsume-kiri</i> (爪切り).....	53
f. <i>Kōmon shibori</i> (肛門絞り)	57
g. <i>Kōmon Barikan</i> (肛門バリカン)	59
h. <i>Ashi Mawari Katto</i> (足回りカット).....	60
3.2.1.1. Biaya Pelayanan Dasar	62
3.2.2 Pelayanan Tambahan	66
a. <i>Hamigaki</i> (歯磨き)	67
b. <i>Kedama-tori</i> (毛玉取り)	69
3.2.3 Pelayanan Mewah	70
a. <i>Uiggu Ekusute</i> (ウィッグ・エクステ).....	70
b. <i>Heakarā</i> (ヘアカラー)	70
c. <i>Esute Doro Pakku</i> (エステ・泥パック)	71
d. <i>Hābupakku</i> (ハーブパック).....	71
e. <i>Onsen-yoku</i> (温泉浴).....	72

f. <i>Tansansen</i> (炭酸泉).....	72
g. <i>Aroma</i> (アロマ).....	72
BAB 4 IDENTIFIKASI PELAYANAN, KONSTRUKSI KAWAII DAN	
KONTRADIKSI YANG TERJADI DALAM INDUSTRI PERAWATAN	
HEWAN PELIHARAAN DI JEPANG	73
4.1 Identifikasi Pelayanan Mewah Di Salon Hewan Jepang	74
4.1.1. <i>Uiggu ekusute</i> (ウィッグ・エクステ).....	76
4.1.2. <i>Heakarā</i> (ヘアカラー)	79
4.1.3. <i>Esute Doro Pakku</i> (エステ・泥パック) dan <i>Hābupakku</i> (ハーブパッ ク) 84	
4.1.4. <i>Onsen-yoku</i> (温泉浴) dan <i>Tansansen</i> (炭酸泉).....	87
4.1.5. <i>Aroma</i> (アロマ).....	91
4.1.1.1. <i>Salon Hewan Biasa</i>	93
a. <i>Uiggu Ekusute</i> (ウィッグ・エクステ).....	94
1. <i>Wanwantorimingu Meipuru</i> (わんわんトリミングメイプル)	94
2. <i>Miruki-uei</i> (ミルキーウェイ).....	95
3. <i>Inu to Town Arisugawa</i> (Inu to Town 有栖川).....	96
b. <i>Aroma</i> (アロマ).....	97
1. <i>Deikea Toriminguaron Kotomokai</i> (デイケア・トリミングサロン仔友会) 97	
2. <i>Doggusaron Wandārando</i> (ドッグサロンわんだーらんど).....	98
3. <i>Rakkusubīdoggu Abe no Rushiasuten</i> (LUXBE DOG 阿倍野ルシアス店) 99	
c. <i>Heakarā</i> (ヘアカラー)	100
1. <i>FINE DOGS</i>	100
2. <i>Pettokeasaron Rinon Yodogawa Tsukamoto mise</i> (ペットケアサロンリノン 淀川塚本店)	101
3. <i>Dogsalon Candy</i>	102
d. <i>Hābupakku</i> (ハーブパック)	103
1. <i>DOG HOTEL and SALON stella</i>	103
2. <i>Toriminguaron Skippy</i> (トリミングサロン Skippy).....	104
3. おしゃれトリミング Ribbon 金沢泉野店	105

4.2	Konstruksi <i>Kawaii</i> Pada Hewan Peliharaan Di Jepang.....	105
4.2.1	Bulu yang Bersih dan Rapi	108
4.2.2	Gaya Potongan Bulu dengan Bentuk Tertentu	110
4.2.3	Pakaian yang Lucu.....	112
4.2.4	Aksesori Tambahan	115
4.3	Pelayanan “Memanusiakan’ Hewan Peliharaan.....	117
4.4	Pemilik Hewan dan Peliharaannya di Masyarakat	123
4.4.1.	Pengaruh Afeksi Dalam Perilaku Konsumen.....	123
4.4.2.	Kehidupan Hewan Peliharaan di Jepang	126
4.4.3.	Industri Perawatan Hewan Peliharaan di Indonesia.....	129
BAB V KESIMPULAN		132
DAFTAR PUSTAKA		138
LAMPIRAN.....		141
1.	Lampiran Daftar Gambar.....	141
2.	Lampiran Daftar Jumlah Pelayanan yang Tersedia pada Salon Hewan di Jepang	154

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Harga pelayanan <i>shampoo</i>	59
Tabel 3.2 Harga pelayanan <i>trimming</i>	59
Tabel 3.3 Harga pelayanan anjing dan kucing	60
Tabel 3.4 Harga pelayanan anjing.....	60
Tabel 3.5 Harga pelayanan anjing dan kucing	61
Tabel 3.6 Harga pelayanan <i>shampoo course</i> (シャンプーコース).....	62
Tabel 3.7 Harga pelayanan <i>cut course</i> (カットコース)	62
Tabel 3.8 Harga pelayanan <i>hamigaki</i>	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Lady gaga keluar dari salah satu pet shop di daerah Roppongi	3
Gambar 1.2 Salah satu contoh penerapan <i>kawaii grooming</i>	4
Gambar 3.1 Tampak depan <i>sopra ginza</i> 銀座店	32
Gambar 3.2 Tampak depan PET-SPA 白金プラチナ通り店	34
Gambar 3.3 Tampak depan ペットの専門店コジマ三軒茶屋店	36
Gambar 3.4 Tampak depan トリミングサロンアラモード本店	37
Gambar 3.5 Tampak depan カインズペットワン町田多摩境店	39
Gambar 3.6 Sebelum (atas) dan setelah (bawah) pelayanan <i>katto</i>	44
Gambar 3.7 Setelah pelayanan <i>katto</i> , bulu anjing tampak lebih rapi dan bersih ..	45
Gambar 3.8 Alat-alat yang digunakan dalam pelayanan <i>burasshingu</i>	46
Gambar 3.9 Penampilan anjing sebelum melakukan pelayanan <i>burasshingu</i>	46
Gambar 3.10 Bulu bagian telinga anjing yang kusut	47
Gambar 3.11 Kondisi bulu anjing mendapat pelayanan <i>burasshingu</i>	47
Gambar 3.12 Anjing yang sedang melakukan pelayanan <i>shampoo</i>	48
Gambar 3.13 Proses pelayanan <i>shampoo</i>	48
Gambar 3.14 Anjing yang telah selesai melakukan perawatan	49
Gambar 3.15 Proses pembersihan telinga anjing menggunakan tangan	50
Gambar 3.16 Proses pembersihan telinga anjing	50
Gambar 3.17 Alat yang digunakan dalam pelayanan <i>tsume-kiri</i>	52
Gambar 3.18 Persiapan awal pelayanan <i>tsume-kiri</i>	52

Gambar 3.19 Proses awal pelayanan <i>tsume-kiri</i> dimulai dengan memosisikan bagian tubuh anjing	53
Gambar 3.20 Kuku anjing mulai dipotong sesuai dengan ketentuan yang ada	53
Gambar 3.21 Tahap akhir pelayanan pelayanan <i>tsume-kiri</i>	54
Gambar 3.22 Bagian anjing yang menjadi objek pelayanan <i>kōmon shibori</i>	55
Gambar 3.23 Memosisikan bagian belakang hewan sebelum proses pelayanan <i>kōmon shibori</i> dimulai	55
Gambar 3.24 Ketentuan dalam melakukan pelayanan <i>kōmon shibori</i>	56
Gambar 3.25 Bagian belakang anjing yang akan mendapat pelayanan <i>kōmon barikan</i>	57
Gambar 3.26 Proses pelayanan <i>kōmon barikan</i> sedang berlangsung	57
Gambar 3.27 Proses pelayanan <i>ashi mawari katto</i>	58
Gambar 3.28 Proses pelayanan <i>ashi mawari katto</i>	58
Gambar 3.29 Proses pelayanan <i>hamigaki</i>	64
Gambar 3.30 Tampak sebelum dan setelah pelayanan <i>hamigaki</i>	65
Gambar 4.1 Tampak anjing yang mendapat tambahan pelayanan <i>uiggu ekusute</i> berbentuk bunga mawar yang dipasang di atas kepala	73
Gambar 4.2 Tampak anjing yang mendapat pelayanan <i>uiggu ekusute</i> yang berbentuk pita.....	74
Gambar 4.3 Proses pewarnaan yang diaplikasikan pada bagian ekor.....	76
Gambar 4.4 Hasil akhir setelah proses pelayanan <i>heakarā</i> selesai	76
Gambar 4.5 Proses pelayanan <i>hābupakku</i>	80
Gambar 4.6 Proses pelayanan <i>doro pakku</i>	80

Gambar 4.7 Tampak anjing yang sedang melakukan pelayanan <i>onsen-yoku</i> , ditandai dengan handuk pada bagian kepala sebagai ciri khas orang yang sedang di dalam 温泉 (<i>Onsen</i>)	83
Gambar 4.8 Tampak anjing yang sedang dalam pelayanan <i>tansansen</i>	83
Gambar 4.9 Tampak anjing lain yang sedang dalam pelayanan <i>tansansen</i>	84
Gambar 4.10 Alat yang digunakan pada pelayanan <i>aroma dalam bentuk cair</i>	86
Gambar 4.11 Anjing dengan bulu bersih dan rapi setelah melakukan perawatan	102
Gambar 4.12 Hasil pemotretan anjing yang selesai melakukan perawatan di salon hewan	102
Gambar 4.13 Potongan bulu tanpa sudut yang populer di Jepang	104
Gambar 4.14 Beberapa anjing dengan potongan yang sama	104
Gambar 4.15 Tampak belakang anjing-anjing yang sedang menggunakan sebuah pakaian	105
Gambar 4.16 Anjing yang sedang dibantu menggunakan pakaiannya	106
Gambar 4.17 Anjing dengan aksesoris berupa jepitan rambut	107
Gambar 4.18 Anjing dengan aksesoris berupa pita pada bagian tubuh.....	108

ABSTRAK

**Muhammad Ariandy, Komodifikasi Industri “*Kawaii Petto* (可愛いペット)”
Oleh Salon Hewan (ペットサロン/*Petto Saron*) di Jepang Melalui Situs
Website. Skripsi. Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin, 2020, Meta
Sekar Puji Astuti dan Dias Pradadimara.**

Penelitian ini membahas tentang komodifikasi *kawaii* yang dilakukan oleh salon hewan di Jepang melalui pelayanan yang mereka tawarkan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan cara dan peran salon hewan dalam melakukan komodifikasi *kawaii* pada hewan peliharaan melalui pelayanan yang mereka tawarkan yang dilihat melalui situs Epark Petlife Asia. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan situs Epark Petlife Asia sebagai data primer dan analisis semiotik difokuskan untuk mengidentifikasi pelayanan-pelayanan yang tersedia pada salon hewan di Jepang. Fenomena *kawaii grooming* adalah kegiatan perawatan hewan peliharaan yang befokus pada aspek kecantikan hewan peliharaan dan menjadi tren baru di kalangan pemilik hewan peliharaan karena sebagai besar pelayanan yang termasuk dalam kategori *kawaii grooming* merupakan hasil adopsi dari perawatan kecantikan yang biasanya dilakukan oleh manusia di salon kecantikan. Hadirnya fenomena *kawaii grooming* ini juga secara tidak langsung merubah pandangan masyarakat mengenai konstruksi *kawaii* pada hewan peliharaan dan memicu munculnya fenomena baru di Jepang yaitu disebut memanusiakan hewan peliharaan.

要旨

Muhammad Ariandy、"ウェブサイトから見た日本の動物サロンでペット産業の商品化"。卒業論文。文学部ハサヌディン大学、2020、**Meta Sekar Puji Astuti** と **Dias Pradadimara**。

この研究では、の商品化について説明し *カワイイ* 日本の動物サロンが提供するサービスを通じてます。この研究の目的は商品化する際の動物サロンの方法と役割を説明することです「かわいい」、Epark Petlife Asia のウェブサイトで表示されるサービスを通じて、ペットを。この研究は、Epark Petlife Asia のウェブサイトを一次データとして使用する定性的研究であり、日本の動物サロンで利用可能なサービスを特定することに焦点を当てたセミオティック分析です。現象 *カワイイグルーミング* は、ペットの美しさを重視したペットケア活動であり、カテゴリーに含まれるサービスのほとんどは、ため、ペットの飼い主の間で新しいトレンド *カワイイグルーミング* 美容院で人間が通常行う美容トリートメントの採用の結果であるです。現象の存在は *カワイイグルーミング* またの構造に対する一般の見方を間接的に変え、*カワイイ*、ペット日本で人間化ペットと呼ばれる新しい現象の出現を引き起こします。

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salon kecantikan adalah tempat orang merawat kecantikan (merias muka, menata rambut, dsb)¹. Perbedaan yang mendasar yang terdapat pada salon kecantikan untuk hewan peliharaan adalah pelanggan mereka bukanlah pemiliknya (manusia) melainkan hewan peliharaannya. Di Jepang sendiri penggunaan kata *petto miyōshitsu* (ペット美容室) yang berarti toko perawatan hewan peliharaan² sangat jarang digunakan baik pada kehidupan sehari-hari, artikel mengenai hewan peliharaan hingga pada *website* penyedia layanan perawatan hewan peliharaan. Berdasarkan hasil pengamatan penulis kata *petto saron* (ペットサロン/salon hewan) yang akan lebih sering dijumpai terutama pada *website* penyedia layanan perawatan dan menjadi alasan penulis menggunakan kata *petto saron* untuk menggambarkan tempat di mana hewan peliharaan melakukan perawatan.

Umumnya saat melakukan perawatan pada salon kecantikan orang-orang perlu menginformasikan secara spesifik pelayanan yang akan dilakukan oleh orang tersebut. Sementara pada hewan peliharaan seluruh kegiatan perawatan hewan peliharaan digambarkan dengan kata *petto gurūmingu* (ペットグルーミング) yang memiliki arti merawat hewan peliharaan. Kemunculan *petto saron* (ペットサロン

¹ KBBI Daring, (<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/salon%20kecantikan>)

² The Wisdon English-Japanese Dictionary, 2007,2013, <ペット美容室>, (Sanseido Company Ltd., Oxford University Press)

/salon hewan) di Jepang tidak lepas dari pengaruh salon kecantikan pada umumnya³. Tak hanya itu, kemunculan salon hewan juga dipengaruhi oleh banyaknya permintaan untuk jasa *petto gurūmingu* (ペットグラミング/perawatan hewan peliharaan) sehingga tidak hanya membuka peluang bisnis baru tetapi juga lapangan pekerjaan sebagai *torimā* (トリマー/perawat hewan).

Perbedaan antara salon biasa dan salon hewan terletak pada jasa yang ditawarkan di mana pada salon hewan menawarkan jasa terkait hewan peliharaan dan produk yang ditawarkan tidak berwujud (*intangible*) dan tidak untuk penggunaan pribadi (*not for buyer's usage*), sehingga pengetahuan yang dimiliki produsen menjadi kunci penting dalam pelayanan salon hewan menghadapi permintaan konsumen untuk konsumsi *petto* (ペット/hewan peliharaan) (Chen, Hung, & Peng, 2012).

Diperkirakan salon hewan yang ada di Jepang berjumlah hingga puluhan ribu bahkan dapat lebih. Kebanyakan dari salon hewan tersebut telah memiliki *website* tersendiri untuk melakukan promosi secara *online*, jumlah tersebut belum ditambah dengan fasilitas lainnya untuk hewan peliharaan seperti rumah sakit hewan atau *pet hotel* (ペットホテル/hotel hewan). Tentu saja akan sangat sulit untuk mengidentifikasi salon hewan tersebut satu per satu, sehingga penulis memilih situs Epark Petlife Asia sebagai sumber dan materi utama untuk menganalisa fenomena *kawaii petto* (可愛いペット) Jepang dalam tema penelitian dari skripsi ini.

³Salon yang diperuntukkan bagi manusia

Situs Epark Petlife Asia merupakan situs yang dikelola oleh salah satu perusahaan penyedia informasi besar di Jepang yaitu *EPark Co., Ltd.* Situs Epark Petlife Asia menyediakan setidaknya sekitar 20.000 fasilitas hewan peliharaan yang terdaftar di dalamnya, 12.000 di antaranya merupakan salon hewan. Selain jumlah fasilitas yang tersedia sangat banyak, jumlah pelayanan yang dapat dicari oleh pelanggan terbilang lengkap, serta jenis hewan yang dapat dilayani cukup beragam sehingga penulis menganggap situs Epark Petlife Asia dapat mewakili seluruh salon hewan melalui beragam pelayanan yang tersedia di dalamnya yang telah tersusun dengan baik sehingga sangat mudah bagi pelanggan untuk mencari kebutuhannya

Jumlah pertumbuhan salon hewan di Jepang yang setiap tahunnya mengalami kenaikan yang cukup signifikan secara tidak langsung dipengaruhi jumlah populasi masyarakat Jepang yang semakin menurun, di mana angka penurunan tersebut dipengaruhi oleh kaum muda yang semakin banyak yang tidak berminat untuk memiliki keluarga namun tetap membutuhkan objek kasih sayang dengan mengalihkan objek tersebut dari sebuah keluarga kepada hewan peliharaan, sehingga membuat permintaan akan perawatan hewan peliharaan akan semakin meningkat.

Jepang terkenal memiliki standar tinggi dalam industri jasanya. Dalam segala aspek mulai dari aspek kehidupan terutama dalam aspek penawaran jasa. Salon hewan di Jepang terkenal akan hasil pekerjaan yang rapi dan detail yang merupakan alasan mengapa salon hewan di Jepang menjadi salah satu tujuan utama bagi selebriti dunia. Sebagai buktinya salah satu selebriti dunia yaitu Lady Gaga tercatat pernah

menggunakan jasa salah satu *petto shoppu* (ペットショップ/toko hewan peliharaan) yang ada di daerah Roppongi, Tokyo, Jepang⁴.



Gambar 1.1
Lady gaga keluar dari salah satu pet shop di daerah Roppongi
(Sumber : 88news.blog60.fc2.com)

Hal ini menandakan bahwa reputasi salon hewan di Jepang sudah sangat terkenal secara global. Melihat dari tingginya standar yang diterapkan dan jenis pelayanan yang tersedia pada salon-salon hewan dapat dikatakan bahwa hewan-hewan tersebut menerima perlakuan yang sama layaknya seorang manusia. Perlakuan layaknya seorang manusia khususnya pada salon hewan di Jepang tidak hanya tercermin dari pelayanan yang mereka terima di salon hewan tetapi juga tren yang biasanya berkembang di kehidupan manusia misalnya *fashion* atau *gadget* yang sedang disukai atau banyak dibicarakan. Tren *kawaii* (可愛い/imut) yang populer di kalangan remaja Jepang juga populer dikalangan pemilik hewan peliharaan yang memunculkan istilah *kawaii grooming* (可愛いグルーミング/perawatan yang lucu), istilah ini mengacu pada segala aktivitas yang dilakukan untuk memberikan kesan

⁴ Sumber: onozomi.com/2015/09/08/5-things-to-do-in-japan-by-lady-gaga/

kawaii pada hewan peliharaan. Salah satu dari bentuk *kawaii grooming* yaitu dengan memotong bulu hewan peliharaan dengan gaya tertentu.



Gambar 1.2
Salah satu contoh penerapan *kawaii grooming*
Sumber: Situs Epark Petlife Asia

Tren ini lebih populer pada jenis anjing ukuran kecil seperti *yorkhsire terrier*, *poodle*, dan *shih tzu*. Kemuculan tren semacam ini tidak terjadi secara tiba-tiba dikalangan pemilik hewan peliharaan, melainkan merupakan bentuk dari komodifikasi *kawaii* yang dilakukan oleh salon-salon hewan di Jepang melalui pelayanan yang mereka sediakan. Bentuk komodifikasi tersebut dapat dilihat melalui *website* dari sebagian besar salon hewan di Jepang yang menggunakan gambar-gambar hewan peliharaan yang *kawaii*, hasil dari pelayanan yang mereka tawarkan. Beberapa salon hewan besar⁵ seperti *sopra ginza* dan *pet-spa* atau salon hewan biasa⁶ seperti *wanwantorimingu meipuru* (わんわんトリミングメイプル) memenuhi halaman *website* mereka dengan gambar model yang sama yaitu gaya potongan tanpa sudut yang digunakan untuk menambahkan atau memunculkan unsur *kawaii* pada hewan peliharaan.

⁵ Salon hewan yang dimiliki perusahaan dan memiliki banyak cabang salon hewan.

⁶ Salon hewan tanpa cabang

Walaupun banyak penelitian yang dilakukan berkaitan dengan hewan peliharaan ataupun salon hewan itu sendiri, namun kali ini penulis mencoba untuk menggabungkan keduanya untuk melihat adanya makna di balik salon-salon hewan di Jepang banyak memuat gambar-gambar *kawaii* pada *website* salonnya, pergeseran yang terjadi melalui perlakuan yang hewan-hewan ini terima di salon hewan terkhusus di Jepang dan melihat adanya potensi ke depannya bahwa hewan-hewan yang mendapat perlakuan khusus di salon hewan tidak akan dianggap lagi sebagai hewan peliharaan, melainkan akan dianggap sejajar dengan manusia dan melihat peran salon hewan dalam melakukan komodifikasi *kawaii* melalui pelayanan yang salon hewan sediakan demi membentuk konstruksi *kawaii* baru pada hewan peliharaan.

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan di atas, menarik untuk dibahas mengenai pelayanan apa saja yang tersedia di salon hewan khususnya di Jepang dan apakah dengan adanya pelayanan-pelayanan tersebut dapat membuat taraf hidup hewan peliharaan di Jepang menjadi lebih baik dibandingkan dengan hewan peliharaan di negara lain?. Melihat banyak dari pelayanan tersebut menimbulkan kesan bahwa hewan peliharaan di Jepang diperlakukan selayaknya seorang manusia. Menarik untuk melihat apakah dampak yang ditimbulkan dari pelayanan sejenis ini malah menjadi sebuah bentuk penyiksaan baru bagi hewan-hewan tersebut.

Penelitian ini penting untuk melihat standar dari sebuah perawatan hewan peliharaan itu sendiri yang dapat menjadi acuan bagi industri perawatan hewan di

negara lain seperti Indonesia yang juga dapat dilihat melalui perlakuan yang diterima hewan-hewan peliharaan di Jepang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka permasalahan yang muncul dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk perawatan hewan peliharaan pada salon hewan di Jepang?
2. Bagaimana komodifikasi industri *kawaii* pada hewan peliharaan dilakukan oleh salon hewan di Jepang yang tercermin melalui situs *website*?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan edukasi yang lebih mendalam mengenai pola perawatan hewan peliharaan. Hal ini disebabkan penulis menganggap pengetahuan mengenai perawatan hewan peliharaan khususnya di Indonesia masih sangat kurang. Penulis tidak hanya menargetkan pembaca dari kalangan pemilik hewan peliharaan namun juga bagi orang-orang yang masih asing mengenai dunia hewan peliharaan dengan memberikan penjelasan yang semudah mungkin untuk dipahami ditambah dengan banyaknya gambar sebagai referensi bagi pembaca.

Demi tujuan tersebut penulis mencoba menggambarkan keadaan bisnis perawatan hewan peliharaan di Jepang dan fenomena yang terjadi di dalamnya yang

berperan sebagai referensi acuan perawatan hewan peliharaan yang baik. Tujuan lain dari penelitian ini adalah melihat peran dari salon hewan itu sendiri dalam melakukan komodifikasi *kawaii* yang tidak menutup kemungkinan dapat diterapkan pada salon hewan lain selain di Jepang.

1.4 Batasan Penelitian

Penulis lebih memilih menggunakan kata *petto saron* dibandingkan dengan kata *petto miyōshitsu* sebab kata *petto saron* sendiri lebih populer atau lebih banyak digunakan pada *website* dan artikel yang penulis gunakan sebagai data pada penelitian ini.

Penulis memilih situs Epark Petlife Asia sebagai objek penelitian dari komodifikasi industri *kawaii petto* pada salon hewan di Jepang. Situs Epark Petlife Asia merupakan salah satu anak perusahaan *EPark Co., Ltd.* yang bergerak di bidang penghubung antara pelanggan dan toko tujuannya dengan cara menyediakan informasi lengkap mengenai sebuah toko untuk menarik pelanggan dan berakhir pada melakukan pembelian ataupun reservasi. Salah satu perusahaan yang dimiliki *EPark Co., Ltd.* adalah situs Epark Petlife Asia yang merupakan objek penelitian utama dari penulis untuk melihat fenomena *kawaii grooming* yang ada pada salon hewan di Jepang.

Situs Epark Petlife Asia menyediakan sekitar 12.000 salon hewan yang tersebar seluruh Jepang dengan 16 jumlah pelayanan yang tersedia di dalamnya yang

dapat mewakili seluruh salon hewan dan pelayanan yang disediakan pada salon hewan di Jepang. Dari keseluruhannya jumlah salon hewan yang tersedia pada situs Epark Petlife Asia penulis hanya akan membagi salon hewan tersebut ke dalam 2 kategori yang di mana total salon hewan yang akan digunakan oleh penulis berjumlah 17 salon hewan. Sementara untuk 17 pelayanan penulis akan membaginya menjadi 3 kategori dan menganalisis 6 di antaranya dan 10 lainnya akan dideskripsikan secara singkat dan jelas.

Sebagai data tambahan penulis akan menghimpun beberapa informasi melalui blog, artikel, berita, jurnal dan skripsi untuk membantu dalam mendeskripsikan pelayanan yang tersedia di salon hewan dan membantu dalam menganalisis fenomena-fenomena yang terjadi pada industri hewan peliharaan di Jepang.

1.5 Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan analisa semiotik. Semiotika merupakan ilmu yang mengkaji tanda dalam kehidupan manusia sehingga semua dilihat sebagai tanda, yaitu hal yang harus kita beri makna. Secara garis besar semiotika dibagi atas dua, yaitu semiotik struktural dan semiotik pragmatis. Penulis akan memilih semiotik stuktural de Saussure sebagai metode penelitian. Lebih spesifik, penulis memilih teori semiotik yang dikembangkan oleh Barthes dari teori de Saussure (Hoed 2011).

Penulis akan melihat makna dibalik pelayanan yang terdapat di salon hewan dan kaitannya dengan komodifikasi *kawaii grooming* pada hewan peliharaan di Jepang melalui data berupa *website* salon-salon hewan untuk meneliti Komodifikasi industri “*kawaii petto* (可愛いペット)” oleh salon hewan (ペットサロン/*petto saron*) di Jepang melalui situs *website*. Situs *website* yang akan digunakan adalah *petlife* asia yang di dalamnya termuat banyak fasilitas kebutuhan hidup hewan peliharaan seperti salon hewan, *pet hotel* dan rumah sakit hewan lengkap dengan informasi-informasi yang dibutuhkan para pemilik hewan peliharaan mulai dari pelayanan yang tersedia, lokasi, hari bisnis dan libur hingga informasi lahan parkir yang tersedia di sekitar fasilitas tersebut termuat di dalam *website* ini. Penulis akan mengumpulkan dan memilah informasi mengenai beragam pelayanan yang tersedia dan salon-salon hewan yang akan digunakan sebagai data. Data ini akan digunakan penulis untuk melihat komodifikasi *kawaii* yang digunakan oleh salon hewan untuk membentuk *kawaii grooming* pada hewan peliharaan di Jepang.

1.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang akan digunakan pada penelitian ini salah satunya adalah jurnal dari Fajria noviana (2018) dalam tulisannya hewan peliharaan sebagai *human substitute* dalam keluarga Jepang, pada jurnal tersebut menjelaskan mengenai keadaan umum hewan–hewan peliharaan di Jepang melalui data–data yang ada. Data yang dimaksud adalah data populasi hewan anjing dan kucing di Jepang, lalu pada

jurnal tersebut mengaitkan mengenai bagaimana hubungan hewan peliharaan dapat terjalin dengan pemiliknya sehingga hewan peliharaan dapat disebutkan sebagai pengganti manusia bagi pemiliknya. Dalam artian, adanya hubungan harmonis yang terjalin antara keduanya sehingga terjadi fenomena hewan sebagai bagian dari keluarga di Jepang.

Penelitian selanjutnya adalah jurnal Elmer veldkamp (2009) dalam tulisan *the emergence of “pets as family” and the socio-historical development of pet funerals in Japan*. Jurnal ini membahas mengenai posisi sosial hewan peliharaan dalam suatu keluarga yang dilihat melalui perlakuan yang mereka terima setelah kematiannya. Serta banyaknya cerita masyarakat Jepang yang berkaitan dengan jiwa–jiwa hewan peliharaan atau keadaan hewan peliharaan setelah mereka meninggalkan dunia yang banyak dibahas pada jurnal ini sehingga cerita-cerita tersebut menjadi dasar munculnya komersialisasi pemakaman hewan peliharaan. Selain itu penelitian ini juga membahas mengenai fenomena memanusiakan hewan peliharaan melalui perlakuan setelah hewan peliharaannya mati.

Penelitian selanjutnya adalah dari James a. serpell yang berjudul *anthropomorphism and anthropomorphic selection—beyond the “cute response”* jurnal ini membahas mengenai pandangan kawaii pada masyarakat Jepang dan cara pemilik hewan peliharaan untuk memenuhi konsep *kawaii* tersebut. Sementara yang membedakan antara tulisan penulis dengan sumber referensi yang penulis gunakan lainnya yaitu penulis akan melihat bagaimana konstruksi *kawaii* baru tersebut dari

perilaku pemilik hewan peliharaan yang memperlakukan hewan peliharaan selayaknya seorang manusia melalui pelayanan yang mereka berikan di salon hewan.

1.7 Sistematika Penulisan

Skripsi ini akan dibagi dalam 5 bab dengan rincian sebagai berikut:

Bab 1. Pendahuluan, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, metodologi penelitian, penelitian terdahulu, dan sistematika penulisan.

Bab 2. Menjelaskan landasan teori yang digunakan dalam penelitian mengenai komodifikasi *kawaii petto* oleh salon hewan di Jepang.

Bab 3. Membahas secara detail situs web salon-salon hewan di Jepang, pelayanan yang tersedia pada salon hewan tersebut dan biaya pelayanan

Bab 4. Membahas pelayanan mewah yang tersedia pada salon hewan di Jepang sehingga membentuk konstruksi *kawaii petto* itu sendiri dan kontradiksi yang terjadi di dalamnya

Bab 5. Merupakan kesimpulan dari penelitian ini.

BAB II

PERANAN SALON HEWAN DAN *PET GROOMING*

Pada bab ini akan mendeskripsikan mengenai *petto saron* (ペットサロン/salon hewan), *petto gurūmingu* (ペットグルーミング/perawatan hewan peliharaan), dan *kawaii grooming* (可愛いグルーミング/perawatan yang lucu). Walaupun pada kehidupan sehari-hari, orang yang memiliki hewan peliharaan ataupun melakukan perawatan kepada *petto* (ペット/hewan peliharaan) merupakan hal yang umum untuk dijumpai. Terutama di Indonesia, sayangnya edukasi mengenai pelayanan dan perawatan hewan peliharaan masih sangat kurang. Sehingga penulis menganggap perlu untuk menjelaskan mengenai salon hewan, *pet grooming*, dan *kawaii grooming* terlebih dahulu dengan tujuan menyamakan persepsi antara penulis dan pembaca.

2.1 Pengertian Salon Hewan

Salon hewan yang menyediakan berbagai pilihan pelayanan di dalamnya serta alat-alat modern yang digunakan untuk melakukan perawatan bukanlah sesuatu yang terjadi secara instan. Salon hewan yang dapat dilihat sekarang ini awalnya berasal dari tempat-tempat kesehatan hewan yang biasanya menjadi tempat bagi hewan-hewan⁷ yang mengalami gangguan kesehatan. Seiring dengan berjalannya waktu para pemilik hewan yang tadinya hanya fokus pada kesehatan saja, mulai berpikir mengenai aspek kebersihan hewan-hewannya. Sehingga membuat permintaan untuk

⁷Kuda, kerbau atau sapi merupakan hewan yang umum dipelihara saat itu untuk dimanfaatkan

jasa perawatan hewan mulai bermunculan dari tempat kesehatan hewan. Walaupun pada masanya tempat tersebut hanya terbatas pada memandikan hewan-hewan pelanggannya (Ogle, 1997).

Salon hewan di Jepang baru⁸ mengalami pertumbuhan yang signifikan pada tahun 2012. Melihat pertumbuhan yang terjadi pada industri ini, tepatnya tanggal 1 September 2013 undang-undang pengelolaan kesejahteraan hewan direvisi pertama kali sejak dibuat 5 tahun lalu yang di dalamnya mengatur mengenai bisnis penanganan hewan yang akan semakin dioptimalkan. Terjadinya perluasan baik dari segi pelayanan dan teknologi yang berkaitan dengan perawatan hewan peliharaan semakin banyak dilakukan oleh pihak salon hewan yang bertujuan untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Salah satu usaha yang dilakukan para pelaku bisnis di bidang perawatan hewan peliharaan adalah dengan membentuk *Japan Pet Salon Association* pada 1 Oktober 2013 dengan tujuan utama ialah untuk merevitalisasi industri hewan peliharaan. Kegiatan organisasi ini berupa penyelenggaraan pelatihan, membuat pedoman dalam melakukan pelayanan dan seminar untuk pemilik dan staf, serta membantu para pelaku bisnis memecahkan masalah yang terjadi yang berkaitan dengan bisnis perawatan hewan peliharaan dengan menyediakan konter untuk berbagai konsultasi pada setiap kegiatan yang dilaksanakan dan diharapkan dengan tersedianya berbagai fasilitas pendukung semacam ini, dapat membantu salon hewan

⁸Sejarah perawatan hewan peliharaan di Jepang telah dimulai sejak perang dunia ke-2 berakhir

ke depannya untuk selalu berinovasi guna memenuhi kebutuhan pemilik hewan peliharaan di Jepang⁹.

Kondisi bisnis perawatan hewan di Jepang ke depannya diprediksi akan terus mengalami perubahan mengikuti keadaan masyarakat Jepang itu sendiri. Beberapa pakar memprediksi bahwa pekerjaan sebagai *torimā* (トリマー/perawat hewan) akan semakin meningkat di masa depan. Hal ini disebabkan oleh masyarakat Jepang yang semakin menua dan sebagian besar hewan peliharaan yang populer di Jepang yaitu anjing dan kucing memiliki usia yang panjang. Berarti saat usia pemilik hewan peliharaan tersebut menua, pemiliknya tidak lagi dapat merawat hewan peliharaan mereka seperti yang dilakukan biasanya dan hal ini merupakan fakta keadaan masyarakat Jepang saat ini.

Jika hal ini terus berlanjut bukan hal yang aneh bila akan ada lebih banyak salon dan fasilitas perawatan hewan peliharaan di Jepang. Terutama untuk salon dan fasilitas serupa yang mampu melayani pemilik dan hewan peliharaan yang tidak mampu untuk datang ke toko langsung untuk melakukan perawatan hewan peliharaan ataupun hanya sekedar mendandani hewan peliharaannya. Sehingga para pelaku bisnis diharapkan tidak hanya mampu merawat hewan peliharaan dengan baik namun juga mampu mengikuti perkembangan yang ada.

Menurut data¹⁰, hewan peliharaan yang semakin populer dipelihara oleh masyarakat Jepang adalah kucing, namun untuk permintaan akan perawatan hewan

⁹Informasi berupa kegiatan, sejarah, visi dan misi organisasi ini dapat diakses melalui alamat *website* www.japanpetsalon.org

peliharaan kebanyakan masih berasal dari pemilik anjing, walaupun begitu permintaan dari para pemilik kucing sendiri diharapkan akan semakin meningkat di masa depan melihat jumlah pemiliknya yang semakin bertambah. Kesulitan dari perawatan kucing sendiri adalah kesabaran hewan tersebut dalam melakukan perawatan, tidak jarang dalam proses perawatan jenis hewan ini penggunaan obat penenang diperlukan dalam sekali perawatan. Maka dari itu keterlibatan dokter hewan sangat penting dalam melakukan perawatan pada kucing. Sehingga mendorong banyak pemilik salon hewan yang mulai berpikir untuk berkolaborasi dengan rumah sakit hewan demi memenuhi kebutuhan tersebut¹¹.

Reformasi yang terjadi pada bidang bisnis ini tidak saja terjadi pada pelayanan yang ditawarkan namun juga pada pola promosi yang mereka lakukan. Bila biasanya salon hewan hanya sekedar menempelkan iklan-iklan di beberapa tempat terutama di depan salonnya langsung atau secara *offline*. Seiring berkembangnya zaman dan teknologi semakin banyak salon hewan yang melakukan promosi secara *online* baik itu melalui media sosial ataupun *website*. Sekarang ini hampir seluruh salon hewan memiliki *website* tersendiri sebagai salah satu media promosi utama mereka, hal ini dilakukan dengan beberapa alasan seperti biaya yang relatif murah bila dibandingkan menggunakan media lainnya¹² ditambah jangkauan *website* dianggap yang paling luas, mudah diakses oleh calon pelanggan, efektif dalam melakukan promosi dalam hal ini biasanya *website* hanya memerlukan beberapa kata ataupun kalimat singkat

¹⁰ Japan Pet Food Association yang dikutip di dalam Japantimes.co.jp edisi 26 Desember 2018

¹¹ Sumber: <https://shingakunet.com/bunnya/w0026/x0339/rekishi/>

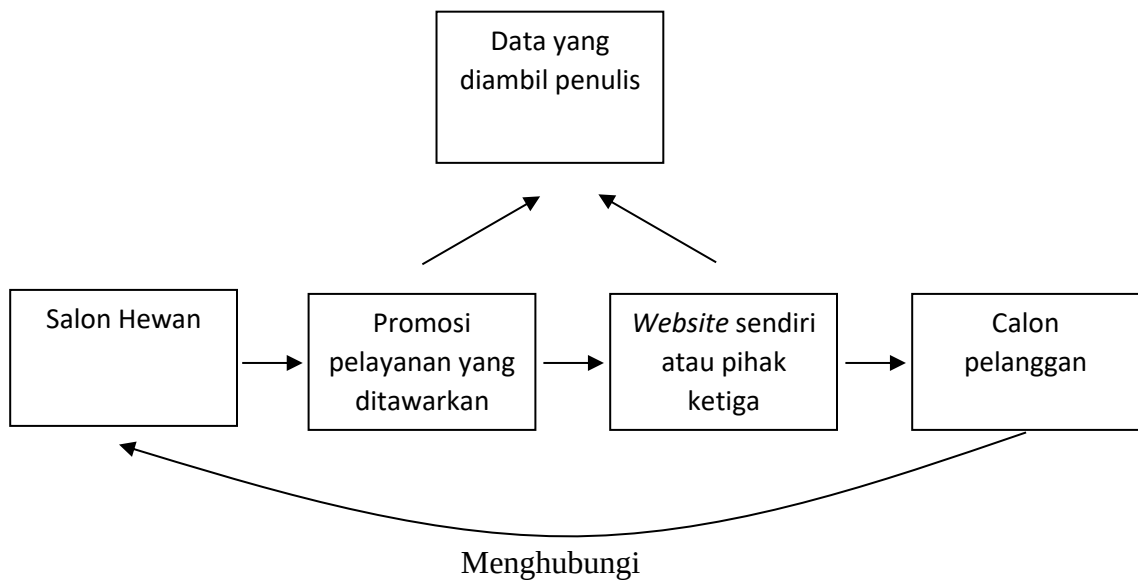
¹² Pamleft, Koran, dan Tv

dan gambar tambahan serta informasi di dalamnya sangat mudah untuk *diupdate*¹³ setiap saat dan yang paling berguna adalah pihak salon hewan dapat mengukur secara langsung tingkat keefektifan promosi yang mereka lakukan dengan melihat data-data yang muncul dalam *website* tersebut sehingga membuat pihak salon hewan dapat dengan mudah menentukan pola promosi mereka kapan pun.

Tidak hanya cukup dengan memiliki *website* sendiri, banyak salon hewan di Jepang menggunakan jasa *website* dari pihak ketiga seperti *petlife* asia sebagai media promosi tambahan. Biasanya pada *website* semacam ini pihak salon hewan akan memaparkan informasi lengkap mengenai salon hewannya seperti pelayanan yang ditawarkan, fasilitas yang tersedia, nomor telepon yang dapat dihubungi dan alamat *website* salon hewan bersangkutan. Hal ini dilakukan pihak salon hewan untuk menarik seluas-luasnya calon pelanggan baru.

Biasanya, salon hewan akan menampilkan jasa pelayanan yang tersedia di salonnya disertai beberapa gambar situasi salon dan pelanggan yang pernah mereka tangani, berangkat dari hal tersebut biasanya calon pelanggan yang berminat akan menghubungi secara langsung salon hewan yang bersangkutan untuk mendapatkan informasi yang lebih lengkap. Sehingga alur promosi yang biasanya dilakukan oleh salon hewan di Jepang menjadi sebagai berikut :

¹³Dipembahru



Alur promosi melalui media *online* oleh salon hewan di Jepang
(Sumber: hasil olahan sendiri)

Jadi, salon hewan (*Offline*) akan mempromosikan barang dan pelayanan yang mereka tawarkan melalui *website* nya sendiri ataupun melalui *website* pihak ketiga, promosi tersebut diharapkan dapat menarik pelanggan yang lebih luas, sehingga membuat calon pelanggan yang berminat akan langsung menghubungi pihak salon hewan yang tadinya mempromosikan dirinya melalui sebuah *website*. Sementara penulis akan melihat cerminan *kawaii grooming* melalui pelayanan yang ditawarkan oleh salon hewan yang memenuhi kriteria penulis. Hal ini merupakan salah satu keuntungan promosi dengan media *website* atau *online* yaitu memiliki cakupan yang sangat luas.

2.2 *Pet Grooming*

Pekerjaan untuk *petto gurūmingu* (ペットグラミング/perawatan hewan peliharaan) pada 1700¹⁴ saat itu hanya dilakukan oleh pelayan karena biasanya hewan-hewan yang mendapat perlakuan semacam ini hanyalah hewan kerajaan¹⁵ saja. Sedangkan untuk istilah *petto* (ペット/hewan peliharaan) tidak langsung tersematkan pada hewan-hewan tersebut seperti sekarang ini. Dulunya hewan-hewan¹⁶ lebih banyak dimanfaatkan tenaganya dibanding menjadi hewan peliharaan, dengan pemanfaatan itu pula, hewan-hewan tersebut akan mendapatkan perawatan yang baik dari pemiliknya.

Awalnya perawatan hewan hanya populer di kalangan bangsawan khususnya untuk anjing berjenis *poodle*. *Poodle* merupakan anjing yang sering digunakan berburu terutama untuk berburu bebek, *poodle* bertugas sebagai pengumpul buruan tersebut. Demi melakukan tugasnya *poodle* harus mampu berenang dan bergerak dengan baik di air melihat kebanyakan habitat bebek itu sendiri¹⁷. Sementara demi membantu tugas tersebut, bulu *poodle* harus dipotong keseluruhan secara rutin namun tetap menyisakan bagian-bagian tertentu, seperti bulu pada ujung ekor sebagai penanda lokasi anjing ataupun pada bagian badannya yang akan dipotong dengan

¹⁴Awal mula sejarah kemunculan perawatan hewan peliharaan yang dimulai di Perancis

¹⁵Hewan yang seringkali dipelihara pada lingkungan kerajaan pada saat itu adalah anjing

¹⁶Kuda, kerbau dan sapi merupakan beberapa jenis hewan yang pada saat itu dipelihara untuk dimanfaatkan terutama tenaganya, hingga sekarang pemanfaat hewan-hewan ini masih dapat dijumpai

¹⁷Bebek umumnya merupakan burung akuatik yang artinya kebanyakan waktu hidup mereka dihabiskan di daerah perairan

pola-pola tertentu sebagai identitas anjing tersebut¹⁸. Kegiatan tersebut diduga merupakan asal mula dari perawatan hewan peliharaan (Scarlet's Fancy Poodles, 2017).

Tidak jauh berbeda dengan sejarah perawatan hewan yang terjadi di Jepang yang di mana dimulai dengan masuknya anjing jenis poodle di Jepang. Tepatnya, sejarah perawatan hewan di Jepang terjadi sekitar tahun 1950 hingga 1960an. Bermula pada anjing jenis *poodle* yang diimpor masuk ke Jepang setelah perang dunia ke 2 berakhir dan dianggap sebagai anjing ras pertama yang berasal dari luar negeri. Walaupun sebenarnya pada saat itu memelihara anjing merupakan hal umum dilakukan masyarakat Jepang. Hanya yang membedakan dengan saat ini adalah konsep pemeliharaannya. Saat itu anjing biasanya dipelihara di luar rumah sebagai anjing penjaga bukan di dalam rumah sebagai teman bahkan keluarga.

Anjing-anjing yang dipelihara saat itu pun kebanyakan memiliki jenis bulu yang pendek sehingga kebutuhan untuk memotong atau perawatan mereka masih sangat kurang. Barulah pada sekitar tahun 1955, di mana berbagai jenis anjing dengan bulu yang lebat dan panjang seperti *spitz* datang setelah diimpor dari luar negeri. Bersamaan dengan itu jumlah orang yang mulai memelihara jenis anjing berukuran kecil meningkat yang didukung dengan ekonomi Jepang yang perlahan pulih setelah perang dunia.

¹⁸Hal ini bertujuan memberikan identitas pada anjing tersebut guna mempermudah pemiliknya untuk mengenali anjing nya sendiri melihat populasi pemburu pada saat itu cukup banyak

Melihat kesuksesan tersebut, beberapa jenis anjing ras lainnya kembali diimpor ke Jepang dan terbukti berhasil dengan merebaknya tren memelihara jenis anjing-anjing tersebut. Sebut saja “*boom maltese*” yang terjadi pada tahun 1960 hingga pada tahun 2000an diwarnai dengan “*boom chihuahua dan teddy bear*”. Bersamaan dengan itu bentuk dari perawatan hewan yang dilihat sekarang semakin terbentuk di mana perawatan hewan sudah mulai terfokus untuk menjaga penampilan hewan dan besar kemungkinan pandangan seperti ini akan terus berkembang ke depannya (ぺっとりっぽー, 2020).

Otomatis permintaan untuk perawatan hewan peliharaan semakin meningkat dan diperkirakan di masa depan akan semakin banyak hewan peliharaan yang diperlakukan sebagai bagian dari keluarga. Seiring berkembangnya zaman dan berubahnya anggapan pemilik hewan peliharaan terhadap hewan peliharaannya, membuat metode perawatan hewan peliharaan tidak lagi hanya terbatas pada pemangkasan biasa dan sederhana, sebaliknya teknologi yang canggih dan dapat menarik hati dan perasaan pemilik hewan peliharaan sangat diperlukan. Sehingga para *torimā* yang awalnya tidak memiliki kualifikasi khusus untuk melakukan perawatan semacam ini akan dituntut untuk lebih *professional*.

Walaupun orang-orang tanpa kualifikasi dalam bidang ini masih tetap dapat melakukan pekerjaannya seperti biasa, namun kembali lagi bila melihat tuntutan pelanggan yang semakin tinggi untuk hewan peliharaan, tentunya bagi pemilik hewan peliharaan akan lebih memilih untuk mempercayakan hewan peliharaan mereka

kepada orang-orang dengan keterampilan dan kualifikasi yang lebih baik. Kualifikasi dan keterampilan yang telah terbukti dapat membantu pemilik hewan peliharaan untuk lebih tenang dalam meninggalkan hewan peliharaannya kepada orang lain. Sehingga membuat kualifikasi tersebut menjadi tanda pengesahan keterampilan dan pengetahuan yang orang tersebut miliki demi mempermudah mendapatkan kepercayaan dari pihak ketiga atau pemilik hewan itu sendiri¹⁹.

2.3 *Kawaii Grooming*

Kawaii grooming berasal dari kata *kawaii* (可愛い/imut) dan *grooming* (グルーミング) adalah hal-hal yang dilakukan untuk membuat penampilan menjadi bersih dan rapi, misalnya menyisir rambut ataupun hal-hal yang dilakukan untuk menjaga rambut atau bulu hewan tetap bersih dan rapi²⁰. Dengan kata lain *kawaii grooming* merupakan kegiatan perawatan tubuh dan kecantikan yang mengedepankan aspek lucu dan menggemaskan dari objeknya dalam hal ini adalah hewan peliharaan. Istilah *kawaii grooming* sendiri lebih populer digunakan di Jepang, negara yang menjadi salah satu kiblat perawatan hewan sekarang ini.

Aturan mengenai bisnis perawatan hewan di Jepang telah ada sejak 2013 lalu setelah direvisi, salah satu di dalam aturan tersebut mengatur mengenai pemajuan bisnis perawatan hewan dan diharapkan akan membuat reformasi besar-besaran dalam bidang bisnis ini. Perubahan yang terjadi mulai dari para pekerja yang dituntut

¹⁹ <https://shingakunet.com/bunnya/w0026/x0339/rekishi/>

²⁰ <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/grooming>

untuk menjadi lebih professional dengan memiliki wawasan yang luas mengenai penanganan hewan peliharaan yang tidak hanya mampu sekedar melayani saja namun mampu memahami perasaan dari pemilik dan hewan peliharaan itu sendiri. Kecakapan tersebut biasanya dibuktikan dengan adanya uji kualifikasi yang dilakukan baik berasal dari pemerintah ataupun dari pihak swasta yang jumlahnya meningkat setiap tahunnya.

Banyaknya aspek pendukung bagi para pekerja dalam bidang perawatan hewan di Jepang, bukan hal yang aneh bila para pekerja yang sukses dan mampu bekerja dengan baik di Jepang dapat dipastikan akan mendapat tempat di luar negeri. Tidak hanya dari kemampuan para pekerja perawatan hewan di Jepang yang terkenal namun juga melalui inovasi dalam hal gaya atau tren terbaru dalam bidang perawatan hewan peliharaan. Salah satunya adalah *kawaii grooming* yang merupakan perawatan yang mengedepankan pada penampilan hewan peliharaan tersebut yang dapat dirasakan langsung oleh pemiliknya seperti contohnya beberapa salon hewan akan menjamin hewan peliharaannya akan tampil lebih lucu dan menggemaskan.

Hal itu tentu sangat berbeda bila menarik kembali sejarah dari perawatan hewan itu sendiri yang di mana dulunya hewan-hewan yang hidup di samping manusia lebih banyak untuk dimanfaatkan tenaga atau kemampuannya. Tidak seperti sekarang yang di mana hewan-hewan yang hidup bersama manusia sebagian besar hanya sebagai teman atau pendamping hidup saja. Walaupun begitu perawatan yang

mereka terima sama atau bahkan lebih dari hewan-hewan yang dulunya dimanfaatkan tenaganya.

Ditambah *kawaii grooming* sendiri didukung dengan hewan-hewan yang sekarang tren untuk dipelihara kebanyakan orang di Jepang yaitu hewan-hewan yang terlihat lucu seperti anjing dari ras ukuran kecil. Di mana dari ras tersebut terkenal akan kelucuannya yang lebih menonjol bila dibandingkan dengan anjing ras ukuran besar yang lebih terkenal dengan tenaganya yang kuat dan penampilannya yang gagah yang seringkali hanya digunakan sebagai anjing penjaga rumah (Akari, 2020).

Bentuk *kawaii grooming* sendiri dapat disebut sebagai perawatan selain perawatan pokok hewan peliharaan seperti memandikan, memotong bulu dan mengeringkan hewan itu. *Kawaii grooming* lebih mengarah kepada bagaimana mempercantik penampilan hewan peliharaan itu baik dengan mewarnai bulu hewan dengan berbagai warna di bagian tertentu ataupun membentuk suatu pola pada bulu dengan warna, memotong bulu hewan dengan pola-pola tertentu.

Jika biasanya hewan-hewan yang keluar dari salon hewan tampak normal dengan bulu dan badannya yang terlihat bersih dan wangi. Namun bila membahas mengenai *kawaii grooming*, tidak terbatas pada hal-hal tersebut. Seperti contoh beberapa tren yang sempat terkenal di Jepang yaitu pada 2015 adanya tren potongan kubus yang dilakukan pada hewan peliharaan. Tren ini sendiri di katakana terinspirasi pada buah-buahan berbentuk kotak yang tren di Asia sendiri. Walaupun ini bukan merupakan tren pertama yang hadir di Jepang, sebelumnya ada tren potongan bulat

dalam hal ini anjing-anjing akan dipotong membentuk seperti bola yang bula baik pada bagian wajah hingga badannya akan dibentuk membentuk bulat.

Terbukti tren-tren semacam ini sangat terkenal dan tidak sedikit orang yang ikut mencontoh potongan ini untuk anjing-anjing peliharaannya. Tren-tren ini sendiri biasanya muncul pada kontes-kontes anjing di mana para salon hewan akan berusaha untuk memperkenalkan inovasi terbaru mereka termasuk gaya potongan semacam ini (Sewell, 2015).

2.4 Komodifikasi *Kawaii* oleh Salon Hewan

Komodifikasi adalah perubahan fungsi suatu benda, jasa, atau entitas lain yang umumnya tidak dipandang sebagai suatu produk komersial menjadi komoditas²¹. Peran sebuah salon hewan di masa kini dapat dikatakan cukup penting, terutama bagi pemilik hewan peliharaan. Sebab salon hewan sendiri yang normalnya menyediakan jasa perawatan hewan seperti mandi, pemotongan kuku dan bulu hingga memberi warna dan gaya tersendiri pada hewan sendiri sangat mudah ditemui di salon hewan. Selain itu salon hewan sekarang selain menyediakan jasa tersebut juga beberapa salon hewan yang besar telah memiliki toko kebutuhan hewan sendiri

Toko kebutuhan tersebut menjual kebutuhan yang mendasar bagi hewan peliharaan seperti makanan, peralatan, kandang hingga aksesoris semacam kalung dan pakaian hewan peliharaan. Selain itu terkadang salon hewan juga menyediakan jasa penitipan hewan atau lebih dikenal sebagai *pet hotel* (ペットホテル/penginapan

²¹ KBBi

hewan) hingga rumah sakit hewan. Di mana hal – hal di atas tentunya akan sangat membantu bagi para pemilik hewan peliharaan.

Bahkan sekarang kebanyakan para pemilik hewan peliharaan yang seringkali mendandani hewan peliharaan baik melalui potongan dengan gaya unik ataupun dengan aksesoris yang lucu mengambil inspirasi dari salon hewan yang ada. Hal semacam ini bagi sebagian orang masih cukup asing terdengar sebab pada umumnya yang dikenal di masyarakat hewan peliharaan hanyalah hewan-hewan yang memiliki pemilik masing-masing tidak tampil dengan potongan unik membentuk sesuai ataupun dengan pakaian yang terkadang terlihat lebih mewah dari pemiliknya sendiri. Namun seiring berkembangnya zaman, kini hewan peliharaan mulai menyerupai manusia yang di mana mereka dapat diberikan *style* atau gayanya tersendiri seperti memotong bulu mereka membentuk suatu pola tertentu, mewarnainya pada bagian-bagian yang diinginkan, ataupun mengenakan mereka aksesoris seperti kalung hingga pakaian.

Gaya-gaya ini sendiri terkadang dipopulerkan langsung oleh salon hewan dengan cara menyediakan pelayanan khusus untuk gaya-gaya tersebut ataupun menyediakan kebutuhan untuk memenuhi keinginan pemilik hewan peliharaan. Biasanya para pemilik hewan peliharaan memilih pelayanan tersebut karena melihat gaya-gaya ini di media sosial ataupun melalui teman-teman komunitasnya sesama pencinta hewan peliharaan, namun ada juga yang bertujuan sebagai peserta kontes kecantikan hewan peliharaan.

Salon hewan berperan dengan selalu memberikan inovasi terbaru dalam hal gaya hewan peliharaan, contohnya yang sedang populer sekarang ini adalah gaya potongan tanpa sudut yang biasanya diaplikasikan pada anjing ras kecil dengan bulu yang lebat agar lebih mudah untuk dibentuk. Sebelum gaya ini, ada lagi gaya berbentuk kotak yang di mana bulu-bulu anjing akan dibentuk dengan dipotong membentuk kotak baik pada bagian kepala dan badan, gaya ini sendiri terinspirasi dari buah-buahan berbentuk kotak yang cukup terkenal pada masa yang sama dengan gaya potongan ini. Beberapa potongan atau gaya ini biasanya diperkenalkan pada acara-acara komunitas para pencinta hewan yang dapat menggapai mereka dengan mudah.

Selain itu salon hewan juga mencoba memperkenalkan spesialisasi mereka melalui *website* salon mereka sendiri dengan berbagai cara baik dengan cara menulis langsung kemampuan mereka ataupun dengan menampilkan para pelanggan mereka dengan gaya-gaya tersebut²². Hal ini dianggap sangat efektif bagi para pelaku bisnis salon hewan dengan terbukti hampir sebagian besar salon hewan yang penulis kunjungi melakukan hal yang serupa.

Beberapa salon hewan dengan jelas memasang informasi mengenai keahlian mereka dalam melakukan *kawaii grooming* atau sebagai ciri khas mereka artinya salon hewan mampu memenuhi hal tersebut sesuai dengan permintaan pelanggan. Selain itu kebanyakan *website* dari salon hewan di Jepang memasang gambar-gambar anjing yang terkenal akan kelucuannya. Hal ini tentu sangat berbeda bila

²²Testimoni

dibandingkan dengan beberapa *website* salon hewan yang ada di negara lain. Pada salon hewan negara lain seperti Amerika lebih banyak menggunakan gambar-gambar kebersamaan antara hewan peliharaan dan seorang *torimā*.

Ditambah jenis-jenis hewan yang berada pada *website* salon hewan di Amerika memiliki jenis ukuran yang lebih beragam, namun didominasi pada jenis hewan berukuran sedang dan besar di mana berbeda dengan Jepang yang didominasi oleh jenis hewan berukuran kecil. Sementara di Indonesia sendiri pemanfaatan *website* sebagai media promosi secara *online* masih cukup jarang dijumpai, kebanyakan salon hewan di Indonesia lebih memilih menggunakan media sosial sebagai media promosi *online*.