

PERSEPSI LINTAS BUDAYA TERHADAP FESTIVAL OHANAMI SEBAGAI IKON PARIWISATA JEPANG: STUDI KOMPARATIF ANTARA MASYARAKAT JEPANG DAN WISATAWAN INDONESIA

Handriyani, Noviyani Prih Handayani

Universitas LIA

hhandriyani@gmail.com, noviyani.prih@universitaslia.ac.id

要旨

お花見は、日本の春に行われる伝統的な文化行事であり、桜の美しさを鑑賞することを通じて自然とのつながりや季節の移ろいを感じる重要な習慣です。この伝統は日本人の生活文化に深く根付いているだけでなく、インドネシアを含む多くの外国人観光客にも大きな関心を集めています。本研究は、日本人とインドネシア人観光客が持つお花見に対する文化的意味や象徴的価値に関する認識を分析・比較することを目的としています。調査方法として、リッカート尺度を用いた質問と自由記述式の設問を組み合わせた混合研究法（ミックス・メソッド）を採用しました。量的データをもとに、質的な記述から両者の認識の違いや共通点を深く探りました。分析の結果、日本人は「儚さの美しさ（もののあわれ）」や「人とのつながり」といった象徴的・感情的側面に対する理解が深いことが示されました。一方、インドネシア人観光客は視覚的・美的体験に重きを置きながらも、日本文化への関心と尊重を示しています。これらの違いは、グローバルな観光文脈における文化的伝統の理解と評価において、異文化間理解の重要性を示唆しています。

キーワード：お花見、日本文化、異文化間の認識、日本人、インドネシア人観光客

ABSTRAK

Festival Ohanami merupakan tradisi budaya yang dilakukan masyarakat Jepang setiap musim semi untuk menikmati keindahan mekarnya bunga sakura. Tradisi ini tidak hanya menjadi bagian penting dari identitas budaya Jepang, tetapi juga menarik perhatian wisatawan mancanegara, termasuk dari Indonesia. Dalam konteks pariwisata global, penting untuk dipahami bagaimana makna budaya dari tradisi ini dipersepsikan oleh berbagai kelompok. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membandingkan persepsi masyarakat Jepang dan wisatawan Indonesia terhadap nilai budaya dan simbolik dari festival Ohanami. Pendekatan yang digunakan adalah metode campuran (mixed methods) yaitu pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner skala Likert (1932) yang kemudian diperdalam dengan pertanyaan terbuka untuk memperoleh wawasan yang lebih komprehensif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat Jepang cenderung memiliki pemahaman yang lebih dalam terhadap aspek simbolik dan emosional Ohanami, seperti nilai kebersamaan, kesadaran akan kefanaan hidup (mono no aware), serta kedekatan dengan alam. Sebaliknya, wisatawan Indonesia lebih menekankan pada aspek visual dan estetika, namun tetap menunjukkan apresiasi terhadap warisan budaya Jepang. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya kesadaran lintas budaya dalam menginterpretasikan tradisi lokal secara autentik, serta memberikan implikasi terhadap pengembangan pariwisata budaya yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Kata Kunci : budaya Jepang, masyarakat Jepang, ohanami, persepsi lintas budaya, wisatawan Indonesia

PENDAHULUAN

Jepang merupakan negara yang dikenal luas atas pelestarian kekayaan budaya tradisionalnya, sehingga menjadi daya tarik utama bagi wisatawan mancanegara. Salah satu praktik budaya yang paling terkenal secara internasional adalah festival *Ohanami* yaitu tradisi menikmati keindahan mekarnya bunga sakura pada musim semi. Setiap tahun, festival ini mampu menarik jutaan pengunjung, termasuk wisatawan dari Indonesia, sebagai bentuk pengalaman budaya dan atraksi pariwisata. Festival *Ohanami* tidak sekadar kegiatan rekreasional, melainkan mengandung nilai-nilai budaya yang mendalam, terutama terkait dengan konsep estetika khas Jepang yaitu *mono no aware*, kesadaran emosional terhadap kefanaan dan keindahan yang bersifat sementara.

Mono no aware adalah sebuah konsep yang diperkenalkan oleh Motoori Norinaga pada abad ke-18. Ia menekankan kesadaran bahwa keindahan bersifat singkat, sehingga menimbulkan perasaan campuran antara kebahagiaan dan kesedihan. Sakura menjadi simbol utama *mono no aware* karena mekarnya yang indah namun singkat, sementara gugurnya kelopak melambangkan ketidakkekalan hidup. Dalam budaya Jepang, konsep ini berakar dari ajaran Buddhisme tentang ketidakkekalan dan berbeda dengan budaya Barat yang menekankan keabadian. Tradisi *Ohanami* menjadi wujud nyata dari *mono no aware*, mengajak orang untuk berhenti sejenak, merenungi keindahan yang fana, sekaligus memperkuat identitas budaya serta hubungan manusia dengan alam. Dalam ritual *Ohanami*, masyarakat secara kolektif mengalami perpaduan kegembiraan atas keindahan saat itu dan kesedihan atas kefanaan yang menyertainya, menjadikan festival ini lebih dari sekedar perayaan visual, tetapi sebagai pengalaman budaya dan spiritual yang mendalam. Berbagi pengalaman emosional bersama yang mempererat ikatan sosial, menumbuhkan rasa syukur terhadap momen kehidupan, dan menumbuhkan etika menjaga lingkungan serta tradisi.

Makna *mono no aware* ini menjadi fondasi penting dalam identitas budaya Jepang serta memengaruhi sikap dan perilaku sosial masyarakat dalam memaknai

tradisi *Ohanami*. Keindahan sementara sakura bukan hanya simbol estetika, tetapi juga simbol kefanaan hidup yang diajarkan untuk diterima dengan penuh kepekaan dan penghargaan. Dengan popularitas globalnya timbul pertanyaan penting yakni sejauh mana *Ohanami* masih dipahami dan dihargai, secara otentik oleh masyarakat lokal dan sejauh mana wisatawan termasuk Indonesia.

Menurut Ohnuki-Tierney (1998) makna budaya yang dilekatkan pada bunga sakura dan tradisi melihatnya (*hanami*) memberikan sudut pandang yang kuat untuk memahami berbagai dimensi penting dalam budaya Jepang sepanjang sejarah. Bunga ini telah mewakili setiap kelompok sosial, hubungan sosial, serta proses siklus kehidupan. Kompleksitas simbolisme dan apresiasi terhadap bunga sakura sebaiknya dipahami sebagai *total social phenomenon* (menggunakan istilah dari Mauss, 1966) yaitu sebuah konsep yang menjelaskan bagaimana semua institusi menemukan ekspresinya secara simultan, baik dalam bentuk pemberian yang bersifat religius, hukum, moral, maupun ekonomi.

Pada jaman Jepang kuno, bunga sakura dan tradisi melihatnya memiliki makna religius, Ori-kuchi (1976:62) menunjukkan bahwa pada masa kuno, istilah *asobi* (yang sekarang berarti bermain) merujuk pada tarian yang dilakukan untuk menenangkan arwah penjaga bangsa atau keluarga. Akima (1972; 1982:498–500) berpendapat bahwa istilah *asobi*, dahulu merujuk pada kegiatan bermusik, bukan bermain dalam arti umum. Sedangkan pada masa awal sejarah, istilah tersebut mengacu pada hiburan seperti menyanyi, menari, dan minum-minum. Ohnuki menyoroti bahwa fenomena sosial total selalu mencakup berbagai dimensi secara bersamaan, religius, rekreasional, politik, ekonomi, simbolik, dan lain-lain. Hal seperti kunjungan ke kuil atau tempat suci untuk tujuan penyembuhan sering kali melibatkan tidak hanya aspek religius, tetapi juga unsur sosial dan rekreasional, misalnya dengan pergi bersama anggota keluarga atau teman, makan bersama, dan berbelanja makanan khas daerah. Dengan fenomena sosial ini membuat makna sakura dan tradisi *hanami* terus berubah.

Untuk mendukung teori Ohnuki, penelitian ini juga menggunakan teori Moon, O. (2010) dalam artikel berjudul “Japanese Tourism and Travel Culture” yang diterbitkan di *Annals of Tourism Research* membahas budaya pariwisata dan perjalanan di Jepang secara mendalam. Studi ini mengeksplorasi bagaimana nilai-

nilai budaya, kebiasaan perjalanan, dan persepsi masyarakat Jepang membentuk pola dan praktik pariwisata di negara tersebut. Moon menyoroti karakteristik unik budaya Jepang yang memengaruhi cara masyarakatnya berinteraksi dengan turisme, termasuk etiket sosial, kesadaran budaya, dan hubungan antara pariwisata dan identitas nasional Jepang.

Berbagai penelitian sebelumnya telah mengkaji persepsi terkait festival budaya dan pariwisata di Jepang. Tetapi, studi yang secara langsung membandingkan persepsi lintas budaya masih sangat terbatas. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian yang mengkaji secara komparatif bagaimana kelompok budaya yang berbeda memaknai dan mengalami festival budaya tersebut dalam konteks pariwisata. Berikut ini beberapa penelitian tersebut.

Penelitian dari Kurniasari, K. K. (2021) yang berjudul “Pariwisata Budaya Berkelanjutan: Persepsi Masyarakat Lokal”, yang membahas persepsi masyarakat lokal Jepang terhadap pariwisata budaya berkelanjutan dan bagaimana pandangan tersebut memengaruhi sikap serta partisipasi mereka dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan. Dengan menggunakan pendekatan naratif dan teori pertukaran sosial, menemukan bahwa pandangan masyarakat lokal beragam, namun cenderung kurang mendukung pelestarian pariwisata karena dampak negatif seperti kemacetan dan pencemaran dirasakan lebih besar daripada manfaatnya. Berbeda dengan penelitian ini yang melibatkan dua kelompok (masyarakat Jepang dan wisatawan Indonesia), menggunakan metode campuran, serta fokus pada arti simbolik festival *Ohanami*, sedangkan Kurniasari hanya meneliti persepsi masyarakat Jepang dengan pendekatan kualitatif naratif.

Penelitian dari Rankinen (2018) berjudul “Under the cherry trees: the symbolism of cherry blossoms during hanami in Japan”, yang mengkaji makna simbolik bunga sakura dalam tradisi *hanami* di Jepang, dengan menyoroti konsep-konsep seperti *mono no aware* (kesadaran terhadap kefanaan), identitas sosial, perubahan musim, serta dampak sosial dan emosional, terutama setelah bencana 2011. Perbedaan utama antara penelitian Rankinen dan penelitian ini yakni pada metode penelitian dan fokus penelitian. Rankinen menggunakan pendekatan reflektif-filosofis dengan fokus kualitatif pada makna simbolik *hanami* dalam masyarakat Jepang, sedangkan penelitian ini memakai metode campuran (*mixed*

methods). Penelitian Rankinen memberikan landasan filosofis yang kaya tentang simbolisme bunga sakura dan tradisi *hanami*, sedangkan penelitian ini melengkapi dengan analisis empiris komparatif tentang persepsi budaya.

Penelitian dari Salazar (2022) berjudul “The Cherry Blossom and its Influence on Japanese Culture”. menggunakan pendekatan dokumenter untuk menganalisis bunga sakura dari perspektif sosial dan budaya, dengan fokus pada pengaruh estetika sakura dalam ruang publik di Tokyo, khususnya Taman Shinjuku Gyoen dan Chidorigafuchi. Studi ini menyoroti bagaimana bunga sakura bukan hanya simbol unik Jepang, tetapi juga memiliki pengaruh global sebagai simbol keindahan universal. Salazar menekankan peran taman kota dan ruang terbuka dalam menyediakan aktivitas menikmati alam bagi warga, termasuk tradisi melihat bunga sakura. Perbedaan utama antara penelitian Salazar (2022) dengan penelitian ini terletak pada metode dan fokus kajian. Salazar menggunakan pendekatan dokumenter yang menitikberatkan pada analisis ruang publik dan aspek estetika bunga sakura di kota Tokyo, sementara penelitian ini memakai metode campuran (*mixed method*). Salazar berfokus pada pengaruh bunga sakura dalam konteks budaya lokal dan global di ruang kota, sedangkan penelitian ini menelaah makna simbolik dan nilai budaya *Ohanami* dari dua kelompok budaya (masyarakat Jepang dan wisatawan Indonesia).

Penelitian Salazar & Campos (2025) berjudul “The social interaction and practices associated with Hanami in Japanese society” menganalisis peran aktivitas sosial-budaya dalam perayaan *Hanami* di masyarakat perkotaan Jepang, dengan fokus pada praktik kolektif, pertukaran simbolik, dan dinamika identitas kelompok. Menggunakan metode campuran (kualitatif-kuantitatif) dan survei 100 responden, hasilnya menemukan bahwa mekarnya bunga sakura berkontribusi signifikan pada kesejahteraan sosial dan lingkungan. Perbedaan utama antara penelitian Salazar & Campos (2025) dengan penelitian ini terletak pada fokus dan ruang lingkup kajian serta dimensi yang diangkat. Penelitian Salazar & Campos menitikberatkan pada dampak sosial dan fungsi kolektif *Hanami* dalam masyarakat perkotaan Jepang secara lokal, dengan fokus memperkuat kohesi sosial dan identitas kelompok melalui praktik budaya tersebut. Sementara itu, penelitian ini lebih menekankan pada perbandingan persepsi lintas budaya. Keduanya menggunakan metode

campuran, tetapi dengan tujuan analisis yang berbeda sesuai fokus masing-masing penelitian.

Penelitian Hanyan, Ye (2015) berjudul “A symbol becomes the culture: Reinventing Japanese cherry blossoms”, yang membahas perubahan makna simbolis bunga sakura dalam sejarah Jepang dan bagaimana bunga ini membentuk citra Jepang di mata dunia, terutama sebagai simbol budaya yang unik. Hanyan, Ye menggunakan pendekatan teoretis pascastrukturalis dan konsep simbol untuk mengkaji proses pembentukan simbol, estetisasi, dan komodifikasi bunga sakura, sehingga maknanya tampak alami serta menyoroti bagaimana simbol sakura memperkuat narasi homogenitas budaya Jepang secara historis dan ideologis. Perbedaan utama dengan penelitian ini terletak pada tujuan dan pendekatan kajian. Tesis Hanyan bersifat konseptual, menelaah sakura sebagai konstruksi simbol dan alat kekuasaan budaya yang berubah sepanjang sejarah. Hanyan berfokus pada aspek historis dan ideologis simbol sakura, sementara penelitian ini menitikberatkan pada pengalaman dan persepsi masyarakat Jepang dan wisatawan Indonesia.

Seiring dengan eksposurnya secara global melalui pariwisata, *Ohanami* sebagai ikon budaya dan atraksi wisata internasional, penting dilakukan penelitian yang membandingkan persepsi masyarakat Jepang dan wisatawan Indonesia terhadap festival ini. Dengan menyoroti bagaimana *mono no aware* memengaruhi pemakaian dan pengalaman budaya, penelitian ini bertujuan memberikan wawasan mendalam untuk mendukung pelestarian dan promosi *Ohanami* yang berkelanjutan dan bermakna lintas budaya. Untuk menjawab tantangan tersebut, penelitian ini mengajukan dua pertanyaan utama:

1. Bagaimana persepsi masyarakat Jepang terhadap makna budaya dan nilai simbolik dari festival *Ohanami* sebagai bagian dari identitas budaya mereka?
2. Bagaimana persepsi wisatawan Indonesia terhadap festival *Ohanami* sebagai bentuk pengalaman budaya dan atraksi wisata?

Penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana persepsi masyarakat Jepang dan wisatawan Indonesia terhadap festival *Ohanami* sebagai ikon pariwisata Jepang. Secara khusus, fokus diarahkan pada identifikasi dan analisis pandangan masyarakat Jepang mengenai makna budaya dan nilai

simbolik dari *Ohanami* sebagai bagian dari warisan budaya mereka. Tujuan lainnya adalah mengeksplorasi persepsi wisatawan Indonesia terhadap *Ohanami* sebagai atraksi pariwisata dan bentuk pengalaman budaya. Dengan membandingkan pandangan dari kedua kelompok, penelitian ini bertujuan menjelaskan perbedaan dan persamaan dalam memaknai *Ohanami* dari aspek nilai budaya, otentisitas, serta peran festival ini dalam pembentukan identitas dan promosi pariwisata Jepang.

Hasil analisis diharapkan dapat memperkuat pemahaman tentang pentingnya nilai simbolik dan spiritual dalam praktik budaya yang terkandung dalam festival *Ohanami*, serta menggambarkan bagaimana nilai-nilai tersebut dipersepsikan oleh masyarakat lokal dan wisatawan asing khususnya Indonesia. Penelitian ini juga dapat memberikan wawasan bagi wisatawan Indonesia agar lebih memahami dan menghargai nilai-nilai budaya Jepang, serta mendorong partisipasi yang lebih etis dan sadar budaya dalam konteks pariwisata internasional.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode campuran (*mixed methods*) dengan mengambil strategi *explanatory sequential* dari Creswell & Plano Clark (2017) dalam bukunya yang berjudul *Designing and Conducting Mixed Methods Research* (Edisi ke-3). Dalam strategi ini dijelaskan bahwa *Design explanatory* adalah desain metode campuran di mana peneliti memulai dengan melakukan tahap kuantitatif dan kemudian menindaklanjuti hasil-hasil tertentu dengan tahap kedua. Tahap kedua yang bersifat kualitatif dilakukan dengan tujuan untuk menjelaskan hasil awal tersebut secara lebih mendalam. Desain ini dimulai dengan pengumpulan dan analisis data kuantitatif. Tahap pertama ini kemudian diikuti oleh pengumpulan dan analisis data kualitatif. Tahap kedua yang bersifat kualitatif dirancang sedemikian rupa agar berkaitan (atau terhubung) dengan hasil dari tahap kuantitatif pertama. (Creswell & Plano Clark, 2017, hlm.77). Strategi ini dipilih untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif dari persepsi masyarakat Jepang dan wisatawan Indonesia terhadap festival *Ohanami*.

Pengumpulan data tahap awal dilakukan melalui kuesioner tertutup berbasis skala Likert lima poin (1932) yang disebarkan kepada dua kelompok utama responden, yakni masyarakat Jepang dan wisatawan Indonesia yang pernah

mengikuti festival *Ohanami*. Analisis data kuantitatif dilakukan secara deskriptif untuk melihat kecenderungan persepsi terhadap makna budaya dan dampak pariwisata terhadap *Ohanami*.

Selanjutnya, data kualitatif dikumpulkan melalui pertanyaan terbuka dalam kuesioner yang sama, yang bertujuan untuk menggali pandangan lebih mendalam mengenai makna simbolik dan pengalaman pribadi dalam mengikuti *Ohanami*. Pendekatan kualitatif tidak hanya menggali persepsi secara umum, tapi juga untuk menelusuri pemahaman dan penghayatan mendalam tentang aspek estetika dan filosofis *mono no aware*. Dengan demikian, data kualitatif diarahkan pada penggalian pemahaman tentang kefanaan, keindahan sementara, dan refleksi spiritual yang merupakan inti filosofi *Ohanami*.

Dalam proses analisis, Teori Ohnuki-Tierney digunakan untuk membantu menjelaskan bagaimana norma sosial di Jepang terintegrasi dalam praktik budaya yang kaya makna dan multi-dimensi, bukan sebagai aturan yang terpisah, melainkan sebagai bagian hidup yang saling terkait dalam konteks sosial dan simbolik budaya Jepang. Kemudian teori Moon ditempatkan untuk memahami fenomena pariwisata Jepang dalam kerangka sosial budaya yang kaya, karena teori ini menekankan pentingnya memahami konteks budaya lokal untuk mengelola pariwisata yang berkelanjutan dan bermakna baik bagi masyarakat lokal maupun wisatawan. Pendekatan ini memungkinkan eksplorasi terhadap aspek subjektif persepsi budaya dari masing-masing kelompok responden.

Ruang lingkup studi difokuskan pada persepsi dua kelompok utama, yaitu masyarakat Jepang dan wisatawan Indonesia, terhadap *Ohanami* sebagai salah satu ikon budaya dan pariwisata Jepang. Fokus dibatasi pada aspek persepsi terhadap makna budaya, nilai simbolik dan spiritual, pengaruh kehadiran wisatawan serta dampak komersialisasi. Penelitian ini menitikberatkan pada pengalaman, pemahaman, dan sikap budaya yang berkembang di kalangan masyarakat dan wisatawan.

Responden mencakup individu yang memiliki pengalaman langsung maupun tidak langsung terhadap festival *Ohanami* dalam lima tahun terakhir. Cakupan geografis melibatkan wilayah yang bervariasi di Jepang dan Indonesia tanpa membatasi pada kota tertentu.

Strategi utama dalam pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner daring kepada dua kelompok sasaran, yaitu masyarakat Jepang dan wisatawan Indonesia yang memiliki pengalaman langsung maupun tidak langsung terhadap festival *Ohanami*. Bagian-bagian pertanyaan kuesioner sebagai berikut:

1. **Bagian 1** berfungsi untuk mengidentifikasi asal dan kewarganegaraan responden.
2. **Bagian 2 – Persepsi terhadap *Ohanami* sebagai Budaya** mengukur sejauh mana responden memahami dan menghayati makna budaya *Ohanami*, khususnya kesadaran akan kefanaan dan keindahan sementara yang merupakan inti dari filosofi *mono no aware*. Pertanyaan di bagian ini menilai pandangan responden mengenai pentingnya *Ohanami* dalam identitas budaya Jepang, nilai spiritual dan simbolik tradisi tersebut, serta pengalaman estetis dan spiritual dalam menikmati bunga sakura. Selain itu, ditelisik pengaruh pengalaman *Ohanami* terhadap penghargaan budaya yang merefleksikan keterhubungan emosional kuat dengan nilai *mono no aware* sebagai refleksi batin akan kefanaan dan keindahan hidup.
3. **Bagian 3 – Dampak Pariwisata terhadap *Ohanami*** menilai persepsi responden terhadap pengaruh pariwisata pada pengalaman budaya dan spiritual *Ohanami*. Pertanyaan tentang kehadiran wisatawan mengeksplorasi bagaimana keramaian dapat memperkaya atau mengganggu suasana reflektif penting dalam pengalaman *mono no aware*. Pertanyaan mengenai kedangkalan nilai budaya menguji dampak pariwisata terhadap pengikisan pengalaman batin dan keharuan. Dampak komersialisasi dipandang sebagai penghambat keterhubungan emosional dan pengalaman autentik *mono no aware*. Persepsi terhadap peran pemerintah menekankan pentingnya pelestarian ruang dan waktu untuk meneruskan pengalaman spiritual ke generasi berikut, sementara kesiapan merekomendasikan *Ohanami* mengindikasikan tingkat penghayatan nilai spiritual dan filosofi *mono no aware* yang cukup dalam bagi responden.
4. **Bagian 4 – Opini dan Saran** menggali usaha personal dan pandangan responden dalam menjaga kelangsungan tradisi *Ohanami*, menekankan pentingnya merawat pengalaman spiritual *mono no aware* berupa penghargaan atas kefanaan yang terwujud dalam praktik budaya. Pertanyaan tentang cara

menjaga keberlanjutan menyoroti pentingnya ruang autentik untuk pengalaman spiritual yang asli, bukan sekadar perayaan formal. Penghargaan pada budaya lokal dianggap krusial untuk menciptakan kondisi yang mendukung pelestarian makna filosofis dan spiritual *mono no aware* secara berkelanjutan.

Keseluruhan kuesioner ini dirancang tidak hanya untuk mengumpulkan data persepsi, tetapi juga untuk menghubungkan pengalaman dan pandangan responden dengan dimensi spiritual dan budaya mendalam yang diwakili oleh filosofi *mono no aware* dalam festival *Ohanami*.

Berikut rubrik penilaian pemahaman dan sikap individu terhadap tradisi *Ohanami* dalam format tabel lengkap digunakan dalam sistem penilaian:

Tabel 1. Rubrik Penilaian Pemahaman dan Sikap Individu terhadap Tradisi *Ohanami*

Kriteria Penilaian	Skor 1 (Sangat Rendah)	Skor 2 (Rendah)	Skor 3 (Cukup)	Skor 4 (Tinggi)	Skor 5 (Sangat Tinggi)
Pemahaman makna budaya di balik tradisi <i>Ohanami</i>	Tidak memahami sama sekali	Pemahaman sangat terbatas	Memahami secara dasar	Memahami dengan baik	Memahami secara mendalam dan kontekstual
Menganggap <i>Ohanami</i> penting untuk budaya Jepang	Tidak menganggap penting	Menganggap kurang penting	Menganggap cukup penting	Menganggap penting	Menganggap sangat penting sebagai warisan budaya
Nilai spiritual dan simbolik <i>Ohanami</i>	Tidak merasa ada nilai spiritual/simbolik	Merasa ada nilai sangat rendah	Merasa ada nilai sedang	Merasa ada nilai cukup tinggi	Merasa nilai sangat tinggi dan bermakna
Menikmati keindahan bunga sakura sebagai bagian tradisi	Tidak menikmati keindahan bunga sakura	Kurang menikmati	Cukup menikmati	Menikmati dengan baik	Menikmati secara penuh dan sangat menghargai
Menghargai budaya Jepang setelah mengikuti <i>Ohanami</i>	Tidak menghargai budaya Jepang	Menghargai secara minimal	Menghargai secara sedang	Menghargai dengan baik	Menghargai secara mendalam dan meningkatkan apresiasi
Sikap terhadap pengaruh wisatawan	Melihat wisatawan merusak suasana/makna	Melihat pengaruh cukup negatif	Netral terhadap pengaruh wisatawan	Melihat pengaruh cukup positif	Melihat wisatawan memperkaya suasana
Sikap terhadap komersialisasi budaya	Menganggap komersialisasi sangat merusak	Menganggap komersialisasi cukup merusak	Netral terhadap komersialisasi	Menganggap komersialisasi tidak banyak merusak	Menganggap komersialisasi mendukung pelestarian
Rekomendasi <i>Ohanami</i> sebagai pengalaman budaya	Tidak merekomendasikan	Kurang merekomendasikan	Cukup merekomendasikan	Rekomendasi dengan baik	Sangat merekomendasikan sebagai pengalaman budaya

Instrumen kuesioner dirancang menggunakan skala Likert lima poin, yang terdiri atas sejumlah pernyataan yang merepresentasikan berbagai dimensi persepsi responden, seperti pemahaman budaya, nilai simbolik dan spiritual, serta pandangan terhadap dampak pariwisata dan komersialisasi.

Setiap pernyataan dalam kuesioner meminta responden untuk memberikan tingkat persetujuan mereka dalam rentang nilai 1 hingga 5, dengan ketentuan:

1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = netral, 4 = setuju, dan 5 = sangat setuju. Skor yang diperoleh dari setiap pernyataan kemudian diolah secara kuantitatif untuk menghasilkan nilai rata-rata baik pada tingkat individu maupun kelompok.

Penghitungan nilai rata-rata dilakukan dengan menjumlahkan seluruh skor pernyataan dari masing-masing responden, kemudian dibagi dengan jumlah pernyataan yang dijawab. Nilai rata-rata ini menjadi dasar untuk menganalisis kecenderungan persepsi setiap kelompok terhadap aspek-aspek yang diteliti. Interpretasi hasil disajikan dalam bentuk angka numerik, tanpa dikonversi ke dalam kategori kualitatif seperti “tinggi”, “sedang”, atau “rendah”.

Dengan pendekatan ini, analisis kuantitatif memungkinkan peneliti untuk menangkap pola umum persepsi, sekaligus membandingkan perbedaan antar kelompok secara objektif dan terukur. Selain itu, disediakan ruang terbuka untuk tanggapan kualitatif yang digunakan untuk menggali secara mendalam dimensi estetika, emosional, dan filosofis *mono no aware* dalam pengalaman responden. Analisis kualitatif bertujuan menafsirkan persepsi tentang kefanaan, keindahan, dan spiritualitas yang terkandung dalam *Ohanami*, serta membandingkannya antar budaya.

Pertanyaan kuesioner disusun berdasarkan relevansinya dalam kerangka *mono no aware* yang menekankan keindahan yang fana, keharuan akan momen, dan kesadaran batin yang menjadi inti budaya dan festival *Ohanami*. Pertanyaan “Saya memahami makna budaya dibalik tradisi *Ohanami*, berkaitan dengan memahami makna budaya *Ohanami* berarti mampu menangkap filosofi inti *mono no aware* yang menjiwai tradisi ini yaitu kesadaran akan keindahan dan kefanaan hidup yang tercermin dalam mekarnya bunga sakura. Jika responden paham makna ini, akan mudah bagi mereka untuk menangkap aspek emosional dan spiritual *Ohanami*, bukan melihatnya sekadar perayaan rutin.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menguraikan hasil penelitian terkait *mono no aware* dalam interpretasi hasil kuantitatif dan kualitatif. Persepsi responden terhadap festival *Ohanami*, dengan fokus pada perbedaan sudut pandang antara masyarakat Jepang dan wisatawan Indonesia berdasarkan data kuesioner yang diperoleh.

Tabel 2. Hasil Kuesioner Responden Masyarakat Jepang

Asal negara	Saya memahami makna budaya di balik tradisi Ohanami	Saya menganggap Ohanami penting untuk budaya Jepang	Ohanami memiliki nilai spiritual dan simbolik yang kuat	Saya menikmati keindahan bunga sakura sebagai bagian dari tradisi	Saya merasa lebih menghargai budaya Jepang setelah mengikuti Ohanami	Kehadiran wisatawan memperkaya suasana festival	Pariwisata membuat nilai budaya Ohanami menjadi lebih dangkal	Komersialisasi mengurangi makna budaya Ohanami	Pemerintah Jepang aktif menjaga budaya Ohanami	Saya akan merekomendasikan Ohanami sebagai pengalaman budaya	Apakah Anda merasa budaya lokal cukup dihargai dalam festival ini?
Jepang	5	5	5	5	5	2	4	4	3	5	5 尊重されていると思う。
Jepang	3	4	2	3	4	3	2	2	1	4	4 はい。
日本	5	5	5	5	5	4	3	3	2	3	3 桜祭りなどがあるので地域文化と関係はありますが、ごみや桜の音などによって周囲があると思っています。(その地域の外から来る人が問題を起している)
日本/Japan	2	4	1	3	1	5	1	1	1	3	3 桜を見ることにおいては地域別の特徴はあまりないと感じるが、そこで食べられる食事や催し物などは地域文化を感じることができると思う。ただし、観光客の花見は地域固有の文化体験より桜を見ることを重視しているため、地域文化の体験には踏み込めていないと感じる。その点においては尊重されていないともいえる。
日本	5	5	3	5	5	2	4	4	2	5	5 尊重されていないと思う。地域特有の花見の仕方などは聞いたことがない。
日本	5	5	5	5	5	1	5	5	3	3	3 そう言われれば、地域文化を特に意識せずとも、お花見に行くときと何となく目に入ったり、名物を頂いたり(食べたり)できますね。地域をほどほどに楽しむことができますと思いました！
日本	2	2	2	4	1	3	3	3	2	3	3 分からない
Japan	3	4	3	3	3	4	3	4	2	1	1 No
日本	5	1	1	5	1	5	1	1	5	3	3 思います。たとえば、花見も青森では五月に行います。それぞれの地域で気候が違ってくるからです。地域それぞれの食べ物や習慣もあるので、十分に尊重されていると思います。
日本	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3 最近の「お花見」は文化というより、「お祭り」の側面が大きいと思われる。昔と比べて人々の楽しみ方も変わってきているので、最終限、「桜の枝を折らない」「手に触れず見て楽しむ」などのマナーを守るべき。
TOTAL RESPONDEN 10 ORANG	3.8	3.7	2.9	4.1	3.2	3.2	2.8	2.9	2.4	3.3	

Table 3. Hasil Kuesioner Responden Wisatawan Indonesia

Asal negara	Saya memahami makna budaya di balik tradisi Ohanami	Saya menganggap Ohanami penting untuk budaya Jepang	Ohanami memiliki nilai spiritual dan simbolik yang kuat	Saya menikmati keindahan bunga sakura sebagai bagian dari tradisi	Saya merasa lebih menghargai budaya Jepang setelah mengikuti Ohanami	Kehadiran wisatawan memperkaya suasana festival	Pariwisata membuat nilai budaya Ohanami menjadi lebih dangkal	Komersialisasi mengurangi makna budaya Ohanami	Pemerintah Jepang aktif menjaga budaya Ohanami	Saya akan merekomendasikan Ohanami sebagai pengalaman budaya	Apakah Anda merasa budaya lokal cukup dihargai dalam festival ini?
Indonesia	3	3	2	4	1	3	4	5	1	3	
インドネシア	4	4	3	4	4	3	3	4	5	5	Sampai saat ini ohanami masih terus dijaga oleh masyarakat lokal.
Indonesia	5	5	5	5	5	5	2	3	5	5	Ya
	3	4	3	2	1	1	5	5	5	3	Iya, menurut saya budaya lokal cukup dihargai dalam festival ini. Soalnya banyak orang yang tetap mengikuti tradisi, seperti berpiknik dengan tertib di bawah pohon sakura dan menikmati suasana dengan cara yang sopan. Tapi mungkin masih perlu lebih banyak edukasi buat pengunjung biar makin paham nilai budayanya.
Indonesia											
	2	5	2	2	2	2	2	2	1	2	
Indonesia	2	4	4	4	3	4	2	5	3	4	Cukup
	4	5	5	5	3	1	5	5	3	3	Di satu sisi Iya, dan di satu sisi tidak. Iya bagi mereka yang dapat menikmati hanami dengan manner/attitude yang baik. Tidak, bagi mereka yang menikmati hanami dengan manner/attitude yang buruk.
Indonesia											
インドネシア	5	5	5	5	4	3	4	4	5	5	Iya, saya rasa begitu.
Indonesia	2	3	3	5	2	2	3	1	4	4	Ya cukup dihargai
Indonesia	3	4	3	5	5	5	2	2	5	5	Iya
Indonesia	5	5	5	5	5	3	3	4	3	5	Ya
	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	Ya, cukup dihargai, walau kadang kadang masih terlihat para pendatang/turis yg tdk taat peraturan
Indonesia											
インドネシア	4	5	4	5	3	5	4	2	5	5	
Indonesia	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	saya pikir harus di hargai
Indonesia	5	5	5	5	5	5	1	3	5	5	Yaa sangat dihargai
INDONESIA	2	3	3	3	3	5	5	3	5	5	
Indonesia	4	5	5	4	4	5	1	4	5	5	Sangat dihargai
	3	5	4	4	4	4	3	2	4	5	
Indonesia											Ya, namun masih bisa ditingkatkan lewat promosi budaya lokal yang lebih luas.
	5	5	5	5	5	3	1	1	5	5	Tentu saja,saat ohanami ada juga budaya lokal yang di tunjukan dan juga biasanya hanami di adakan di sekitar kuil atau kastil
Indonesia	2	4	1	5	3	3	1	2	5	5	Saya tidak tahu tentang ini.
Indonesia	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	Iya cukup dihormati
Indonesia	3	4	4	5	4	4	2	3	4	4	Ya
Tangerang	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	
Indonesia	2	3	2	4	3	4	2	2	5	4	
TOTAL RESPONDEN 24	3.5833	4.33333	3.79167	4.416667	3.666667	3.7083333	2.916667	3.208333	4.208333	4.375	

1. Analisis Persepsi Responden terhadap Festival *Ohanami*

Analisis persepsi masyarakat Jepang dan wisatawan Indonesia terhadap festival *Ohanami* mengungkapkan perbedaan yang signifikan namun saling melengkapi dalam cara kedua kelompok memaknai festival *Ohanami*. Konsep *mono no aware*, yaitu kesadaran emosional akan kefanaan dan keindahan sementara, merupakan kerangka filosofis utama yang menjadi pusat kebudayaan Jepang dan festival *Ohanami* secara khusus. Skor rata-rata masing-masing individu dihitung dari keseluruhan pernyataan yang mencerminkan pemahaman budaya, nilai simbolik, pengalaman visual, hingga sikap terhadap komersialisasi.

1.1 Persepsi Responden Jepang

Berdasarkan hasil kuesioner, responden asal Jepang menunjukkan persepsi yang cenderung moderat terhadap berbagai aspek budaya dalam festival *Ohanami*. Skor rata-rata tertinggi ditunjukkan pada pernyataan “Saya menikmati keindahan bunga sakura sebagai bagian dari tradisi” dengan nilai 4,1. Hal ini menunjukkan bahwa aspek estetika dari *Ohanami* masih menjadi daya tarik utama yang diapresiasi oleh masyarakat Jepang sebagai bagian dari warisan budaya mereka.

Sementara itu, pemahaman terhadap makna budaya di balik tradisi *Ohanami* memperoleh skor 3,8. Ini menunjukkan bahwa meskipun *Ohanami* adalah bagian dari kehidupan budaya Jepang, tingkat refleksi terhadap makna budayanya tidak sepenuhnya merata di seluruh responden. Nilai tersebut mendukung pandangan bahwa tradisi yang telah menjadi bagian dari kebiasaan tahunan dapat mengalami pergeseran makna menjadi kegiatan yang lebih simbolik atau rutin.

Menariknya, persepsi terhadap nilai spiritual dan simbolik *Ohanami* mencatat skor yang cukup rendah, yakni 2,9. Angka ini memperkuat dugaan bahwa nilai-nilai filosofis seperti *mono no aware* mulai kurang dirasakan secara eksplisit oleh sebagian masyarakat. Hal ini mungkin disebabkan oleh tekanan modernitas dan pariwisata yang menggeser pengalaman spiritual menjadi kegiatan sosial.

Pada aspek penghargaan terhadap budaya Jepang setelah mengikuti *Ohanami*, responden mencatat skor rata-rata 3,2. Meskipun tidak rendah, angka ini mengindikasikan bahwa pengalaman *Ohanami* tidak selalu memberikan dampak transformasional dalam meningkatkan rasa kebanggaan budaya secara signifikan.

Sebaliknya, nilai penting *Ohanami* sebagai bagian dari budaya Jepang berada pada skor 3,7, menandakan pengakuan bahwa *Ohanami* masih dipandang sebagai simbol budaya penting, meskipun tidak selalu dihayati secara spiritual.

1.2 Persepsi Wisatawan Indonesia

Wisatawan Indonesia menunjukkan persepsi yang secara umum lebih positif terhadap festival *Ohanami* dibandingkan responden Jepang, terutama pada aspek visual dan pengalaman budaya.

Skor tertinggi terlihat pada pernyataan “Saya menikmati keindahan bunga sakura sebagai bagian dari tradisi” dengan nilai 4,5. Angka ini menunjukkan bahwa wisatawan Indonesia sangat menikmati pengalaman visual *Ohanami*, yang menjadi daya tarik utama dalam kunjungan wisata mereka ke Jepang pada musim semi.

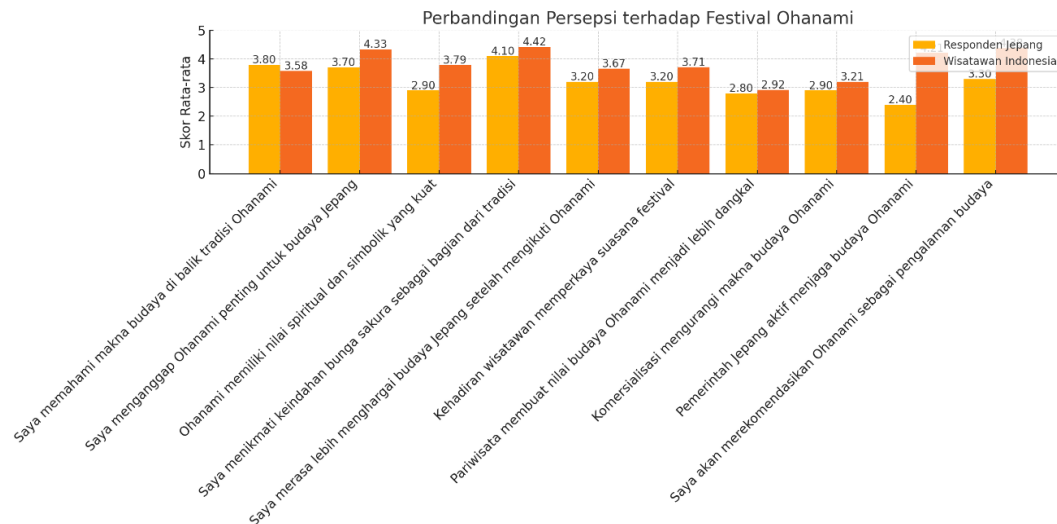
Selain itu, mereka juga menunjukkan nilai tinggi pada pernyataan “Saya menganggap *Ohanami* penting untuk budaya Jepang” dengan skor 4,32. Hal ini menunjukkan penghargaan terhadap *Ohanami* sebagai representasi budaya nasional Jepang, meskipun pemahaman mendalam terhadap aspek filosofisnya mungkin masih terbatas.

Persepsi terhadap nilai spiritual dan simbolik dari *Ohanami* mencatat skor 3,86, lebih tinggi dari skor responden Jepang. Ini mengindikasikan bahwa wisatawan Indonesia cenderung mengidealkan *Ohanami* sebagai pengalaman budaya yang menyentuh dan bermakna, walaupun belum tentu didasari pemahaman yang kontekstual seperti yang dimiliki masyarakat lokal.

Skor 3,73 juga muncul pada pernyataan mengenai penghargaan terhadap budaya Jepang setelah mengikuti *Ohanami*. Ini menunjukkan bahwa pengalaman langsung dengan festival tersebut cukup efektif dalam menumbuhkan rasa hormat dan ketertarikan terhadap budaya Jepang di kalangan wisatawan Indonesia.

Pemahaman terhadap makna budaya *Ohanami* juga mendapatkan skor cukup tinggi (3,64), meskipun masih sedikit di bawah responden Jepang (3,8). Hal ini bisa dimaknai bahwa meskipun *Ohanami* bukan bagian dari budaya asal mereka, wisatawan Indonesia tetap berusaha memahami konteks budaya di balik tradisi tersebut.

2. Analisis Perbedaan Persepsi antara Responden Jepang dan Indonesia



Grafik 1. Perbandingan Responden Orang Jepang dan Wisatawan Indonesia

2.1. Perbandingan Persepsi antara Wisatawan Indonesia dan Responden Jepang terhadap Festival *Ohanami*

Hasil survei menunjukkan adanya perbedaan signifikan antara persepsi wisatawan Indonesia dan responden asal Jepang dalam memaknai festival *Ohanami*. Perbedaan ini tampak baik dalam skor rata-rata tiap pernyataan maupun dalam pola penilaian individu berdasarkan data per baris responden.

Secara umum, wisatawan Indonesia memberikan skor yang cenderung lebih tinggi pada hampir semua aspek yang diukur, mulai dari pemahaman budaya hingga penghargaan terhadap nilai simbolik dan pengalaman visual. Rata-rata skor mereka berada pada kisaran 3,5 hingga 4,5, dengan titik tertinggi pada pernyataan “Saya menikmati keindahan bunga sakura sebagai bagian dari tradisi” (4,50). Bahkan pada aspek nilai spiritual dan simbolik, yang umumnya sulit diakses oleh wisatawan asing, mereka mencatat skor cukup tinggi (3,86). Ini menunjukkan bahwa wisatawan Indonesia menilai *Ohanami* tidak hanya sebagai tontonan, tetapi juga sebagai bentuk pengalaman budaya yang menyentuh.

Sementara itu, responden Jepang cenderung memberikan penilaian yang lebih moderat dan kritis, dengan skor rata-rata berada dalam rentang 3,0 hingga 4,0, dan bahkan lebih rendah untuk aspek spiritual (2,90) dan penghargaan pasca-*Ohanami* (3,20). Hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat Jepang memandang

Ohanami dari perspektif yang lebih kompleks—bukan hanya sebagai simbol budaya yang membanggakan, tetapi juga sebagai tradisi yang tengah mengalami tekanan dari arus pariwisata dan komersialisasi.

2.2. Analisis Perbandingan

Perbedaan persepsi ini mencerminkan dua kerangka pandang yang berbeda: Wisatawan Indonesia menilai *Ohanami* dari sudut pandang pengunjung luar yakni dengan antusiasme, rasa kagum, dan kecenderungan untuk mengidealkan pengalaman budaya. Sebagai pihak yang relatif baru mengenal tradisi ini, mereka lebih fokus pada keindahan visual dan nilai simbolik yang tampak. Mereka juga menunjukkan apresiasi tinggi terhadap budaya Jepang secara keseluruhan setelah mengikuti *Ohanami*, meskipun kedalaman pemahaman budaya mereka tidak selalu menyamai masyarakat lokal.

Responden Jepang, sebagai pemilik tradisi, cenderung memiliki pandangan yang lebih reflektif dan realistis. Mereka menyadari bahwa *Ohanami* merupakan bagian dari identitas budaya, namun sekaligus merasakan adanya degradasi makna akibat industrialisasi wisata. Skor rendah pada aspek spiritual menunjukkan bahwa nilai-nilai seperti *mono no aware* mungkin tidak lagi dirasakan secara mendalam oleh semua masyarakat Jepang, atau telah bergeser menjadi simbol sosial semata.

Perbandingan ini menggarisbawahi pentingnya konteks budaya dan pengalaman dalam membentuk persepsi terhadap suatu tradisi. Sementara wisatawan lebih menekankan pada pengalaman visual dan pengenalan budaya, masyarakat lokal lebih menekankan pada otentisitas dan kontinuitas makna.

2.3. Analisis Hasil Penelitian dengan Teori

Berikut analisis hasil kuesioner persepsi responden Jepang dan wisatawan Indonesia terhadap festival *Ohanami* dengan teori Ohnuki-Tierney dan teori Moon:

2.3.1. Analisis dengan Teori Ohnuki-Tierney

Ohnuki-Tierney memandang bunga sakura dan tradisi *hanami* sebagai fenomena sosial yang mencakup berbagai dimensi religi, sosial, estetika, simbolik, ekonomi yang membentuk norma dan identitas budaya Jepang secara menyeluruh. Dalam konteks ini, perilaku dan persepsi yang mendalam terhadap makna simbolik dan spiritual *Ohanami* sangat penting untuk memelihara kohesi sosial dan kesinambungan budaya.

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa masyarakat Jepang memiliki persepsi estetika yang tinggi terhadap *Ohanami* (skor 4,1) dan pengakuan penting budaya (3,7), namun nilai spiritual dan simboliknya rendah (2,9), begitu juga penghargaan budaya yang kurang transformasional (3,2). Ini bisa diinterpretasikan sebagai indikasi pergeseran makna tradisi *Ohanami* di kalangan masyarakat lokal, yang lebih memandangnya sebagai tradisi rutin dan hiburan sosial daripada fenomena simbolik multi-dimensi seperti yang diuraikan Ohnuki-Tierney. Hal ini dapat terjadi akibat dinamika modernitas dan komersialisasi pariwisata, yang mungkin mengurangi kesadaran akan nilai-nilai filosofis dan norma sosial yang terkandung dalam tradisi tersebut.

Sebaliknya, wisatawan Indonesia justru memberikan skor lebih tinggi pada aspek simbolik dan spiritual (3,86), penghargaan budaya (3,73), dan pengakuan penting budaya (4,32), meskipun pemahaman kontekstual mereka mungkin terbatas. Hal ini menunjukkan bahwa sebagai “pendatang budaya”, mereka mengidealkan *Ohanami* sebagai pengalaman budaya yang bermakna dan simbolik, sesuai dengan dimensi simbolis dan estetika yang penting dalam teori Ohnuki-Tierney, meski belum tentu mencakup pemahaman menyeluruh multi-dimensi secara historis.

2.3.2. Analisis dengan Teori Moon

Moon menekankan pentingnya budaya dan nilai-nilai sosial Jepang dalam membentuk pengalaman pariwisata, termasuk etiket, norma sosial, dan hubungan pariwisata dengan identitas nasional Jepang. Budaya pariwisata Jepang tidak hanya sekadar perjalanan fisik, tetapi juga pengalaman budaya dan sosial yang dalam.

Pada persepsi masyarakat Jepang, skor yang moderat terhadap nilai spiritual dan penghargaan budaya dapat merefleksikan sikap yang lebih pragmatis dan internalisasi tradisi yang sudah menjadi kebiasaan, sehingga pengalaman pariwisata tradisi ini kurang menimbulkan rasa baru atau transformasi budaya. Ini sesuai dengan pandangan Moon bahwa masyarakat lokal menginternalisasi budaya dengan cara yang berbeda dibandingkan wisatawan.

Sementara itu, persepsi positif wisatawan Indonesia yang tinggi terhadap aspek visual, simbolik, dan penghargaan budaya menegaskan bagaimana budaya Jepang diterima dan dipersepsikan sebagai daya tarik utama dalam pariwisata mereka. Hal ini mencerminkan proses diplomasi budaya dan komunikasi lintas

budaya yang menjadi fokus teori Moon di mana wisatawan asing menikmati pengalaman budaya sebagai bentuk penghubung sosial dan sarana penerimaan identitas budaya Jepang.

Hasil kuesioner menggambarkan bahwa masyarakat Jepang saat ini cenderung melihat *Ohanami* lebih sebagai tradisi estetika dan sosial yang rutin, dengan refleksi simbolis dan spiritual yang melemah, sesuai pergeseran makna akibat modernitas sebagaimana dinyatakan oleh teori Ohnuki-Tierney. Sementara itu, wisatawan Indonesia mengidealkan dan menghargai *Ohanami* secara simbolik dan budaya, yang sejajar dengan pengamatan Moon tentang bagaimana budaya Jepang menjadi objek daya tarik pariwisata yang memperkuat hubungan antarbudaya dan penghayatan identitas budaya. Ini menunjukkan adanya perbedaan dimensi pengalaman budaya antara warga lokal dan wisatawan asing yang memiliki implikasi penting bagi pengelolaan pariwisata budaya yang berkelanjutan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa masyarakat Jepang menunjukkan pemahaman yang tinggi terhadap makna budaya dan nilai simbolik festival *Ohanami*. Tradisi ini dipandang bukan sekadar sebagai kegiatan hiburan visual, melainkan sarat dengan dimensi spiritual, sosial, dan emosional, terutama dalam kerangka *mono no aware*. Terdapat pula kekhawatiran terhadap dampak pariwisata dan komersialisasi yang dinilai dapat mengganggu otentisitas nilai-nilai budaya yang melekat pada *Ohanami*.

Wisatawan Indonesia cenderung mengapresiasi *Ohanami* sebagai pengalaman budaya yang menarik dan menyenangkan. Meskipun tingkat pemahaman terhadap konteks historis dan spiritual belum setara dengan responden Jepang, mereka tetap menunjukkan penghargaan terhadap keindahan dan atmosfer festival. Aspek visual, interaksi sosial, dan kesan personal menjadi fokus utama dalam membangun pengalaman, disertai semangat untuk merekomendasikannya kepada orang lain.

Perbedaan persepsi terlihat dari tingkat pemaknaan budaya serta pandangan terhadap dampak jangka panjang kegiatan pariwisata. Responden Jepang menunjukkan sikap lebih kritis terhadap potensi negatif dari meningkatnya

kunjungan wisatawan, sementara wisatawan Indonesia justru menilai suasana keramaian dan interaksi sebagai hal yang positif. Walau berbeda sudut pandang, kedua kelompok tetap menunjukkan kesadaran kolektif akan pentingnya menjaga kelestarian tradisi *Ohanami* sebagai warisan budaya Jepang.

DAFTAR PUSTAKA

- Akima Toshio. (1972). Shisha no uta-Saimei Tenno no Kayo to Asobibe, *Bungaku* 40/3, 97-112 (337-52).
<https://pdfs.semanticscholar.org/f65c/b0a2d25151f4a36ac88a367b0828d0fd25f6.pdf>
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2017). Designing and Conducting Mixed Methods Research (Edisi ke-3). *SAGE Publications*.
<http://bayanbox.ir/view/236051966444369258/9781483344379-Designing-and-Conducting-Mixed-Methods-Research-3e.pdf>
- Hanyan, Ye (2015). A symbol becomes the culture: Reinventing Japanese cherry blossoms. *Master's Programme in Asian Studies, Spring semester, Lund University, Centre for East and South East Asian Studies*.
<https://lup.lub.lu.se/student-papers/record/7861548/file/7863420.pdf>
- Kurniasari, K. K. (2021). Pariwisata Budaya Berkelanjutan: Persepsi Masyarakat Lokal. *Journal of Research on Business and Tourism*, 1(1), 62–74.
<https://doi.org/10.37535/104001120215>
- Likert, R. (1932). A Technique for the Measurement of Attitudes. *Archives of Psychology*, No. 140, 1-55.
https://www.academia.edu/118125341/A_technique_for_the_measurement_of_attitudes
- Mauss, Marcel. 1966. The gift: Forms and functions of exchange in archaic societies. [Original publication in French in 1925] London: Cohen & West.
<https://dn790001.ca.archive.org/0/items/giftformsfunctio00maus/giftformsfunctio00maus.pdf>
- Moon, O. (2010). Japanese Tourism and Travel Culture. *Annals of Tourism Research*.
https://www.academia.edu/70084752/Japanese_Tourism_and_Travel_Culture
- Mono no aware* Dalam Pemikiran Ahli Kokugaku Motoori Norinaga (*Repository UI*):
<https://scholar.ui.ac.id/en/publications/mono-no-aware-dalam-pemikiran-ahli-kokugaku-motoori-norinaga>

- Ohnuki-Tierney, E. (1998). Cherry Blossoms and Their Viewing (pp. 213-237). Albany: SUNY Press.
https://www.academia.edu/29670005/Cherry_Blossoms_and_Their_Viewing
- Rankinen, Karoliina (2018). Under the cherry trees : the symbolism of cherry blossoms during *hanami* in Japan. *University of Oulu, Cultural Anthropology, Spring 2018*.<https://urn.fi/URN:NBN:fi:oulu-201806142565>
- Salazar, Gilberto Mejía (2022) The Cherry Blossom and its Influence on Japanese Culture. *Japanese Society and Culture: Vol. 4, Article 12*.
 DOI:10.52882/2434-1738-04-12
<https://gensoken.toyo.ac.jp/cgi/viewcontent.cgi?article=1060&context=japanese-society-and-culture>
- Salazar, G. M., & Campos, S. G. G. (2025). The social interaction and practices associated with *Hanami* in Japanese society. *Kaupia-Darmstaedter Beitrage Zur Naturgeschichte*.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.15209143>