

B. ISI

1. LANDASAN TEORITIS

1.1 Pengertian Jasa

Menurut Payne (2000), jasa sebagai aktivitas ekonomi yang mempunyai sejumlah elemen (nilai dan manfaat) *intangibile* yang berkaitan dengannya, yang melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen atau dengan barang-barang milik dan tidak menghasilkan perubahan kepemilikan dalam kondisi bisa saja muncul dan produksi suatu jasa bisa juga tidak berkaitan dengan produk fisik. Jasa merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual (Didin dan Anang, 2019: 2).

Sedangkan menurut pandangan Kotler (1994), jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangibile* (tidak dinyatakan secara jelas) dan tidak menghasilkan kepemilikan atas produk tersebut. Dapat dikatakan bahwa jasa merupakan suatu bisnis yang menawarkan tindakan yang bersifat nonfisik, tetapi bisa pula berkaitan dengan produk fisik (Zulbiadi, 2009: 2).

Menurut Sugiarto, dkk. (2002: 12), jasa merupakan layanan seseorang/instansi/barang yang akan memenuhi kebutuhan masyarakat. Jasa memiliki empat karakteristik yang harus dipertimbangkan, yaitu *intangibility* (tidak berwujud), *inseparability* (tidak dapat dipisahkan), *variability* (keberagaman), dan *perishability* (tidak tahan lama).

Dari ketiga penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa jasa adalah aktivitas ekonomi yang setiap tindakan dapat berupa layanan seseorang atau

instansi atau barang yang ditawarkan oleh pihak lain untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

1.2 Pengertian Sewa Menyewa

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), sewa adalah pemakaian sesuatu dengan membayar uang. Sedangkan berdasarkan pasal 1548 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPer), sewa menyewa adalah suatu persetujuan, dengan mana pihak yang satu mengikatkan diri untuk memberikan kenikmatan suatu barang kepada pihak yang lain selama waktu tertentu, dengan pembayaran suatu harga yang disanggupi oleh pihak tersebut (Anggita, 2019: 43).

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2007: 47), sewa adalah suatu perjanjian dimana *lessor* memberikan hak kepada *lessee* untuk menggunakan suatu aset selama periode waktu yang disepakati. Sebagai imbalannya, *lessee* melakukan pembayaran atau serangkaian pembayaran kepada *lessor*.

Suatu sewa diklasifikasikan sebagai sewa pembiayaan jika sewa tersebut mengalihkan secara substansial seluruh resiko dan manfaat yang terkait dengan kepemilikan aset (Ikatan Akuntan Indonesia, 2007: 50).

1.3 Pengertian Teman

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), teman adalah orang yang bersama sama bekerja (berbuat, berjalan), lawan (bercakap-cakap). Uenishi Akira dalam buku 夢をかなえる大切な習慣 mengemukakan pengertian teman yaitu :

「友達は、一生にの財産です。とくに、どんな悩みでも打ち明けられる友達は、貴重な存在です。人はなかなか心を開けないものですから、何でも話せる友達がいることは幸せなことです。」

“Teman merupakan aset seumur hidup. Teman yang bisa mengungkapkan masalah apapun itu sangat berharga. Memiliki seorang teman yang bisa membicarakan apa saja adalah hal yang bagus, karena tidak setiap manusia dapat membuka hatinya dengan mudah.”

Sedangkan menurut Christine (2004: 1), teman adalah seseorang yang membuat dirimu senang. Dengan memiliki teman, seseorang bisa bermain bersama dimana pun itu. Seseorang akan merasakan senang ketika memiliki teman. Suatu hal yang bagus jika kita peduli terhadap seseorang dan begitu juga ketika kita mengetahui teman tersebut peduli terhadap kita.

Menurut Jan Yager dalam buku *when friendship hurts*, tampaknya ada konsensus informal bahwa teman tidak boleh menjadi kekasih atau hubungan secara seksual atau hubungan menjadi lebih dari sekedar persahabatan. Di luar prinsip dasar itu, ada banyak pendapat tentang apa yang seharusnya dituntut oleh sebuah persahabatan, termasuk kepercayaan, empati, kejujuran, kerahasiaan, kesamaan, perhatian, cinta, menjadi belahan jiwa atau kerabat, memiliki seseorang untuk diajak bicara, melakukan sesuatu hal, dan curhat pada seseorang yang akan menjadi teman dan tidak hanya membuat janji-janji kosong. Setidaknya berwujud tetapi mungkin yang paling penting dari semuanya, teman adalah seseorang yang menyukai diri kita begitu juga sebaliknya, dan dengan siapa seseorang berbagi reaksi kimia positif (Jan Yager, 2002: 11).

Dalam buku *Friendship: The Aspie Way*, istilah “teman” mungkin saja memiliki arti yang berbeda bagi setiap orang. Tetapi, pada dasarnya teman itu berarti seseorang yang ada di pihak kita dan yang ingin menjadi teman yang baik untuk kita dan membuat kita menjadi teman yang baik (Wendy Lawson, 2006: 21).

Seseorang bisa saja memilih untuk memiliki teman. Ada kalanya ketika seseorang memiliki teman dapat membantu memikul beban kehidupan. Misalnya, saat kesulitan dalam mengambil keputusan. Memperoleh masukan dari sumber yang objektif mungkin bisa membuat lebih mudah. Jadi, memiliki teman akan sangat membantu untuk berbagi ide dan pemikiran dalam pengambilan keputusan serta mendapatkan gambaran atau pandangan dari semua sisi. Bahkan pekerjaan yang kasar (berkebun, berbelanja) mungkin tampak tidak terlalu melelahkan jika dibagikan dengan teman. Dalam banyak situasi, memiliki seorang teman untuk mendukung dan membantu dapat meringankan beban seseorang (Wendy Lawson, 2006: 25).

Setiap orang tentunya berbeda-beda. Beberapa orang suka ketika memiliki banyak teman dan biasanya orang seperti itu sangat mudah bergaul. Orang yang seperti itu memiliki kepribadian yang ramah dan bahagia saat berada ditengah aktivitas dengan orang lain. Namun ada beberapa orang yang memiliki kepribadian *introvert* (Wendy Lawson, 2006: 31).

Menurut Wendy Lawson, terdapat 2 tipe persahabatan/pertemanan yaitu sebagai berikut :

1. Persahabatan/Pertemanan Eksklusif

Beberapa elemen dari beberapa pertemanan bersifat eksklusif dan cukup akrab. Persahabatan yang eksklusif biasanya bersifat romantis: misalnya, hubungan yang mencakup pernikahan, atau kemitraan yang berkomitmen dan bersifat seksual.

Pertemanan ini akan membuat setiap pasangan menghabiskan sebagian waktu luangnya dengan yang lain, dan beberapa waktu dengan teman-teman yang lain, tetapi tidak di setiap waktu. Persahabatan bisa menjadi intim, tapi mungkin intim dalam cara yang berbeda dengan orang yang berbeda. Misalnya, berbagi pikiran dan perasaan terdalam adalah hal yang intim untuk dilakukan dengan teman dekat atau kekasih. Berbagi momen atau secangkir teh dengan orang asing juga bisa menjadikan pertemanan yang akrab. Keintiman bisa bersifat sementara dan cepat berlalu tetapi bisa dalam dan bertahan lama.

Hubungan tipe eksklusif lainnya mungkin tidak bersifat seksual atau romantis, tetapi mungkin berarti melakukan hal-hal khusus dengan teman-teman spesial dan terdekat kita. Berbagi rahasia, misalnya, adalah aktivitas yang biasanya hanya kita bagi dengan teman yang kita kenal dan percayai dengan baik. Biasanya berbagi pikiran, mimpi, keinginan dan ketakutan kita yang paling intim adalah hal-hal yang kita lakukan dengan teman dekat.

2. Persahabatan Inklusif.

Sebagai contoh ketika seseorang memiliki beberapa teman rekan kerja yang bergaul dengannya sebulan sekali. Artinya, sebulan sekali ia dan rekan-rekannya bertemu untuk makan, pergi, menonton konser bersama. Mereka tidak benar-benar menghabiskan waktu membicarakan detail intim kehidupan pribadi mereka, mereka tidak berbicara atau bergosip tentang keluarga atau teman mereka yang lain. Hal yang mereka nikmati adalah kebersamaan satu sama lain dalam menghadiri berbagai acara. Mereka berbicara tentang film yang telah mereka tonton atau mereka berbicara tentang makanan yang mereka makan, tetapi mereka tidak membahas politik atau keadaan bangsa. Mungkin jenis persahabatan ini dapat dianggap sebagai bagian dari kelompok sosial dan hanya menjadi bagian dari “geng” beberapa teman untuk bergaul (Wendy Lawson, 2006: 28-30).

1.4 Fenomena Sosial

Fenomena sosial adalah semua perilaku yang dipengaruhi atau mempengaruhi, dilakukan oleh seseorang maupun kelompok tertentu dari atau terhadap seseorang atau kelompok lain.

Fenomena sosial dapat diartikan sebagai peristiwa yang terjadi dan dapat diamati dalam kehidupan bermasyarakat. Fenomena sosial terjadi ketika manusia menganggap segala sesuatu yang dialaminya adalah sebuah kebenaran mutlak. Pada dasarnya permasalahan yang terjadi di dalam masyarakat terjadi karena proses interaksi sosial. Munculnya fenomena

sosial di masyarakat berawal dari adanya perubahan sosial (Ilmawati dan Kukuluh, 2018: 1).

Berikut beberapa definisi fenomena sosial dalam pandangan para ahli sosiologi:

- Menurut Soerjono Soekanto (1998), fenomena sosial adalah masalah sosial yang berupa ketidaksesuaian antara masyarakat atau unsur-unsur kebudayaan yang membahayakan suatu kehidupan kelompok sosial.
- Menurut Prof. Dr. M. Tahir Kasnawi, fenomena sosial adalah suatu proses perubahan, modifikasi, atau penyesuaian-penyesuaian yang terjadi dalam pola hidup masyarakat, yang mencakup nilai-nilai budaya, pola perilaku kelompok masyarakat, hubungan-hubungan sosial ekonomi, serta kelembagaan-kelembagaan masyarakat, baik dalam aspek kehidupan material maupun non material.
- Menurut Pasurdi Suparlan, fenomena sosial adalah perubahan dalam struktur sosial dan pola-pola hubungan sosial yang mencakup sistem status, hubungan keluarga, sistem politik, dan kekuasaan maupun penduduk .
- Menurut John Luwis Gillin dan John Philip Gillin, fenomena sosial adalah perubahan yang terjadi sebagai suatu variasi dari cara hidup yang telah diterima karena adanya perubahan kondisi geografi, kebudayaan material, komposisi penduduk, ideologi,

maupun adanya difusi atau penemuan-penemuan baru dalam masyarakat (Ilmawati dan Kuku, 2018: 2-3).

Terdapat 4 karakteristik fenomena sosial yaitu :

1. Dirasakan oleh banyak orang

Suatu masalah dapat dikatakan sebagai masalah sosial apabila masalah itu dirasakan efeknya oleh banyak orang. Namun, tidak ada batasan pasti mengenai jumlah orang yang harus dipenuhi. Oleh karena itu, apabila efek masalah itu dirasakan oleh dua orang atau lebih (tidak oleh satu orang saja), maka hal itu juga bisa dikatakan masalah sosial.

2. Kondisi tidak menyenangkan

Penilaian masyarakat terhadap suatu permasalahan sangat menentukan apakah masalah itu merupakan masalah sosial atau tidak. Yang pasti, masalah sosial merupakan suatu kondisi yang tidak diinginkan terjadi oleh sebagian besar masyarakat.

3. Kondisi yang perlu pemecahan

Suatu kondisi yang tidak menyenangkan selalu membutuhkan penyelesaian oleh masyarakat itu sendiri. Pada dasarnya, masyarakat akan memecahkan suatu fenomena jika fenomena tersebut berubah menjadi masalah sehingga dirasa perlu diselesaikan.

4. Pemecahan masalah harus secara kolektif

Suatu masalah yang membutuhkan pemecahan secara menyeluruh dan melibatkan banyak orang, maka masalah tersebut dapat dikatakan sebagai masalah sosial (Ilmawati dan Kuku, 2018: 4-6).

1.5 Kebutuhan Dasar Manusia

Menurut Maslow ada 5 hierarki kebutuhan dasar manusia, yaitu kebutuhan fisiologis, kebutuhan keselamatan dan keamanan, kebutuhan mencintai dan dicintai, kebutuhan harga diri, serta kebutuhan aktualisasi diri.

1. Kebutuhan fisiologis

Kebutuhan fisiologis merupakan kebutuhan yang sangat primer dan mutlak harus dipenuhi untuk memelihara homeostatis biologis dan kelangsungan kehidupan bagi tiap manusia. Kebutuhan dasar ini merupakan syarat dasar, apabila kebutuhan ini tidak terpenuhi maka dapat mempengaruhi kebutuhan yang lain. Sebagai contoh, seseorang yang tidak mampu memenuhi kebutuhan oksigen dapat mengakibatkan dia tidak akan mampu untuk memenuhi kebutuhan yang lain, misalnya makanan atau beraktivitas (Asmadi, 2008: 3).

2. Kebutuhan Keselamatan dan Keamanan

Jika kebutuhan fisiologis sudah relatif terpenuhi, maka kemudian muncul seperangkat kebutuhan baru, yaitu kebutuhan akan rasa aman (keamanan, stabilitas, ketergantungan, perlindungan; kebebasan dari rasa takut, cemas, dan kekacauan; kebutuhan akan struktur, ketertiban, hukum dan batasan; kekuatan pelindung dan lain sebagainya). Keinginan ini bisa saja berperan sebagai pengatur utama perilaku, mengambil semua kemampuan demi kepentingannya, dan kemudian bisa menggambarkan manusia sebagai sebuah mekanisme pencari rasa aman.

Dalam praktiknya, segala sesuatu terasa kalah penting dari rasa aman dan perlindungan (bahkan kadang kebutuhan fisiologis, yang telah terpenuhi, sekarang ini diabaikan). Seseorang dalam keadaan ini, bila kondisinya cukup ekstrem dan kronis, bisa dicirikan sebagai pribadi yang hidup hanya demi rasa aman.

Kebutuhan keselamatan dan keamanan juga bisa dipandang sebagai gerak aktif terhadap sumber daya manusia hanya dalam keadaan darurat yang sesungguhnya, seperti perang, wabah, bencana alam, gelombang kejahatan, kekacauan sosial atau situasi yang buruk (Abraham Maslow, 2018: 73-75).

3. Kebutuhan Mencintai dan Dicintai

Kebutuhan akan cinta melibatkan pemberian dan penerimaan kasih sayang. Ketika kebutuhan itu tidak terpuaskan, seseorang akan merasa sangat kehilangan teman, pasangan, atau anak-anak. Orang seperti itu akan mendambakan hubungan dengan pada umumnya, tempat dalam kelompok atau keluarga dan akan berusaha sekuat tenaga untuk mencapai tujuan ini. Memiliki tempat seperti itu memiliki arti penting melebihi apa pun di dunia, dan seseorang bisa melupakannya suatu waktu ketika merasa sangat lapar karena dalam situasi seperti ini cinta terasa tidak nyata, tidak perlu, dan tidak penting. Sekarang, rasa pedih akibat kesepian, pengasingan, penolakan, permusuhan, dan ketidakpastian menguasai orang itu. Kebutuhan akan cinta tidak identik dengan kebutuhan akan seks (Abraham Maslow, 2018: 76-77).

Kebutuhan cinta adalah kebutuhan dasar yang menggambarkan emosi seseorang. Kebutuhan ini merupakan suatu dorongan dimana seseorang berkeinginan untuk menjalin hubungan yang bermakna secara efektif atau hubungan emosional dengan orang lain.

Dorongan ini akan semakin menekan seseorang sedemikian rupa, sehingga ia akan berupaya semaksimal mungkin untuk mendapatkan pemenuhan kebutuhan akan cinta kasih dan perasaan memiliki. Manusia akan cenderung mencari cinta orang lain supaya bisa dimengerti dan dipahami oleh orang lain (Asmadi, 2008: 4-5).

4. Kebutuhan Harga Diri

Semua orang (dengan beberapa pengecualian patologis) memiliki kebutuhan atau keinginan akan evaluasi yang stabil dan tegas akan diri mereka sendiri, harga diri dan penghargaan diri, dan pengakuan orang lain. Semua kebutuhan ini bisa digolongkan ke dalam dua kelompok tambahan. Kelompok pertama adalah keinginan akan kekuatan, prestasi, kecukupan, penguasaan dan kecakapan, kompetensi, kepercayaan diri dalam menghadapi dunia, kemandirian dan kebebasan. Dalam kelompok kedua yaitu keinginan akan reputasi atau gengsi (dalam pengertiannya sebagai penghormatan atau penghargaan dari orang lain), status ketenaran dan kemuliaan, dominasi, pengakuan, perhatian, kepentingan, martabat, atau penghargaan.

Dengan terpenuhinya kebutuhan akan penghargaan diri melahirkan rasa percaya diri, nilai, kekuatan, kemampuan, kecakapan, dan perasaan

berguna dan diperlukan di dunia ini. Tetapi, kegagalan untuk memenuhi kebutuhan ini melahirkan perasaan rendah diri, lemah, dan tak berdaya. Perasaan ini pada gilirannya rasa kecewa kecenderungan pemuas atau neurotik (Abraham Maslow, 2018: 77-78).

5. Kebutuhan Aktualisasi Diri

Pemaparan tentang kebutuhan psikologis untuk menumbuhkan, mengembangkan, dan menggunakan kemampuan, oleh Maslow disebut aktualisasi diri, merupakan salah satu aspek penting teorinya tentang motivasi pada manusia. Maslow juga melukiskan kebutuhan ini sebagai “hasrat untuk makin menjadi diri sepenuh kemampuannya sendiri, menjadi apa saja menurut kemampuannya.” Maslow mengemukakan bahwa kebutuhan akan aktualisasi diri ini biasanya muncul sesudah kebutuhan akan cinta dan akan penghargaan terpuaskan secara memadai (Frank G.Goble, 2013: 77).

Untuk mencapai tingkat kebutuhan aktualisasi diri ini banyak hambatan yang menghalanginya. Secara umum hambatan tersebut terbagi dua yakni internal dan eksternal. Hambatan internal adalah hambatan yang berasal dari dalam diri seseorang, seperti ketidaktahuan akan potensi diri serta perasaan ragu dan takut mengungkapkan potensi diri, sehingga potensinya terus terpendam. Hambatan eksternal adalah hambatan yang berasal dari luar diri seseorang, seperti budaya masyarakat yang tidak mendukung upaya aktualisasi potensi diri seseorang karena perbedaan karakter. Pada kenyataannya lingkungan

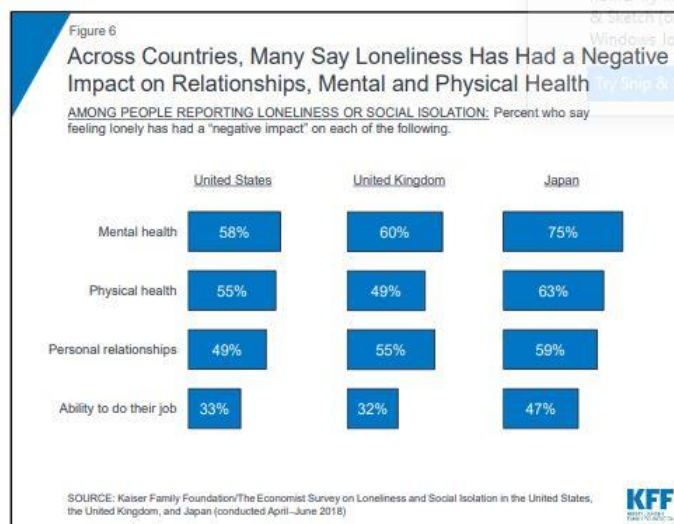
masyarakat tidak sepenuhnya menunjang upaya aktualisasi diri warganya. Jadi, faktor lingkungan di masyarakat berpengaruh terhadap upaya mewujudkan aktualisasi diri. Artinya aktualisasi diri dapat dilakukan jika lingkungan mengizinkannya. Hal tersebut berarti bahwa potensi seseorang sepenuhnya telah tercapai apabila seseorang telah mencapai aktualisasi diri secara penuh (Asmadi, 2008: 7).

2. PEMBAHASAN

2.1 Sewa Teman

2.1.1 Asal Mula Sewa Teman

Kaiser Family Foundation (KFF) melakukan *survey* terhadap 3 negara yaitu United Kingdom, United States dan Japan mengenai dampak dari kesepian dan isolasi sosial.



Gambar 2. 1 Dampak Negatif Kesepian

Berdasarkan data diatas Jepang memiliki dampak negatif terbesar di antara kedua negara tersebut. Dampak negatif *personal relationship* di Jepang sebesar 59%. Walaupun sedikit warga Jepang yang melaporkan

tentang kesepian yang mereka alami, tetapi dampak yang dialami dari kesepian tersebut merupakan yang tertinggi dari hasil *survey* tersebut. Dampak negatif yang dirasakan Jepang yaitu *mental health, physical health, personal relationships* dan *ability to do their job*.

Maka dari itu beberapa warga Jepang memakai jasa sewa keluarga atau teman untuk mengatasi masalah kesepian tersebut. Karena kesepian itulah, banyak beberapa perusahaan di Jepang yang mulai menawarkan jasa sewa teman atau keluarga.

Salah satunya adalah perusahaan *family romance*. Yuichi selaku CEO sekaligus aktor *family romance* mengungkapkan ia pernah memerankan untuk menjadi seorang ayah. Dalam kasusnya, ada seorang *single mother* yang meminta jasanya untuk mengatasi masalah yang dialami anak dari ibu tersebut.

Karena banyaknya permintaan itu maka perusahaan tidak hanya menawarkan jasa sewa keluarga saja melainkan jasa sewa teman.

2.1.2 Family Romance

Family Romance adalah salah satu perusahaan di Jepang yang memberikan layanan sewa jasa dengan menghadirkan agen akting kepada mereka yang membutuhkan. Tiap tahun industri persewaan seperti ini semakin meningkat hingga terdapat berbagai jasa sewa aktor. Menurut Yuichi Ishii selaku CEO *family romance*, pemberian nama *family romance* ini merupakan konsep psikoanalisis *Sigmund Freud*

yang dikaitkan dengan pemikiran anak bahwa ayah sewaan ini adalah ayah sebenarnya seperti yang diharapkan.

会社概要

商号	株式会社ファミリーロマンス
法人番号	0100-01-180535
代表者	代表取締役 石井裕一 (YUICHI ISHII)
設立	2004年4月1日 (自営業時から含む)
所在地	〒135-0064 東京都江東区青海2丁目7-4 (お台場支店)
連絡先	03-6426-0572 (代表電話)
社員数	2,500名 (委託先を含む)
事業内容	代行・代理出席 システム開発 キャストティング

Gambar 2. 2 Informasi Perusahaan

Family romance didirikan pada tahun 2004, dimulai dengan layanan sewa agen keluarga. Kantor utama *family romance* terletak di Nishi Shinjuku, sedangkan kantor cabang terletak di Odaiba. Jumlah permintaan setiap bulannya untuk saat ini mencapai 300 permintaan.

Dalam pengelolaan perusahaan sewa jasa ini Yuichi Ishii dibantu oleh 2 *manager* yaitu Harumi Maki yang bertanggung jawab dalam mengelola *staff* agensi dan Shiho Matsumoto bertanggung jawab dalam transaksi dan kontak pelanggan, serta Ami Aoki selaku *sub manager* yang bertanggung jawab atas perekrutan *staff*.

Family romance sangat mementingkan kualitas *staff* atau agen akting. Bahkan Yuichi Ishii menyediakan pendidikan *staff* bagi para *staff*nya dan *family romance* sering mengadakan seminar bagi *staff* untuk meningkatkan kemampuan akting. *Family romance* pun memiliki

beberapa kebijakan dan para *staff* diharuskan mematuhi peraturan tersebut.

Layanan yang diberikan *Family Romance* bermacam-macam yaitu sewa keluarga seperti ayah, ibu, adik ataupun kakak, pacar, sewa teman, hadir di acara pernikahan, rental pelayan, agen marah, dan agen penonton event.

Sewa teman pun dibagi menjadi beberapa bagian :

1. 友達代行

Tomodachi daikou adalah jasa sewa teman yang bisa di ajak untuk menemani pelanggan belanja, karaoke, menikmati hobi bersama, bahkan mendengarkan tentang kisah cinta. Perusahaan ini memiliki kualitas *staff* yang bagus dan pelanggan pun bisa memilih *staff* sesuai dengan keinginan mereka. Pelanggan dapat memilih usia seseorang yang akan menjadi teman, memilih penampilan dan memilih seorang teman yang bisa menciptakan suasana dengan baik. Biaya yang dikeluarkan untuk menyewa jasa ini sebesar 12.000 yen/orang dengan durasi 3 jam.

2. 合コン盛り上げ隊

Goukon moriagetai adalah jasa sewa teman yang khusus untuk menemani dan menikmati pesta bersama. Biaya untuk jasa ini lebih murah dibandingkan *tomodachi gaikou* yaitu sebesar 8.000 yen/orang dengan durasi 3 jam.

3. ディズニーランドの案内代行

Disneyland no annai daikou ialah jasa sewa teman untuk menemani dan menikmati Disneyland bersama. Dalam hal ini *staff* yang diberikan pun khusus yang sangat memahami mengenai Disneyland dan bisa merekomendasikan tempat-tempat yang asyik dituju. Biaya jasa ini sebesar 12.000 yen/orang dengan durasi 3 jam. Biaya masuk Disneyland, makan, transportasi ditanggung oleh *customer*.

4. 歌の上手い人と一緒にカラオケ代行

Uta no umai hito to isshoni karaoke daikou adalah jasa sewa teman yang khusus untuk menemani dan menikmati karaoke bersama. Agen akting yang diberikan pun yang pandai dalam bernyanyi dan bisa membawa suasana yang menyenangkan. Biaya untuk jasa ini adalah 8.000 yen/orang dengan durasi 3 jam. Sama halnya dengan jasa yang lain, biaya tersebut hanya biaya persewaan.

5. リア充アピール代行

Riajuu apiiiru daikou adalah jasa sewa teman untuk menemani seseorang pergi ke suatu tempat dan mengambil foto sebanyak mungkin dan mengunggah foto ke media sosial seperti SNS. Biaya untuk jasa ini sebesar 8.000 yen/orang untuk berjenis kelamin yang sama dengan durasi 2 jam dan 10.000 yen/orang untuk berjenis kelamin berbeda dengan durasi 2 jam.

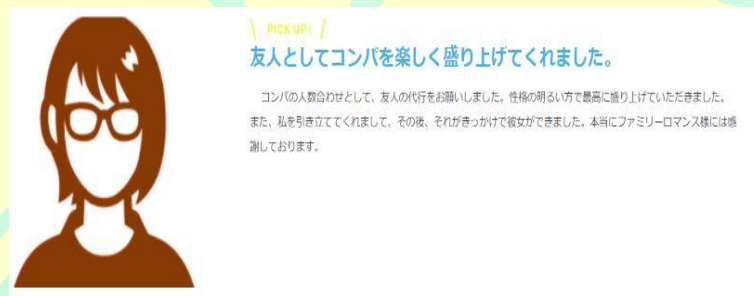
Dari kelima jasa yang ditawarkan memiliki biaya yang berbeda. Setiap pemilihan usia, penampilan, jenis kelamin gratis. Diluar dari biaya sewa adalah tanggung jawab pelanggan, seperti biaya transportasi aktor, biaya masuk sebuah tempat dan biaya makan atau minum.

2.1.3 Studi Kasus

Dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu analisis deskriptif. Data yang dikumpulkan pada penelitian ini dilakukan secara online dengan mengunjungi *website Family Romance*. Dalam *website* tersebut terdapat beberapa suara pelanggan yang telah menggunakan jasa sewa teman.

Berikut beberapa suara pelanggan yang pernah menggunakan jasa sewa teman :

➤ Pelanggan I



Gambar 2. 3 Testimoni Pelanggan I Family Romance

友人としてコンパを楽しく盛り上げてくれました。

コンパの人数合わせとして、友人の代行をお願いしました。

性格の明るい方で最高に盛り上げていただきました。また、

私を引き立ててくれて、その後、それがきっかけで彼女

ができました。本当にファミリーロマンス様には感謝しております。

Pelanggan I ini adalah seorang wanita. Dia meminta seorang teman untuk menemani ke pesta bersama. Dan dia ingin memiliki seorang teman yang berkepribadian ceria dan juga bersemangat. Menurutny dia sangat menikmati pesta tersebut dengan seorang teman yang ia sewa. Dia pun berterimakasih kepada *Family Romance*.

Dari pernyataan pelanggan, bisa diketahui bahwa ia menyewa seorang teman untuk menemani serta menikmati ke pesta bersama.

Menurut teori Maslow tentang kebutuhan dasar manusia, kasus di atas tergolong dalam kebutuhan mencintai dan dicintai.

Kebutuhan cinta adalah kebutuhan dasar yang menggambarkan emosi seseorang. Kebutuhan ini merupakan suatu dorongan dimana seseorang berkeinginan untuk menjalin hubungan yang bermakna secara efektif atau hubungan emosional dengan orang lain.

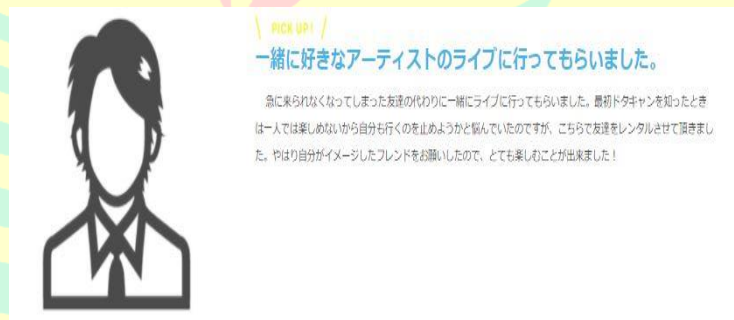
Berdasarkan kasus di atas seorang wanita tersebut tidak memiliki teman untuk menemaninya ke pesta, dan dia ingin teman yang menemaninya memiliki kepribadian yang ceria dan bersemangat.

Sehingga wanita tersebut memutuskan untuk menggunakan jasa *Family Romance* dan menyewa teman untuk menemaninya ke pesta dengan kepribadian yang diinginkannya. Wanita tersebut pun sangat

senang dengan pelayanan *family romance* dan berterimakasih atas pelayan yang diberikan.

Ini membuktikan bahwa wanita tersebut berkeinginan untuk menjalin hubungan yang bermakna secara efektif atau hubungan emosional dengan orang lain, dan juga memenuhi kebutuhannya yaitu kebutuhan mencintai dan dicintai dengan menggunakan jasa *Family Romance*.

➤ Pelanggan II



Gambar 2. 4 Testimoni Pelanggan II Family Romance

一緒に好きなアーティストのライブに行ってもらいました。
急に来られなくなってしまった友達の代わりに一緒にライブに行ってもらいました。最初ドタキャンを知ったときは一人では楽しめないから自分も行くのを止めようかと悩んでいたのですが、こちらで友達をレンタルさせて頂きました。やはり自分がイメージしたフレンドをお願いしたので、とても楽しむことが出来ました！

Pelanggan II ini adalah seorang laki-laki. Ia memesan jasa sewa teman untuk menonton pertunjukan artis kesukaannya. Menurutnya ini bukan seperti seorang teman yang diajak tetapi tiba-tiba tidak bisa datang. Ia mengkhawatirkan tidak bisa menikmati artis kesukaannya jika menonton sendirian, maka dari itu ia menyewa seorang teman dari *family romance* untuk menonton pertunjukan artis kesukaannya. Seorang teman yang ia sewa sama seperti yang ia bayangkan dan ia sangat menikmatinya.

Menurut teori Maslow, kebutuhan ini adalah kebutuhan mencintai dan dicintai. Sama seperti kasus pelanggan I, pria tersebut menyewa seorang teman untuk menemaninya menonton pertunjukan artis kesukaannya, karena ia memiliki kekhawatiran jika teman yang diajak tiba-tiba tidak bisa datang. Dan pria tersebut pun sangat senang karena teman yang dia sewa sesuai dengan harapannya. Ini menunjukkan bahwa pria tersebut memiliki dorongan dimana seseorang berkeinginan untuk menjalin hubungan yang bermakna secara efektif atau hubungan emosional dengan orang lain. Dan dalam kasus ini pun pria tersebut sudah memenuhi salah satu kebutuhan dasar manusia, yaitu kebutuhan mencintai dan dicintai.

➤ Pelanggan III



地方から出てきたばかりで友達がいなかったの。

地方から出てきたばかりで友達がなかったので、週末一緒に買い物したり、ご飯を食べに行ってくれる友達の代行をお願いしました。おしゃれには鈍感な私ですが、色々アドバイスして頂きまして、おしゃれなコーディネートができました。ご飯も楽しくお話ししながらできて、最高の時間でした。また、是非よろしくお願ひします。

Gambar 2. 5 Testimoni Pelanggan III Family Romance

地方から出てきたばかりで友達がいなかったの。

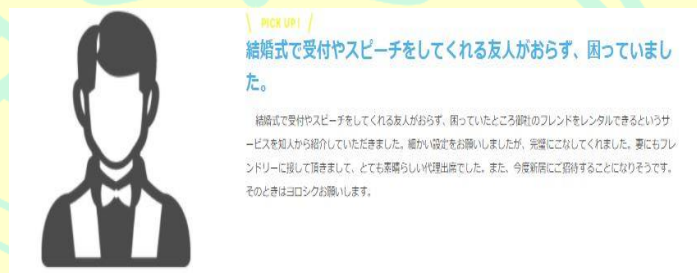
地方から出てきたばかりで友達がなかったので、週末一緒に買い物したり、ご飯を食べに行ってくれる友達の代行をお願いしました。おしゃれには鈍感な私ですが、色々アドバイスして頂きまして、おしゃれなコーディネートができました。ご飯も楽しくお話ししながらできて、最高の時間でした。また、是非よろしくお願ひします。

Pelanggan III ini adalah seorang perempuan. Ia baru saja pindah dari desa dan tidak memiliki teman di kota yang baru saja ia tempati. Sedangkan ia ingin pergi berbelanja dan makan di kota tersebut tetapi ia tidak memiliki teman. Maka dari itu ia memilih untuk memesan jasa sewa teman untuk menemaninya berbelanja dan makan bersama. Ia sangat menikmati pergi dengan teman sewaan tersebut dengan berbelanja, makan bersama, bersenang-senang bahkan berbincang dan berbagi saran.

Kasus diatas tergolong dalam kebutuhan mencintai dan dicintai. Menurut teori Maslow, kebutuhan ini merupakan suatu dorongan dimana seseorang berkeinginan memiliki hubungan yang efektif atau hubungan emosional dengan orang lain. Berdasarkan kasus di atas, seorang wanita yang baru pindah dari desa ke kota tidak memiliki teman untuk menemaninya berbelanja dan makan bersama. Sehingga wanita tersebut menggunakan jasa *family romance* untuk menyewa teman, dan wanita tersebut pun senang karena sangat menikmati berbelanja, makan bahkan berbincang dan berbagi saran dengan teman sewaanannya seperti dengan teman sendiri.

Ini membuktikan bahwa wanita tersebut memiliki dorongan dimana seseorang berkeinginan untuk menjalin hubungan yang bermakna secara efektif bahkan emosional dengan orang lain, serta memenuhi kebutuhan mencintai dan dicintainya dengan menggunakan jasa *Family Romance*.

➤ Pelanggan IV



Gambar 2. 6 Testimoni Pelanggan IV Family Romance

結婚式で受付やスピーチをしてくれる友人がおらず、困って
いました。

結婚式で受付やスピーチをしてくれる友人がおらず、困って
いたところ御社のフレンドをレンタルできるというサービス
を知人から紹介していただきました。細かい設定をお願いし
ましたが、完璧にこなしてくれました。妻にもフレンドリー
に接して頂きまして、とても素晴らしい代理出席でした。ま
た、今度新居にご招待することになりそうです。そのときは
ヨロシクお願いします。

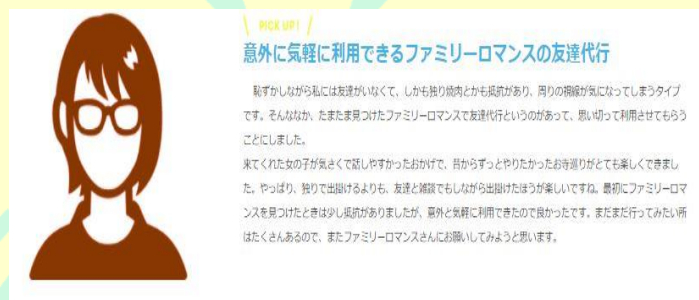
Pelanggan IV adalah seorang laki-laki. Ia memesan jasa sewa
teman untuk memberikan pidato di pesta pernikahannya. Ia
dikenalkan oleh seseorang untuk menyewa agen akting di *family
romance*. Ia memiliki masalah karena tidak memiliki teman yang
ingin memberikan pidato di pesta pernikahannya. Lalu ia memesan
jasa sewa teman untuk memberikan pidato di pesta pernikahannya.
Agen akting tersebut bertindak secara profesional dan ia sangat
senang ada seorang teman pengganti yang memberikan pidato.

Berbeda dengan kasus-kasus sebelumnya, kasus di atas
tergolong dalam kebutuhan harga diri. Menurut teori Maslow, kasus
diatas termasuk ke dalam kelompok kedua yaitu keinginan untuk
memiliki reputasi dan penghormatan atau pengakuan dari orang
lain. Kebutuhan ini akan memiliki dampak secara psikologis berupa

rasa percaya diri, bernilai, kuat dan sebagainya. Berdasarkan kasus di atas, pria tersebut tidak memiliki teman yang ingin memberikan pidato di pesta pernikahannya, sehingga ia menyewa agen akting di perusahaan *Family Romance*. agen akting yang disewa pun akan berpura pura sebagai temannya yang memberikan pidato di pesta pernikahannya. Pria tersebut sangat senang karena agen akting tersebut bertindak secara profesional.

Ini menunjukkan bahwa pemenuhan kebutuhan harga diri pria tersebut adalah untuk memiliki reputasi dan penghormatan dan penghargaan dari orang lain, dan juga dapat terpenuhi dengan menggunakan jasa sewa teman yang diberikan oleh *Family Romance* saat tidak ada seseorang yang mampu melakukan tugas tersebut.

➤ Pelanggan V



Gambar 2. 7 Testimoni Pelanggan V Family Romance

意外に気軽に利用できるファミリーロマンスの友達代行。恥ずかしながら私には友達がいなくて、しかも独り焼肉とかも抵抗があり、周りの視線が気になってしまうタイプです。そんななか、たまたま見つけたファミリーロマンスで友達代行

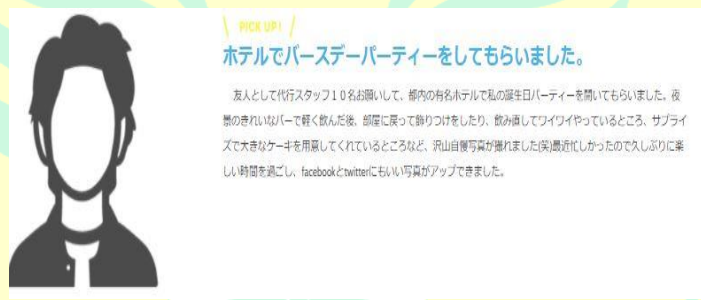
というのがあって、思い切って利用させてもらうことにしました。来てくれた女の子が気さくで話しやすかったおかげで、昔からずっとやりたかったお寺巡りがとても楽しくできました。やっぱり、独りで出掛けるよりも、友達と雑談でもしながら出掛けたほうが楽しいですね。最初にファミリーロマンスを見つけたときは少し抵抗がありましたが、意外と気軽に利用できたので良かったです。まだまだ行ってみたい所はたくさんあるので、またファミリーロマンスさんをお願いしてみようと思います。

Pelanggan V ini adalah seorang perempuan. Ia mengatakan bahwa ia malu tidak memiliki seorang teman tetapi ia ingin menikmati waktu bersama dengan seorang teman. Ia ingin makan dan *barbecue* bersama seorang teman karena ia enggan untuk melakukan itu semua seorang diri. Ia khawatir dengan pandangan orang lain terhadap dirinya jika ia melakukan itu sendiri. Maka dari itu, ia memesan jasa sewa teman untuk melakukan hal yang ingin ia lakukan yaitu makan dan *barbecue* bersama dan ia sangat menikmatinya.

Menurut teori Maslow, kasus di atas tergolong dalam kebutuhan mencintai dan dicintai dan kebutuhan harga diri. Wanita tersebut tidak memiliki teman untuk menghabiskan waktu bersama seperti makan dan *barbecue* bersama. Dan juga ia pun malu akan pandangan

orang lain terhadap dirinya jika melakukan kegiatan tersebut sendirian. Hingga akhirnya wanita tersebut menggunakan jasa *family romance* untuk menyewa jasa seorang teman, dan ia pun sangat menikmati waktunya bersama teman sewaan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa wanita tersebut berkeinginan untuk menjalin hubungan yang bermakna secara efektif atau hubungan emosional dengan orang lain, dan berkeinginan untuk memiliki reputasi dan penghormatan atau pengakuan dari orang lain. Ia memenuhi kedua kebutuhannya tersebut dengan menggunakan jasa *family romance*.

➤ Pelanggan VI



Gambar 2. 8 Testimoni Pelanggan VI Family Romance

ホテルでバースデーパーティーをしてもらいました。友人として代行スタッフ10名お願いして、都内の有名ホテルで私の誕生日パーティーを開いてもらいました。夜景のきれいなバーで軽く飲んだ後、部屋に戻って飾りつけをしたり、飲み直してワイワイやっているところ、サプライズで大きなケーキを用意してくれているところなど、沢山自慢写真が撮れま

した(笑)最近忙しかったので久しぶりに楽しい時間を過ごし、
facebook と *twitter* にもいい写真がアップできました。

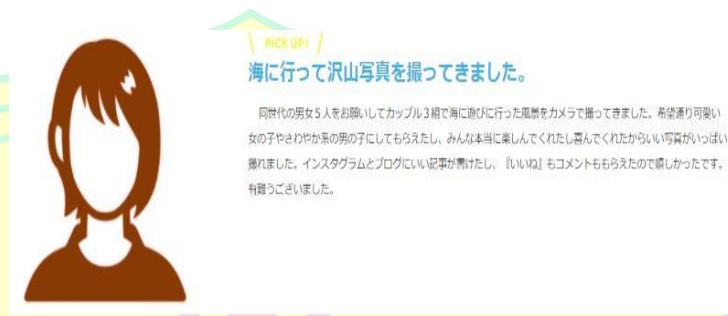
Pelanggan VI ini adalah seorang laki-laki. Ia mengadakan pesta ulang tahun di sebuah hotel terkenal di Tokyo. Lalu ia menggunakan jasa *family romance* dan menyewa 10 agen akting bertindak sebagai temannya untuk hadir merayakan ulang tahunnya. Ia dan 10 agen akting tersebut menikmati makanan dan minuman, mendekorasi, menikmati pemandangan yang indah di malam hari serta tidak lupa untuk mengambil foto yang banyak. Menurutnya ia sangat sibuk dan sudah lama tidak bersenang senang seperti ini, lalu tidak lupa ia mengunggah foto yang ia ambil dengan teman sewannya di *twitter* dan *facebook*.

Berdasarkan kasus di atas, menurut Maslow kebutuhan ini adalah kebutuhan mencintai dan dicintai. Kebutuhan ini merupakan adanya suatu dorongan dimana seseorang berkeinginan untuk menjalin hubungan yang efektif ataupun hubungan emosional dengan orang lain. Pria pada kasus di atas menyewa 10 orang agen akting untuk hadir merayakan ulang tahunnya di sebuah hotel, mereka pun menghabiskan waktu bersama layaknya seorang teman sesungguhnya yang hadir di acara ulang tahunnya.

Dari kasus ini menunjukkan bahwa pria tersebut memiliki dorongan dimana seseorang berkeinginan untuk menjalin hubungan

yang bermakna secara efektif dan emosional dengan orang lain dengan menyewa 10 agen akting untuk memenuhi kebutuhannya.

➤ Pelanggan VII



Gambar 2. 9 Testimoni Pelanggan VII Family Romance

海に行って沢山写真を撮ってきました。

同世代の男女5人をお願いしてカップル3組で海に遊びに行った風景をカメラで撮ってきました。希望通り可愛い女の子やさわやか系の男の子にしてもらえたり、みんな楽しんでくれたし喜んでくれたからいい写真がいっぱい撮れました。インスタグラムとブログにいい記事が書けたし、『いいね』もコメントももらえたので嬉しかったです。有難うございました。

Pelanggan VII ini adalah seorang perempuan. Ia menggunakan jasa sewa teman dengan meminta 3 laki-laki dan 2 seorang wanita yang seumurannya dengannya untuk pergi ke pantai dan berfoto bersama seperti layaknya pasangan yang berlibur bersama. Ia sangat menikmatinya karena seorang teman yang ia sewa seperti yang ia

harapkan. Ia pun sangat senang karena ia akhirnya bisa menulis artikel di blog dan mengunggahnya di instagram agar ia mendapat “like” dan “comment” dari pengikutnya.

Menurut teori Maslow, kasus di atas termasuk dalam kebutuhan harga diri, dimana wanita tersebut menyewa 5 orang teman untuk pergi ke pantai dengan tujuan berfoto bersama untuk dijadikan artikel di blog miliknya dan mengunggahnya di instagram agar ia mendapat *like* dan *comment*. Kasus ini menunjukkan bahwa wanita tersebut berkeinginan untuk memiliki reputasi dan penghormatan atau pengakuan dari orang lain. Dengan ia menggunakan jasa *family romance*, secara tidak langsung wanita tersebut memenuhi kebutuhan akan harga diri.

2.1.4 Faktor Menggunakan Jasa Sewa Teman

- Tidak adanya teman yang dapat membantu
- Memiliki teman yang sedikit
- Kekhawatiran terhadap penilaian orang lain
- Tidak ada seseorang yang bisa diajak berbincang atau menikmati waktu bersama.

Pada kasus I dan II memiliki kesamaan penyebab seseorang menggunakan jasa sewa yaitu memiliki dengan teman yang sedikit.

Menurut Wendy Lawson (2006: 31), beberapa orang memiliki kepribadian yang berbeda, sebagian orang suka ketika memiliki banyak teman dan sebagian lagi memiliki kepribadian *introvert*.

Dalam kasus ini orang tersebut tidak memiliki teman untuk menemani ia pergi ke pesta maupun menonton pertunjukan. Kemudian pada kasus III penyebab seseorang menggunakan jasa sewa teman adalah memiliki teman yang sedikit serta tidak memiliki seorang teman yang sesungguhnya untuk berbincang ataupun menikmati waktu bersama. Pada kasus ini orang tersebut tidak memiliki teman untuk diajak pergi, berbelanja dan berbincang dikarenakan ia yang baru saja pindah dari desa. Menurut Wendy Lawson pertemanan inklusif ialah ketika seseorang menghabiskan waktu untuk pergi, berbincang, makan dengan temannya. Wendy Lawson pun juga mengatakan ada beberapa orang yang memiliki kepribadian *introvert* dan mudah untuk bergaul.

Pada kasus IV, tidak adanya teman yang membantu memberikan pidato di pesta pernikahannya menjadi penyebab seseorang menggunakan jasa sewa teman. Menurut Tony Attwood (2005: 62) mengenai pengertian teman mengatakan bahwa teman merupakan seseorang yang dapat diandalkan untuk membantu. Dalam kasus ini, pria tersebut tidak ada memiliki teman yang membantunya untuk memberikan pidato di pesta pernikahannya. Kemudian, pada kasus V kekhawatiran terhadap penilaian orang lain yaitu menjadi alasan orang tersebut menggunakan jasa *Family Romance*. Menurut Maslow setiap manusia memerlukan kebutuhan dasar manusia yaitu kebutuhan akan harga diri untuk mendapatkan

reputasi atau penghormatan dan pengakuan dari orang lain. Dalam kasus ini wanita tersebut ingin melakukan *barbecue* sendirian tetapi ia khawatir terhadap penilaian orang lain jika ia melakukan kegiatan itu sendiri.

Pada kasus VI dan VII memiliki kesamaan penyebab seseorang menggunakan jasa sewa teman yaitu memiliki teman yang sedikit dan kekhawatiran penilaian orang lain terhadap dirinya. Menurut Wendy lawson, beberapa orang memiliki kepribadian *introvert* dan sulit untuk bergaul. Dan menurut Maslow kebutuhan harga diri diperlukan untuk mendapatkan sebuah reputasi atau pengakuan dari orang lain. Kasus VI, pria tersebut menggunakan jasa sewa teman untuk merayakan ulang tahun dirinya. Sedangkan kasus VII memesan 5 agen akting untuk menemaninya pergi ke pantai dan berfoto bersama. Dari kedua kasus tersebut foto yang sengaja mereka ambil dan unggah untuk kebutuhan di media sosialnya yaitu *instagram* maupun *twitter*.

Jadi, berdasarkan pemaparan diatas bahwa 7 poin faktor atau penyebab seseorang menggunakan jasa sewa teman menjadi tekanan psikologis bagi seseorang.

2.1.5 Tujuan Menyewa

Berdasarkan tujuh contoh kasus di atas, tujuan seseorang menggunakan jasa sewa teman adalah sebagai berikut :

1. Ingin memiliki seorang teman yang ada saat dibutuhkan

2. Tidak ingin berlarut dalam kesedihan
3. Agar terlihat memiliki hubungan yang baik dengan teman
4. Ingin mendapatkan *like* dan *comment* dalam dunia maya.
5. Ingin memiliki seorang teman yang bisa di ajak kemana saja.
6. Ingin memiliki seorang teman yang bisa menikmati waktu bersama
7. Ingin memiliki seorang teman yang satu hobi atau kesukaan

Jadi terdapat beberapa poin tujuan seseorang menggunakan jasa sewa teman. Pada semua kasus dari 1-7 tujuan seseorang menggunakan jasa sewa teman adalah ingin memiliki seorang teman yang ada saat dibutuhkan. Pada kasus I memiliki tujuan yaitu ingin memiliki teman yang bisa diajak pergi kemana saja. Pada kasus II memiliki tujuan yaitu ingin memiliki seorang teman yang mempunyai kesukaan atau hobi yang sama. Pada kasus VI saja yang memiliki tujuan yaitu tidak ingin berlarut dalam kesedihan. Pada kasus V,VI dan VII memiliki tujuan yaitu agar terlihat baik memiliki hubungan dengan orang lain. Pada kasus VI dan VII memiliki tujuan yaitu ingin mendapatkan *like* ataupun *comment* dalam dunia maya. Pada semua kasus kecuali kasus VI memiliki tujuan yang sama yaitu ingin memiliki seorang teman yang bisa menikmati waktu bersama.

2.1.6 Cara Menyewa

Adapun cara untuk menyewa jasa sebagai teman terdapat 4 step yaitu :

1. Konfirmasi dan mengisi *form*

Pelanggan diharapkan menghubungi perusahaan melalui telepon atau email dan menjawab permintaan dalam form yang sudah disediakan. Pada pengisian form pelanggan dapat meminta agen akting seperti yang diinginkan.

ご依頼用専用のお問い合わせフォーム

名前 *

名前

お電話番号 *

お電話番号

メールアドレス *

メールアドレス

ご依頼場所 (例: 東京都千代田区) *

ご依頼場所 (例: 東京都千代田区)

依頼内容 (例: 結婚式の代理出席をお願いしたい等) *

詳細につきましては改めて弊社からヒアリングさせていただきますので、まずは簡単にご記載ください。

依頼内容 (例: 結婚式の代理出席をお願いしたい等)

送信



Gambar 2. 10 Form Permintaan

2. Mengkonfirmasi perkiraan harga

Pihak perusahaan akan memberikan rincian harga dengan jelas. Dan pelanggan diminta untuk mengkonfirmasi perkiraan harga.

3. Pembayaran dan pemilihan agen akting

Agen akting yang dimiliki perusahaan adalah *staff* yang penuh dengan prestasi. Setelah membayar biaya perusahaan akan memilih agen akting sesuai dengan permintaan pelanggan.

4. Melakukan Pertemuan

Staff dan pelanggan akan melakukan pertemuan untuk membahas detail ketentuan, tambahan ataupun perubahan.

