

Representasi Kawaii dan Omotenashi pada Yuru-kyara Prefektur Nara

Title	Representasi Kawaii dan Omotenashi pada Yuru-kyara Prefektur Nara
Author Order	2 of 3
Accreditation	5
Abstract	<p>Abstract Yuru-chara is one of a type of mascot in Japan that aims to promote local government events, revitalization of villages/cities/provinces, and government institutions. The purpose of this study is to describe the denotative and connotative meanings of yuru-chara from Nara Prefecture, and to interpret the representation of the kawaii and omotenashi concepts contained in the yuru-chara. This research is qualitative interpretive research using library research as a methods of data collection. The data in this study were pictures and photos of yuru-chara Sento kun, Manto kun, Na-ra chan, Renka chan, Narakkii and Nakkyon which were then analyzed using Roland Barthes' semiotic analysis. The results of data analysis show that in every yuru-chara of Nara Prefecture that has been analyzed, there are denotative and connotative meanings that are closely related to the elements of the brand that created the yuru-chara because it uses as a promotional media (promotional characters). The representation of the kawaii concept in yuru-kyara is a way to attract people's attention. Omotenashi maintains the collaboration between the brand and the community as well as an image of the friendly culture of Japanese society. Keywords: Kawaii, omotenashi, Roland Barthes' semiotics, Yuru-chara</p> <p>Abstrak Yuru-kyara merupakan salah satu jenis maskot di Jepang yang bertujuan untuk mempromosikan baik acara pemerintahan daerah, revitalisasi desa/kota/provinsi, maupun lembaga/instansi pemerintahan. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan makna denotasi dan konotasi dari yuru-kyara Prefektur Nara, serta menginterpretasikan bagaimana representasi dari konsep kawaii dan omotenashi yang terdapat pada yuru-kyara tersebut. Penelitian ini merupakan penelitian interpretatif kualitatif dengan metode pengumpulan data dilakukan dengan metode studi pustaka. Data dalam penelitian ini berupa gambar dan foto dari yuru-kyara Sento kun, Manto kun, Na-ra chan, Renka chan, Narakkii dan Nakkyon yang kemudian masing-masing dianalisis menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Hasil analisis data menunjukkan bahwa pada setiap yuru-kyara Prefektur Nara yang telah dianalisis, terdapat makna denotasi dan konotasi yang berkaitan erat dengan unsur-unsur dari brand yang menciptakan yuru-kyara tersebut karena ia berperan sebagai media promosi (promotional characters). Representasi konsep kawaii pada yuru-kyara merupakan sebuah cara untuk dapat memikat perhatian masyarakat. Omotenashi menjaga kerjasama antara brand dengan masyarakat serta sebagai gambaran budaya masyarakat Jepang yang ramah-tamah. Kata kunci: Kawaii, omotenashi, semiotika Roland Barthes, Yuru-kyara</p>
Publisher Name	Program Studi Sastra Jepang, Universitas Komputer Indonesia Bandung
Publish Date	2021-11-30
Publish Year	2021
Doi	DOI: 10.34010/js.v10i2.5190
Citation	
Source	Janaru Saja: Jurnal Program Studi Sastra Jepang (Edisi Elektronik)
Source Issue	Vol 10 No 2 (2021): November 2021
Source Page	74-88
Url	https://ojs.unikom.ac.id/index.php/janarusaja/article/view/5190/2770
Author	Doctor of Philosophy YUSIDA LUSIANA, S.S., M.Pd, M.Si