

**UDON SEBAGAI SOUL FOOD JEPANG  
YANG TERCERMIN DALAM FILM UDON  
KARYA SUTRADARA KATSUYUKI MOTOHIRO**

**SKRIPSI**

oleh:

**LINI HANILIA**

**0911120026**



**PROGRAM STUDI SASRA JEPANG**

**JURUSAN BAHASA DAN SASRA**

**FAKULTAS ILMU BUDAYA**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA**

**2014**

**UDON SEBAGAI SOUL FOOD JEPANG  
YANG TERCERMIN DALAM FILM UDON  
KARYA SUTRADARA KATSUYUKI MOTOHIRO**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Universitas Brawijaya  
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
dalam Memperoleh Gelar *Sarjana Sastra***

oleh  
**LINI HANILIA  
0911120026**

**PROGRAM STUDI SASTRA JEPANG  
JURUSAN BAHASA DAN SASTRA  
FAKULTAS ILMU BUDAYA  
UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
2014**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya,

Nama : Lini Hanilia

NIM : 0911120026

Program Studi : Sastra Jepang

Menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah benar-benar karya saya, bukan merupakan jiplakan dari karya orang lain, dan belum pernah digunakan sebagai syarat mendapatkan gelar kesarjanaan dari perguruan tinggi manapun.
2. Jika di kemudian hari ditemukan bahwa skripsi ini merupakan jiplakan, saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang akan diberikan,

Malang, 8 Agustus 2014



Lini Hanilia

NIM. 0911120026

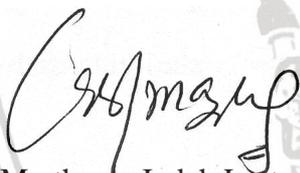
Dengan ini menyatakan bahwa skripsi sarjana atas nama Lini Hanilia, telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan.

Malang, 8 Agustus 2014  
Pembimbing I



Fitriana Puspita Dewi, M.Si.  
NIP. -

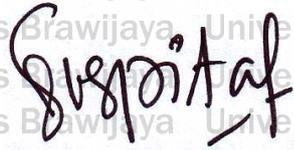
Malang, 8 Agustus 2014  
Pembimbing II



Eka Marthanty Indah Lestari, M.Si.  
NIP. -



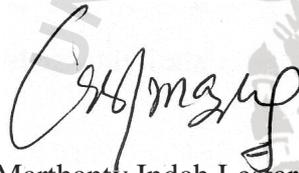
Dengan ini menyatakan bahwa skripsi sarjana atas nama Lini Hanilia, telah disetujui oleh Dewan Penguji sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana.



Dewi Puspitasari, M.Hum., Penguji Utama  
NIP. -



Fitriana Puspita Dewi, M.Si., Pembimbing I  
NIP. -



Eka Marthanty Indah Lestari, M.Si., Pembimbing II  
NIP. -

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Sastra Jepang

Menyetujui,  
Ketua Jurusan Bahasa dan Sastra



Aji Setyanto, M.Litt  
NIP. 19750725 200501 1 002



Ismatul Khasanah, M.Ed, Ph.D  
NIP. 19750518 200501 2 001

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Udon Sebagai Soul Food Jepang Yang Tercermin Dalam Film Udon Karya Sutradara Katsuyuki Motohiro”** sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ilmu Budaya Universitas, Jurusan Bahasa dan Sastra, Program Studi Sastra Jepang, Universitas Brawijaya Malang dengan baik.

Dalam usaha menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan waktu, pengetahuan, dan biaya sehingga tanpa bantuan dan bimbingan dari semua pihak tidaklah mungkin berhasil dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Ibu Ismatul Khasanah, M.Ed, Ph.D selaku Ketua Jurusan Bahasa dan Sastra, serta Bapak Aji Setyanto, M.Litt selaku Ketua Program Studi Sastra Jepang yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk menulis skripsi ini.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Ibu Fitriana Puspita Dewi, M.Si selaku pembimbing I dan Ibu Eka Marthanty Indah Lestari, M.Si selaku pembimbing II yang telah memberikan banyak masukan, bimbingan, serta dukungan selama proses penyusunan skripsi ini. Selain itu, ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Ibu Dewi Puspitasari, M.Hum selaku penguji yang telah memberikan masukan dan saran yang berguna dalam penyelesaian skripsi ini.

Ucapan terima kasih juga tak lupa penulis sampaikan kepada seluruh dosen Sastra Jepang Universitas Brawijaya yang telah membimbing penulis selama masa perkuliahan. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Bapak Yusri Fajar, M.A yang telah memberikan referensi dan penjelasan singkat mengenai topik yang dibahas oleh penulis dalam skripsi ini.

Ucapan terima kasih serta penghargaan tertinggi kepada orang tua, serta seluruh keluarga besar yang mana telah memberikan banyak cinta dan kasih sayang, dukungan dan doa dalam penyusunan skripsi ini dan dalam studi yang penulis tempuh. Kepada semua pihak di dekat penulis, teman-teman Sastra Jepang 2009, senior dan junior di Fakultas Ilmu Budaya yang tidak menyangkut dalam penulisan skripsi ini, tetapi mereka memberikan dukungan dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Mengingat keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, maka penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, walaupun demikian penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak.

Malang, 8 Agustus 2014  
Penulis

Lini Hanilila

## ABSTRAK

Hanilia, Lini. 2014. *Udon Sebagai Soul Food Jepang Yang Tercermin Dalam Film UDON Karya Sutradara Katsuyuki Motohiro*. Program Studi Sastra Jepang, Universitas Brawijaya.

Pembimbing : (1) Fitriana Puspita Dewi (2) Eka Marthanty Indah Lestari

Kata kunci : film, *food and literary studies*, *mise-en-scene*, sastra kuliner, *soul food*, *udon*

Karya sastra merupakan cerminan dari suatu peristiwa yang terjadi di masyarakat. Salah satu bentuk karya sastra adalah film. Skripsi ini membahas tentang gambaran *udon* sebagai *soul food* Jepang. *Soul food* merupakan sebuah istilah untuk menyebut makanan tradisional orang Afrika-Amerika yang muncul pada masa perbudakan di Amerika Serikat. Menurut *digital daijisen* dan *daijirin daisanpan*, *soul food* adalah masakan spesifik dan populer pada daerah tertentu; suatu makanan yang tidak bisa dilewatkan dalam pola makan sehari-hari oleh individual atau suatu wilayah tertentu. Penulis menggunakan film *Udon* karya sutradara Katsuyuki Motohiro sebagai sumber data. Film *Udon* menceritakan tentang Kosuke dan kawan-kawannya dalam sebuah petualangan di dunia kuliner Jepang, khususnya *udon*, serta antusias masyarakat Jepang lainnya terhadap kuliner Jepang yang disebut-sebut sebagai *The Soul Food Of Japan* tersebut.

Penulis menggunakan kajian *food and literary studies* dan konsep *soul food* karena saling berkaitan, dan disusul dengan teori *mise-en-scene* untuk membantu menganalisis film tersebut. Selain itu, fakta tentang *udon* di Jepang juga diperlukan karena skripsi ini membahas tentang cerminan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan *udon* sebagai *soul food* Jepang.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *udon* layak disebut sebagai *soul food* Jepang karena *udon* merupakan masakan spesifik dan populer di Jepang, dan *udon* merupakan suatu makanan yang tidak bisa dilewatkan dalam pola makan sehari-hari masyarakat Jepang. Kemudian intisari dari *soul food* itu sendiri, yakni sebuah identitas dan prinsip hidup. Serta fakta bahwa masyarakat Jepang tidak hanya mengonsumsi *udon* sebagaimana layaknya makanan, melainkan *udon* juga difungsikan ke dalam segi sosial, agama dan budaya.

Pada penelitian selanjutnya terhadap film ini, penulis menyarankan untuk menganalisis perubahan sudut pandang Kosuke dengan psikologi sastra atau menggunakan konsep atau disiplin ilmu lainnya yang berkaitan dengan makanan seperti nilai estetika terhadap makanan dalam budaya Jepang. Harapannya, penelitian ini dapat membantu para pembelajar bahasa Jepang dan peminat budaya untuk memahami budaya Jepang, khususnya makanan, serta untuk memperluas khazanah bacaan.

## 要旨

ハネリア、リニ. 2014. 本広克行の『うどん』におけるうどんは日本のソウルフードについて. ブラウイジャヤ大学の日本語学科.

指導教員 : (1) Fitriana Puspita Dewi (2) Eka Marthanty Indah Lestari

キーワード : 映画、うどん、ソウルフード、食品文学研究、*mise-en-scene*

文学作品とは、社会に起こったある現象の作品化である。その一つのは映画である。論文は、うどんは日本のソウルフードについてのを分析する。ソウルフードとは、米国で奴隷制度の時代に登場したアフリカ系アメリカ人の伝統的な食べ物という用語である。デジタル大辞泉や 大辞林第三版によると、ソウルフードは、特定の料理と特定の地域で人気があるし、個人または特定の地域で毎日の食事を見逃せない食べ物である。論文は、本広克行の「うどん」という映画を使う。「うどん」の映画は、香助と彼の友人は日本料理の世界で、特にうどんについて、冒険することを伝えます。だけでなく、その日本のソウルフードである呼ばれた料理に向かって日本の社会の熱意こともある。

著者は、食品や文学研究の研究と相互に関連するようなソウルフードの概念を使用して、映画の分析に役立つ「*mise-en-scene*」の理論が続く。本論文は、反射について説明しているためまた、日本のうどんの事実も必要である。本研究の目的は、ソウルフードとして日本のうどんを記述することでした。

これらの結果は、特定の料理やうどん日本ソウルフード、日本で人気があり、うどん、特に香川で、日本社会の毎日の食事に欠かせない食品であるとしてうどんは言及する価値があることを証明する。その後の人生と原理の素性であるソウルフードそのものの本質。日本の社会は適切にうどんを食べることだけでなく、うどんは社会的と、宗教的と、文化的にも機能することある。

その後の研究で、著者らは、心理学の文学に香助のうどんとして変化するのをお勧めする。または、日本文化に美的な食品の概念を使用することもできる。うまくいけば、この研究は、日本文化を理解することが学習者と日本文化の愛好家を支援することができ、特に食品だけでなく、読書の宝物を拡大する。

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PENGUJI</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK DALAM BAHASA JEPANG</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TRANSLITERASI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Metode Penelitian .....	6
1.5 Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
2.1 Pengantar .....	9
2.2 <i>Food And Literary Studies</i> .....	9
2.3 <i>Soul Food</i> .....	12
2.4 <i>Udon</i> .....	15
2.5 Teori <i>Mise-En-Scene</i> dan Sinematografi .....	18
2.5.1 <i>Mise-En-Scene</i> .....	18
2.5.2 Sinematografi .....	20
2.6 Penelitian Terdahulu .....	21
<b>BAB III TEMUAN DAN PEMBAHASAN</b>	
3.1 Sinopsis Film <i>Udon</i> .....	23
3.2 Analisis Gambaran <i>Udon</i> Sebagai <i>Soul Food</i> Jepang .....	25
3.2.1 <i>Udon</i> Merupakan <i>Soul Food</i> Jepang .....	28
3.2.2 <i>Udon</i> Sebagai Sarana Berkomunikasi di Meja Makan .....	34
3.2.3 <i>Udon</i> Sebagai Penjalin Hubungan Dengan Hal-hal di Sekelilingnya (Sosial-Kultural) .....	38
3.2.3.1 <i>Udon</i> Sebagai Identitas Budaya .....	38
3.2.3.2 <i>Udon</i> Sebagai Prinsip Hidup Tokoh Takutomi Matsui .....	42
3.2.4 <i>Udon</i> Membawa Kenangan Masa Kecil Kosuke Matsui .....	46
3.2.5 <i>Udon</i> Difungsikan Dalam Ritual Keagamaan .....	49
3.2.6 Antusiasme Masyarakat Jepang Terhadap <i>Udon</i> .....	51

**BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN**

4.1 Kesimpulan ..... 62  
4.2 Saran ..... 64

**DAFTAR PUSTAKA ..... 65**

**LAMPIRAN ..... 69**



## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
3.1 Ucapan Selamat Datang di Kota Sanuki.....	26
3.2 Kosuke Mendeskripsikan <i>Udon</i> Sanuki .....	28
3.3 Tetangga Kosuke Yang Hampir Setiap Hari Makan <i>Udon</i> di Rumahnya.....	30
3.4 Tetangga Kosuke Berkumpul di Matsui <i>Seimenjo</i> .....	32
3.5 Sewaktu Kecil Kosuke Selalu Dipanggil “Anak <i>Udon</i> ” .....	36
3.6 Tokoh <i>Super Hero</i> Yang Diciptakan Oleh Kosuke .....	38
3.7 Ayah Kosuke Mengutip Kembali Ucapan Kosuke .....	40
3.8 Takutomi Tidak Mau Bicara Jika Bukan Masalah <i>Udon</i> .....	42
3.9 Kosuke Memakan <i>Udon</i> Buatan Mendiang Ayahnya .....	44
3.10 Takutomi Meletakkan Semangkok <i>Udon</i> di Depan Altar Istrinya.....	46
3.11 Kosuke Meletakkan Semangkok <i>Udon</i> di Depan Altar Ayahnya .....	46
3.12 Antrian Panjang Pengunjung di Depan Toko <i>Udon</i> .....	48
3.13 Pengunjung yang Tidak Peduli Meskipun Biaya Perjalanan Ke Sanuki Lebih Mahal .....	49
3.14 Pengunjung yang Hampir Pingsan .....	51
3.15 Reporter TV yang Sedang Berkunjung di Sebuah <i>Seimenjo</i> .....	52
3.16 Sebuah Klub Sepak Bola yang Dinamai Dengan Salah Satu Jenis <i>Udon</i> Sanuki .....	53
3.17 Kosuke Membacakan Soal Kuis Tentang <i>Udon</i> .....	55

**DAFTAR LAMPIRAN**

	<b>Halaman</b>
Curriculum Vitae (CV).....	69
Berita Acara Bimbingan Skripsi.....	70



## DAFTAR TRANSLITERASI

あ (ア) a	い (イ) i	う (ウ) u	え (エ) e	お (オ) o
か (カ) ka	き (キ) ki	く (ク) ku	け (ケ) ke	こ (コ) ko
さ (サ) sa	し (シ) shi	す (ス) su	せ (セ) se	そ (ソ) so
た (タ) ta	ち (チ) chi	つ (ツ) tsu	て (テ) te	と (ト) to
な (ナ) na	に (ニ) ni	ぬ (ヌ) nu	ね (ネ) ne	の (ノ) no
は (ハ) ha	ひ (ヒ) hi	ふ (フ) fu	へ (ヘ) he	ほ (ホ) ho
ま (マ) ma	み (ミ) mi	む (ム) mu	め (メ) me	も (モ) mo
や (ヤ) ya	ゆ (ユ) yu	よ (ヨ) yo		
ら (ラ) ra	り (リ) ri	る (ル) ru	れ (レ) re	ろ (ロ) ro
わ (ワ) wa	を	o		
が (ガ) ga	ぎ (ギ) gi	ぐ (グ) gu	げ (ゲ) ge	ご (ゴ) go
ざ (ザ) za	じ (ジ) ji	ず (ズ) zu	ぜ (ゼ) ze	ぞ (ゾ) zo
だ (ダ) da	ぢ (ヂ) ji	づ (ヅ) zu	で (デ) de	ど (ド) do
ば (バ) ba	び (ビ) bi	ぶ (ブ) bu	べ (ベ) be	ぼ (ボ) bo
ぱ (パ) pa	ぴ (ピ) pi	ぷ (プ) pu	ぺ (ペ) pe	ぽ (ポ) po

きゃ (キヤ) kya	きゅ (キュ) kyu	きょ (キョ) kyo
しゃ (シャ) sha	しゅ (シュ) shu	しょ (ショ) sho
ちゃ (チャ) cha	ちゅ (チュ) chu	ちょ (チョ) cho
にゃ (ニヤ) nya	にゅ (ニユ) nyu	にょ (ニョ) nyo
ひゃ (ヒヤ) hya	ひゅ (ヒユ) hyu	ひょ (ヒョ) hyo
みゃ (ミヤ) mya	みゅ (ミュ) myu	みょ (ミョ) myo
りゃ (リヤ) rya	りゅ (リュ) ryu	りょ (リョ) ryo
ぎゃ (ギヤ) gya	ぎゅ (ギユ) gyu	ぎょ (ギョ) gyo
じゃ (ジャ) ja	じゅ (ジュ) ju	じょ (ジョ) jo
ぢゃ (ヂヤ) ja	ぢゅ (ヂユ) ju	ぢょ (ヂョ) jo
びゃ (ビヤ) bya	びゅ (ビユ) byu	びょ (ビョ) byo
ぴゃ (ピヤ) pya	ぴゅ (ピユ) pyu	ぴょ (ピョ) pyo

ん (ン) n atau n' jika diikuti vokal atau semi-vokal

っ (ツ) menggandakan konsonan berikutnya, misal: pp / tt / kk / ss

Bunyi panjang う dan お → u

あ (ア) a penanda bunyi panjang. Contohnya じゃあ (Jaa)

い (イ) i penanda bunyi panjang. Contohnya さびしい (Sabishii)

う (ウ) u penanda bunyi panjang. Contohnya りょこう (Ryokou)

え (エ) e penanda bunyi panjang. Contohnya うれえる (Ureeru)

— penanda bunyi panjang pada penulisan bahasa asing (selain bahasa Jepang) dengan huruf katakana. Contohnya コンピュータ (Konpyuuta)

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Sastra menurut Wellek dan Warren (1995:3) adalah “suatu kegiatan kreatif, sebuah karya seni.” Karya sastra merupakan hasil karya dari salah satu cabang kebudayaan, yaitu kesenian. Karya sastra juga merupakan rekaman-rekaman peristiwa kebudayaan. Sastra dan kebudayaan memiliki objek yang sama yaitu manusia, manusia sebagai pelaku sosial, manusia sebagai makhluk kultural. Sedangkan menurut Ratna (2012:11), karya sastra sebagai imajinasi dan kreativitas, hakikat karya yang hanya dapat dipahami oleh intuisi dan perasaan, memerlukan pemahaman yang sama sekali berbeda dengan ilmu sosial yang lain.

Karya sastra dapat digolongkan ke dalam dua kelompok, yakni fiksi dan nonfiksi. Ciri karya sastra fiksi adalah karya sastra tersebut lebih menonjolkan sifat khayali, menggunakan bahasa yang konotatif, dan memenuhi syarat-syarat estetika seni. Sedangkan ciri karya sastra nonfiksi adalah karya sastra tersebut lebih banyak unsur faktualnya daripada khayalinya, cenderung menggunakan bahasa denotatif, dan tetap memenuhi syarat-syarat estetika seni. Karya sastra yang termasuk fiksi adalah puisi, prosa dan drama. Sedangkan untuk karya sastra nonfiksi adalah esai, kritik, biografi, dan autobiografi.

Pada penulisan skripsi ini, penulis menggunakan karya sastra fiksi berupa film. Film termasuk dalam drama. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2003:316), film dapat diartikan dalam dua pengertian, yang pertama film

merupakan sebuah selaput tipis berbahan seluloid yang digunakan untuk menyimpan gambar negatif dari sebuah objek, dan yang kedua, film diartikan sebagai lakon atau gambar hidup. Dalam konteks khusus, film diartikan sebagai lakon hidup atau gambar gerak yang biasanya juga disimpan dalam media seluloid tipis dalam bentuk gambar negatif. Meskipun kini film bukan hanya dapat disimpan dalam media selaput seluloid saja. Film dapat juga disimpan dan diputar kembali dalam media digital.

Film adalah fenomena sosial, psikologi, dan estetika yang kompleks. Melalui perkembangannya, film telah memainkan banyak peran dengan memberikan informasi, drama, musik, dan lain-lain, dikombinasikan atau bukan. Sebagai media komunikasi massa, film dapat digunakan dengan berbagai fungsi seperti hiburan, penerangan, pendidikan, untuk mempengaruhi dan ajang sosialisasi. Fananie dalam Hamdan (2012:2) menyatakan bahwa film dapat disebut sebagai karya sastra karena merupakan manifestasi dari kehidupan sosial masyarakat maupun imajinasi pengarang. Dalam sebuah film terdapat penokohan, *setting*, alur, dan lain sebagainya yang dapat dianalisis seperti karya sastra tulis.

Film yang digunakan penulis dalam skripsi ini adalah film Jepang yang berjudul *Udon* karya Katsuyuki Motohiro dan diproduksi pada tahun 2006. Film tersebut menceritakan tentang petualangan Kosuke Matsui dan kawan-kawannya dalam dunia kuliner Jepang, yaitu *udon*. Dalam film tersebut juga dikatakan bahwa *udon* merupakan salah satu *soul food* Jepang. (menit ke 03:53)

*Soul food* adalah sebuah istilah untuk menyebut makanan tradisional orang Afrika-Amerika yang muncul pada masa perbudakan di Amerika Serikat. Pada

tahun 1960-an kata “*soul*” sering digunakan untuk menyebut hal-hal yang berkaitan dengan budaya orang Afrika-Amerika, seperti *soul music*, *soul brother* dan *soul sister*. *Soul food* sendiri memiliki arti “*favorite food from heart (soul)*”.

Deskripsi *soul food* menurut *digital daijisen* (デジタル大辞泉) adalah 1.

Makanan tradisional orang kulit hitam di selatan Amerika Serikat. Makanan tradisional itu berupa organ dalam babi, lele goreng dan roti jagung, 2. Masakan spesifik pada daerah tertentu, masakan daerah yang populer di area tersebut.

Sedangkan deskripsi menurut *daijirin daisanpan* (大辞林第三版) *soul food* adalah,

1. Masakan daerah dari Amerika Selatan yang telah berakar sejak dimulainya masa perbudakan orang Afrika-Amerika. Jagung, kacang-kacangan dan organ dalam sapi dan babi sering digunakan sebagai bahan makanan, 2. Suatu bahan makanan yang tidak bisa dilewatkan dalam makanan sehari-hari oleh suatu wilayah tertentu atau individual. Misal, sup miso bagi orang Jepang. (<http://kotobank.jp/word>)

Dari dua definisi *soul food* di atas, penulis menggunakan definisi *soul food* pada butir kedua dari *digital daijisen* maupun *daijirin daisanpan* pada penelitian ini. Selain itu, intisari dari *soul food* itu sendiri adalah sebuah identitas. Miller dalam Porter (2013, para. 25) mengatakan,

“*Soul food* adalah sebuah ikatan yang menyatukan. Kamu adalah apa yang kamu makan. Makanan adalah hal penting untuk sebuah identitas. Ada sesuatu yang datang bersamaan yaitu sepiring makanan yang memiliki sejarah yang menghubungkanmu dengan nenek moyangmu dan menghubungkanmu dengan orang – orang yang ada di meja pada saat itu.”

Intisari *soul food* itu sendiri nantinya juga berkaitan dengan kajian *food and literary studies*, yaitu sebuah ilmu yang membahas tentang makanan di dalam karya sastra. Oleh karena itu, penulis menggunakan kajian *food and literary studies* untuk membantu menganalisis karya sastra.

Masyarakat Jepang pada umumnya suka berkumpul dan makan bersama.

Masyarakat Jepang makan memang karena lapar, tetapi ada hal lain yang melatarbelakangi untuk berkumpul dan makan, yaitu untuk memelihara hubungan sosial yang terjalin di antara individu dengan individu lainnya atau kelompok. Dalam film ini, *udon* yang merupakan *soul food* Jepang, menjadi sarana berkomunikasi dan menjadi identitas budaya masyarakat Jepang.

Semenjak orang Afrika-Amerika menyebut makanan tradisionalnya dengan *soul food*, banyak negara lain yang mengadopsi istilah tersebut, salah satunya adalah Jepang. *Udon*, *ramen*, *kara-age*, *oden*, *korokke*, *okonomiyaki* dan *onigiri* disebut – sebut sebagai *soul food* Jepang. Bahkan setiap tahunnya di-adakan *expo* perihal kuliner, misalnya *Ramen Expo*, *Udon Expo*, dan *Udon Summit*. (<http://www.japantimes.co.jp>, <http://news.mynavi.jp>, <http://latimesblogs.latimes.com>)

*Udon* merupakan makanan *across the nation*, yakni makanan yang ada di seluruh wilayah Jepang. Hampir di setiap *family restaurant* maupun *izakaya* di Jepang, *udon* merupakan makanan yang pasti ada dalam daftar menu. Pembuatannya yang sangat mudah dengan bumbu yang sederhana, penyajiannya yang cepat serta harganya yang sangat murah, membuat *udon* sangat digemari masyarakat Jepang. Selain itu, *udon* di beberapa daerah di Jepang merupakan

spesialisasi, yakni memiliki ciri khas tersendiri seperti *Sanuki Udon*, *Hakata Udon*, *Inaniwa Udon*, *Mizusawa Udon* dan beberapa *udon* dari daerah lainnya.

Film *Udon* karya sutradara Katsuyuki Motohiro yang penulis jadikan sebagai sumber data dalam skripsi ini, lebih terfokus pada *Sanuki Udon* yang berada di Prefektur Kagawa sebagai perwakilan untuk menunjukkan bahwa *udon* merupakan *soul food* Jepang. Prefektur Kagawa adalah prefektur terkecil di Jepang dan di dalamnya terdapat 800 lebih *Seimenjo* (製麵所) atau toko *udon* yang melayani penduduk yang jumlahnya tidak sampai satu juta. Di Jepang nasi merupakan makanan pokok utama, namun di prefektur Kagawa *udon* sering dikonsumsi sebagai alternatif pengganti nasi. Pada tahun 2006, Prefektur Kagawa telah memproduksi *udon* sebanyak 60.660 ton, hal itu membuat Prefektur Kagawa menempati urutan pertama di Jepang. Menurut penelitian pihak berwenang dari Prefektur Kagawa pada tahun 2011, sebanyak 30% wanita dan 40% pria mengonsumsi *udon* lebih dari sekali dalam seminggu. (*Radio Japan Focus - No More Food Waste!*, 19 September 2013)

*Udon* yang diproduksi setiap tahunnya dengan jumlah yang sangat signifikan tersebut membuat penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh tentang *udon*. Oleh karena itu, penulis menggunakan film *Udon* karya sutradara Katsuyuki Motohiro sebagai sumber data untuk meneliti seperti apakah gambaran-gambaran yang menunjukkan *udon* sebagai *soul food* Jepang serta kaitannya dengan kajian *food and literary studies*, yakni bagaimana masyarakat Jepang membangun identitas budayanya melalui *udon* dan seperti apa reaksi masyarakat Jepang

terhadap *udon* yang tercermin dalam film tersebut dengan menggunakan kajian *food and literary studies*, konsep *soul food* dan *mise-en-scene*.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dibuatlah rumusan masalah sebagai berikut: “Bagaimanakah gambaran *udon* sebagai *soul food* Jepang yang tercermin dalam film *Udon* karya sutradara Katsuyuki Motohiro?”

## 1.3 Tujuan

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan *udon* sebagai *soul food* Jepang seperti yang tercermin dalam film *Udon* karya sutradara Katsuyuki Motohiro.

## 1.4 Metode Penelitian

Pada skripsi ini, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif analisis. Metode deskriptif analisis adalah metode yang dilakukan dengan cara mendeskripsikan fakta-fakta yang kemudian disusul dengan analisis (Ratna, 2012:53). Sebagaimana dengan namanya, deskripsi dan analisis secara etimologis memiliki arti menguraikan. Meskipun demikian, telah diberikan arti tambahan pada metode ini, yaitu tidak semata-mata menguraikan, melainkan juga memberikan pemahaman dan penjelesan secukupnya.

Langkah-langkah konkrit yang akan dilakukan penulis dalam penelitian ini antara lain adalah, yang pertama penulis akan mencari fakta *soul food* di Jepang,

khususnya terhadap *udon*. Kedua, penulis akan mencari fakta seperti apa kebiasaan masyarakat Jepang dalam mengonsumsi, kemudian penulis akan mengambil beberapa adegan dimana saat tokoh-tokoh mengonsumsi *udon* dan memasukkannya ke dalam segi kehidupan sehari-hari sebagai contoh gambaran *udon* sebagai *soul food* Jepang berdasarkan fakta yang ada dalam masyarakat Jepang.

### 1.5 Sistematika Penulisan

Susunan penulisan pada skripsi ini terdiri dari 4 bab, yaitu pada bab pertama dijelaskan tentang latar belakang penelitian yang berisi penjelasan umum mengenai pokok bahasan dari topik penelitian, dan disertakan pula rumusan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian yang digunakan, dan sistematika penulisan.

Kemudian bab 2, bab ini berisi tentang teori serta konsep yang digunakan penulis sebagai landasan untuk menganalisa data. Di antaranya akan dijelaskan kajian tentang *food and literary studies*, konsep *soul food* dan teori *mise en scene*. Disertakan pula gambaran umum dan sejarah *udon* di Jepang.

Pada bab 3 berisi sinopsis dari film *Udon*. Kemudian disusul dengan pembahasan yang dilakukan penulis untuk menjawab rumusan masalah pada Bab 1, yakni hal apakah yang membuktikan *udon* sebagai *soul food* Jepang serta seperti apa masyarakat Jepang membangun identitas budayanya melalui *udon*.

Pada bab terakhir, yakni bab 4 akan diberikan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan. Kemudian dilanjutkan dengan saran dari penulis untuk penelitian-penelitian selanjutnya.



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Pengantar

Untuk menganalisis karya sastra, dibutuhkan sebuah teori untuk membantu menganalisis agar tidak keluar dari topik yang ditentukan. Pada skripsi ini, penulis membahas tentang makanan dan menggunakan film *Udon* sebagai sumber data, karena itu penulis menggunakan konsep *soul food*, kajian *food and literary studies* dan *mise-en-scene* untuk membantu menganalisis karya sastra.

#### 2.2 *Food and Literary Studies*

Pada sebuah karya sastra terdapat unsur-unsur kebudayaan, salah satunya budaya kuliner. Kuliner atau makanan di dalam karya sastra memiliki makna tersendiri, entah sebagai bentuk fisik itu sendiri ataupun sebagai simbolik. Makanan tidak hanya sekedar makanan yang mengenyangkan perut dan mengandung nutrisi, tetapi makanan juga bagian dari budaya, makanan memiliki nilai filosofis dan merupakan bentuk ekspresi emosional. Selain itu, makanan juga memiliki fungsi sebagai sarana berkomunikasi. Aoyama (2008:11) mengatakan,

*“Food is essential, but it can also be seen as optional, superfluous, or extravagant. Food plays important roles in various types of rituals. It also serves as a means of communicating and acting out our religious, political, philosophical, and cultural views or of expressing a range of emotions.”*

Terjemahan:

“Makanan sangatlah penting, tetapi juga bisa dipandang sebagai opsional, berlebihan, atau luar biasa. Makanan memainkan peran penting dalam berbagai jenis ritual. Hal ini juga berfungsi sebagai sarana berkomunikasi dan berperan dalam keagamaan, pandangan politik, filsafat, dan budaya atau mengekspresikan berbagai emosi.”

Sedangkan menurut Eagleton dalam Aoyama (2008:11) menyatakan bahwa,

*“Food within literary texts, for literature, like food, is “endlessly interpretable”, and food, like literature, looks like an object but is actually a relationship.”*

Kesastraan layaknya makanan yang bisa diinterpretasikan, dan makanan seperti kesastraan, tampak seperti sebuah objek, tetapi sesungguhnya adalah sebuah hubungan. Jadi, makanan dan kesastraan memberikan interpretasi yang tak terbatas dan saling berhubungan.

Selama beberapa tahun, makanan telah mengumpulkan perhatian sebagai subyek penelitian budaya dan sastra. Sebuah studi yang ditujukan untuk makanan dalam bidang yang lebih besar dari studi etnis menimbulkan beberapa tantangan yang unik pada penelitian budaya. Di samping itu, minat yang berkembang pada makanan, terdapat kelangkaan dari kritik analisis terhadap film dan sastra tentang makanan yang menggerakkan keterlibatan kritik dari penggambaran analisis ke dalam bentuk tanya dan membahas tentang dimana makanan digunakan untuk menopang narasi tentang kepemilikan, kekerabatan, dan perbedaan pendapat.

Makanan di dalam karya sastra bisa jadi tidak hanya bersifat fisik, seperti saat tokoh-tokoh dalam karya sastra mengonsumsi makanan tetapi juga bersifat sosial kultural, yakni berhubungan langsung dengan segi sosial dan budaya.

Melalui makanan, tokoh dalam karya mengekspresikan serta mengkomunikasikan identitas budayanya. Mannur (2010:12) mengatakan,

*“This critical literature, published primarily since the 1990s, has emerged in the footsteps of liberal multiculturalist discourse that sees food as affirming ethnic and racial difference wherein the real import of food derives purely from its symbolic functions in expressing group or cultural identity.”*

Terjemahan:

“Kritik sastra yang diterbitkan sejak tahun 1990, telah muncul pada jejak wacana multikultural liberal yang melihat makanan sebagai penegasan perbedaan etnis dan ras dimana impor nyata makanan murni berasal dari fungsi simbolik makanan dalam mengekspresikan kelompok atau identitas budaya.”

Makanan di dalam karya sastra merupakan fungsi simbolik makanan sebagai bentuk ekspresi untuk membangun identitas kelompok atau identitas budaya.

Kittler dalam Polišenská (2011:28) mengatakan, *“Food together with eating habits is usually perceived in connection with religious beliefs and ethnic behaviours. It assures the cultural identity.”* Yakni, makanan yang disertai dengan

kebiasaan makan biasanya dianggap berkaitan dengan keagamaan dan perilaku etnis, yang pada akhirnya membentuk suatu identitas budaya. Sebagaimana Fajar (2013, para. 1) juga menjelaskan bahwa,

“Sastra dan kuliner berhubungan tidak hanya dalam hal yang bersifat material dan fisik, seperti bagaimana tokoh-tokoh dalam karya sastra mengonsumsi dan menikmati makanan, tetapi juga bersifat sosial kultural, yaitu bagaimana tokoh-tokoh tersebut mengonstruksi identitas budaya dan prinsip hidup mereka melalui makanan. Khazanah kuliner lokal, tradisional hingga modern, membangun citra tokoh dan lanskap kultural dalam karya sastra.”

Sedangkan Hall (1988:223) dalam artikelnya yang berjudul *Cultural Identity and Diaspora*, menafsirkan identitas budaya sebagai sebuah budaya milik bersama,

semacam 'aneka diri' (*selves*) yang dimiliki secara bersama-sama oleh orang-orang yang memiliki sejarah dan asal-usul yang sama.

Makanan di dalam karya sastra merupakan bentuk dari makanan itu sendiri, atau mungkin sebagai simbol. Makanan mengambil bagian sebagai unsur yang menentukan identitas manusia dan sebagai salah satu cara yang paling efektif untuk mengekspresikan dan mengkomunikasikan identitas tersebut. Fajar (2013, para. 2) mengatakan,

Dalam kajian sastra dan kuliner (*literary and culinary studies*), makanan dapat dilihat sebagai medium membangun karakterisasi tokoh. Identitas lokal dan nasional dari tokoh bisa digambarkan melalui kecenderungan melestarikan makanan berakar lokal dan nasional dengan cara memasak, menghadirkan, hingga menikmatinya. Namun, dalam karya sastra bertema urban dan metropolitan, berbagai jenis makanan *fast food* bisa menggambarkan gaya hidup tokoh-tokohnya sehingga citra tokoh menjadi modern dan kosmopolitan.

Pada kajian ini, makanan tak hanya dilihat atau dibaca sebagai makanan, tetapi juga dapat berfungsi sebagai kode, sistem tanda, identitas, atau untuk memperluas khazanah bacaan. Pada skripsi ini, penulis menggunakan film *Udon* sebagai sumber data dan fokus terhadap gambaran *udon* sebagai *soul food* Jepang, karena itu penulis menggunakan kajian *food and literary studies* untuk membantu menganalisis karya sastra.

### 2.3 Soul Food

*Soul food* merupakan sebuah istilah yang berasal dari orang-orang Afrika-Amerika yang tinggal di Amerika Serikat. Sebelumnya istilah "*soul food*" tidak umum digunakan hingga tahun 1960-an. Dengan munculnya hak-hak sipil dan

gerakan *Black Nationalism* selama tahun 1960-an, banyak orang Afrika-Amerika berusaha untuk mengklaim kembali bagiannya dari warisan budaya Amerika, seperti istilah "*soul brother*", "*soul sister*" dan "*soul music*". Sedangkan secara alamiah istilah "*soul food*" digunakan untuk menggambarkan jati diri orang-orang Afrika-Amerika melalui apa yang mereka makan. Miller dalam Porter (2013, para.

25) menjelaskan intisari dari *soul food* itu sendiri adalah sebagai berikut,

"*Soul food* adalah sebuah ikatan yang menyatukan. Kamu adalah apa yang kamu makan. Makanan adalah hal penting untuk sebuah identitas. Ada sesuatu yang datang bersamaan yaitu sepiring makanan yang memiliki sejarah yang menghubungkanmu dengan nenek moyangmu dan menghubungkanmu dengan orang – orang yang ada di meja pada saat itu."

Meskipun *soul food* diterapkan jauh kemudian, *soul food* berasal dari masakan rumahan di wilayah pedesaan Selatan Amerika dengan menggunakan bahan-bahan lokal dan bahan-bahan murah lainnya. Kemudian makanan ini dan teknik pembuatannya dibawa ke Utara oleh orang - orang Afrika-Amerika selama *great migration* dan dengan demikian menjadi budaya Afrika-Amerika. Banyaknya orang Afrika-Amerika yang dipekerjakan sebagai tukang masak di rumah tangga orang kulit putih dan di restoran, hal itu akhirnya mempengaruhi rasa makanan ke dalam masakan orang kulit putih. (<http://global.britannica.com>)

Pada umumnya, makanan *soul food* menggunakan bahan dari kacang-kacangan, sayuran hijau, tepung jagung, dan babi. Untuk banyak orang, semua itu hanya seperti deskripsi *southern food*. Jeffries dalam Lynn (para. 3) mengatakan, semua *soul food* adalah *southern food*, tetapi tidak semua *southern food* adalah '*soul*'. Masakan *soul food* adalah sebuah contoh betapa hebatnya orang Afrika-

Amerika memasak makanan dengan apa yang mereka miliki pada masa itu. *Soul food* berakar dalam perbudakan, yaitu ketika orang-orang Afrika-Amerika harus membuat makanan dengan bahan apa pun yang tersedia. Selama ratusan tahun berikutnya setelah perbudakan dihapuskan, kebanyakan orang Afrika-Amerika hidup dalam kemiskinan, sehingga resep makanan terus menggunakan bahan-bahan yang lebih murah.

Dewasa ini, *soul food* mengalami pergeseran dikarenakan banyaknya restoran-restoran *fast food* atau restoran-restoran Asia yang didirikan dan semakin banyaknya vegetarian. Popularitas *soul food* telah berkurang karena meningkatnya kekhawatiran tentang makanan berlemak dan penurunan minat dalam identitas politik yang berhubungan dengan masakan. Berkurangnya populasi orang-orang Afrika-Amerika di pusat-pusat perkotaan dan lemahnya perekonomian tidak membantu bertahannya *soul food*. Akan tetapi, apa yang benar-benar membunuh *soul food* adalah keengganan keturunan pemilik restoran untuk mengambil alih bisnis keluarganya.

Semenjak orang Afrika-Amerika menyebut makanan tradisionalnya dengan *soul food*, banyak negara lain yang mengadopsi istilah tersebut, salah satunya adalah Jepang. Semenjak adanya restorasi Meiji yang dimulai pada tahun 1866, Jepang berusaha memasukkan kebudayaan Barat dalam kehidupan di Jepang demi upaya mengejar ketinggalannya dan kebudayaan-kebudayaan Barat yang telah masuk kemudian berkembang dalam Jepang. Makanan Jepang yang disebut-sebut sebagai *soul food* adalah *udon*, *ramen*, *kara-age*, *oden*, *korokke*, *okonomiyaki* dan *onigiri*. Hampir di seluruh Jepang terdapat toko yang menjual *udon*, namun hanya

beberapa kota yang memiliki spesialisasi seperti *Sanuki Udon*, *Hakata Udon*, *Inaniwa Udon* dan *Mizusawa Udon*.

Di Jepang, setiap tahunnya diadakan expo tentang *udon*, seperti Udon Expo dan Udon Summit yang diikuti oleh toko – toko *udon* dari seluruh Jepang. Bahkan, sebuah toko *udon* yang berasal dari Sanuki mengadakan *workshop* di beberapa kota di Australia dan menyebut *udon* sebagai “*The Soul Food of Japan*”. (<http://news.mynavi.jp>, <http://www.plumgrove.com.au>)

#### 2.4 Udon

*Udon* menurut Ehara dalam Cwiertka (2006:163) adalah “*a traditional Japanese food and carbohydrate that stands on its own as a complete meal when served in a broth with additional ingredients.*”. Sedangkan definisi *udon* menurut *Informative Japanese Dictionary* adalah,

「小麦粉を水でこねて薄くのばし、細長く切ったもの。」  
*komugi wo mizu de konete usuku no bashi, hosonagaku kitta mono*: sesuatu yang dihasilkan dari adonan tepung dan air kemudian dipotong tipis memanjang dan membentang.

Sejarah menyebutkan bahwa *udon* dibawa dari Cina oleh seorang pendeta Buddha yang bernama Kukai. Pada awal abad ke-9, Kukai pergi ke Cina untuk belajar. Di Cina, mie yang terbuat dari tepung dan berbentuk tebal disebut *cū miàn* (粗麵). Mie tersebut memiliki diameter 2 hingga 3 cm, bentuk mie-nya datar dan ditambahkan sup *miso*. Di Cina, mie *udon* disebut dengan *wūdōngmiàn* (烏冬麵) atau *wūdōng* (烏冬). Sanuki, dimana lokasi pada film *Udon* ini, mengklaim

bahwa *Sanuki* yang pertama kali mengadopsi mie *udon* dari *Kukai*.

(<http://foodimentary.com/2012/03/30/a-history-of-udon/>).

*Udon* merupakan makanan nasional Jepang, karena ada hampir di seluruh wilayah Jepang. *Udon* juga selalu ada dalam daftar menu di *family restaurant* maupun *izakaya* di Jepang. Di beberapa stasiun-stasiun yang sibuk, juga terdapat kedai *udon* dimana pelayanannya begitu cepat seperti saat membeli makanan dari mesin penjual otomatis, sedangkan pembelinya menikmati *udon* tersebut sambil berdiri di depan *counter*. Penyajiannya yang cepat serta harganya yang sangat murah, membuat *udon* sangat digemari masyarakat Jepang.

Selain itu, terdapat beberapa spesialisasi terhadap *udon* di Jepang karena memiliki ciri khas tersendiri, seperti *Sanuki Udon*, *Hakata Udon*, *Inaniwa Udon*, *Mizusawa Udon* dan lain-lain. *Sanuki Udon* yang berada di Prefektur Kagawa memiliki ciri khas berupa bentuknya yang lebar, tebal dan bertekstur kenyal, sedangkan untuk *Hakata Udon* Prefektur Fukuoka, teksturnya mie-nya cenderung lebih lembut. Untuk *Inaniwa Udon* Prefektur Akita, bentuknya cenderung lebih kecil, tipis dan bertekstur lembut. Sedangkan untuk *Mizusawa Udon* Prefektur Gunma, ciri khasnya terletak pada penyajian, yakni mie-nya dihidangkan bersama-sama dengan *soy based dipping* atau *sesame dipping sauce*. Untuk soal harga, harga semangkok *udon* disesuaikan dengan *topping*-nya, yakni dari 100 *yen* hingga 1500 *yen*. (<http://www.japan-guide.com/r/e105.html>)

Pada film *Udon* yang penulis jadikan sebagai sumber data dalam skripsi ini, hanya fokus terhadap satu spesialisasi *udon* saja, yakni *Sanuki Udon* dari Prefektur Kagawa sebagai bentuk perwakilan bahwa *udon* merupakan *soul food*

Jepang. Di Prefektur Kagawa yang luasnya hanya 1.862 km<sup>2</sup> dan berjumlah penduduk tidak sampai satu juta, yakni 999.513 (1 Februari 2010), terdapat 800 lebih toko *udon*. Dengan populasi sebanyak itu, itu artinya 1 toko *udon* melayani 1000 orang. (<http://gyw.japan-photocontest.jp>, <http://www.my-kagawa.jp/eg/basic.html>)

Penunjukan khusus " *Sanuki Udon* " tidaklah terlalu lama, pada tahun 1960-an Sanuki mulai mengiklankan *udon* sebagai mie khusus dari Prefektur Kagawa.

Di Prefektur Kagawa, mie *udon* sangatlah disukai. Hampir dalam seminggu masyarakat Prefektur Kagawa mengonsumsi *udon* lebih dari sekali, entah itu di restoran ataupun di rumah. Ini sangatlah unik dalam kehidupan warga, karena 230 bola *udon* dikonsumsi per kapita setiap tahunnya dan telah menjadi tempat pertama di Jepang. Dengan membandingkan total produksi mie di Jepang, Prefektur Kagawa memproduksi 60.660 ton pada saat tahun 2006, jauh lebih tinggi dibandingkan dengan Prefektur Saitama yang memproduksi 19.827 ton di posisi kedua. (<http://udon.mu/sanuki>)

Melalui penjelasan di atas, maka sesuai dengan definisi *udon* menurut *digital daijisen* dan *daijirin daisanpan* yaitu masakan spesifik pada daerah tertentu atau masakan daerah yang populer di area tersebut dan suatu bahan makanan yang tidak bisa dilewatkan dalam makanan sehari-hari oleh suatu wilayah tertentu atau individual, maka *udon* layak disebut sebagai *soul food*

Jepang dikarenakan *udon* merupakan makanan nasional Jepang yang ada dimana-mana dan karena pembuatannya yang sederhana, penyajiannya yang cepat serta

harganya yang sangat murah membuat masyarakat Jepang mengonsumsi *udon* hampir setiap hari.

## 2.5 Teori *Mise-En-Scene* dan Sinematografi

### 2.5.1 *Mise en scene*

Salah satu teori yang dapat digunakan untuk membahas film adalah teori *mise-en-scene*. *Mise-en-scene* berasal dari Perancis, yang berarti “*what is put into the scene*” (*put before the camera*), yakni menunjuk kepada segala sesuatu yang berhubungan dengan sinematografi dan posisi kamera, pergerakan kamera, dan *editing*. Dalam sebuah film, unsur *mise en scene* tidak dapat berdiri sendiri melainkan berkaitan erat dengan unsur sinematik lainnya, yaitu sinematografi dan suara. Terdapat beberapa elemen utama dalam *Mise-en-scene* (Pratista, 2008:61-84), antara lain:

#### 1. *Setting*

*Setting* adalah seluruh latar bersama segala propertinya. *Setting* dalam sebuah film umumnya dibuat senyata mungkin dengan konteks ceritanya.

#### 2. Kostum dan tata rias wajah

Kostum adalah segala sesuatu yang dikenakan pemain bersama seluruh aksesorisnya seperti topi, perhiasan, jam tangan, kacamata, sepatu, tongkat, dan sebagainya. Kostum adalah aspek yang paling mudah untuk menentukan periode/waktu serta wilayah atau ruang. Beberapa fungsi kostum menurut Pratista antara lain:

a) Penunjuk ruang dan waktu

Kostum adalah aspek yang paling mudah untuk menentukan periode atau waktu serta wilayah dan ruang pada sebuah adegan.

b) Penunjuk status sosial

Kostum juga dapat menentukan kelas atau status sosial para pelaku cerita.

### 3. Pencerahan

Tanpa cahaya, sebuah benda tidak akan memiliki wujud. Tanpa cahaya sebuah film tidak akan terwujud. Tata cahaya dalam film secara umum dapat dikelompokkan menjadi empat unsur yakni, kualitas, arah, sumber, serta warna cahaya.

### 4. Para pemain dan pergerakannya (akting)

Seperti telah kita ketahui karakter merupakan pelaku cerita yang memotivasi naratif dan selalu bergerak dalam melakukan sebuah aksi. Salah satu kunci utama untuk menentukan keberhasilan sebuah film adalah performa seorang pemain (akting). Penampilan seorang aktor dalam film secara umum dapat dibagi dua yakni, *visual* dan *audio*. Secara visual menyangkut aspek fisik yakni, gerak tubuh (*gesture*), serta ekspresi wajah.

Dalam *mise en scene* terdapat unsur dimensi jarak kamera. Unsur tersebut termasuk dalam aspek sinematografi, sehingga kurang apabila penulis hanya menggunakan *mise en scene* karena dimensi jarak kamera juga mempengaruhi akting pemain, pengambilan *close-up* mampu memperlihatkan ekspresi wajah sementara pengambilan *long shot* mampu memperlihatkan gerak tubuh.

Dalam menganalisa film Udon, penulis menggunakan unsur *sets*, yang dalam hal ini adalah setting. *Setting* (latar) adalah lokasi atau konstruksi dimana sebuah adegan difilmkan. Dengan kata lain, latar adalah keterangan yang berkaitan dengan waktu, ruang, dan suasana terjadinya peristiwa dalam cerita.

Latar meliputi penggambaran letak geografis (termasuk topografi, pemandangan, perlengkapan, ruang), pekerjaan atau kesibukan tokoh, waktu berlakunya kejadian, musim, lingkungan agama, moral, intelektual, sosial, dan emosional tokoh.

### 2.5.2 Sinematografi

Dalam sebuah film, tampilan gambar dalam tiap-tiap adegan merupakan sesuatu yang mutlak harus ada. Dalam hal ini, komponen tersebut sering disebut dengan sistem sinematografi. Sinematografi adalah tentang bagaimana merekam unsur-unsur visual sebuah film ke dalam seluloid ataupun video. Dalam sinematografi jarak kamera, terdapat tujuh jenis dimensi jarak kamera terhadap objek (Pratista 2008: 105-106), antara lain:

1. *Extreme Long Shot* (ELS)

Shot ini digunakan apabila seseorang ingin mengambil gambar yang sangat jauh, panjang, luas, dan berdimensi lebar.

2. *Long Shot* (LS)

Shot ini bisa berupa gambar manusia seutuhnya dari ujung rambut hingga ujung sepatu.

3. *Medium Long Shot* (MLS)

Bagi sutradara televisi, shot ini seringkali dipakai untuk memperkaya keindahan gambar. Dari posisi LS di zoom sehingga gambar menjadi lebih padat.

#### 4. *Medium Shot* (MS)

Shot ini digunakan sebagai komposisi gambar terbaik untuk syuting wawancara. Shot ini juga memperlihatkan subyek dari tangan sampai kepala.

#### 5. *Middle Close Up* (MCU)

Shot ini dapat dikategorikan sebagai potret setengah badan yang memperlihatkan subyek dari perut sampai atas kepala.

#### 6. *Close Up* (CU)

Shot ini merupakan komposisi gambar yang paling populer dan *useful*. Biasanya memperlihatkan subyek dari leher sampai ujung batas kepala.

#### 7. *Extreme Close Up* (ECU)

Kekuatan ECU adalah pola kedekatan dan ketajaman yang hanya fokus ada satu objek.

### 2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mengetahui keaslian sebuah karya ilmiah dan merupakan titik tolak sebuah penelitian. Oleh karena itu, pencarian terhadap penelitian terdahulu sangat penting untuk menghindari adanya penelitian yang serupa. Untuk menulis skripsi ini penulis menggunakan skripsi milik Hamdan Nafiatur Rosyida dengan judul “Pengaruh Modernisasi terhadap Budaya Kuliner Tradisional Jepang Dalam Film *Osen* Karya Kikuchi Shoota” tahun 2012 dari Universitas Brawijaya sebagai referensi. Skripsi tersebut membahas pengaruh-pengaruh modernisasi terhadap kuliner tradisional Jepang yang tergambar dalam drama tersebut. Sedangkan penulis menggunakan film yang

berbeda tetapi objek yang sama yakni kuliner dan membahas gambaran *udon* sebagai *soul food* Jepang dalam film tersebut dengan menggunakan kajian *food and literary studies*.

Selain itu, penulis juga menggunakan skripsi dari Zuzana Poliřenská dengan judul “*Symbolic Function of Food in Contemporary Women’s Literature*” tahun 2011 dari Masaryk University. Skripsi tersebut membahas tentang fungsi simbol-simbol pada makanan di karya sastra wanita kontemporer, dimana melalui makanan dapat dilihat peraturan tradisional serta kebiasaan makan suatu tokoh, makanan dapat membangkitkan kenangan, melalui makanan tokoh membangun identitas budayanya, dan lain-lain. Hal yang membedakan skripsi penulis dengan skripsi milik Poliřenská adalah Poliřenská menggunakan karya sastra-karya sastra yang dibuat oleh perempuan sebagai sumber data, sedangkan penulis menggunakan film *Udon* sebagai sumber data.

## BAB III

### TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab 3 ini, penulis akan menganalisis gambaran *udon* sebagai *soul food* Jepang yang tercermin dalam film *Udon* dengan menggunakan kajian *food and literary studies*. Pertama, peneliti akan menganalisis konsep *soul food* yang terdapat dalam film *Udon*. Kemudian dari analisis konsep tersebut akan digunakan sebagai dasar untuk menjabarkan seperti apa gambaran *udon* sebagai *soul food* Jepang yang terdapat dalam film *Udon*. Namun sebelum masuk ke analisis, penulis akan memberikan sinopsis dari film *Udon* terlebih dahulu dengan tujuan untuk memberikan gambaran secara umum isi dari cerita film tersebut.

#### 3.1 Sinopsis Film Udon

Film *Udon* diproduksi pada tahun 2006 dan disutradarai oleh Katsuyuki Motohiro. Film yang bergenre drama komedi dan berdurasi dua jam lima belas menit ini memiliki rating 6,8 di IMDb. Film ini menceritakan tentang Kosuke Matsui yang menghabiskan waktunya selama enam tahun untuk menjadi *English stand-up comedian* di New York, namun Kosuke mengalami kegagalan dan memutuskan untuk pulang ke kampung halamannya, ke kota kecil Sanuki, Prefektur Kagawa. Sanuki juga dikenal sebagai "Kota *Udon*" karena terdapat banyak toko *udon* di kota tersebut. Alasan lain kenapa Kosuke meninggalkan rumahnya adalah karena enggan mewarisi bisnis *udon* keluarganya.

Kembalinya Kosuke ke rumah tak membuat ayahnya senang. Hingga pada suatu hari, mobil yang dikendarai Kosuke mogok di tengah hutan, dan pada saat itulah dia bertemu dengan Kyoko, seorang penulis di perusahaan majalah kota setempat. Namun tiba-tiba muncul seekor beruang dan menyebabkan Kosuke dan Kyoko terjebak di dasar tebing. Akan tetapi, hal itu mempertemukan mereka dengan sebuah toko *udon* terbaik di Sanuki.

Untuk membayar hutang-hutangnya, Kosuke bekerja menjadi penulis di perusahaan majalah kota setempat, tempat di mana Kyoko bekerja. Akan tetapi, penjualan majalah tersebut mengalami penurunan. Hingga akhirnya Kosuke menyadari bahwa tidak ada majalah yang meliput tentang toko *udon*. Dengan bantuan dari rekan-rekan dan teman masa kecilnya, Kosuke pun memulai petualangan ke dalam kuliner Jepang yang merupakan salah satu *soul food* Jepang itu, yaitu *udon*, dan mulai menulis tentang toko-toko *udon* di Sanuki. Kosuke dan kawan-kawannya pun mulai menulis dari toko *udon* yang pertama kali mereka kunjungi.

Majalah tersebut menjadi *food guide* bagi pecinta *udon* karena menunjukkan alamat serta *rating* untuk masing-masing toko. Majalah tersebut menjadi terkenal dan penjualannya berjalan dengan baik. Hal itu memicu kepopuleran Sanuki *udon* dan menarik perhatian orang-orang dari seluruh Jepang. Ratusan orang muncul di toko *udon* hanya untuk mencoba hidangan *udon*. Namun seiring berjalannya waktu kepopuleran *udon* memudar, Kosuke dan kawan-kawannya pun ditantang untuk menemukan toko-toko *udon* baru yang belum pernah mereka wawancarai.

Kosuke pun akhirnya menyadari bahwa dirinya harus menghadapi hubungannya yang rusak dengan ayahnya.

Kosuke telah pergi ke begitu banyak toko *udon* tapi tidak pernah mewawancarai ayahnya. Dia terlalu gengsi untuk mengajukan pertanyaan kepada ahlinya, yakni ayahnya sendiri. Hingga pada akhirnya ayahnya meninggal dunia karena serangan jantung, Kosuke baru menyadari betapa penting ayahnya. Kosuke pun mulai belajar bagaimana membuat *udon* dari awal untuk membuka kembali toko *udon* milik ayahnya. Kosuke menyadari bahwa membuat *udon* tidak semudah yang dipikirkannya selama ini dan merasa menyesal karena tidak mempelajari *skill* dari ayahnya. Dengan bantuan dari Kyoko, kakak ipar serta teman-temannya, Kosuke akhirnya menemukan kembali cita rasa *Udon Matsui*. Hingga pada akhirnya Kosuke menemukan keindahan dan mengembalikan kemuliaan toko *udon* tua milik ayahnya tersebut.

### 3.2 Analisis Gambaran *Udon* Sebagai *Soul Food* Jepang

Seperti yang penulis jelaskan pada bab 2, *soul food* merupakan sebuah istilah yang berasal dari orang Afrika-Amerika. Istilah itu muncul pada masa perbudakan yang terjadi pada tahun 1960-an di Amerika Serikat. Secara harfiah, *soul food* memiliki arti makanan jiwa atau makanan favorit dari hati (*soul*).

Sedangkan secara alamiah, istilah *soul food* digunakan untuk menggambarkan jati diri mereka melalui apa yang mereka makan.

Peristiwa Jepang membuka diri terhadap dunia Barat atau yang biasa dikenal dengan peristiwa Restorasi Meiji, hal tersebut menjadi langkah pertama bagi Jepang untuk menuju ke zaman modern. Jepang menyadari akibat politik

isolasi yang telah berlangsung lama, sehingga berusaha memasukkan kebudayaan Barat dengan tergesa-gesa dan kemudian berkembang dalam negara Jepang (Asoo, 1983:154-155). Salah satu budaya yang berkembang adalah pengadopsian istilah “*Soul Food*” untuk menyebut beberapa makanan tradisional Jepang. Salah satu makanan tradisional Jepang yang disebut sebagai *soul food* Jepang adalah *udon*.

Deskripsi *soul food* menurut *digital daijisen* (デジタル大辞泉) pada butir kedua adalah masakan spesifik pada daerah tertentu atau masakan daerah yang populer di area tersebut. Sedangkan deskripsi menurut *daijirin daisanpan* (大辞林 第三版) pada butir kedua, *soul food* adalah suatu bahan makanan yang tidak bisa dilewatkan dalam makanan sehari-hari oleh suatu wilayah tertentu atau individual.

Melalui deskripsi tersebut maka *udon* layak disebut sebagai *soul food* Jepang, dikarenakan *udon* adalah makanan yang populer di Jepang. Bahkan terdapat beberapa penunjukan khusus terhadap mie *udon* di Jepang, seperti *Sanuki Udon*, *Hakata Udon*, *Mizusawa Udon* dan *Inaniwa Udon*. Penunjukan khusus tersebut diasumsikan karena masing-masing *udon* memiliki ciri khas tersendiri.

Misal di Sanuki, mie *udon*-nya berbentuk lebar, tebal dan bertekstur kenyal, sedangkan di Hakata cenderung bertekstur lembut.

Oleh karena itu, pada skripsi ini penulis meneliti gambaran-gambaran apa saja yang menunjukkan *udon* sebagai *soul food* Jepang serta kaitannya dengan kajian *food and literary studies* yang tercermin dalam film *Udon* karya sutradara Katsuyuki Motohiro. Untuk membantu penganalisisan agar tidak keluar dari topik yang ditentukan penulis menggunakan kajian *food and literary studies*. Sebagaimana Aoyama (2008:11) mengatakan,

*“Food is essential, but it can also be seen as optional, superfluous, or extravagant. Food plays important roles in various types of rituals. It also serves as a means of communicating and acting out our religious, political, philosophical, and cultural views or of expressing a range of emotions.”*

Melalui teori tersebut, maka bisa disimpulkan bahwa makanan memiliki peran yang bervariasi selain sebagai hidangan untuk dimakan, makanan juga berperan dalam media komunikasi, ritual agama, pandangan politik, filsafat dan budaya, juga untuk mengekspresikan emosi. Selain itu, makanan juga berfungsi sebagai identitas budaya ataupun untuk mengekspresikan identitas kelompok. Mannur (2010:12) mengatakan,

*“This critical literature, published primarily since the 1990s, has emerged in the footsteps of liberal multiculturalist discourse that sees food as affirming ethnic and racial difference wherein the real import of food derives purely from its symbolic functions in expressing group or cultural identity.”*

Teori tersebut kemudian diperjelas kembali oleh Fajar (2013, para 1), bahwa sastra dan kuliner tidak hanya dalam hal yang bersifat material dan fisik, seperti bagaimana tokoh-tokoh dalam karya sastra mengonsumsi dan menikmati makanan, tetapi juga bersifat sosial kultural, yaitu bagaimana tokoh-tokoh tersebut mengonstruksi identitas budaya dan prinsip hidup mereka melalui makanan. Melalui *udon* masyarakat Jepang menemukan, membangun serta menunjukkan jati diri mereka, sesuai dengan makna *soul food* itu sendiri, yaitu untuk menggambarkan jati diri mereka melalui apa yang mereka makan.

### 3.2.1 *Udon* Merupakan *Soul Food* Jepang

*Soul food* adalah sebuah istilah yang berasal dari orang Afrika-Amerika untuk menyebut makanan tradisional mereka yang muncul pada masa perbudakan di Amerika Serikat, yakni pada tahun 1960-an. Kata “*soul*” sering digunakan untuk menyebut hal-hal yang berkaitan dengan budaya orang Afrika-Amerika, seperti *soul music*, *soul brother* dan *soul sister*. Sedangkan dalam lingkup Jepang sendiri, penulis mengambil pengertian *soul food* dari デジタル大辞泉 (*digital daijisen*) dan 大辞林 第三版 (*daijirin daisenpan*). Dalam film *Udon*, dikatakan bahwa *udon* merupakan salah satu *soul food* Jepang.

Data 1 menit ke 05:08



Gambar 3.1 Ucapan Selamat Datang di Kota Sanuki

#### Analisis

Pada gambar di atas, nampak sebuah papan selamat datang di Kota Sanuki.

Ucapan selamat datang yang tertera di papan tersebut berbunyi, 「ようこそ うどんの国 さぬき」 “*Youkoso Udon no Kuni Sanuki*” atau yang jika diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia menjadi “Selamat Datang di Negeri Udon Sanuki”. Kemudian, pada sebelah kiri kata 「ようこそ」 terdapat

simbol/gambar sebuah mangkok *udon* dengan sumpitnya. Hal tersebut mempertegas bahwa Sanuki adalah kota *udon*. Selain itu, ada penunjukan khusus terhadap *udon* di Sanuki, dimana masyarakat Jepang biasa menyebutnya “*Sanuki Udon*”. Hal tersebut dikarenakan *Sanuki Udon* merupakan spesialisasi karena memiliki ciri khas tersendiri, yaitu berbentuk lebar dan tebal, serta bertekstur kenyal.

Melalui *statement* pada gambar di atas, Sanuki, Prefektur Kagawa, menyatakan bahwa Sanuki memproduksi serta menyediakan *udon* dengan cita rasa khusus dan *udon* merupakan makanan populer di daerah tersebut. Di Prefektur Kagawa yang luasnya hanya 1.862 km<sup>2</sup> dan berjumlah penduduk tidak sampai satu juta, yakni 999.513 (1 Februari 2010), terdapat 800 lebih toko *udon*. Prefektur Kagawa menempati urutan pertama di Jepang dalam memproduksi *udon*, yakni 60.660 ton (tahun 2006). Hal itu membuktikan bahwa *udon* adalah makanan yang populer di Prefektur Kagawa, sesuai dengan deskripsi *soul food* menurut *digital daijisen*, yakni masakan daerah yang populer di area tersebut. *Sanuki Udon* merupakan pencerminan semata sebagai perwakilan dari *udon-udon* di seluruh Jepang. Selain itu, agar bisa dinikmati oleh seluruh masyarakat Jepang serta mempermudah akses perjalanan pencinta *Sanuki Udon*, toko *udon* yang berasal dari Sanuki, yakni *Hanamaru Udon* dan *Marugame Udon*, telah membuka ratusan cabang di seluruh wilayah Jepang hingga ke luar negeri bahkan telah sampai di Indonesia. Oleh karena itu, layaklah jika dikatakan bahwa *udon* merupakan *soul food* Jepang.

Gambar 3.1 diambil dengan dimensi jarak kamera *long shot* kemudian bergerak menjadi *medium long shot*, sehingga awalnya menunjukkan *Seto Oohashi* atau Jembatan Besar Seto secara luas bergerak menjadi gambar yang lebih padat dan menunjukkan papan selamat datang di Kota Sanuki. Hal tersebut memberikan kesan kepada penonton sebagai ucapan selamat datang dan di sinilah cerita dari film akan dimulai. Pencahayaan pada gambar 3.1 menunjukkan latar waktu adegan tersebut, yaitu siang hari. Lokasi adegan tersebut terjadi di Kota Sanuki tepat di bawah *Seto Oohashi*, yaitu jembatan yang menghubungkan Prefektur Okayama dan Kagawa serta menghubungkan 5 pulau kecil di Laut Pedalaman Seto.

Data 2 menit ke 33:22 – 33:25



Gambar 3.2 Kosuke mendeskripsikan *udon Sanuki*.

### Analisis

Pada gambar pertama, merupakan adegan saat Kosuke dan Kyoko mengunjungi sebuah toko *udon*. Saat Kosuke dan Kyoko hendak memesan *udon*, pemilik toko menyuruh untuk membawa mangkok sendiri. Akan tetapi, sejak petualangan Kosuke untuk mencicipi *udon* yang ada di Prefektur Kagawa dimulai, Kosuke telah siap sedia dengan selalu membawa sekeranjang

perlengkapan makan untuk menikmati *udon*. Pada saat pemilik *udon* menuangkan mie *udon* ke mangkok, Kosuke dan Kyoko terpukau akan cahaya yang keluar dari *udon*. Mereka pun memuji, 「つやつやした！」 atau yang jika diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia menjadi, “Wah, berkilauan!”.

Kemudian gambar kedua, gambar tersebut merupakan adegan saat Kosuke menikmati *udon* dan mengatakan bahwa tekstur *udon* sangat kenyal. Hal itu merupakan bentuk spesifikasi *udon sanuki* karena berbeda dengan *udon* di wilayah Jepang lainnya, Hakata misalnya. Di Hakata, tekstur mie *udon*-nya berkebalikan dengan tekstur mie *Sanuki Udon*, yaitu cenderung bertekstur lembut.

(<http://fukuoka-now.com/feature/hakata-culture-template-udon-a-hakata-original/>)

Gambar 3.2 membuktikan bahwa *udon Sanuki* layak disebut sebagai *soul food* Jepang dikarenakan hal tersebut sesuai dengan deskripsi *soul food* menurut *digital daijisen* pada butir kedua, yaitu masakan spesifik pada daerah tertentu.

Selain itu dalam segi pelayanan, *udon* di Prefektur Kagawa memiliki ciri-ciri pelayanan yang cepat, cita rasa yang lezat dan harga yang murah. Hal tersebut membuat *udon* di Prefektur Kagawa sangat digemari. Tidak heran jika banyak ditemukan antrian panjang orang-orang yang berbaris rapi di depan sebuah toko *udon* di siang hari. Di akhir pekan pada saat makan siang, sekitar pukul 12:00 hingga 12:45, banyak orang yang berbaris rapi untuk mengantri di depan toko *udon* di Sanuki. (<http://fourier.ec.kagawa-u.ac.jp/~tetsuta/udon-e.html>)

Pada gambar pertama, terdapat dua sudut pandang kamera. Gambar pertama dengan adegan Kosuke dan Kyoko membawa semangkok *udon*, diambil dengan dimensi jarak kamera *middle close up*. Sedangkan, gambar sebelahnya

dimana Kosuke menyiramkan *shouyu* ke *udon* milik Kyoko, diambil dengan dimensi jarak kamera *extreme close up* yakni hanya fokus pada satu objek saja, yaitu *udon*. Pada gambar kedua, yakni cuplikan adegan saat Kosuke dan Kyoko menikmati *udon*, adegan tersebut diambil dengan jarak kamera *long shot*. Gambar diperluas dengan memperlihatkan tokoh Kosuke dan Kyoko serta bangunan toko *udon*.

Gambar 3.2, diambil di depan sebuah toko *udon*. Pencahayaan pada gambar tersebut agak redup dikarenakan cuaca pada saat itu agak mendung, tetapi dari pencahayaan tersebut dapat diketahui jika waktu terjadinya adegan itu adalah siang hari. Waktu dimana orang-orang berdatangan untuk menikmati *udon* adalah siang hari.

**Data 3 menit ke 06:30**



**Gambar 3.3 Tetangga Kosuke yang hampir setiap hari makan *udon* di rumahnya.**

### **Analisis**

Gambar di atas merupakan adegan detik-detik saat Kosuke akan pulang ke rumahnya. Nampak kakak ipar Kosuke dan beberapa tetangganya bercengkerama sambil menikmati *udon*. Hampir dalam setiap minggu, tetangga Kosuke datang ke

rumahnya untuk menikmati *udon*. Dengan begitu, *udon* telah menjadi makanan penting dalam pola makan mereka sehari-hari. Hal tersebut sesuai dengan pengertian *soul food* menurut *daijirin daisenpan*, yakni suatu bahan makanan yang tidak bisa dilewatkan dalam makanan sehari-hari oleh suatu wilayah tertentu.

Selain itu, di Prefektur Kagawa sendiri masyarakatnya sangat menyukai *udon*. Pada umumnya, nasi merupakan makanan pokok utama dalam pola makan sehari-hari di Jepang, tetapi di Kagawa *udon* sering dikonsumsi sebagai alternatif pengganti nasi. Dua orang narasumber di Radio Japan Focus yang disiarkan pada tanggal 19 September 2013 dengan topik “*No More Food Waste!*” mengatakan,

女性 : 「レストランだけでなく、家でも食べます。週に最低でも2回は食べます。うどんは簡単ですし、おいしいですし、お昼ごはんをどうしようか迷った時なんかにはちょうどいいです。」

男性 : 「物心がついた時から食べてますね。たぶん週に5回はたべてるんじゃないでしょうか。香川にとってうどんはソウルフードみたいなものですから。」 (*Radio Japan Focus - No More Food Waste!*, 19 September 2013)

*Jyosei* : *Resutoran dakedenaku, uchi de mo tabemasu. Shuu ni saitei demo ni-kai wa tabemasu. Udon wa kantan desushi, oishiidesushi, ohirugohan wo doushiyouka mayotta toki nanka ni choudo iidesu.*

*Dansei* : *Monogokoro ga tsuita toki kara tabetemasune. Tabun shuu ni go-kai wa tabeterun janaideshouka. Kagawa ni totte udon wa sourufudo mitaina monodesukara.*

### Terjemahan

Wanita : Tidak hanya di rumah, bahkan di rumahpun saya makan *udon*. Saya makan *udon* paling tidak dua kali dalam seminggu. *Udon* sangat mudah pembuatannya, juga enak, jika bingung mau makan apa untuk makan siang, *udon* adalah pilihan yang tepat.

Pria : Menurut ingatan saya, saya makan *udon*. Mungkin lima kali dalam seminggu. Karena di Kagawa *udon* semacam *soul food*.

Selanjutnya, menurut penelitian pihak berwenang dari Prefektur Kagawa pada tahun 2011, sebanyak 30% wanita dan 40% pria mengonsumsi *udon* lebih dari

sekali dalam seminggu (*Radio Japan Focus - No More Food Waste!*, 19 September 2013). Melalui pernyataan dua orang narasumber tersebut dan *survey* yang dilakukan pihak berwenang dari Prefektur Kagawa, maka jelaslah sudah bahwa *udon* adalah *soul food* Jepang, karena *udon* telah menjadi sebuah makanan yang tidak bisa dilewatkan dalam pola makan masyarakat Jepang sehari-hari.

Gambar 3.3 diambil dengan menggunakan dimensi jarak kamera *middle close up*, yaitu potret setengah badan yang memperlihatkan subyek dari perut sampai atas kepala. Pencahayaan pada cuplikan tersebut menunjukkan latar waktu sore hari, selain itu kakak ipar Kosuke yang baru datang sambil membawa sebuah tas di bahunya menandakan ia baru pulang kerja. Untuk latar tempat, adegan tersebut diambil di *Matsui Seimenjo*. Suasana pada saat itu tenang karena tidak begitu banyak tamu yang datang. Para tetangga Kosuke bercengkerama satu sama lain sambil menikmati *udon* dengan wajah yang ceria. Dari pakaian tokoh dan lingkungan pada cuplikan tersebut dapat diketahui kelas sosial para tokoh yaitu menengah ke bawah.

### 3.2.2 *Udon* Sebagai Sarana Berkomunikasi Di Meja Makan

Dalam film ini, terdapat adegan dimana *udon* sebagai sarana berkomunikasi di meja makan, yaitu ketika beberapa tokoh dalam film tersebut menikmati semangkok *udon* sambil bercengkerama.

Data 4 menit ke 06:26 - 07:53



**Gambar 3.4** Tetangga Kosuke berkumpul di rumahnya yang merupakan toko *udon*.

### Analisis

Pada gambar di atas, nampak kakak ipar dan beberapa tetangga Kosuke berkumpul di rumahnya menikmati semangkok *udon* sambil membicarakan kabar tentang Kosuke yang ada di New York. Gambar di atas merupakan adegan dimana saat-saat Kosuke datang ke rumahnya setelah selama 6 tahun pergi meninggalkan rumahnya. Teman masa kecil Kosuke melihatnya saat Kosuke turun dari bus dan diberitahukan kepada orang-orang yang ada di meja makan saat itu bahwa Kosuke telah pulang. Dengan tidak sengaja kakak ipar Kosuke juga melihat Kosuke yang mondar-mandir di depan rumah, ragu-ragu untuk masuk ke dalam rumahnya sendiri. Agar Kosuke tidak merasa canggung saat masuk ke rumahnya, kakak iparnya menyarankan ke para tetangga yang sedang makan itu untuk pura-pura tidak melihat Kosuke dan **berlaku seperti biasanya**.

Pada gambar pertama yang diambil dengan teknik pengambilan gambar *middle close up* dan gambar keempat yang diambil dengan teknik pengambilan gambar *long shot* tersebut, menunjukkan bahwa *udon* sebagai penghubung atau media komunikasi antar individu di meja makan, sebagaimana halnya dengan intisari dari *soul food* itu sendiri. Miller dalam Porter (2013, para 25) mengatakan, “...ada sesuatu yang datang bersamaan yaitu sepiring makanan yang memiliki sejarah yang menghubungkanmu dengan nenek moyangmu dan menghubungkanmu dengan orang-orang yang ada di meja pada saat itu”. *Udon* dalam adegan tersebut memiliki fungsi sebagai sarana berkomunikasi di meja makan, karena *udon* telah menjadi makanan yang tidak bisa dilewatkan dalam pola makan sehari-hari para tokoh. Seperti yang dikatakan oleh kakak ipar Kosuke, “...**mari berlaku seperti biasanya**”. Hal tersebut menyiratkan bahwa setiap harinya para tetangga Kosuke berkumpul di *Matsui Seimenjo* untuk menikmati *udon* sekaligus berkomunikasi seperti biasanya. Oleh karena itu, secara tidak langsung *udon* menjadi penghubung komunikasi di antara tokoh yang ada di meja saat itu..

Masyarakat Jepang pada umumnya lebih senang makan di luar. Masyarakat Jepang memiliki kebiasaan berkumpul dan makan bersama. Mereka makan karena mereka lapar, tetapi ada hal lain yang melatar belakangi untuk berkumpul dan makan, yaitu untuk memelihara hubungan yang terjalin di antara mereka. Ashkenazi dan Jacob (2000:212) mengatakan, “...*people are eating because they are hungry, but they are dining because they are establishing or maintaining social relations. Commensality is universal in all human societies. In Japanese Society it has taken a special localized colouration*”. Hal tersebut juga

berkaitan dengan intisari dari *soul food* yang telah penulis jelaskan sebelumnya, yakni, “...ada sesuatu yang datang bersamaan yaitu sepiring makanan yang memiliki sejarah yang menghubungkanmu dengan nenek moyangmu dan menghubungkanmu dengan orang-orang yang ada di meja pada saat itu”. Pada cuplikan ini, untuk menjaga hubungan sosial yang terjalin di antara individu yang satu dengan individu lainnya, para tokoh berkumpul di *Matsui Seimenjo* dan *udon* menjadi media komunikasi di antara mereka.

Hampir di seluruh Jepang, di setiap sudut jalan perkampungan terdapat toko *udon*. *Udon* yang harganya sangat murah serta terbuat dari bahan-bahan yang sederhana tersebut sangat digemari sehingga banyak masyarakat yang memilih untuk berkumpul dan makan di toko *udon*. Masyarakat yang berkumpul dan makan bersama tersebut mengakibatkan adanya beberapa obrolan di antara mereka sehingga terciptalah komunikasi untuk menjaga hubungan sosial yang terjalin di antara mereka.

Tokoh yang terlihat dalam adegan tersebut adalah kakak ipar Kosuke serta 5 orang tetangganya. Pencahayaan yang tergambar dari gambar di atas, dapat disimpulkan bahwa adegan tersebut terjadi di sore hari dan berlatar tempat di *Matsui Seimenjo*, rumah Kosuke. Kostum yang dikenakan oleh tokoh dalam adegan tersebut memperlihatkan profesi dan kelas sosial mereka, salah satunya adalah kakak ipar Kosuke, kakak ipar Kosuke adalah seorang karyawan karena memakai setelan seragam karyawan dan membawa tas di pundaknya. Kemudian teman masa kecil Kosuke memakai *suit* hitam, memakai sarung tangan putih dan memakai topi menunjukkan bahwa dirinya adalah seorang sopir taksi.

Pada gambar kedua yang diambil dengan dimensi jarak *middle close up* ini menunjukkan keterkejutan yang tersirat dari raut wajah para tetangga Kosuke saat salah satu tokoh bercerita bahwa dirinya telah melihat Kosuke di halte bus.

Kemudian pada gambar ketiga yang diambil dengan dimensi jarak *extreme long shot* tersebut, memperlihatkan aking Kosuke yang mondar-mandir di depan rumah menunjukkan bahwa dirinya mengalami keraguan serta beberapa petani yang berjalan pulang menuju rumah mereka menunjukkan latar waktu adegan tersebut.

### **3.2.3 Udon Sebagai Penjalin Hubungan Dengan Hal-hal Di Sekelilingnya (Sosial-Kultural)**

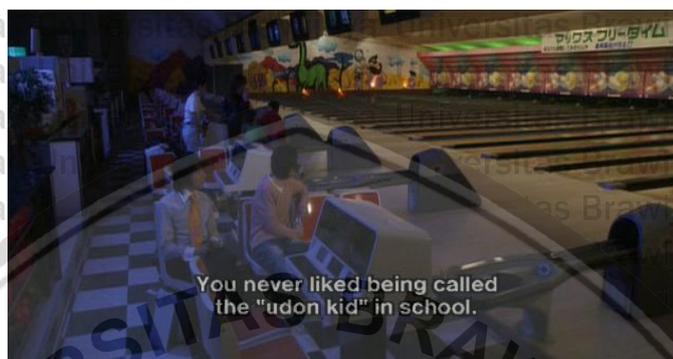
Makanan di dalam karya sastra tidak hanya bersifat fisik saja, seperti saat tokoh-tokoh dalam karya sastra mengonsumsi makanan. Akan tetapi makanan juga memiliki sifat sosial kultural, yaitu dimana tokoh-tokoh dalam karya sastra mengonstruksi identitas budaya dan prinsip hidup mereka melalui makanan.

#### **3.2.3.1 Udon Sebagai Identitas Budaya**

Sejak tahun 1990-an, muncul kritik sastra yang melihat makanan sebagai penegas etnis dan pembeda ras, dimana makanan dalam karya sastra difungsikan secara murni sebagai simbol dalam mengekspresikan kelompok atau identitas budaya. Hall (1989:223) dalam artikelnya yang berjudul *Cultural Identity and Diaspora*, menafsirkan identitas budaya sebagai sebuah budaya milik bersama, semacam 'aneka diri' (*selves*) yang dimiliki secara bersama-sama oleh orang-orang yang memiliki sejarah dan asal-usul yang sama. Makanan juga merupakan

identitas budaya, selain itu makanan juga bisa memberikan suatu identitas pada individu atau kelompok.

**Data 5 menit ke 19:52-19:57**



**Gambar 3.5** Sewaktu kecil Kosuke selalu dipanggil “anak *udon*”

鈴木庄介 : 香助、昔から「うどん屋の息子」っていわれて、いやな…

Sosuke Suzuki : *Kosuke, mukashi kara “udon-ya no musuko” tte iwarete, iyana...*

#### **Terjemahan**

Sosuke Suzuki : Dulu sewaktu kecil, kamu tidak pernah suka dipanggil "Anak *Udon*..."

#### **Analisis**

Gambar di atas merupakan adegan saat Kosuke berbincang-bincang dengan teman masa kecilnya, Sosuke, mengenai pekerjaan. Kemudian Sosuke menyinggung bukankah ini saatnya Kosuke mengambil alih bisnis *Udon Matsui* milik ayahnya dan Kosuke pun menjawab tidak mau. Jawaban tersebut mengingatkan Sosuke tentang masa kecilnya bersama Kosuke. Saat kecil dulu, Kosuke dijuluki dengan sebutan "anak *udon*" karena ayahnya yang penjual *udon*.

Adegan yang diambil dengan dimensi jarak *extreme long shot* ini, menunjukkan bahwa *udon* telah menjadi identitas tokoh. *Udon* berfungsi tidak

hanya sebagaimana mestinya makanan, tetapi juga berfungsi sebagai identitas.

Identitas menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2003:417) adalah ciri-ciri atau keadaan khusus seseorang; jati diri. Sedangkan secara harfiah identitas adalah ciri, tanda atau jati diri yang melekat pada seseorang, kelompok atau sesuatu sehingga membedakan dengan yang lain. Identitas tersebut berasal dari keadaan khusus seseorang atau jati diri dari faktor-faktor biologis, psikologis, dan sosiologis yang mendasari tingkah laku individu, kelompok atau benda. Keluarga Kosuke yang merupakan penjual *udon*, secara langsung memberikan ciri atau jati diri pada diri Kosuke sehingga membuat orang-orang disekitarnya memanggilnya “anak *udon*”.

Tokoh yang terlihat pada adegan tersebut adalah Kosuke, Sosuke dan beberapa *cameo* (pemeran pembantu) yang merupakan teman masa kecil Kosuke. Adegan tersebut berlatar tempat di arena *bowling* dan bersuasana santai. Adegan tersebut terjadi pada malam hari, karena pada adegan sebelumnya Kosuke pergi makan malam dengan teman-temannya. Pada adegan sebelumnya juga, dapat diketahui jenis pekerjaan Sosuke, yaitu seorang karyawan kantor. Sosuke mengenakan kemeja dan berdasi, dan dia memberikan *meshi* (kartu nama) ke Kosuke. Pada kartu nama tersebut tertera "*Sanuki Advertising*", perusahaan periklanan tempat Sosuke bekerja.

Data 6 menit ke 36:50 dan 47:39



Gambar 3.6 Tokoh *super hero* yang diciptakan oleh Kosuke.

## Analisis

Selain contoh pada gambar 3.5, gambar 3.6 juga menunjukkan bahwa *udon* berperan sebagai identitas. Gambar pertama merupakan adegan saat Kosuke membuka sebuah buku lamanya. Pada buku tersebut terdapat lukisannya tentang satu karakter *super hero* yang dinamainya 「キャプテン UDON」 atau “*Captain Udon*” yang ia lukis pada masa sekolah dulu. Dia mencari-cari buku tersebut setelah melihat ayahnya bekerja hingga larut malam pada malam sebelumnya. Kemudian saat Kosuke bekerja di sebuah majalah lokal, tokoh pahlawan tersebut direalisasikan menjadi sebuah *icon* untuk membantu penjualan majalah.

Pemilihan identitas tersebut dilatar belakangi oleh kehidupan Kosuke bersama keluarganya yang penjual *udon*, terutama karena faktor ayahnya. Ayahnya yang bekerja siang malam membuat *udon* dan mengantarkan pesanan *udon* tanpa kenal lelah, memberikan inspirasi baginya untuk menciptakan suatu tokoh pahlawan. Tokoh pahlawan tersebut kemudian dinamai dengan “*Captain Udon*”. *Captain Udon* merupakan cerminan dari ayahnya yang mendedikasikan seluruh hidupnya hanya untuk *udon*.

Gambar pertama diambil dengan dimensi jarak kamera *extreme close up*, yaitu potret yang pola kedekatan dan ketajaman hanya fokus pada satu objek.

Sedangkan pada gambar kedua diambil dengan jarak *middle close up*, yaitu potret setengah badan yang memperlihatkan subjek dari perut sampai kepala.

Pencahayaan serta suara burung-burung yang berkicau pada gambar pertama menunjukkan bahwa adegan tersebut terjadi pada pagi hari. Lokasi pada adegan

tersebut berada di gudang rumah Kosuke, karena di lokasi tersebut terdapat sebuah meja belajar tua dan beberapa tumpukan buku.

### 3.2.3.2 *Udon* Sebagai Prinsip Hidup Tokoh Takutomi Matsui

Selain sebagai identitas budaya dalam konteks makanan memiliki sifat sosial-kultural, makanan juga berfungsi sebagai prinsip hidup seseorang. Dimana pengertian prinsip menurut KBBI (2003:896) adalah asas, kebenaran yg menjadi pokok dasar berpikir, bertindak, atau dasar. Dengan kata lain prinsip adalah sesuatu yang menjadi dasar untuk berpikir dan bertindak.

Seperti pada kutipan bab 2, sastra dan kuliner berhubungan tidak hanya dalam hal yang bersifat material dan fisik saja, seperti bagaimana tokoh-tokoh dalam karya sastra mengonsumsi dan menikmati makanan, tetapi juga bersifat sosial kultural, dimana tokoh-tokoh tersebut mengonstruksi identitas budaya dan prinsip hidup mereka melalui makanan (Fajar: 2012, para 1). Melalui makanan, tokoh dalam karya sastra membangun dan mempertahankan identitas budaya serta prinsip hidup mereka. Hal tersebut tercermin dari beberapa adegan dalam film

*Udon* yang penulis temukan.

**Data 7 menit ke: 08:53–08:55**





**Gambar 3.7 Ayah Kosuke mengutip kembali ucapan Kosuke.**

- 松井拓富 : 何しに帰って来たや。  
 松井香助 : 何しにって、自分の内に帰ってのに理由も何もあるかよ。  
 松井拓富 : 「ここにはゆめなんかない。ただ うどん は あるだけや。」六年前お前理由したせりふや。  
 松井香助 : 言ったかもしれないけど...  
 松井拓富 : でも、とってやつに食わすうどんなんかない。

- Takutomi Matsui : *Nani shini kaette kitaya?*  
 Kosuke Matsui : *Nani shinitte, jibun no uchi ni kaette noni riyuumo nanimo arukayo?*  
 Takutomi Matsui : *“Kokoni wa yume nankanai. Tada udon wa aru dakeya.” Rokunen mae omae riyuushita serifuya.*  
 Kosuke Matsui : *Itta kamo shirenaikedo...*  
 Takutomi Matsui : *Demo, totte yatsuni kuwasu udon nankanai.*

### Terjemahan

- Takutomi Matsui : Kenapa kamu pulang?  
 Kosuke Matsui : Kenapa? Perlukah alasan untuk pulang ke rumahku sendiri?  
 Takutomi Matsui : **“Di sini tidak ada apapun, kecuali udon.”** Kata-katamu enam tahun yang lalu... (saat meninggalkan rumah)  
 Kosuke Matsui : Meskipun begitu...  
 Takutomi Matsui : **Tapi aku tidak punya udon untukmu.**

### Analisis

Gambar 3.7 di atas, merupakan adegan saat Kosuke pulang ke rumahnya.

Kosuke yang bercita-cita menjadi *stand-up comedian*, memutuskan untuk pergi meninggalkan rumahnya dan pergi ke New York. Kosuke enggan menjadi pewaris dan melanjutkan Kedai *Matsui*, dan lebih memilih mengejar cita-citanya untuk

menjadi seorang *comedian*. Demi cita-citanya tersebut Kosuke meninggalkan Sanuki beserta rumahnya yang sepi, jauh dari *modernisasi* dan yang hanya tertarik dengan *udon*. Takutomi, Ayah Kosuke, menyambutnya dengan mengutip kembali kalimat Kosuke enam tahun yang lalu saat dirinya memutuskan pergi dari rumahnya. Rumahnya tidak memiliki apapun untuk mendukung mimpi Kosuke, yang dimiliki rumah ini hanyalah *udon*.

Pada gambar 3.7 yang diambil dengan dimensi jarak kamera *close up* tersebut, melalui kutipan kalimat Kosuke yang diucapkannya enam tahun yang lalu menunjukkan bahwa meskipun *modernisasi* telah terjadi hampir di seluruh wilayah Jepang, Takutomi tetap mempertahankan identitas budayanya melalui *udon*. Selain itu, Takutomi juga mempertahankan harga diri serta martabatnya dengan mengatakan “Aku tidak punya *udon* untukmu.”. Hal tersebut mengungkapkan bahwa Takutomi hanya memiliki *udon* dan tidak mau memberikan harga diri serta martabatnya yang ada di semangkok *udon* untuk Kosuke yang secara tidak langsung telah menghina dirinya enam tahun yang lalu. Sampai akhir hayatnya, Takutomi mengabdikan terhadap salah satu *soul food* Jepang tersebut.

Melalui ketiga gambar tersebut, dapat dilihat bahwa adegan tersebut terjadi di sore hari saat Kosuke datang ke rumahnya. Tokoh yang terlibat dalam adegan tersebut adalah Kosuke dan Takutomi, ayahnya. Mimik muka yang ditunjukkan Takutomi pada gambar di atas menunjukkan ketegasan dan berpendirian teguh.

Suasana hangat saat kerabat Kosuke menyambutnya dengan ceria berubah

menjadi beku saat Takutomi tiba-tiba muncul dari dapur dan menyambut Kosuke dengan sindiran.

**Data 8 menit ke 57:13 – 57:23**



**Gambar 3.8 Takutomi tidak mau berbicara jika bukan masalah *udon*.**

松井香助 : なんだ親父これ??  
 松井拓富 : 働いてな...  
 松井香助 : なんで俺の借金親父が払っていたんだよ?!  
 松井拓富 : ここは仕事わよ。うどんに合えない話、外に出し。

Kosuke Matsui : *Nanda oyaji kore??*  
 Takutomi Matsui : *Hataraittena...*  
 Kosuke Matsui : *Nande ore no shakkin oyaji ga haratteitandayo?!*  
 Takutomi Matsui : *Koko wa shigotowayo. Udon ni aenai hanashi, soto ni dashi.*

#### **Terjemahan**

Kosuke Matsui : Apa ini, Ayah??  
 Takutomi Matsui : Aku sedang bekerja.  
 Kosuke Matsui : Kenapa Ayah membayar hutang-hutangku?!  
 Takutomi Matsui : Aku sedang bekerja. **Jika bukan masalah *udon*, keluar saja.**

#### **Analisis**

Pada gambar di atas, merupakan adegan di mana Kosuke mendapati Ayahnya telah membayar semua hutang-hutangnya. Kemudian Kosuke menghampiri Ayahnya yang sedang membuat *udon*, bermaksud untuk memprotes kenapa membayar hutang yang bukan hutangnya dan ikut campur urusan orang.

Ayah Kosuke pun menjawab jika bukan masalah *udon* dirinya tak mau diganggu.

Hal tersebut menunjukkan bahwa Takutomi menjadikan *udon* sebagai prinsip hidupnya. Dia mengabdikan seluruh waktunya hanya untuk *udon*, dan tak tertarik dengan hal lainnya. Perilaku Takutomi tersebut merupakan pencitraan bahwa Takutomi menunjukkan, mempertahankan serta mempertegas prinsip hidupnya melalui *udon*.

Gambar 3.8 diambil dengan dimensi jarak kamera *middle close up*, dan melalui pencahayaan yang agak redup menunjukkan latar waktu adegan tersebut terjadi pada sore hari. Untuk lokasi, cuplikan pada gambar di atas terjadi di dapur *Matsui Seimenjo*. Adegan tersebut bersuasana tegang yang nampak dari percakapan Takutomi dan Kosuke. Emosional tokoh Kosuke merupakan marah, hal tersebut tersirat dari cara bicaranya yang terkesan ngotot dan berbicara dengan suara yang lantang. Takutomi merupakan pembuat *udon*, hal itu tersirat dari aktifitas yang dilakukannya pada adegan tersebut yakni membuat adonan *udon* sebelum akhirnya dipotong-potong menjadi mie *udon*.

### 3.2.4 *Udon* Membawa Kenangan Masa Kecil Kosuke

Dalam lingkup isu multikultural, makanan juga berperan dalam mempengaruhi karakterisasi tokoh. Dimana saat tokoh yang memiliki latar belakang kehidupan modern dan berada dalam lingkungan yang memiliki bermacam-macam budaya menikmati suatu makanan, makanan tersebut bisa membangkitkan kenangan pada diri tokoh. Makanan biasa membangkitkan banyak hubungan dalam pikiran yang berbeda. Tidak hanya melalui indra penciuman dan indra pengecap yang bisa merasakan makanan, tetapi juga dapat

dirasakan melalui indera lainnya. Hal itu membantu untuk membangkitkan kesepakatan yang lebih besar pada diri tokoh, yaitu menjadi kenangan dan perasaan. Pencitraan makanan dalam karya sastra merupakan sumber penghubung yang akhirnya mengarah menjadi kenangan yang paling dalam bagi individu atau budaya. Hal tersebut terjadi pada diri Kosuke saat dirinya menikmati semangkok *udon* seperti yang tergambar pada adegan di bawah ini.

Data 9 menit ke 1:28:52 – 1:29:35



**Gambar 3.9 Kosuke memakan *udon* buatan mendiang Ayahnya.**

#### **Analisis**

Gambar di atas merupakan adegan saat Kosuke memakan *udon* dari adonan *udon* yang belum sempat diolah oleh Ayahnya yang telah meninggal dunia. Kosuke yang meninggalkan rumahnya selama enam tahun dan menetap di kota yang bermulti budaya, New York, memberikan pengaruh terhadap cita rasa

makanan yang dimakannya. Belum lagi konflik dengan ayahnya setelah Kosuke kembali ke rumahnya, sehingga Kosuke dilarang memakan *udon* buatan ayahnya.

Setelah ayahnya meninggal dunia, Kosuke mengolah kembali adonan *udon* yang belum sempat direbus oleh ayahnya kemudian memakannya. Cita rasa *udon* buatan ayahnya yang setelah sekian lama tidak pernah Kosuke rasakan lagi, membangkitkan emosinya sehingga munculah kenangan masa kecilnya saat dirinya ikut ayahnya mengantarkan pesanan *udon* yang nampak pada gambar kedua.

Pada gambar pertama yang diambil dengan jarak kamera *middle close up* tersebut nampak Kosuke sedang memakan *udon* buatan ayahnya yang tersisa. Kemudian pada gambar kedua yang diambil dengan jarak kamera *long shot* tersebut merupakan bayangan akan kenangan masa kecilnya akibat dari memakan *udon* buatan ayahnya yang telah lama tidak dirasakannya. Lalu pada gambar ketiga yang diambil dengan dimensi jarak kamera *medium long shot*, yakni dari posisi *long shot* kemudian diperbesar menjadi gambar yang lebih padat dan *close up* tersebut menunjukkan emosional Kosuke. Setelah memakan *udon* buatan mendiang ayahnya tersebut, Kosuke mengalami gejala kesedihan yang luar biasa karena ayahnya telah meninggal dunia, dan teringat kenangan masa kecilnya dengan ayahnya.

Pencapaian pada gambar di atas menunjukkan bahwa adegan tersebut terjadi pada sore hari. Adegan tersebut berlatar tempat di dapur *Matsui Seimenjo* dan dalam suasana sedih karena dapur tersebut kehilangan pemiliknya, yakni Ayah Kosuke. Sedangkan pada gambar kedua yang merupakan kenangan Kosuke

bersama Ayahnya tersebut berlatar di area terbuka, jalanan menuju rumah Kosuke, dan adegan tersebut bersuasana tenang meskipun tidak ada percakapan antara Kosuke kecil dan Ayahnya.

### 3.2.5 *Udon* Difungsikan Dalam Ritual Keagamaan

Makanan juga mempunyai peran dalam aspek budaya, salah satunya dalam ritual keagamaan. Meskipun Jepang mengalami perubahan besar-besaran akibat *modernisasi* setelah Restorasi Meiji, makanan berhasil mempertahankan konotasi spiritual dan agama di Jepang, karena sebagian besar hal tersebut disebabkan oleh peran pentingnya makanan dalam agama Shinto dan ritual agama Buddha. Dalam budaya Jepang, terdapat kebiasaan meletakkan makanan atau sesaji pada meja altar orang yang sudah meninggal. Sesaji tersebut biasanya berupa sayuran, buah-buahan, sake dan semangkok nasi. Akan tetapi, orang Jepang mempercayai bahwa altar adalah tempat persemayaman roh-roh yang sudah meninggal, karena itu tak jarang pula ada masyarakat yang meletakkan makanan kesukaan si orang yang meninggal pada masa ia hidup di depan altarnya (Cwierka, 2006: 173-174). Pada film *Udon*, beberapa tokoh menggunakan *udon* sebagai sesaji di meja altar keluarganya.

Data 10 menit ke 09:46 dan 1:50:46



**Gambar 3.10** Takutomi meletakkan semangkok udon di depan altar istrinya.



**Gambar 3.11** Kosuke meletakkan semangkok udon di depan altar ayahnya.

### Analisis

Gambar 3.10 merupakan adegan saat Takutomi meletakkan semangkok *udon* di depan altar istrinya. Kemudian gambar 3.11 merupakan adegan saat Kosuke berhasil membuat *udon* dengan cita rasa yang sama seperti buatan ayahnya, kemudian diletakkannya semangkok *udon* buaatannya di depan altar ayahnya. Kedua gambar tersebut menunjukkan bahwa *udon* yang merupakan *soul food* Jepang tidak hanya berfungsi sebagaimana mestinya makanan, melainkan juga memiliki peran dalam ritual keagamaan. Sebagaimana Aoyama (2008:11) mengatakan, *“Food plays important roles in various types of rituals. It also serves as a means of communicating and acting out our religious, political, philosophical, and cultural views or of expressing a range of emotions.”* Dalam film *Udon*, dilukiskan bagaimana para tokoh menggunakan makanan, khususnya *udon*, sebagai sesaji dalam ritual keagamaan sebagai cerminan masyarakat Jepang pada umumnya.

Keluarga Matsui yang telah lama berkecimpung dalam dunia *udon*, menjadikan *udon* sebagai jiwa mereka. Sehingga ketika istri Takutomi meninggal

dunia, Takutomi meletakkan semangkok *udon* di depan altar istrinya karena makanan tersebut merupakan makanan kesukaan istrinya. Begitu juga saat Takutomi meninggal dunia, Kosuke putranya, meletakkan semangkok *udon* di depan altarnya. Bagi Takutomi, *udon* merupakan prinsip dan jiwanya sehingga dirinya mengabdikan hidupnya pada *udon*.

Kedua gambar di atas diambil menggunakan jarak dimensi *close up* dan bersuasana khidmat karena adegan tersebut terjadi di ruang altar, tempat di mana roh-roh leluhur mereka bersemayam. Gambar 3.11 juga bernuansa berkabung, karena belum lama Ayah Kosuke meninggal dunia. Pencahayaan pada gambar 3.10 menunjukkan adegan tersebut terjadi pada sore hari. Selain itu, adegan tersebut terjadi setelah kedatangan Kosuke dari New York. Sedangkan pencahayaan pada gambar 3.11 menunjukkan bahwa adegan tersebut terjadi pada malam hari, karena pada adegan selanjutnya setelah Kosuke meletakkan semangkok *udon* di depan altar ayahnya, dia tidur ruang altar tersebut yang merupakan tempat tidurnya semenjak dia datang dari New York.

### 3.2.6 Antusiasme Masyarakat Jepang terhadap *Udon*

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengertian antusiasme adalah kegairahan; gelora semangat; minat besar terhadap sesuatu. Banyaknya orang yang membaca majalah yang ditulis oleh Kosuke dan kawan-kawannya, mengakibatkan terjadinya suatu fenomena, yaitu *udon boom*. Di mana orang-orang dari seluruh Jepang berdatangan ke Sanuki hanya untuk memenuhi rasa penasarannya karena penceriteraannya tentang *udon* yang ditulis oleh Kosuke dan kawan-kawannya. Para pengunjung dari seluruh Jepang rela antri panjang dan

harga perjalanan yang lebih mahal hanya untuk mencoba hidangan *udon*, yang memakannya saja tidak memerlukan waktu lama. Antusiasme masyarakat Jepang terhadap *udon* tercermin pada beberapa adegan dalam film *Udon* yang penulis temukan.

Data 11 menit ke 44:12 - 44:18



**Gambar 3.12 Antrian panjang pengunjung di depan toko *udon*.**

### Analisis

Gambar 3.12 merupakan adegan saat penjualan majalah yang ditulis oleh Kosuke dan rekan-rekannya mengalami peningkatan. Pelabuhan serta bandara di Prefektur Kagawa yang semula sepi kini menjadi ramai karena orang-orang dari seluruh Jepang berdatangan untuk memenuhi rasa penasarannya. Kedua gambar di atas menunjukkan bahwa telah terjadi *udon boom* yang menimbulkan ledakan pengunjung di Sanuki. Banyaknya masyarakat dari seluruh Jepang yang tertarik dengan *udon* membuat antrian panjang yang luar biasa di depan toko *udon*.

Gambar 3.12 diambil dengan dimensi jarak kamera *medium long shot*, yakni *shot* yang posisi awalnya *long shot* kemudian di perbesar menjadi gambar yang lebih padat. Pencahayaan pada gambar di atas menunjukkan bahwa adegan tersebut terjadi pada siang hari, di mana orang-orang mengantri untuk makan

siang. Latar tempat yang tergambar pada kedua gambar di atas menunjukkan bahwa adegan tersebut terjadi di depan sebuah toko *udon* dan jalanan di sekitarnya.

Data 12 menit ke 44:39



**Gambar 3.13 Pengunjung yang tidak peduli meskipun biaya perjalanan mereka ke Sanuki lebih mahal.**

女 : っが... その百円のうどんのために、飛行機代が五万円掛かって分かってる？

Onna : *Tte ga... sono hyakuen no udon no tame ni, hikouki-dai ga goman-en kakatte wakatteru?*

### Terjemahan

Perempuan : “Meskipun murah, apakah kalian tahu jika kalian telah menghabiskan uang lima puluh ribu yen untuk biaya pesawat demi semangkok *udon* yang harganya hanya seratus yen?”

### Analisis

Gambar 3.13 merupakan adegan dari beberapa pengunjung yang antusias terhadap *udon*. Tiga laki-laki tersebut berencana untuk melanjutkan perjalanan ke kedai *udon* selanjutnya sesuai petunjuk pada majalah yang ditulis oleh Kosuke dan kawan-kawannya. Akan tetapi, si perempuan mengingatkan bahwa mereka

telah menghabiskan biaya yang sangat besar hanya untuk ke Samuki, dan biaya tersebut tidak sebanding dengan harga *udon* yang sangat murah.

Gambar di atas yang diambil dengan jarak dimensi kamera *middle close up* tersebut menunjukkan bahwa adegan itu terjadi di depan sebuah toko *udon*, sebagaimana para pengunjung tersebut baru saja keluar dari toko *udon* dan berencana melanjutkan perjalanannya ke toko *udon* berikutnya. Pencahayaan serta banyaknya orang yang antri di belakang para tokoh tersebut, menunjukkan adegan itu terjadi pada siang hari. Beberapa tokoh mengenakan baju atasan tak berlengan menunjukkan musim pada adegan tersebut, yaitu musim panas. Suasana yang nampak pada adegan tersebut adalah tegang, dimana ketiga laki-laki tersebut merasa *excited* dan gembira, sedangkan tokoh perempuan menunjukkan rasa cemas yang tersirat dari raut wajahnya. Emosional yang berkebalikan tersebut menciptakan suasana yang tegang di antara mereka.

**Data 13 menit ke 45:01**



**Gambar 3.14 Pengunjung yang hampir pingsan**

松井香助 : 大丈夫? どうしたの?  
男 : すみません。  
松井香助 : どうしたの? どうしたの?  
男 : 歩き疲れます。ここ、歩き四時間...

Kosuke Matsui : *Daijoubu? Doushitano?*

Otoko : *Sumimasen...*

Kosuke Matsuri : *Doushitano? Doushitano?*

Otoko : *Aruki tsukaremasu... Koko, aruki yojikan...*

### Terjemahan

Kosuke Matsuri : Kamu tidak apa-apa? Kamu kenapa?

Otoko : Maaf...

Kosuke : Kamu kenapa? Ada apa?

Otoko : **Aku kelelahan. Untuk sampai disini aku berjalan selama 4 jam...**

### Analisis

Gambar di atas merupakan adegan saat Kosuke dan Kyoko sedang antri di depan sebuah toko *udon* dan ada salah satu pengunjung di depannya tiba-tiba roboh. Pengunjung tersebut menjelaskan bahwa dirinya telah berjalan selama 4 jam untuk sampai di toko *udon* tersebut. Hal itu merupakan bukti keantusiasannya dirinya terhadap *udon*, meskipun jarak yang sangat jauh pengunjung tersebut tidak mempedulikan hal itu demi semangkok *udon*.

Gambar 3.14 di atas diambil dengan dimensi jarak *middle close up*, yaitu potret setengah badan yang memperlihatkan subyek dari perut sampai atas kepala. Pencahayaan pada gambar tersebut menunjukkan adegan terjadi pada siang hari dan dalam suasana panik. Emosional tokoh Kosuke dan Kyoko yang nampak pada mimik muka mereka menunjukkan bahwa sedang khawatir, sedangkan pada mimik muka laki-laki yang pingsan tersebut menunjukkan kelelahan. Pakaian yang dikenakan oleh laki-laki tersebut serta atribut yang dibawanya, yakni tas ransel serta tongkat menunjukkan bahwa dirinya sedang perjalanan jauh dengan berjalan kaki layaknya pendaki gunung.

Data 14 menit ke 1:05:59



**Gambar 3.15** Reporter TV yang sedang berkunjung di sebuah toko *udon*.

リポーター : 朝早くから、お客さんが見えてキューしてる。

*Ripootaa* : *Asa hayaku kara, okyakusan ga miete kyuushiteru.*

#### Terjemahan

Reporter : Dari pagi pagi sekali telah nampak para tamu yang antri.

#### Analisis

Gambar di atas merupakan adegan saat seorang reporter TV sedang memasuki sebuah toko *udon*. Reporter tersebut mengatakan bahwa dari pagi pagi sekali telah terjadi antrian pengunjung. Hal tersebut menggambarkan bahwa masyarakat Jepang begitu antusias terhadap *udon*, mereka rela bangun pagi pagi sekali untuk mengantri.

Gambar 3.15 tersebut diambil dengan dimensi jarak kamera *medium shot*, yakni jarak kamera yang sering digunakan untuk wawancara. Dari pencahayaan serta ramainya pengunjung yang nampak pada gambar tersebut menunjukkan bahwa adegan itu terjadi pada siang hari. Atribut yang dibawa oleh wanita pada gambar di atas, yakni sebuah *microphone*, menunjukkan pekerjaan tokoh yaitu seorang reporter.

Data 15 menit ke 1:08:20 – 1:08:28



**Gambar 3.16 Sebuah klub sepak bola yang dinamai dengan salah satu jenis udon Sanuki.**

リポーター : 讃岐かんじょうしました。サッカーチームの名まえはなんと「カマタマーレ讃岐」ですね。

サッカーコーチ : 香川讃岐っていえば、うどんですね。うどんといえば、カマタマーですね。

Reputaa : *Sanuki kanjoushimashita. Sakkaa chiimu no namae wa nanto "Kamatamare Sanuki" desune.*

Sakkaakoochi : *Kagawa Sanuki to ieba, udon desune. Udon to ieba, Kamatamaa desune.*

### Terjemahan

Reporter : Bahkan tim sepak bola di Sanuki bernama "Kamatamaare Sanuki".

Pelatih : **Ketika kamu memikirkan Sanuki, Kagawa, kamu pasti akan memikirkan udon.** Dan jika kamu memikirkan udon, kamu pasti akan memikirkan *kamatamaa*.

### Analisis

Gambar di atas merupakan adegan saat seorang reporter mewawancarai pelatih klub sepak bola, dimana nama klub tersebut diambil dari salah satu jenis

*udon* yang ada di Sanuki, yaitu *Kamatama*. Klub sepak bola *Kamatamare Sanuki*

berdiri sejak tahun 1956 dengan nama awalnya "Takamatsu Commercial High School Old Boys", yang kemudian berganti nama menjadi "Kamatamare Sanuki"

pada tahun 2006. Hal itu merupakan sebuah usaha klub sepak bola tersebut untuk

menarik perhatian dengan menampilkan kebanggaan produk lokal, yaitu melalui *udon*. (<http://www.the-rising-sun-news.com/news/index.php/j2-teams/kamatamare-sanuki>)

*Udon* menjadi *icon* penting dalam segi kehidupan di Jepang. Pada adegan sebelumnya, nampak sebuah taksi dengan replika semangkok *udon* di atapnya menggantikan tulisan "Taxi" seperti pada umumnya. Bahkan, telah diciptakan pula *jidouhanbaiki* atau mesin penjual otomatis khusus *udon*. Cuplikan-cuplikan di atas menjadi bukti bahwa masyarakat Jepang sangat bangga dan antusias terhadap salah satu *soul food* Jepang tersebut, yakni *udon*.

Gambar di atas merupakan cuplikan-cuplikan dari kegiatan tim sepak bola Kamatamare Sanuki. Dari pencahayaannya, cuplikan-cuplikan tersebut terjadi pada malam hari dengan suasana beberapa pemain tim sepak bola Kamatamare Sanuki sedang berlatih dan beberapa pemain sedang menikmati semangkok *udon*.

Latar tempat adegan tersebut adalah lapangan sepak bola serta ruang ganti tim sepak bola Kamatamare Sanuki.

**Data 16 menit ke 1:10:35 - 1:10:52**



**Gambar 3.17 Kosuke membacakan soal kuis tentang *udon*.**

松井香助 : すませんのカマタマなり、渡辺のてんぷらうどんなり、あぜこうゆのだいふた卵なり、こいこいのかげとばらすしなり、わらやのたまげとくだいなり、まぶち製麺所のコロシケ一つ。では？

宮川恭子 : 二千四百七十五円！

Kosuke Matsui : *Sumasen no kamatama nari, Watanabe no tempura udon nari, Azekouyu no daifuta tamago nari, Koi Koi no kage to bara sushi nari, Waraya no tamage tokudai nari, Mabuchi-seimenjo no korokke hitotsu. Dewa!*

Kyoko Miyagawa : *Nisen yonhyaku nanajuu go-en (¥ 2475)!*

### Terjemahan

Kosuke Matsui : Jumlahkan harga dari semangkok *kamatama* Sumasen, semangkok *tempura udon* Watanabe, semangkok *daifuta tamago* Azekouyu, semangkok *udon-sushi combo* Koi Koi, semangkok *super large udon* Waraya, dan satu buah kroket dari kedai Mabuchi!

Kyoko Miyagawa : Jawabannya dua ribu empat ratus tujuh puluh lima yen!

### Analisis

Gambar di atas merupakan adegan saat Kosuke membacakan soal terakhir di acara Festival *Udon* Sanuki yang diadakan oleh pemerintah setempat. Soal tersebut merupakan soal tersulit karena peserta harus menjumlahkan harga-harga semangkok *udon* dari beberapa toko *udon* yang ada di Sanuki. Untuk bisa menjawab pertanyaan tersebut, pastinya peserta diharuskan sudah pernah mengunjungi semua toko *udon* yang ada di Sanuki. Lagipula, tidaklah mudah untuk bisa mengingat semua harga-harga dari semua toko *udon* di Sanuki yang jumlahnya mencapai 900. Hal tersebut juga menjadi bukti bahwa masyarakat Jepang begitu semangat dan berminat besar terhadap *udon*. Para peserta tersebut

mampu mengingat harga-harga dari beberapa menu yang berbeda di setiap toko *udon*.

Pada adegan sebelumnya, masih dalam Festival *Udon* Sanuki, terdapat cuplikan *stand stand bazaar* yang menjual berbagai macam *souvenir* yang berhubungan dengan *udon*, antara lain mangkok, cangkir, gelas, kaos, bolpoin, dan lain-lain. Tidak sedikit juga pengunjung yang membeli *souvenir souvenir* tersebut. Cuplikan tersebut juga menjadi bukti bahwa masyarakat Jepang sangat antusias terhadap *udon*.

Pencahayaan pada gambar 3.17 yang diambil dengan dimensi jarak kamera *middle close up* tersebut menunjukkan bahwa adegan berlatar waktu siang hari. Suasana serta emosional tokoh pada gambar tersebut adalah gembira dan tegang. Suasana gembira tergambar dari para pengunjung yang begitu antusias terhadap Festival *Udon* Sanuki. Sedangkan suasana tegang tergambar dari wajah Kosuke, Kyoko serta dua orang peserta yang tersisa untuk menjadi pemenang. Kosuke dan Kyoko yang memegang *microphone* merupakan MC dari acara tersebut. Mimik muka yang nampak pada wajah Kosuke dan Kyoko menggambarkan bahwa mereka sedang serius dan berhati-hati dalam mengucapkan soal kuis ke peserta.

Dari hasil analisis film *Udon* yang dilakukan penulis, dapat ditarik kesimpulan bahwa masyarakat Jepang sangat menggemari *udon*. Meskipun jarak yang sangat jauh serta biaya perjalanan yang lebih mahal tak menyurutkan hasrat masyarakat Jepang untuk bisa menikmati *udon* yang ada di Sanuki. *Udon* yang harganya murah, pembuatannya yang mudah dan pelayanannya yang cepat membuat *udon* menjadi makanan yang disukai untuk pilihan menu makan siang.

Selain itu, penulis mendapati bahwa masyarakat Jepang tidak hanya mengonsumsi *udon* sebagaimana mestinya makanan, melainkan *udon* juga difungsikan ke dalam berbagai segi kehidupan mereka, seperti dalam segi agama, sosial, dan budaya. Antusiasme masyarakat Jepang yang tetap begitu kuat terhadap kuliner tradisional Jepang, hal tersebut menggambarkan bahwa masyarakat Jepang telah menunjukkan serta mempertahankan identitas budayanya, meskipun Jepang mengalami *modernisasi* besar-besaran.

Masyarakat Jepang membangun serta mempertahankan identitas budaya dan prinsip hidup mereka melalui *udon*. Masyarakat Jepang telah menunjukkan jati dirinya melalui apa yang mereka makan. Meskipun kuliner dari Barat telah memasuki dan menjadi bagian dari kuliner Jepang, masyarakat Jepang tetap menjadi diri mereka sendiri.

Selain itu, di Jepang sendiri terdapat beberapa penunjukan khusus terhadap *udon* karena memiliki ciri-ciri yang membedakan dengan *udon* lainnya, seperti *Sanuki Udon*, *Hakata Udon*, *Mizusawa Udon* dan *Inaniwa Udon*. *Sanuki Udon* Prefektur Kagawa merupakan spesialisasi karena memiliki ciri khas tersendiri, yakni berbentuk tebal, lebar dan bertekstur kenyal. Sumber data yang penulis gunakan dalam skripsi ini hanya terfokus pada *Sanuki Udon* sebagai pencerminan atau perwakilan bahwa *udon* merupakan *soul food* Jepang.

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam film *Udon* ini, penulis menemukan bukti-bukti bahwa *udon* merupakan *soul food* Jepang. Dari penemuan konsep *soul food* yang ada pada *udon* tersebut, penulis menggunakannya untuk menjabarkan seperti apa sikap masyarakat Jepang terhadap kuliner tersebut. Dalam bab ini peneliti akan menyimpulkan seperti apa gambaran *udon* sebagai *soul food* Jepang yang telah penulis rumuskan kemudian bagian saran pun akan peneliti sertakan.

#### 4.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis gambaran *udon* sebagai *soul food* Jepang yang tercermin pada cuplikan-cuplikan dalam film *Udon* tersebut, penulis mendapati bahwa *udon* merupakan makanan yang sangat populer di Jepang. Selain itu, *udon* juga merupakan makanan yang tidak bisa dilewatkan dalam pola makan sehari-hari masyarakat Jepang. *Udon* menjadi menu pilihan untuk makan siang masyarakat Jepang karena pelayanannya yang cepat dan harganya yang murah, sehingga tidak mengherankan jika terjadi antrian pengunjung di depan toko *udon*.

Kemudian, masyarakat Jepang sendiri tidak hanya mengonsumsi *udon* sebagaimana fungsinya sebagai makanan, melainkan juga difungsikan ke dalam berbagai segi kehidupan mereka, seperti dalam segi agama, sosial, dan budaya.

Dalam segi agama tercermin dalam kehidupan Keluarga Matsui, yakni meletakkan semangkok *udon* di altar keluarga yang sudah meninggal. Hal itu

mencerminkan bahwa keluarga Matsui menjadikan *udon* sebagai jiwanya.

Kemudian dalam segi sosial dan budaya, *udon* menjadi sarana berkomunikasi di antara satu individu dengan individu lainnya, dimana hal itu juga berkaitan dengan intisari dari *soul food* itu sendiri, dan *udon* juga berfungsi sebagai identitas dan prinsip budaya masyarakat Jepang. Selain itu, antusiasme masyarakat Jepang yang tetap begitu kuat terhadap kuliner tradisional Jepang, hal tersebut menggambarkan bahwa masyarakat Jepang telah menunjukkan serta mempertahankan identitas budaya mereka, meskipun Jepang mengalami *modernisasi* besar-besaran.

Masyarakat Jepang membangun serta mempertahankan identitas budaya dan prinsip hidup mereka melalui *udon*. Masyarakat Jepang telah menunjukkan jati diri mereka melalui apa yang mereka makan. Meskipun kuliner dari Barat telah memasuki dan menjadi bagian dari kuliner Jepang, masyarakat Jepang tetap menjadi diri mereka sendiri. Sebagaimana makna dari *soul food* itu sendiri, yaitu kamu adalah apa yang kamu makan.

Kemudian ada hal unik lainnya, masyarakat Jepang pada umumnya suka berkumpul dan makan bersama. Dalam film ini, dicerminkan bahwa masyarakat Jepang, gemar berkumpul di *Seimenjo* atau toko *udon*. *Udon* yang harganya murah serta penyajiannya yang cepat dan tersebar hampir di seluruh Jepang, membuat masyarakat Jepang memilih toko *udon* sebagai tempat berkumpul.

Masyarakat Jepang selain makan *udon* karena lapar, mereka berkumpul dan makan bersama dengan tujuan untuk memelihara hubungan sosial yang terjalin di antara individu yang satu dengan yang lain atau kelompok. Hal itu juga berkaitan

dengan intisari dari *soul food* yaitu, makanan yang memiliki sejarah yang menghubungkanmu dengan nenek moyangmu, juga menghubungkanmu dengan orang-orang yang ada di meja pada saat itu.

#### 4.2 Saran

Jika dalam penelitian ini membahas gambaran *udon* sebagai *soul food* Jepang yang tercermin dalam film *Udon*, maka untuk penelitian selanjutnya penulis sarankan untuk menganalisis sisi psikologi tokoh Kosuke terhadap *udon*, atau menggunakan konsep atau disiplin ilmu lainnya yang berkaitan dengan makanan seperti nilai estetika dalam makanan. Disarankan juga, agar penelitian selanjutnya bisa meneliti konsep tersebut pada korpus-korpus data yang lain sehingga diharapkan akan memberikan pengetahuan yang lebih terhadap konsep tersebut, karena pada dasarnya makanan di dalam karya sastra memberikan interpretasi yang tak terbatas dan saling berhubungan.

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Data

Motohiro, Katsuyuki. (2006). *UDON*. Japan: Fuji Television Network.

### Buku

Aoyama, Tomoko. (2008). *Reading Food in Modern Japanese Literature*. USA: University of Hawai'i Press.

Ashkenazi, Michael., Jacob, Jeanne. (2000). *The Essence of Japanese Cuisine An Essay on Food and Culture*. Surrey: Curzon Press.

Corrigan, Timothy. (2004). *A Short Guide to Writing About Film*. Pearson: Longman.

Cwiertka, Katarzyna Joanna. (2006). *Modern Japanese Cuisine Food, Power and National Identity*. London: Reaktion Books.

Fanie, Zainuddin. (2000). *Telaah Sastra*. Yogyakarta: Muhammadiyah University Press.

Mannur, Annita. (2010). *Culinary Fictions Food in South Asian Diasporic Culture*. Philadelphia: Temple University Press.

Montanari, Massimo. (2004). *Food is Culture*. New York: Columbia University Press.

Polišenská, Zuzana. (2011). *Symbolic Function of Food in Contemporary Women's Literature*. Skripsi tidak diterbitkan. Brno: Masaryk University.

Pratista, Himawan. (2008). *Memahami Film*. Yogyakarta: Homerian Pustaka.

Ratna, Nyoman Kutha. (2012). *Teori, Metode, dan Teknik Penelitian Sastra*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Rosyida, Hamdan Nafiatur. (2012). *Pengaruh Modernisasi terhadap Budaya Kuliner Tradisional Jepang Dalam Film Osen Karya Kikuchi Shoota*. Skripsi tidak diterbitkan. Malang: Universitas Brawijaya.

Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa Edisi 3. (2003). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

Warren, Austin., & Wellek, Rene. (1995). *Teori Kesusastraan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

#### Website

Fajar, Yusri. (2013). *Sastra dan Kuliner*. Diakses pada tanggal 5 November 2013, dari <http://budisansblog.blogspot.com/2013/10/sastra-dan-kuliner.html>

Gold, Jonathan. (2014). *Pasadena's Union is not your same ol' Old Town*. Diakses pada tanggal 25 Juni 2014, dari <http://www.latimes.com/food/la-fo-gold-20140621-story.html>

Hongo, Jun. (2013). *Slurping Opportunities at Ramen Expo 2013*. Diakses pada tanggal 24 Februari 2014, dari [http://www.japantimes.co.jp/culture/2013/12/12/events/slurping-opportunities-at-ramen-expo-2013/#.UwuWJuN\\_v3N](http://www.japantimes.co.jp/culture/2013/12/12/events/slurping-opportunities-at-ramen-expo-2013/#.UwuWJuN_v3N)

Itoh, Makiko. (2011). *Japan's Unlikely Hero: The Humble Rice Ball*. Diakses pada tanggal 24 Februari 2014, dari <http://www.japantimes.co.jp/life/2011/03/24/food/japans-unlikely-hero-the-humble-rice-ball/#.UxZUduPV8e7>

Jyo. (2013). *Hasil Karya Dunia Udon Sanuki*. Diakses pada tanggal 28 April 2014, dari <http://gyw.japan-photocontest.jp/pref37/in/000012.html>

*Kamatamare Sanuki*. Diakses pada tanggal 31 Mei 2014, dari <http://www.the-rising-sun-news.com/news/index.php/j2-teams/kamatamare-sanuki>

Kurachi, Tak. *Our Noodles, Our Mission*. Diakses pada tanggal 28 April 2014, dari <http://freshudon.com/our-mission/>

Lee, Sophia. (2011). *Marja Vongerichten shares soul food of Asia in "Kimchi Chronicles"*. Diakses pada tanggal 24 Februari 2014, dari <http://latimesblogs.latimes.com/dailydish/2011/07/marja-vongerichten-shares-her-soul-food-in-kimchi-chronicles.html>

Lynn, Andrea. *Soul Food – History and Definition*. Diakses pada tanggal 7 Januari 2014, dari <http://americanfood.about.com/od/resourcesadditionalinfo/a/Soul-Food-History-And-Definition.htm>

Matsutani, Minoru. (2010). *Winning Recipe Worth ¥5 Million*. Diakses pada tanggal 24 Februari 2014, dari <http://www.japantimes.co.jp/news/2010/10/13/news/winning-recipe-worth-5-million/#.UxZUG-PV8e5>

Okada, Tetsutaro. *How To Find Good Udon Noodle Restaurants?*. Diakses pada tanggal 31 Mei 2014, dari <http://fourier.ec.kagawa-u.ac.jp/~tetsuta/udon-e.html>

Otake, Tomoko. (2013). *A Visit To USA, The Japanese City That Knows How To Win*.

Diakses pada tanggal 24 Februari 2014, dari <http://www.japantimes.co.jp/life/2013/03/03/travel/a-visit-to-usa-the-japanese-city-that-knows-how-to-win/#.UxZVauPV8e7>

*Overview Of Kagawa Prefecture*. Diakses pada tanggal 23 Juni 2014, dari <http://www.my-kagawa.jp/eg/basic.html>

Porter, William. (2013). *Soul Food: Denver Author Adrian Miller Busts Myths, Shares Recipes*. Diakses pada tanggal 7 Januari 2014, dari [http://www.denverpost.com/food/ci\\_23800721/soul-food-denver-author-adrian-millers-shares-recipes](http://www.denverpost.com/food/ci_23800721/soul-food-denver-author-adrian-millers-shares-recipes)

Raskin, Hanna. (2011). *Who Will Save Your Soul Food*. Diakses pada tanggal 7 Januari 2014, dari <http://www.seattleweekly.com/2011-09-21/food/who-will-save-your-soul-food/>

*Sanuki Udon*. Diakses pada tanggal 15 November 2013, dari <http://udon.mu/sanuki>

Swinnerton, Robbie. (2007). *Oden: Japanese For 'Soul Food'*. Diakses pada tanggal 24 Februari 2014, dari <http://www.japantimes.co.jp/life/2007/11/02/life/oden-japanese-for-soul-food/#.UxZV1uPV8e7>

Swinnerton, Robbie. (2008). *Yasaiya Mei: Bespoke Veggies In Omotesando*. Diakses pada tanggal 24 Februari 2014, dari [http://www.japantimes.co.jp/life/2008/06/20/food/yasaiya-mei-bespoke-veggies-in-omotesando/#.UwuaUON\\_v3O](http://www.japantimes.co.jp/life/2008/06/20/food/yasaiya-mei-bespoke-veggies-in-omotesando/#.UwuaUON_v3O)

*Udon* (2006). Diakses pada tanggal 15 November 2013, dari <http://www.imdb.com/title/tt0780167/>

*Udon: A Hakata Original*. (2006). Diakses pada tanggal 23 Juni 2014, dari <http://fukuokanow.com/feature/hakata-culture-template-udon-a-hakata-original/>

*Udon Noodles*. Diakses pada tanggal 5 Agustus 2014, dari <http://www.japan-guide.com/r/e105.html>

Wolff, Anita. *Soul Food*. Diakses pada tanggal 7 Januari 2014, dari <http://global.britannica.com/EBchecked/topic/1448788/soul-food>

Yasunori, Nukui. (2013). 意外と多いゾ！ご当地うどん！ (*Igaito oi zo! Gotōchi udon!*). Diakses pada tanggal 24 Februari 2014, dari [http://news.mynavi.jp/c\\_career/level1/yoko/2013/01/post\\_2939.html](http://news.mynavi.jp/c_career/level1/yoko/2013/01/post_2939.html)

日本のソウルフードうどん 種類豊富な「ご当地うどん」について (*Nihon no sourufūdo udon shurui hōfuna "gotōchi udon" ni tsuite*). (2013). Diakses pada tanggal 24 Februari 2014, dari <http://ameblo.jp/mattayamoca/entry-11449739674.html>

うどんまるごと、海外へ配信! (*Udon marugoto, kaigai e haishin!*). (2013). Diakses pada tanggal 5 Maret 2014, dari <http://udon0510.jp/?p=965>

ソウルフード (*Soul food*). Diakses pada tanggal 7 Januari 2014, dari <http://kotobank.jp/word/ソウルフード>



Lampiran 1: *Curriculum Vitae*

**CURRICULUM VITAE**

Nama : Lini Hanilia

NIM : 0911120026

Program Studi : S1 Sastra Jepang

Tempat dan Tanggal Lahir: Gresik, 20 Juli 1990

Alamat Asal : Jl. Ir. Ibrahim Zahier II, Gg. 3 No. 33, Gresik

Alamat di Malang : Jl. Kertoraharjo 72A, Lowokwaru, Malang

Nomor Telepon : -

Nomor Ponsel : 082186149037

Alamat Email : crotthepain@gmail.com

- Pendidikan : SD Negeri Singosari 1 Gresik (1997 – 2003)
- SMP Negeri 4 Gresik (2003 – 2006)
- SMA Muhammadiyah 1 Gresik (2006 – 2009)
- Universitas Brawijaya Malang (2009 – sekarang)

JLPT ( Japanese Language Proficiency Test ) :

Lulus Level 4 (2009)

Mengikuti N3 (2010)

Mengikuti N3 (2011)

Mengikuti N3 (2012)

Pengalaman Organisasi : Anggota Divisi Cosplay Isshoni Tanoshimimashou 5

Anggota Divisi Cosplay Isshoni Tanoshimimashou 6

Anggota Koordinator Lapangan Student Day 2010

Anggota Koordinator Lapangan PK2MABA 2011

## Lampiran 2: Berita Acara Bimbingan Skripsi



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN**  
**UNIVERSITAS BRAWIJAYA**  
**FAKULTAS ILMU BUDAYA**

Jalan Veteran Malang 65145  
 Telp./Fax. (0341) 575822 (direct)  
 E-mail: fib\_ub@brawijaya.ac.id web: http://www.fib.ub.ac.id

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

1. Nama : Lini Hanilia
2. NIM : 0911120026
3. Program Studi : S1 Sastra Jepang
4. Topik Skripsi : Sastra Kuliner – *Soul Food*
5. Judul Skripsi : Udon Sebagai Soul Food Jepang Yang Tercermin  
 Dalam Film Udon Karya Sutradara Katsuyuki Motohiro
6. Tanggal Mengajukan : 14 November 2013
7. Tanggal Selesai Revisi : 13 Agustus 2014
8. Nama Pembimbing : I. Fitriana Puspita Dewi, M.Si.  
 II. Eka Marthanty Indah Lestari, M.Si.
9. Keterangan Konsultasi :

No	Tanggal	Materi	Pembimbing	Paraf
1	14 November 2013	Pengajuan Judul	Fitriana Puspita Dewi, M.Si	
2	25 November 2013	Pengajuan Bab I,II	Fitriana Puspita Dewi, M.Si	
3	25 November 2013	Pengajuan Bab I,II	Eka Marthanty I.L, M.Si	
4	12 Januari 2014	Revisi Bab I,II	Fitriana Puspita Dewi, M.Si	
5	12 Januari 2014	Revisi Bab I,II	Eka Marthanty I.L, M.Si	
6	5 Maret 2014	Pengajuan Bab I,II	Fitriana Puspita Dewi, M.Si	
7	5 Maret 2014	Pengajuan Bab I, II	Eka Marthanty I.L, M.Si	
8	14 Maret 2014	Revisi Bab I, II	Fitriana Puspita Dewi, M.Si	
9	14 Maret 2014	Revisi Bab I, II	Eka Marthanty I.L, M.Si	
10	21 Maret 2014	Pengajuan Bab I, II	Fitriana Puspita Dewi, M.Si	
11	21 Maret 2014	Pengajuan Bab I, II	Eka Marthanty I.L, M.Si	
12	28 Maret 2014	ACC Bab I, II	Fitriana Puspita Dewi, M.Si	
13	28 Maret 2014	ACC Bab I, II	Eka Marthanty I.L, M.Si	
14	3 April 2014	Seminar Proposal	Fitriana Puspita Dewi, M.Si	
15	3 April 2014	Seminar Proposal	Eka Marthanty I.L, M.Si	
16	5 Mei 2014	Pengajuan Bab III, IV	Fitriana Puspita Dewi, M.Si	
17	5 Mei 2014	Pengajuan Bab III, IV	Eka Marthanty I.L, M.Si	
18	20 Mei 2014	Revisi Bab III, IV	Fitriana Puspita Dewi, M.Si	

## Lampiran 2: Berita Acara Bimbingan Skripsi

19	20 Mei 2014	Revisi Bab III, IV	Eka Marthanty I.L, M.Si	
20	2 Juni 2014	Pengajuan Bab III, IV	Fitriana Puspita Dewi, M.Si	
21	2 Juni 2014	Pengajuan Bab III, IV	Eka Marthanty I.L, M.Si	
22	19 Juni 2014	Revisi Bab III, IV	Fitriana Puspita Dewi, M.Si	
23	19 Juni 2014	Revisi Bab III, IV	Eka Marthanty I.L, M.Si	
24	26 Juni 2014	Pengajuan Bab III, IV	Fitriana Puspita Dewi, M.Si	
25	26 Juni 2014	Pengajuan Bab III, IV	Eka Marthanty I.L, M.Si	
26	4 Juli 2014	ACC Bab III, IV	Fitriana Puspita Dewi, M.Si	
27	4 Juli 2014	ACC Bab III, IV	Eka Marthanty I.L, M.Si	
28	14 Juli 2014	Seminar Hasil	Fitriana Puspita Dewi, M.Si	
29	14 Juli 2014	Seminar Hasil	Eka Marthanty I.L, M.Si	
30	15 Juli 2014	Revisi Semhas	Fitriana Puspita Dewi, M.Si	
31	15 Juli 2014	Revisi Semhas	Eka Marthanty I.L, M.Si	
32	8 Agustus 2014	Ujian Skripsi	Fitriana Puspita Dewi, M.Si	
33	8 Agustus 2014	Ujian Skripsi	Eka Marthanty I.L, M.Si	
34	13 Agustus 2014	Revisi	Fitriana Puspita Dewi, M.Si	
35	13 Agustus 2014	Revisi	Eka Marthanty I.L, M.Si	

10. Telah dievaluasi dan diuji dengan nilai

B+

Dosen Pembimbing I

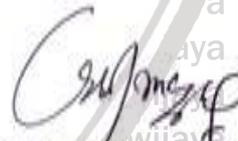


Fitriana Puspita Dewi, M.Si

NIP. -

Malang, 8 Agustus 2014

Dosen Pembimbing II



Eka Marthanty I.L, M.Si

NIP. -

Mengetahui,

Ketua Jurusan Bahasa dan Sastra



Ismatul Khasanah, M.Ed, Ph.D

NIP. 19750518 200501 2 001