

**PERKEMBANGAN DAN MAKNA MATCHA DALAM
PERSPEKTIF BUDAYA**

文化の視点から見た抹茶の発展と意義

Tugas Akhir

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Ujian Proposal Tugas Akhir
Prodi Bahasa dan Kebudayaan Jepang Fakultas Ilmu Budaya Universitas
Diponegoro



Oleh :

NADHYA CYBILLA ZAHRANI
13020221410121

**PROGRAM STUDI S-1 BAHASA DAN KEBUDAYAAN
JEPANG FAKULTAS ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG 2024**

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini, penulis menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “*Perkembangan dan Makna Matcha dalam Perspektif Budaya dan Komersialisasi*” sepenuhnya merupakan hasil usaha pribadi penulis. Karya ini tidak mengandung bagian dari tulisan orang lain yang sebelumnya telah digunakan untuk mendapatkan gelar akademik di institusi pendidikan tinggi mana pun, dan tidak mencakup kutipan atau pandangan dari pihak lain kecuali yang telah dicantumkan secara jelas dalam daftar referensi.

Penulis siap menanggung akibat hukum atau sanksi akademik apabila skripsi ini ternyata merupakan hasil plagiarisme atau dibuat oleh individu lain.

Semarang, 10 Desember 2025

Penulis,

Nadhya Cybilla Zahrani

MOTTO

“Have existential thoughts, like a winner”

-Oscar Jack Piastri (Formula One McLaren Driver)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis bersyukur atas sebuah karya yang akhirnya telah selesai diperjuangkan. Skripsi ini penulis persembahkan untuk orang-orang yang penulis sayangi, tiada henti memberi semangat, dukungan, dan bimbingan, yaitu:

1. Papi dan Mami yang telah memberikan dukungan tak tergantikan dalam setiap tantangan yang saya hadapi, cinta dan kasih sayang tanpa syarat, dan inspirasi serta bantuan dalam setiap langkah perjalanan hidup. Terima kasih telah mempanjatkan do'a agar penulis bisa mencapai keberhasilannya hingga saat ini.
2. Saras Sensei selaku dosen pembimbing penulis. Terima kasih sebesar-besarnya karena telah membimbing dengan sabar, memberikan wawasan berharga, dan mendorong semangat akademik penulis untuk menyelesaikan skripsinya, penulis tidak akan bisa menyelesaikan skripsi ini tanpa bimbingan dari Saras Sensei.
3. Terakhir penulis ucapkan terima kasih kepada teman-teman terdekat yang senantiasa menemani dalam segala suka, maupun duka, yang memberi semangat tanpa batas, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tuntas.

HALAMAN PERSETUJUAN

Disetujui
Dosen Pembimbing



Dewi Saraswati Srikarnih, S.S., M.Si.
NPPU H.7.199004022021042001

HALAMAN PENGESAHAN

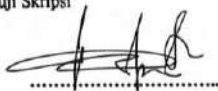
Skripsi dengan judul “Perkembangan dan Makna Matcha dalam Perspektif Budaya” ini telah diterima dan disahkan oleh panitia Ujian Skripsi, Program Studi S-1 Bahasa dan Kebudayaan Jepang, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro.

Ditetapkan di : Semarang

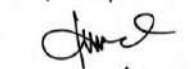
Pada : 22 Desember 2025

Tim Penguji Skripsi

Ketua Penguji
Dewi Saraswati Sakariah, S.S., M.Si.
NPPU. H.7.199004022021042001



Dosen Penguji I
Arsi Widiandari, S.S., M.Si.
NPPU. H.7.198606112021042001



Dosen Penguji II
Nisia Nur Dwi Agusta, S.Hum., M.Si
NPPU. H.7.199308152022042001



Dekan,
Fakultas Ilmu Budaya,
Universitas Diponegoro



Prof. D. Alamsyah, S.S., M.Hum.
NPP/197211191998021002



KATA PENGANTAR

Penulis berterima kasih atas hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Perkembangan dan Makna Matcha dalam Perspektif Budaya” dengan baik. Salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di Program Studi Bahasa dan Kebudayaan Jepang di Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro adalah penyusunan skripsi. Banyak orang yang telah membantu, membimbing, dan mendukung penulis selama proses pembelajaran, ataupun proses penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Prof. Dr. Alamsyah, M.Hum. selaku Dekan Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro Semarang;
2. Zaki Ainul Fadli, S.S., M.Hum., selaku Ketua Program Studi S1 Bahasa dan Kebudayaan Jepang;
3. Elizabeth I.H.A.N. Rini, S.S., M.Hum. selaku Sekretaris Program Studi Bahasa dan Kebudayaan Jepang Universitas Diponegoro;
4. Reny Wiyatasari, S.S., M.Hum., selaku dosen wali;
5. Dewi Saraswati Sakariah S.S., M.Si., selaku Dosen Pembimbing. Terima kasih yang sebesar-besarnya karena telah memberikan ilmu, waktu, tenaga, pikiran, serta arahan dalam membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi;
6. Seluruh dosen dan karyawan program studi S1 Bahasa dan Kebudayaan Jepang Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro. Terima kasih atas ilmu, bimbingan, pengalaman, serta dukungan yang diberikan kepada penulis;

7. Bapak M. Trinanda Mahandiko dan Ibu Nanis Retno P. selaku orang tua dari penulis yang telah memberikan dukungan tanpa batas, cinta yang tulus, dan doa yang senantiasa dipanjatkan demi kelancaran skripsi ini;
8. Harbie, Moiza, Chiro, Nami, Kuro, Leon, dan Rebi selaku hewan peliharaan kesayangan penulis di rumah yang senantiasa menemani dan menjadikan semangat untuk penulis agar menyelesaikan skripsi ini;
9. Ovin, Rara, Ega, Lisa, Nisa, Mediana, dan Sinyu, selaku orang-orang terdekat penulis selama kuliah di Universitas Diponegoro yang telah memberikan dukungan beserta semangat dan bantuan secara fisik maupun mental kepada penulis demi kelancaran skripsi ini;
10. Yunda, Abil, dan Dita, selaku teman-teman terdekat penulis yang selalu memberikan semangat satu sama lain dan memberikan doa agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini;
11. Teman-teman bagian dari Astral dan Deuls, selaku teman-teman terhebat penulis yang senantiasa memberi sukses, menemani penulis, dan berbagi keluh kesah penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini;
12. Teman-teman angkatan Bahasa dan Kebudayaan Jepang 2021 yang saling memberikan dukungan, semangat, perjuangan, serta pengalaman berharga dalam perkuliahan;
13. Terima kasih banyak kepada semua pihak yang belum dapat disebutkan satu persatu, karena telah memberikan dorongan semangat dan doa, serta kebahagiaan penulis selama menulis skripsi ini;

14. Terakhir, untuk penulis itu sendiri yang sudah berhasil berjuang hingga mencapai hasil yang diinginkan sampai saat ini.

Semarang, 10 Desember 2025

Penulis,

Nadhya Cybilla Zahrani

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	I
MOTTO	II
HALAMAN PERSEMBAHAN	III
HALAMAN PERSETUJUAN	IV
HALAMAN PENGESAHAN	IV
KATA PENGANTAR.....	VI
DAFTAR ISI	IX
DAFTAR GAMBAR	XI
DAFTAR TABEL.....	XII
INTISARI	XIII
ABSTRAK	XIV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	1
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Ruang Lingkup Penelitian	8
1.5. Metode Penelitian	8
1.6. Manfaat Penelitian	10
1.7. Sistematika Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1. Penelitian Terdahulu	13
2.2. Kerangka Teori	17
2.2.1. Teori Modernisasi Ronald Inglehart	17
2.2.2. Teori Semiotika Roland Barthes	21
BAB III PEMBAHASAN	25
3.1 Sejarah Perkembangan Matcha di Jepang.....	25
3.1.1. Awal Mula Minuman Matcha Hadir di Jepang	25
3.1.2. Matcha Pada Periode Edo	36
3.1.3. Minuman Matcha di Periode Meiji hingga Perang Dunia II (1937-1945)	44
3.1.4. Matcha Pada Era modern	50
3.2. Matcha dalam Masyarakat Jepang Modern.....	56
3.2.1. Makna Tradisional Matcha di Era Masyarakat Jepang Modern.....	56
3.2.2. Modernisasi Matcha pada Era Modern di Jepang	61

BAB IV KESIMPULAN	83
DAFTAR PUSTAKA	86
要旨	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tanaman Camelia Sinesis	2
Gambar 3. 1 Potret Lukisan Biksu Minnan Eisai.....	26
Gambar 3. 2 Lukisan Penjamuan Chanoyu Pada Era Heian Yang Ditemukan Pada Era Meiji.....	29
Gambar 3. 3 Biksu Pengajar Rinzai Terkenal, Hakkuin Ekkaku.....	32
Gambar 3. 4 Tea-House at the Willow Bridge karya Utagawa Hiroshige	38
Gambar 3. 5 Tea Ceremony karya Mizuno Toshikata	46
Gambar 3. 6 Matcha yang Dikocok Menggunakan <i>Chasen</i>	53
Gambar 3. 7 Varian Matcha Crepes milik Cafe Kotobukiseian.....	54
Gambar 3. 8 Upacara Teh Tradisional pada Era Modern	57
Gambar 3. 9 <i>Tea Ceremony Experience with Profesional</i>	60
Gambar 3. 10 <i>Matcha Latte</i>	63
Gambar 3. 11 <i>Matcha Strawberry Latte</i>	65
Gambar 3. 12 <i>Blueberry Matcha Latte Ice Cream</i>	66
Gambar 3. 13 <i>Ube Matcha Latte</i> Gokago Cafe Kyoto.....	68
Gambar 3. 14 <i>Peach Matcha Latte Mocktail</i>	70
Gambar 3. 15 <i>Vanilla Matcha Latte</i> dari nana's Green Tea	71
Gambar 3. 16 Matcha Ramen dari Ramen Nishiki	73
Gambar 3. 17 <i>Dry Matcha Ramen</i>	75
Gambar 3. 18 Matcha Coklat dari Nanaya Aoyama	77
Gambar 3. 19 <i>Matcha Sleeping Mask</i> dari Ise Matcha	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Gambaran Chanoyu di Era Modern	57
Tabel 2. Gambaran Minuman Matcha Latte Modern.....	63
Tabel 3. Gambaran Matcha Ramen.....	73
Tabel 4. Gambaran Coklat Matcha	77
Tabel 5. Gambaran <i>Sleeping Mask</i> Matcha.....	80

INTISARI

Penelitian ini menelusuri perkembangan matcha dalam budaya Jepang sejak diperkenalkan oleh biksu Eisai hingga transformasinya pada era modern. Awalnya digunakan dalam praktik Zen sebagai pendukung meditasi, matcha kemudian menjadi unsur utama chanoyu yang mencerminkan nilai kesederhanaan dan keharmonisan. Memasuki masa modern, modernisasi dan globalisasi membuat matcha bergeser dari simbol spiritual menjadi produk populer dalam berbagai kuliner dan gaya hidup. Dengan pendekatan kualitatif dan analisis teori Inglehart serta semiotika Barthes, penelitian ini menunjukkan bahwa matcha terus membangun makna baru dan tetap relevan dalam dinamika sosial Jepang.

Kata Kunci: *Matcha, Budaya Jepang, Modernisasi, Semiotika, Perubahan Sosial*

ABSTRAK

This study traces the development of matcha in Japanese culture since its introduction by the monk Eisai to its transformation in the modern era. Initially used in Zen practices to aid meditation, matcha later became a key element of chanoyu, reflecting the values of simplicity and harmony. In the modern era, modernization and globalization have shifted matcha from a spiritual symbol to a popular product in various cuisines and lifestyles. Using a qualitative approach and analyzing Inglehart's theory and Barthes' semiotics, this study shows that matcha continues to build new meanings and remains relevant in Japanese social dynamics.

Keywords: *Matcha, Japanese Culture, Modernism, Semiotics, Social Changes*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Menurut Huda, di dunia modern, teh merupakan salah satu minuman populer yang berasal dari Tiongkok (Huda, 2024) . Selain dari itu teh sudah menjadi minuman legendaris. Menurut Damania (2004) tanaman teh berasal dari wilayah Asia Timur yang berpusat di Tiongkok, dan daerah Mongolia dimana menurut Mandal (2011) teh yang berasal dari daerah Tiongkok dan Mongol telah berkuasa sehingga menyebar ke 30 negara di dunia, yang memiliki pengaruh ekonomi dan spiritual seperti di Cina itu sendiri, India Sri Lanka, dan Jepang. Tidak hanya itu, khasiat dari teh pada zaman dahulu digunakan untuk pengobatan dikarenakan teh dipercaya sebagai salah satu obat penghilang detox dan racun (Fan, 2015). Namun, kata teh itu sendiri merupakan sebutan dari tanaman teh itu sendiri yaitu Camellia Sinensis seperti pada Gambar pada 1.1. Tanaman yang dipetik oleh petani teh, kemudian diolah dengan proses pengolahan tertentu. Teh pada umumnya tumbuh di daerah tropis ataupun subtropis. Tanaman teh tersebut biasanya ditanam di dataran rendah sampai dengan ketinggian 800m dpl (Murdijati Gardjito, 2011).

Commented [N11]: typo



Gambar 1. 1 Tanaman Camelia Sinesis
Sumber: (Puccio, n.d.)

Teh memiliki berbagai jenis, adapun yang terkenal, antara lain teh putih, teh hijau, teh hitam. Teh putih merupakan teh yang apabila diseduh perubahan warna pada airnya hanya sedikit menjadi menguning. Sementara itu, teh hitam merupakan teh yang telah mengalami proses fermentasi. Teh hijau adalah teh yang diolah tanpa menggunakan fermentasi dengan oksidasi (Ketut Ita Purnami, 2018).

Teh hijau adalah salah satu teh yang terkenal di Jepang dan Tiongkok. Di antara dua negara tersebut, terdapat perbedaan dalam cara menghentikan oksidasi pada daun teh, di Tiongkok daun teh oksidasinya dihentikan menggunakan udara panas yang disalurkan langsung melalui plat panas, sedangkan di Jepang itu sendiri menggunakan uap panas untuk menghentikan oksidasi dari daun teh (Wulandari R. , 2021). Namun, peneliti kali ini akan membahas berbagai jenis teh hijau yang pada umumnya terkenal di Jepang. Beberapa teh hijau yang terkenal antara teh lain adalah Sencha, yang merupakan teh hijau yang terkenal di Jepang dan memiliki bentuk panjang dan pipih (Rusak, Sola, & Valerija, 2021). Selanjutnya adalah Gyokuro. Menurut (Shrivastava, Pateriya, & Singh, 2018), Gyokuro yang memiliki kemiripan dengan teh Sencha dengan perbedaan warna hijau yang cenderung lebih

Commented [N12]: Kurang koma

Commented [N13]: T

Commented [N14]: Spasi

cerah. Matcha adalah jenis teh hijau yang berbentuk serbuk, teh ini biasanya digunakan dalam upacara minum teh (Devkota & etc, 2021). Ada pula Hojicha yang sebenarnya adalah teh matcha yang diproses dengan cara dipanggang (Kurosaka, Tagata, Nakagawa, Kobayashi, & Miyake, 2024).

Commented [N15]: Hilangkan dan

Menurut Gusnadi (2023), matcha merupakan teh hijau bubuk halus yang terbuat dari daun tanaman *Camellia Sinesis*, melalui proses tumbuk penghalusan melalui alat batu (Gusnadi, 2025). Matcha yang memiliki kualitas baik ditandai dengan aramoanya yang segar yang bernuansa laut dan memiliki rasa yang manis, gurih, lembut, yang biasa dikenal sebagai *umami*. Matcha terbuat dari daun teh muda yang proses dengan cara dinaungi selama kurun waktu tertentu pada proses kenaungan ini membuat teh dapat meningkatkan kadar asam amino. Sebelum proses penggilingan menggunakan batu, teh hijau ini disebut sebagai *tencha*. Valeria mengatakan pada saat proses penggilingan daun teh yang akan menjadi matcha, terdapat beberapa variabel yang harus diperhatikan termasuk kecepatan putaran penggiling yang dijaga agar suhu batu penggiling tidak naik yang dimana akan mempengaruhi kualitas bubuk matcha tersebut (Valeria, 2021).

Commented [N16]: Typo

Commented [N17]: suhu

Dalam konteks budaya dan sosial, matcha tidak hanya merupakan produk pertanian yang dihasilkan melalui proses teknis yang kompleks, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai mental masyarakat yang menghargai kesabaran, ketelitian, dan harmoni dengan alam. Proses kenaungan daun teh muda untuk meningkatkan kadar asam amino, diikuti dengan penggilingan batu yang membutuhkan pengaturan suhu yang tepat, menunjukkan bagaimana tradisi ini membentuk sikap kolektif yang menekankan keseimbangan antara manusia dan lingkungan. Hal ini

sejalan dengan gagasan bahwa ilmu sosial dan budaya adalah penelitian tentang masalah kemanusiaan dan sosial di mana pikiran seseorang, seperti keyakinan rohani, memengaruhi pilihan mereka melalui interaksi dengan nilai-nilai budaya, seperti pembuatan matcha, yang melibatkan disiplin ilmu untuk menangani aspek sosial masyarakat.

Commented [N18]: Paragraf penghubung

Ilmu sosial dan budaya merupakan cabang dari penggabungan dua ilmu yaitu ilmu sosial atau sosiologi dan ilmu budaya yang merupakan cabang dari ilmu sosial. Pengertian lebih lanjut tentang ilmu sosial menurut Umanailo (2016) adalah ilmu pengetahuan yang mengkaji masalah budaya dan kemanusiaan (Hidayat R. S., 2018). Di sisi lain, ilmu sosial Menurut Sayyidati adalah cabang ilmu pengetahuan yang menggunakan berbagai disiplin ilmu untuk menangani masalah sosial (Sayyidati, 2017). Istilah mentalitas sering ditemukan dalam kehidupan kita menurut, mentalitas merupakan kemampuan rohani yang tertanam pada diri seseorang, yang mengarahkan tindakan dan tingkah laku yang mereka lakukan selama hidup mereka. Sebuah sikap tertentu terhadap berbagai hal dan masyarakat disekitarnya dibentuk oleh adanya perubahan dalam tingkah laku. Sistem nilai budaya dan sikap ini sebenarnya mirip.

Commented [N19]: Typo

Ketika unsur-unsur budaya lain masuk, masyarakat menerimanya dan menggunakannya untuk memperkaya unsur-unsur budaya yang dianggap asli atau sudah ada sejak lama akibatnya terjadi percampuran antar unsur-unsur budaya hal ini dapat disebut sebagai sistem sosial budaya salah satu contoh yang berkaitan dengan penelitian ini menurut Kistanto adalah minuman matcha yang bukan lagi

digunakan hanya untuk upacara minum teh atau yang dikenal sebagai *chanoyu* (茶の湯) (Kistanto, 2008).

Matcha memiliki rasa yang beda, tidak seperti teh hijau pada umumnya yang konvensional. matcha dikonsumsi dengan cara mencelupkan bubuk hasil penggilingan ke dalam air panas, sehingga siapapun yang meminumnya dapat mendapatkan nutrisi dan khasiatnya (Sivanesan, 2021). Dalam penyajian matcha, biasanya mereka mengaduk dengan *chasen* (茶筌). Chasen itu sendiri merupakan pengaduk yang terbuat dari bambu, kata 'Cha' (茶) dari kanji tersebut merupakan teh, sementara 'Sen' (筌) berarti bambu (Rosliana, 2018). Sementara itu, tempat pembuatan matcha yang terkenal di Jepang terletak di uji. Pada sekitar abad ke-16 dan awal abad ke-17 (Hiraki, 2025). Sejarah matcha itu sendiri pada awal abad ke-9 yang dibawa oleh biksu yang menganut agama Zen Buddhisme, namun minuman tersebut mulai berkembang pada zaman Kamakura di abad ke-12, ketika seorang biksu Zen yang bernama Eisai membawa kembali benih teh dan teknik pengolahan teh bubuk dari perjalanannya di Tiongkok. Eisai juga menulis buku yang berjudul *Kissa Yōjōki*, dimana buku tersebut menekankan manfaat Kesehatan teh hijau dan memperkenalkannya kepada para samurai dan masyarakat secara luas (Yamashita, 2016). Adapula yang mengatakan bahwa awal mula terkenalnya minuman tersebut di Jepang, disebabkan oleh penyebaran agama Zen Buddhisme itu sendiri dan tradisi yang dibawa Eisai (Borsato, 2025).

Matcha yang berasal dari Jepang adalah salah satu dari banyak minuman modern yang populer pada saat ini. Seperti yang kita ketahui *matcha* biasa digunakan upacara minum teh di Jepang tetapi karena adanya perkembangan sosial

Commented [N110]: Hilangkan teh

budaya sekarang dapat ditambahkan ke hidangan seperti *wagashi*, *matcha latte*, *motchi*, dan berbagai jenis hidangan penutup berasa matcha (Trisna, 2021). Menurut Khairunisa (2023), pada mulanya penikmat matcha hanya dikonsumsi dan dihidangkan oleh samurai dan bangsawan pada zaman Kamakura dan Muromachi. Matcha itu sendiri merupakan bagian penting dalam upacara teh mereka. Upacara tersebut mendeskripsikan seni dan filosofi hidup yang mengutamakan keharmonisan, ketenangan, dan kesederhanaan. Hingga pada akhirnya Jepang mengalami banyak perubahan ke arah modern dan westernisasi pada periode Meiji sekitar tahun 1868 hingga 1912, yang dimana kala itu berdampak pada praktik budaya seperti upacara minum teh juga. Namun, matcha tetap menjadi simbol penting terhadap nilai dan estetika tradisional Jepang di gempuran era transformasi sosial yang cepat dan modern saat zaman Meiji tersebut (Oshikiri, 2018).

Matcha memiliki nilai budaya dan historis yang signifikan, serta manfaat kesehatannya yang luar biasa dan rasanya yang cukup unik. Matcha telah menjadi simbol warisan Jepang yang abadi yang terus bertahan selama bertahun-tahun hingga saat ini (Tomom, Nobuyuki, & Hidekazu, 2013). Banyak orang di seluruh dunia menyukai minuman matcha dan menjadikan minuman tersebut sebagai minuman yang menyenangkan sekaligus menyehatkan (Miyake, 2023).

Fokus penelitian ini adalah mengetahui bagaimana matcha berkembang dalam budaya Jepang, mulai dari kedatangan matcha itu sendiri hingga matcha ada pada era modernisasi masa kini dalam masyarakat modern Jepang. Selain itu untuk mengetahui makna dari matcha ataupun diversifikasinya.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, pokok permasalahan pada penelitian ini antara lain adalah

1. Bagaimana perkembangan sejarah konsumsi minuman matcha di Jepang hingga zaman modern?
2. Bagaimana makna matcha dalam masyarakat Jepang modern?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan, tujuan penelitian ini untuk mempelajari dan mendeskripsikan perkembangan sejarah mengenai minuman matcha di Jepang dari pertama kali diperkenalkan pada masyarakat Jepang hingga saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengikuti perjalanan sejarah matcha mulai dari asal-usulnya yang dibawa oleh seorang biksu yang mempelajari mengenai agama Zen di Tiongkok, kemudian bagaimana matcha itu sendiri berkembang dalam kehidupan sosial dan budaya Jepang, dan bagaimana cara pembudidayanya dan ritual minumannya berubah hingga mencapai pada era modernisasi masa kini.

Selain itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana matcha berkembang dari sekedar minuman tradisional yang digunakan dalam upacara *chanoyu* menjadi simbol budaya dan gaya hidup modern tradisional maupun modernitas yang sudah terdiversifikasikan. Fokus penelitian pada perumusan masalah kedua adalah bagaimana nilai simbolik matcha berubah, dimana digambarkan dalam berbagai konteks sosial dan kultural, dan bagaimana orang

Jepang merespon dan mendefinisikan ulang makna dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan gambaran sosiokultural dan sejarah mengenai matcha yang mengubah maknanya dalam budaya Jepang sepanjang masa, terutama di era modern yang dipenuhi oleh komersialisasi dan globalisasi matcha.

1.4. Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan beberapa literatur dan studi yang relevan, manfaat dari topik penelitian ini ditujukan untuk membahas pemahaman mengenai perubahan sosial terhadap matcha pada masa modern saat ini dimana banyaknya orang yang mulai mengonsumsi minuman tersebut sebagai minuman sehari-hari.

1.5. Metode Penelitian

Menurut Soerjono Soekanto (2019), penelitian merupakan suatu kegiatan ilmiah yang didasarkan pada analisis dan konstruksi yang dilakukan secara sistematis, metodologis dan konsisten serta bertujuan untuk mengungkapkan kebenaran sebagai salah satu manifestasi keinginan manusia untuk mengetahui apa yang sedang dihadapinya (Rukin, 2019). Pada sub-bab ini, penulis akan menjelaskan metode yang akan digunakan dalam penelitian. Dengan ini, jenis penelitian yang digunakan adalah jenis pendekatan kualitatif.

Kualitatif menurut Rosaldo (1989) memiliki sejarah yang disiplin dalam ilmu sosial dan humaniora. Penelitian kualitatif merupakan bidang penyelidikan yang berdiri sendiri. Penelitian kualitatif menyinggung aneka ilmu, bidang, dan

tema. Penelitian dapat digambarkan sebagai *bricoleur* (orang yang serba bisa, mandiri, dan profesional) dan *brikolase* (solusi).

Ricoleur dapat melakukan banyak tugas penting, seperti observasi, instropeksi diri yang mendalam, wawancara mendalam, dan penafsiran dokumen historis dan pribadi. Ricoleur banyak membaca dan memiliki pengetahuan yang luas tentang berbagai paradigma interpretif, termasuk konstruktivisme, feminisme, marxisme, dan studi kebudayaan, yang dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah apa pun. (Rukin, 2019).

Kajian kepustakaan juga merupakan salah satu metode untuk melakukan penelitian ini yang dimana penulis akan mengumpulkan data-data yang relevan melalui sumber seperti internet, buku, dan jurnal, sesuai dengan studi kasus yang akan dibahas kedepannya. Untuk memahami secara keseluruhan fenomena matcha yang terjadi dengan konsumsi minuman matcha di masyarakat, penelitian ini dipilih karena metode ini memiliki kemampuan untuk mengeksplorasi makna subjektif, pengalaman hidup, dan dinamika sosial yang tidak dapat diukur secara kuantitatif. Sub-bab ini membahas mengenai desain penelitian, metode pengumpulan data, analisis data, kevalidan data, dan pertimbangan etis penelitian.

Peneliti berfungsi sebagai alat utama dalam pengumpulan dan analisis data, hingga mendapatkan pemahaman mengenai realitas sosial dari perspektif pelaku atau pengguna minuman matcha di era modern saat ini. Metode tersebut dapat memungkinkan peneliti mendapatkan pemahaman menyeluruh dan mendalam tentang bagaimana minuman matcha mengubah masyarakat. Ini mencakup informasi tentang bagaimana minuman matcha menjadi populer, pola konsumsi,

simbolisme budaya, dan konsekuensi sosial ekonomi yang timbul. Untuk meningkatkan pemahaman fenomena sosial, data yang berkaitan dengan pengembangan minuman matcha dikumpulkan dan dianalisis, termasuk artikel media, konten media sosial, iklan, hingga jurnal artikel ilmiah, ataupun skripsi.

Analisis data dilakukan secara induktif dengan teknik analisis tematik. Ada beberapa tahapan utama dalam proses analisis seperti reduksi data, dimana proses memilih dan menyederhanakan data penting dari observasi dan dokumen dalam penelitian ini. Selanjutnya adalah penyajian data untuk mempermudah pemahaman pola. Data akan disusun secara sistematis dalam bentuk tabel, grafik, naratif, atau deskripsi kategori. Kemudian dengan adanya penemuan dan verifikasi yang memudahkan peneliti menemukan masalah utama yang muncul dan membandingkannya dengan data lain guna menguji konsistensi. Terakhir, dengan adanya analisis yang dilakukan peneliti, seiring dengan berjalannya proses pengumpulan data, peneliti akan lebih dapat menemukan fenomena baru yang menarik, penelitian dapat dilanjutkan dan disesuaikan dengan menggunakan teori perubahan sosial milik Ronald Inglehard dan teori Semiotika milik Roland Barthes.

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang terkait ke dalam penelitian dalam rumusan masalah pertama adalah manfaat penelitian teoritis dari teori perubahan sosial milik Ronald Inglehart yang terletak pada pemahamannya terhadap dinamika perubahan nilai dalam masyarakat khususnya dalam konteks modernisasi dan perkembangan sosial. Teori Inglehart menekankan bahwa perubahan sosial tidak hanya dipicu oleh

faktor ekonomi dan teknologi, tetapi juga transformasi nilai dari orientasi materialistik menuju nilai-nilai yang lebih menutamakan kualitas hidup, kebebasan, dan partisipasi demokratis. Selain itu teori ini mampu menjelaskan bagaimana perubahan nilai memengaruhi perilaku sosial dan politik masyarakat, yang menghasilkan perubahan besar dalam struktur sosial dan budaya. Pendekatan ini juga memperkaya teori perubahan sosial dengan menambahkan dimensi psikologis dan budaya, yang seringkali tidak diperhatikan dalam teori klasik.

Terdapat juga manfaat penelitian teoritis pada penelitian dalam rumusan masalah kedua ada pada teori semiotika Roland Barthes menawarkan kerangka analisis dua tingkat makna denotasi (makna literal), konotasi (makna budaya atau ideologis), yang memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana tanda-tanda membentuk persepsi sosial. Mitos juga dianggap sebagai struktur semiotika yang membantu menjelaskan bagaimana ideologi budaya dinaturalisasi. Teori ini bermanfaat untuk menganalisis berbagai bentuk media atau teks budaya populer dalam penelitian ini dengan mengungkap kesalahpahaman akibat perbedaan interpretasi kode tanda

Penelitian ini dirancang untuk memberikan kontribusi berharga dalam memperkaya pengetahuan mengenai sejarah panjang, perkembangan yang kompleks, serta transformasi makna matcha sebagai bagian integral dari budaya Jepang. Dari sudut pandang tradisional, matcha telah lama menjadi simbol kedamaian dan spiritualitas dalam upacara teh Jepang, seperti chanoyu, yang mencerminkan nilai-nilai Zen dan estetika sederhana. Namun, dalam konteks modernitas, makna matcha telah berkembang melampaui batas-batas budaya asli,

menjadi produk yang lebih mudah diakses dan diintegrasikan ke dalam kehidupan sehari-hari global.

Selain itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari lebih lanjut tentang bagaimana komponen budaya matcha, khususnya maknanya, dipengaruhi oleh berbagai faktor dari luar. Faktor-faktor ini termasuk globalisasi, yang memungkinkan pertukaran budaya antara negara, perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin sibuk dan minat pada kesehatan, serta inovasi produk yang menghasilkan variasi modern dari matcha, seperti minuman siap saji atau bahan campuran yang digunakan dalam masakan internasional. Penelitian melalui analisis ini dapat membantu kita memahami dinamika yang terjadi dalam budaya yang tidak statis, di mana tradisi lama bergabung dengan elemen baru untuk membentuk identitas yang lebih inklusif.

1.7. Sistematika Penelitian

Untuk memudahkan proses pengerjaan penelitian sekaligus pembacaan laporan hasil penelitian, maka diperlukan rumusan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I. Pendahuluan. Terdapat point mengenai awal mula Matcha itu sendiri, menjelaskan juga mengenai tanaman yang digunakan sebagai bahan dasar matcha.

Bab II. Kajian Pustaka. Berisi menjadi 2 bagian, yaitu peneliti terdahulu, dimana penelitian yang menjadikan landasan inspirasi bagi peneliti dan sumber-sumber yang tervalidasi. Selain itu, pada Bab II terdapat juga kerangka teori, dimana teori dasar yang akan menjadi landasan kajian peneliti. Teori yang digunakan merupakan

Teori Modernisasi milik Roland Inglehart dan Teori Semiotika dari Roland Barthes.

Bab III. Pembahasan. Merupakan isi dan inti dari penelitian yang dikaji dan didasarkan oleh teori-teori yang digunakan pada Bab II untuk mengungkapkan penelitian yang dicari oleh rumusan masalah pertama dan kedua.

Bab IV. Simpulan. Merupakan bagian penutup penelitian yang dikaji.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Sesuai dengan penelitian yang terkait dan pengamatan penulis melalui sumber-sumber yang tertera, berikut ini merupakan peneliti terdahulu yang membahas mengenai hal-hal terkait penelitian ini.

Penelitian pertama dikemukakan dalam penelitian tugas akhir yang ditulis oleh Salma Qotrunada Agtari Khairunissa (2023) yang berjudul *Konsumsi Matcha di Mata Generasi Muda Jepang*. Perumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana generasi muda Jepang memaknai dan mengonsumsi matcha ditengah pertumbuhan industri makanan dan minuman yang pesat adalah subjek penelitian terdahulu tersebut. Dari penelitian itu, hasil menunjukkan bahwa pengalaman pribadi dan latar belakang sosial budayalah yang memengaruhi cara generasi muda di Jepang mengenai matcha. Skripsi tersebut, peneliti menggunakan teori dinamika praktik sosial dari Shove, Pantzar, dan Watson (2001) dan menggunakan metode penelitian kualitatif dimana peneliti mewawancarai beberapa orang di Kyoto, Jepang. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah, dalam judul ini, peneliti ingin menjelaskan perubahan sosial fungsi dari minuman matcha itu sendiri dalam era masa kini.

Commented [N111]: typo

Commented [N112]: Dalam skripsi ini > skripsi tersebut

Commented [N113]: Ubah kalimat

Selanjutnya penelitian kedua bersal dari bagian buku yang berjudul *Tea Harvesting at Uji: Repackaging Uji as a Productive Place*. Dengan buku yang berjudul *Picturing Animals and Plants in Early Modern China and Japan: Innovation, Experiments, and Anxieties* oleh (Fan Lin, 2025). Dalam bagian ini, mereka membahas mengenai pembuatan dan penyebaran pengetahuan tentang suatu wilayah tertentu di Jepang pada awal era modern, yaitu Uji dari akhir abad ke-17 hingga awal abad ke-18. Uji adalah studi kasus yang menarik yang menunjukkan bagaimana pengetahuan baru berinteraksi dengan pengetahuan tradisional. Bab ini berfokus pada gulungan lukisan Kanō Tanetsu "Pemanenan Teh di Uji" untuk menunjukkan bahwa bahasa visual tradisional Uji dimanipulasi

untuk menggambarkan Uji sebagai wilayah teh yang menghasilkan yang dikelola dengan damai oleh Shogunate Tokugawa. Sementara itu peneliti akan lebih membahas bagaimana penyebaran minuman matcha pada Masyarakat Jepang.

Penelitian ketiga dikemukakan dalam penelitian ilmiah dari (Kenji, 2015) dalam artikel jurnalnya yang berjudul *Characteristics of Matcha* menjelaskan tentang Upacara teh Jepang memberikan makna budaya kepada matcha, yang telah berkembang dengan cara yang unik di Jepang. Dua inovasi baru, metode penutupan tanaman dan pengering tencha, adalah peningkatan metode produksi untuk mencapai kesempurnaan. Proses budidaya tertutup meningkatkan kandungan asam amino dan karotenoid dalam daun, yang menghasilkan aroma khas matcha. Senyawa seri ionon dan profil aroma dimetil sulfida berasal dari zat-zat ini. Matcha, dengan rasanya yang menyenangkan, semakin populer sebagai bahan baku makanan olahan di Jepang dan di luar negeri. Hal tersebut sangat membantu penulis untuk menjadikan referensi dimana dari inovasi tersebut, matcha dapat dikonsumsi dengan nikmat dan meluas secara global, hingga manfaat dari minuman matcha itu sendiri.

Penelitian keempat diteliti oleh (Nofia, 2022) dari artikel ilmiahnya yang berjudul *Social Trends in a Technologically Advanced Society*, Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan penjelasan tentang makna denotatif dan konotatif dari tanda-tanda yang terdapat pada sampul buku *Five Little Pigs* yang ditulis oleh Agatha Christie. Karena itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Untuk analisis, data dikumpulkan dari interpretasi teks dan gambar di sampul buku, yang didukung oleh jurnal. Selanjutnya, teori Barthes tentang

hubungan antara penanda dan Menurut Barthes, dua tingkatan itu adalah denotasi dan konotasi. Konotasi didefinisikan sebagai makna yang dikaitkan dengan gambar di luar tingkat denotasi yang jelas, sedangkan denotasi didefinisikan sebagai tingkat makna pertama dan paling sederhana dari sebuah gambar. Penelitian ini menemukan bahwa Beberapa teks dan gambar sebagai tanda mengandung makna konotatif dan denotatif dalam merujuk pada objek tertentu. Peneliti memilih penelitian terdahulu ini karena menggunakan teori yang sama dengan cara menginterpretasikan teori milik Roland Barthes.

Penelitian kelima diteliti oleh (Béné, 2022) dengan jurnalnya yang berjudul *Food fears and risk of loss of food heritage: A little-explored effect of food modernity and times of pandemic*. Jurnal tersebut Béné beranggapan bahwa Makalah ini menyelidiki kondisi-kondisi di mana transformasi besar sistem pangan akan terjadi, seperti yang disebutkan oleh semakin banyak pakar internasional dan lembaga pembangunan. Setelah membahas apa arti "transformasi" dalam konteks sistem pangan secara khusus, mengacu pada berbagai elemen ekonomi politik untuk menunjukkan bagaimana dinamika yang saling memperkuat berkontribusi pada mengunci sistem pangan pada jalan yang tidak berkelanjutan sekarang. Faktor-faktor ini mencakup konsentrasi kekuatan ekonomi dan pasar di tangan perusahaan multinasional Big Food, serta ideologi, ketidakkonsistenan kebijakan, kepentingan nasional, atau aspirasi yang tertanam dalam budaya. Béné menggunakan teori Great Transformation dari Willerr dan metode studi pustaka. Hal yang membedakan penelitian tersebut adalah peneliti meneliti bagaimana perkembangan budaya terhadap matcha dalam masyarakat Jepang.

2.2. Kerangka Teori

2.2.1. Teori Modernisasi Ronald Inglehart

Modernisasi merupakan proses menjadi modern. Istilah modernisasi sendiri berasal dari kata *modo*, yang berarti kini sehingga modernisasi dapat diartikan sebagai cara hidup yang sesuai dengan situasi masa kini dan ada atau konteks masa sekarang (Rizik, Hasibuan, & Anwar, 2021). Selanjutnya teori yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah teori modernisasi evolusioner milik Ronald Inglehart, yang merupakan seorang filsuf yang merevisi secara mendalam dari teori modernisasi klasik, dimana Inglehart memberikan penjelasan menyeluruh tentang nilai-nilai budaya dan sistem politik secara historis dibentuk oleh keamanan fisik dan ekonomi. Dalam bukunya yang diterbitkan pada tahun 2018 yang berjudul, “*Cultural Evolution: People’s Motivations Are Changing, and Reshaping the World*” (Cambridge University Press), dalam penelitian tersebut dijelaskan secara rinci yang berpendapat bahwa kelangsungan hidup manusia selalu sangat rentan, yang mendorong masyarakat untuk memprioritaskan kebutuhan material seperti keamanan finansial dan keselamatan fisik. Orang secara alami menggunakan perilaku seperti solidaritas kelompok yang kuat, otoritarianisme, xenofobia, dan ketaatan yang ketat terhadap norma budaya tradisional untuk bertahan hidup dalam situasi yang tidak aman ini. Namun, kemunculan industrialisasi dan kemajuan ekonomi, terutama pertumbuhan ekonomi yang pesat setelah Perang Dunia II, telah meningkatkan keamanan eksistensial masyarakat secara signifikan, sehingga sebagian besar populasi menjadi lebih percaya pada kelangsungan hidup.

Commented [N114]: Dijadikan>digunakan

Selanjutnya menurut Norris, motivasi manusia yang lebih luas berpusat pada prinsip-prinsip pascamaterialis seperti ekspresi diri, kesetaraan gender, toleransi terhadap minoritas, perlindungan lingkungan, dan partisipasi demokratis, berkat perubahan ini (Norris, 2004).

Teori Inglehart menekankan pentingnya proses antargenerasi, di mana generasi materialis yang lebih tua secara bertahap digantikan oleh kelompok generasi baru yang muncul pada masa keamanan yang lebih besar. Namun, perubahan ini tidak terjadi secara instan mereka berlangsung selama bertahun-tahun selama pergantian populasi, dan nilai-nilai baru hanya muncul ketika keamanan eksistensial melampaui ambang batas tertentu. Selain itu, teori ini menyatakan bahwa nilai-nilai dipengaruhi oleh peristiwa jangka pendek, seperti booming ekonomi atau resesi, tetapi penggantian generasi terutama mendorong perubahan sosial jangka panjang (Haniah, Firdaus, & Amin, 2024). Karya Inglehart sebelumnya, seperti *"The Silent Revolution"* (1977), *"Shift of Culture in Advanced Industrial Society"* (1990), *"Modernization and Postmodernization"* (1997), dan karya bersama *"Modernization, Cultural Change, and Democracy"* (2005).

Roland Inglehart juga menjelaskan mengenai perubahan nilai menjelaskan bagaimana masyarakat mengubah orientasi mereka terhadap nilai mereka dari materialis ke post-materialis karena perubahan kondisi ekonomi dan tingkat keamanan mereka. Beberapa elemen utama yang telah dikaji dalam berbagai penelitian ilmiah dapat digunakan untuk memahami mekanisme perubahan nilai ini. Pertama, Hipotesis Kelangkaan, atau Hipotesis Kelangkaan, mengatakan bahwa orang cenderung memprioritaskan hal-hal yang paling langka di tempat mereka

tinggal. Masyarakat berfokus pada nilai materialis seperti stabilitas ekonomi dan keamanan ketika kebutuhan dasar seperti keamanan fisik dan ekonomi tidak terpenuhi. Namun, setelah kebutuhan dasar terpenuhi, fokus masyarakat beralih ke nilai-nilai pasca-materialis seperti kebebasan, keterlibatan, dan ekspresi diri. Kedua, nilai-nilai seseorang berubah secara bertahap selama sosialisasi generasi (Sugeng, Fitriana, & Aidy, 2024).

Dalam sosialisasi generasi, nilai-nilai yang dianut seseorang dipengaruhi oleh situasi ekonomi dan keamanan saat mereka tumbuh. Generasi yang tumbuh dalam masa kemakmuran dan keamanan cenderung mengadopsi nilai-nilai post-materialis, sedangkan generasi yang tumbuh dalam masa krisis atau kekurangan tetap mengadopsi nilai-nilai materialis. Ketiga, mekanisme penting lainnya dalam perubahan nilai sosial pada tingkat masyarakat adalah pergantian generasi (Saputra & al, 2023). Proses ini terjadi ketika generasi muda yang menganut nilai-nilai post-materialis secara bertahap menggantikan generasi sebelumnya, yang menghasilkan peningkatan proporsi nilai post-materialis dalam masyarakat. Keempat, perubahan nilai dipengaruhi oleh Modernisasi dan Keamanan Eksistensial. Rasa aman hidup yang lebih besar, yang dihasilkan dari peningkatan pendidikan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas politik, mempercepat pergeseran nilai dari materialis ke post-materialis. Namun, tren perubahan nilai ini dapat melambat atau bahkan berbalik arah dalam kasus krisis ekonomi atau konflik (Komariyati, Hamidsyukrie, & Syuhada, 2025). Terakhir, Variasi Konteks Budaya dan Negara menjelaskan bahwa meskipun mekanisme dasar perubahan nilai serupa, laju dan pola perubahan nilai berbeda antar negara. Faktor-faktor sejarah, budaya, dan institusi negara

masing-masing memengaruhi bagaimana nilai-nilai berkembang di masyarakat (Robiyanto, Rizka, & Angkasa, 2024).

Pergeseran nilai ini juga sangat dipengaruhi oleh modernisasi. Rasa aman eksistensial masyarakat meningkat sebagai hasil dari peningkatan ekonomi, peningkatan pendidikan, dan stabilitas politik. Ini mempercepat pergeseran nilai menuju ke arah post-materialis. Namun, pergeseran nilai ini dapat melambat atau bahkan berbalik arah jika krisis atau konflik menyebabkan keamanan menurun (Abramson, 1994). Namun, perbedaan dalam konteks budaya dan sejarah setiap negara menyebabkan pola dan kecenderungan perubahan nilai yang berbeda, yang bergantung pada institusi dan lingkungan sosial masing-masing. Secara lebih luas, teori ini menyatakan bahwa modernisasi sosioekonomi menghasilkan kemampuan obyektif, yang memungkinkan orang-orang mengutamakan ekspresi diri dan membuat keputusan sendiri. Nilai, nilai keluarga, dan praktik keagamaan semuanya berubah karena modernisasi. Meskipun perubahan nilai ini dapat meningkatkan kebebasan dan partisipasi sosial, mereka juga dapat menghilangkan tradisi dan pengetahuan lokal yang selama ini membentuk identitas budaya masyarakat (Rosyadi, 2014; Geertz, 1983). Nilai-nilai ini berubah dengan cepat, tetapi memiliki dampak besar pada perubahan sosial, budaya, dan politik di berbagai masyarakat.

Dari buku *Modernization, Cultural Change, and Democracy: The Human Development Sequence* (2005) menjelaskan bahwa tradisi budaya dan sejarah lokal memengaruhi perubahan nilai ini, yang tidak terjadi seragam di seluruh dunia. Akibatnya, ada perbedaan dalam laju dan pola perubahan ini di antara negara-negara. Namun, modernisasi umumnya mengurangi penghalang dari luar terhadap

kebebasan individu, memperluas kebebasan manusia, dan meningkatkan kebutuhan akan demokrasi sebagai sistem politik yang paling cocok untuk memaksimalkan kebebasan dan pilihan individu.

2.2.2. Teori Semiotika Roland Barthes

Semiotika merupakan kata yang berasal dari Yunani yaitu *semeion*, yang memiliki arti *tanda*. Tanda disini ditentukan sebagai cabang ilmu, mulai dari sistem tanda, serta proses yang berlaku bagi penggunaan tanda pada akhir abad ke-18. J.H. Lambert, merupakan seorang filsuf berasal Jerman. Beliau adalah orang yang pertamakali menggunakan kata “semiotika” sebagai sebutan untuk tanda. Tidak lama setelah itu, C.S. Peirce yang merupakan seorang filsuf asal Amerika memaparkan pikirannya mengenai semiotika pada tahun 30-an. Tetapi semiotika diperkenalkan kembali oleh Charles Morris yang berasal dari Amerika dan Max Bense yang berasal dari Eropa. Dalam perkembangan, semiotika memanglah cabang ilmu tua yang baru, cabang ilmu lama yang kembali diperkenalkan. Namun sayangnya perkembangan teori semiotika digolongkan perkembangan yang tidak pesat dikarenakan ilmu tanda, sistem tanda, serta proses dalam penggunaan tanda melalui makna memerlukan kepekaan yang besar. Makna yang berada dibalik setiap karya sastra, atau bahasa, dengan kepekaan tersebut dapat diungkapkan dan dipahami dengan baik. (Barthes, 1972)

Sebagai ilmu tanda, semiotik dapat dibagi kedalam beberapa aspek tanpa menjadi penanda sebagai *signifier* dan petanda sebagai *signified* dengan pemahaman penanda sebagai bentuk formal yang menandai petanda, dipahami

sebagai sesuatu yang ditandai oleh penanda. Karya sastra terbentuk dalam perbedaan tanda dan ikon, sebagai tanda yang memiliki hubungan alamiah antara penanda dan petanda sebagai tanda yang bersifat memiliki hubungan kasual. Hal tersebut memiliki kaitannya dengan bahasa dan kesusastraan, maka pendekatan semiotik ditetapkan pada tindakan analisa yang terbaca terhadap karya sastra (Barthes, 1972). Barthes (1957) menyatakan bahasa atau perangkat yang digunakan untuk menguraikan bahasa atau metabahasa dan konotasi merupakan hasil dari sebuah pengembangan dalam cara memaknai tanda.

Dalam teorinya Barthes mengkategorikan tiga teori dari semiotika, yang pertama adalah denotasi. Denotasi merupakan tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda atau antara lain tanda dan rujukannya pada realitas, yang menghasilkan makna yang eksplisit, langsung, dan pasti. Dengan kata lain denotasi adalah tindakan tandaan yang konvensional dalam masyarakat, yaitu elemen tanda yang cenderung disepakati secara sosial (Nurjanah, 2024). Meskipun demikian, Barthes tidak hanya berhenti pada denotasi karena ia menyadari bahwa arti sebuah tanda juga dapat berkembang melampaui makna dasar yang dimilikinya. Ia memasukkan konotasi sebagai tingkat kedua signifikasi. Roland Barthes menggambarkan denotasi sebagai makna tingkat pertama tanda, yang merupakan makna literal, jelas, dan eksplisit. Denotasi adalah hubungan dasar antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) (Nofia, 2022). Tanda ini langsung merujuk pada dunia luar tanpa makna tambahan yang berasal dari perasaan atau budaya. Barthes menjelaskan bahwa denotasi adalah sistem signifikasi tingkat pertama yang disepakati secara sosial sebagai makna sebenarnya dari tanda tersebut. Denotasi

Commented [N115]: typo

dianggap sebagai representasi paling akurat dari tanda tersebut. Menurut Roland Barthes, denotasi gambar adalah makna literal atau makna yang paling nyata yang dapat dilihat secara langsung dari gambar tanpa perlu memberikan penafsiran tambahan (Wahyuningsih, 2024). Misalnya, ketika sebuah gambar menampilkan sebuah keluarga sedang memasuki mobil, itu hanya menunjukkan bahwa keluarga tersebut sedang melakukan tindakan masuk ke mobil, tanpa memiliki makna kultural atau simbolik tambahan. Denotasi berpusat pada apa yang tampak jelas dan dapat diterima secara umum tanpa membutuhkan interpretasi lebih lanjut (Bungsu, 2021).

Konotasi adalah makna tambahan atau makna kultural yang melekat pada tanda-tanda berdasarkan konteks sosial, sejarah, nilai, dan emosi yang dianut oleh komunitas tertentu. Pada tingkat ini, makna tidak lagi netral, tetapi dipengaruhi oleh norma sosial dan interpretasi subjektif. Misalnya, gambar apel dapat berfungsi sebagai simbol kesehatan atau keinginan, tergantung pada konteks sosial yang melingkupi tanda tersebut. Konotasi memiliki makna yang lebih luas dan sering kali berfungsi sebagai dasar bagi sikap, nilai, dan persepsi masyarakat (Rahmawati, Busri, & Badrih, 2024). Dengan kata lain, konotasi merupakan proses di mana tanda berinteraksi dengan pengalaman, budaya, dan ideologi masyarakat. Akibatnya, makna yang kita tangkap bukan hanya literal, tetapi juga makna yang berasal dari pengalaman kultural dan psikologis kita sendiri (Dr. Hj. Fatimah, 2020).

Selain itu, Barthes mendefinisikan mitos sebagai tingkat ketiga makna tanda yang muncul dari konotasi. Menurut Barthes, mitos adalah sistem filosofis yang berfungsi untuk menciptakan dan menormalkan nilai-nilai sosial melalui

tanda-tanda budaya. Bukan sekadar cerita rakyat atau legenda (Ambrani AS & Nazia Mahrani Umayu, 2012). Mitos ini membuat sesuatu terlihat alami, permanen, dan historis sehingga orang menganggapnya sebagai bagian dari kenyataan yang tidak dapat diragukan lagi. Misalnya, meskipun sejarah penuh dengan konflik dan dinamika, mitos kemerdekaan sering digambarkan melalui simbol dan cerita yang menunjukkan kekuatan dan kebesaran negara. Menjadi alat pemaknaan, mitos menggabungkan elemen budaya, politik, dan ideologi untuk membentuk struktur sosial (Miftakhussurur & Swasono, 2024). Di satu sisi, Sudibyo (Sobur, 2003: 224) menganggap teori mitos oleh Roland Barthes sebagai “metode berpikir” kebudayaan. Cara memahami atau menggambarkan sesuatu item. Mitos menurut Barthes, Adalah Kumpulan konsep yang saling berhubungan. Argumentasi Adalah sistem komunikasi, karena hanya mengirimkan tujuan. Mitos bukan hanya informasi yang disampaikan secara lisan serta dalam tulisan, tetapi juga dalam berbagai variasi tambahan atau kombinasi dari verbal dan kombinasi kata-kata. Misalnya sebagai film, lukisan, iklan, komik, dan forografi.

BAB III

PEMBAHASAN

3.1 Sejarah Perkembangan Matcha di Jepang

3.1.1. Awal Mula Minuman Matcha Hadir di Jepang

Pertama kali matcha hadir di Jepang karena adanya seorang biksu Buddha Jepang yang bernama Minnan Eisai yang pertama kali membawa matcha ke Jepang hidup pada akhir periode Heian (794 – 1185) dan awal periode Kamakura (1185 – 1333) dan studi agama Buddha (Yamashita, 2016). Kisah kedatangan matcha ke Jepang yang dikaitkan dengan perjalanan Minnan Eisai (lihat Gambar 3.1), menurut peneliti, tidak hanya merupakan cerita sejarah biasa itu juga menunjukkan betapa dalamnya pengaruh lintas budaya dalam membentuk identitas suatu bangsa.



Gambar 3. 1 Potret Lukisan Bisku Minnan Eisai
Sumber: culturejaponaise.info

Kisah ini menunjukkan bahwa budaya berkembang melalui interaksi dengan budaya lain, terutama dalam hal pencarian intelektual dan spiritual seperti yang dilakukan oleh Eisai. Sebagai seorang biksu Buddha Jepang yang hidup di masa transisi dari periode Heian ke periode Kamakura, Eisai menunjukkan keberanian dan tekad untuk mencari praktik keagamaan yang lebih otentik. Saat itu, ketidakpuasannya terhadap praktik Buddha di Jepang sangat besar. Menurut Sen Soshitsu, Eisai tidak hanya menerima kritik dari dalam, tetapi juga melakukan sesuatu yang nyata dengan mengunjungi Tiongkok selatan, yang pada saat itu dianggap sebagai pusat pembelajaran dan praktik agama Buddha yang lebih maju (Soshitsu, 1997).

Menurut penelitian Masatoshi Harada perjalanan Eisai yang kedua, yang dilakukan pada tahun 1181–1191, menunjukkan komitmen dan keinginan kuat untuk mengubah kehidupan spiritual di negerinya (Hirada, 2011). Selama kunjungannya yang kedua kali ke Tiongkok pada tahun 1181 – 1191, Eisai belajar

Commented [N116]: Hilangkan dari

tentang *Rinzai* dan *Zen Buddhisme*. Berdasarkan Suzuki sebagian dari ajaran dan praktik *Zen Buddhisme* telah diperkenalkan ke Jepang jadi awal dan digabungkan ke dalam sekolah Esoterik Tendai, yang merupakan salah satu sekolah Buddha yang paling dominan pada saat itu (Suzuki, 1958) . Perjalanan Eisai menarik karena ia membawa pulang ajaran Zen Buddhisme yang baru dan tradisi minum teh yang ia pelajari di Tiongkok. Meminum teh adalah tradisi yang memiliki makna spiritual yang mendalam. Ini bukan sekadar kebiasaan santai atau konsumsi sehari-hari.

Commented [N117]: space

Teh digunakan dalam aliran Zen sebagai alat bantu untuk *meditasi* karena membantu mempertahankan kejernihan pikiran dan kesadaran penuh (*mindfulness*) selama latihan spiritual. Seperti pendapat Tanaka (1998) masuknya matcha ke Jepang merupakan bagian dari perubahan spiritual dan kultural yang lebih besar daripada hanya perubahan kebiasaan minum atau gaya hidup (Putri & Handayani, 2010). Selain itu, fakta bahwa ajaran Zen Buddhisme yang dibawa Eisai kemudian digabungkan dengan ajaran dari sekolah esoterik Tendai menunjukkan bahwa budaya Jepang memiliki kemampuan luar biasa untuk menyerap, mengadaptasi, dan mengolah pengaruh asing menjadi sesuatu yang unik dan asli. Sekolah Tendai yang sangat berpengaruh pada masa itu tidak menolak ajaran baru yang dibawa Eisai, malah mengintegrasikannya ke dalam praktik mereka. Ini menunjukkan keterbukaan terhadap perubahan dan fleksibilitas agama dan pemikiran masyarakat Jepang saat itu.

Oleh karena itu, peneliti percaya bahwa konteks intelektual dan spiritual matcha di Jepang tidak dapat dilepaskan darinya. Dalam praktiknya, Eisai sendiri adalah seorang biksu yang belajar di Cina dan kembali dengan biji teh, yang

kemudian ditanam di kuil-kuil seperti Kennin-ji, di mana matcha mulai menjadi bagian dari rutinitas harian para praktisi. Proses ini melibatkan pembuatan bubuk teh yang halus, yang memungkinkan konsumsi langsung tanpa penyaringan, sehingga memperkuat fokus selama meditasi. Integrasi dengan Tendai juga terlihat dalam bagaimana elemen-elemen ritual dari kedua ajaran saling melengkapi, seperti penggunaan mantra dan visualisasi yang dikombinasikan dengan penyajian teh yang tenang. Ini menciptakan tradisi chanoyu yang berkembang nanti, di mana matcha bukan sekadar minuman, melainkan medium untuk refleksi diri.

Setelah itu, teh hijau bubuk ini menjadi bagian penting dari budaya Jepang, terutama dalam upacara *Chanoyu* atau upacara minum teh seperti Gambar 3.2, yang sangat dipengaruhi oleh prinsip Zen seperti kesederhanaan, kesadaran penuh, dan penghormatan terhadap saat ini. Matcha bukan hanya minuman, tetapi juga simbol kebijaksanaan spiritual, ketenangan pikiran, dan hubungan lintas peradaban. Dari kisah ini, Peneliti belajar bahwa perubahan dan pembaruan budaya sering kali datang dari keberanian individu yang mau belajar dari luar, mengolahnya secara bijak, dan mengintegrasikannya ke dalam kehidupan masyarakat. Menurut Muttaqin, Eisai adalah contoh nyata dari bagaimana satu orang dapat membawa pengaruh besar tidak hanya dalam aspek spiritual, tetapi juga dalam budaya sehari-hari yang masih hidup hingga hari ini (Muttaqin, 2024).



Gambar 3. 2 Lukisan Penjamuan Chanoyu Pada Era Heian Yang Ditemukan Pada Era Meiji
Sumber: Fujiarts.com

Wawasan yang sangat menarik tentang peran besar aliran Rinzai dalam mengubah kebudayaan Jepang dan agama Buddha. Meskipun Rinzai bukan aliran Zen pertama yang masuk ke Jepang, perannya dalam menginstitusionalisasi ajaran Zen dan membentuk lembaga keagamaan yang mandiri menunjukkan kekuatan transformasional aliran Zen. Hal ini penting dalam konteks sejarah sosial dan budaya Jepang, serta secara keagamaan. Menurut Wattimena, Rinzai datang bukan hanya sebagai ajaran spiritual, tetapi juga sebagai sistem nilai dan struktur yang berkembang dengan baik, memberikan arah baru bagi kehidupan monastik dan spiritual di Jepang (Wattimena, 2022).

Sementara itu Rinnzai bukanlah jenis aliran *Zen* pertama yang datang ke Jepang (Fatikhasari, 2022). Salah satu hal yang membedakan Rinzai dari aliran lain seperti Tendai dan Shingon adalah cara mereka berpikir tentang tujuan keagamaan. Rinzai menawarkan pendekatan yang lebih langsung dan praktis, mengatakan bahwa pencerahan dapat dicapai di dunia ini melalui disiplin, kerja keras, dan kesadaran penuh. Ajaran ini tidak hanya berkaitan dengan para biksu, tetapi juga memengaruhi masyarakat secara keseluruhan, terutama samurai, yang sangat

menghargai nilai-nilai seperti kedisiplinan, keberanian, dan keteguhan hati. Namun, Rinzai adalah sekolah pertama yang menjadi lembaga keagamaan monastik yang mandiri dan terinstitusionalisasi. Menurut Fischer, setelah dibawa ke Jepang, Rinzai sangat memengaruhi praktik Buddha sebagai agama dan aturan kehidupan monastik karena menekankan kedisiplinan, kerja keras, dan janji pencerahan dari pada surga seperti *Tendai* dan *Shingon* (Fischer, 1983).

Karena praktisi Rinzai dibentuk oleh bentuk pelatihan spiritual yang ketat, seperti *zazen* (meditasi intensif), penggunaan *koan* (teka-teki spiritual), dan rutinitas harian yang ketat. Ini menghasilkan gaya hidup yang mengutamakan spiritualitas individu serta tanggung jawab kolektif dan keseimbangan antara pikiran dan tindakan. Peneliti melihat hal ini sebagai jenis spiritualitas yang sangat aktif dan membumi, bukan yang hanya berfokus pada dunia gaib atau kehidupan setelah kematian.

Biara Rinzai menjadi pusat pembelajaran Tiongkok karena pengetahuan mereka dengan perkembangan budaya di Tiongkok. Selain itu Menurut Soho mereka juga membantu mengembangkan bentuk seni seperti kaligrafi, lukisan, dan *chanoyu* atau upacara minum teh yang dimana kita ketahui sebagai presentasi kebudayaan tradisional Jepang (Soho, 2002). Hal yang juga sangat menarik bagi peneliti adalah bagaimana biara-biara Rinzai tidak hanya berfungsi sebagai tempat ibadah dan pelatihan spiritual, tetapi juga menjadi pusat kebudayaan dan pembelajaran. Peran mereka dalam menyerap dan menyebarluaskan pengetahuan dari Tiongkok sangat besar, baik dalam bidang keagamaan maupun kebudayaan. Dari biara-biara ini lahir berbagai ekspresi seni yang kini menjadi bagian penting

dari identitas budaya Jepang, seperti kaligrafi bergaya Zen, lukisan tinta, dan chanoyu (upacara minum teh).

Rinnzai tidak hanya menyebarkan ajaran, tetapi juga menjadi agen kebudayaan yang menghidupkan nilai-nilai estetika yang berakar dari kesederhanaan, keheningan, dan kehadiran penuh pada saat ini semuanya merupakan prinsip utama Zen. Menurut Chuan, selain keterlibatannya menyebarkan aliran Rinzaï, Eisai juga terkenal karena membawa teh matcha dan ritual yang digunakan untuk membuat teh di Tiongkok selama Dinasti Song Selatan (1127 – 1279) kenegaranya (Chuan, 2022). Hingga sekarang di Jepang matcha masih menjadi salah satu minuman yang paling populer, meskipun di negara asalnya teh matcha telah benar benar hilang dari fungsi utamanya ratusan tahun yang lalu. Salah satu ekspresi utama budaya Jepang *chanoyu*, sepenuhnya berpusat pada persiapan minum tehnya (Billah, Dariana, & Janti, 2022).

Commented [N118]: Hilangkan yang terpenting

Melihat pengaruh Rinzaï terhadap seni sebagai bukti nyata bagaimana spiritualitas bisa mengekspresikan diri dalam bentuk yang sangat manusiawi dan estetik. Kaligrafi Zen, misalnya, bukan hanya soal keindahan visual, tetapi juga merupakan hasil dari konsentrasi total dan energi spiritual yang mengalir dari dalam diri praktisi. Begitu pula dengan *chanoyu*, yang bukan sekadar ritual penyajian teh, tetapi merupakan refleksi dari nilai-nilai Zen seperti ketenangan, keteraturan, dan penghargaan terhadap kesederhanaan. Rinzaï tersebut dipopulerkan oleh biksu yang bernama Hakuin Ekkaku (1686-1769), yang tertera pada Gambar 3.3.



Gambar 3. 3 Biksu Pengajar Rinzai Terkenal, Hakuin Ekkaku.
Sumber: Budhistsoor Net

Dalam praktik seperti ini, batas antara kehidupan spiritual dan kehidupan sehari-hari menjadi sangat tipis bahkan menyatu. Pengaruh Rinzai terhadap budaya Jepang juga memperlihatkan bagaimana interaksi antarbudaya dapat menghasilkan sesuatu yang benar-benar baru dan otentik. Meskipun banyak dari praktik Zen berakar dari Tiongkok, Jepang berhasil mengolah dan menyesuainya dengan karakter masyarakatnya sendiri. Ini menunjukkan bahwa budaya yang kuat bukanlah yang tertutup dari pengaruh luar, melainkan yang mampu menyerap, menyesuaikan, dan menciptakan sesuatu yang baru dari hasil pertemuan dua dunia. Secara teori terlihat asimilasi terjadi setelah adanya perubahan akulturasi, namun pada kenyataannya asimilasi tidak tercapai secara sempurna, yang mengakibatkan akulturasi menurut Gudykunts dan Kim (2003) dalam (Utami, 2015) . Rinzai menjadi salah satu contoh terbaik bagaimana pengaruh luar bisa memperkaya budaya lokal tanpa harus menghilangkan jati diri.

Secara pribadi, peneliti merasa bahwa warisan yang ditinggalkan oleh Rinzai sangat relevan bahkan di zaman modern seperti sekarang. Nilai-nilai seperti kedisiplinan, kerja keras, kehadiran penuh dalam aktivitas sehari-hari, serta penghargaan terhadap keindahan yang sederhana. Semuanya merupakan prinsip

yang bisa membantu kita menghadapi kehidupan yang serba cepat dan penuh tekanan. Dalam dunia yang sering kali menuntut hasil instan dan sibuk dengan distraksi, pendekatan hidup yang diajarkan oleh Zen, terutama dalam tradisi Rinzai, mengajarkan kita untuk kembali ke dalam diri, menyadari momen saat ini, dan menemukan kedamaian di tengah kesibukan.

Dengan demikian, peneliti melihat bahwa peran Rinzai dalam sejarah Jepang tidak hanya terbatas pada bidang agama atau monastik, tetapi meluas ke seluruh aspek kehidupan budaya, estetika, bahkan hingga etika masyarakat. Keberhasilannya dalam membangun lembaga keagamaan yang mandiri, menyebarkan nilai-nilai disiplin dan pencerahan, serta memperkaya seni dan budaya Jepang menjadikan Rinzai sebagai salah satu pilar penting dalam pembentukan identitas spiritual dan kultural bangsa Jepang.

Menurut Pangestu, pada tahun 1191 Eisai kembali dari kunjungan yang kedua dari Tiongkok pada saat itu Eisai kembali ke pulau Hirado atau yang sekarang dikenal sebagai Prefektur Nagasaki. Eisai tinggal di Hirado selama beberapa waktu, tetapi kebanyakan karya yang membahasnya tidak menyebutkan aktifitasnya di pulau tersebut sama sekali (Pangestu, 2021). Namun diharapkan dia mulai mengajar Rinzai di pulau tersebut segera setelah tiba. Sebagian besar orang mengabaikan masa tinggal Eisai di Hirado tentang pengenalan matcha ke Jepang. Menurut Sado-daijiten dan sebagian besar literatur resmi tentang *chanoyu* di Jepang. Menurut Yamashita, Eisai diketahui mendirikan perkebunan teh pertama di kuil Furise Reisen-ji di Prefektur Saga saat ini. Namun, kuil Senko-ji di Hirado dikatakan memiliki perkebunan teh tertua di Jepang (Yamashita, 2016).

Perjalanan matcha dari sekadar tanaman teh yang dibawa dari Tiongkok hingga menjadi inti dari ritual yang sarat makna filosofis dan spiritual di Jepang menunjukkan betapa kuatnya keterkaitan antara budaya dan praktik sehari-hari dalam membentuk identitas suatu bangsa. Dengan waktu, matcha menjadi bagian penting dari ritual keagamaan dan budaya istana dan samurai, terutama selama periode Muromachi (1336–1573 M). Menurut Soshitsu Sen seorang biksu Zen, seperti Murata Jukō, yang dikenal sebagai "bapak upacara teh Jepang", memasukkan matcha ke dalam upacara minum teh Jepang, juga dikenal sebagai *chanoyu* (Soshitsu, 1997).

Oleh karena itu, meskipun teh pertama kali dikenal di era Heian, matcha sebagai bubuk teh hijau berkualitas tinggi yang menjadi simbol ritual dan budaya berkembang pesat di Jepang dari abad ke-12 hingga Muromachi. Para biksu Zen dan elit sosial Jepang mengembangkannya bersama dengan literatur dan praktik kesehatan yang menjadi fondasi upacara teh tradisional Jepang. Yang paling menarik bagi peneliti adalah bagaimana matcha, melalui upacara *chanoyu*, berhasil diangkat dari ranah konsumsi biasa menjadi bentuk ekspresi budaya yang dalam dan penuh makna. Kehadiran Murata Jukō sebagai tokoh kunci dalam sejarah ini tidak bisa diabaikan. Ia tidak hanya sekadar memperkenalkan teh sebagai bagian dari praktik Zen, tetapi juga merancang sebuah pengalaman menyeluruh yang mencerminkan nilai-nilai inti dalam filosofi Jepang keharmonisan (*wa*), rasa hormat (*kei*), kemurnian (*sei*), dan ketenangan (*jaku*). Empat prinsip ini bukan hanya aturan dalam menyajikan teh, tetapi mencerminkan cara pandang terhadap kehidupan itu sendiri.

Menurut peneliti, hal ini menunjukkan betapa spiritualitas dalam budaya Jepang sangat menyatu dengan tindakan sehari-hari. Tidak seperti di banyak budaya lain di mana agama atau filsafat terpisah dari kehidupan harian, dalam budaya Jepang. Khususnya dalam tradisi Zen, segala sesuatu bisa menjadi jalan menuju pencerahan atau ketenangan batin, termasuk hal yang tampaknya sederhana seperti menyajikan dan meminum secangkir teh. Matcha bukan hanya tentang rasa atau aroma, tetapi tentang kehadiran penuh dalam momen, kesadaran akan lingkungan, dan penghargaan terhadap proses. Selain itu, peneliti juga terkesan dengan bagaimana para produsen teh Jepang tidak hanya mempertahankan tradisi, tetapi juga terus berinovasi dalam proses produksi matcha. Metode penanaman teh dengan naungan (*tencha*) menunjukkan bahwa mereka memahami bahwa kualitas rasa dan kandungan gizi dari matcha memiliki hubungan langsung dengan cara tanam dan proses pengolahannya.

Jika kita melihat bahwa perkembangan matcha dan upacara teh tidak hanya berada di kalangan religius (seperti para biksu Zen), tetapi juga menjadi bagian penting dari budaya para elit seperti samurai dan bangsawan istana. Hal ini menurut peneliti sangat unik karena biasanya, budaya istana dan budaya spiritual berjalan secara terpisah. Tapi dalam hal ini, keduanya justru bertemu dalam satu wadah yang sama yaitu secangkir teh. Ini memperlihatkan bahwa budaya teh menjadi titik temu antara spiritualitas, seni, dan kekuasaan. Bahkan, peneliti melihat bahwa minum teh bukan hanya menjadi ritual formal, tetapi juga sebagai alat pendidikan karakter yang mengajarkan nilai kedisiplinan, kesederhanaan, dan pengendalian diri kepada para pemimpin dan ksatria. Kesimpulannya, peneliti memandang bahwa perjalanan

matcha dalam sejarah Jepang bukan hanya perjalanan tentang bahan makanan, tetapi perjalanan budaya yang kompleks dan sangat bermakna.

Dari sebuah daun teh yang awalnya hanya dikonsumsi untuk manfaat kesehatan, menjadi simbol dari nilai-nilai spiritual, estetika, dan sosial yang membentuk wajah Jepang hingga hari ini. Peran para biksu Zen, seperti Murata Jukō, serta keterlibatan para elit sosial dalam pengembangan upacara teh menunjukkan bahwa matcha adalah cerminan dari kolaborasi antara disiplin spiritual, keahlian seni, dan inovasi teknis. Melalui matcha dan upacara teh, Jepang tidak hanya menciptakan minuman yang khas, tetapi juga sebuah cara hidup yang mengajarkan kita untuk hidup lebih perlahan, lebih sadar, dan lebih menghargai setiap momen yang kita jalani.

3.1.2. Matcha Pada Periode Edo

Sebagai peneliti yang menyelidiki dinamika sejarah dan perubahan sosial di Jepang, peneliti percaya bahwa periode Edo (1603–1868) adalah tonggak sejarah yang sangat penting untuk membangun struktur sosial, politik, dan budaya Jepang modern. Periode ini ditandai dengan berakhirnya masa kekacauan yang panjang selama periode Sengoku, serta awal stabilitas nasional yang memungkinkan berkembangnya berbagai aspek kehidupan masyarakat Jepang secara lebih teratur dan terkontrol. Menurut Arista Hakiki, periode Edo, yang berlangsung dari tahun 1603 hingga 1868, adalah salah satu periode paling penting dalam sejarah Jepang karena membawa transformasi budaya, sosial, dan politik yang signifikan yang terus berpengaruh hingga saat ini (Hakiki, 2025).

Commented [N119]: Ubah menjadi kalimat baku

Dalam periode ini Matcha yang merupakan teh hijau bubuk dengan rasa sepat dan herbal adalah minuman yang digunakan saat upacara keagamaan. Matcha memiliki dampak yang signifikan terhadap budaya material Jepang dan mendorong gaya konsumsi mencolok dan bersifat “*monocultural*”. Ini berbeda dengan membuat teh biasa yang sering dikonsumsi tanpa aturan baku (Fatimah, 2025). Dua jenis matcha digunakan dalam ritual adalah *koicha* dan *usucha*. *Koicha* merupakan jenis yang lebih kental dan pekat. Sementara *Usucha* adalah jenis yang lebih ringan dan encer. Selain berfungsi sebagai komponen harmonis dalam upacara *chanoyu* (minum teh), efek konsumsi matcha adalah salah satu aspek yang jarang dibahas namun menarik. Matcha “menjaga pikiran tetap segar namun tidak menyebabkan mabuk,” selain itu, matcha membantu mengurangi kecemasan dan kecemasan.

Commented [N120]: typo

Matcha sangat penting dalam kehidupan sosial, politik, dan budaya Jepang selama pemerintahan Tokugawa (1603–1868). Biku Zen Eisai pertama kali memperkenalkan matcha pada abad ke-12 melalui naskah *Kissa Yōjōki*. Matcha adalah bubuk teh hijau yang dibuat dari daun teh yang dikeringkan dan digiling halus. Namun, Billah mengatakan bahwa matcha baru menjadi sangat penting pada masa Edo, terutama sebagai simbol status dan alat untuk legitimasi kekuasaan feodal (Billah, Dariana, & Janti, 2022). Teh yang berasal dari daerah Uji, Kyoto, secara resmi dikenal sebagai teh penghormatan kepada Keshogunan Tokugawa. Laporan ICOMOS yang berjudul *Tea Landscapes of Asia* (2021) menyatakan bahwa matcha Uji adalah “produk khusus yang ditunjuk untuk shogun dan kalangan bangsawan,” yang menunjukkan statusnya sebagai komoditas penting dalam struktur sosial Jepang. Seperti pada Gambar 3. 4. yang merupakan *Tea House at*

Commented [N121]: Hapus ‘meng’

The Willow Bridge karya Utagawa Hiroshige, dimana hanya orang-orang pada kalangan bangsawan yang dapat menggunakan *Tea House* (Rumah Teh) saat Zaman Edo.



Gambar 3. 4 *Tea-House at the Willow Bridge* karya Utagawa Hiroshige
Sumber: Metropolitan Museum of Art

Masa ini dimulai dengan berdirinya Keshogunan Tokugawa oleh Tokugawa Ieyasu. Setelah kemenangan dalam Pertempuran Sekigahara pada tahun 1600, dia berhasil memperkuat kekuasaan untuk mengakhiri periode Sengoku, atau "Negara-Negara Berperang", yang berlangsung selama hampir seratus tahun di Jepang. Sesuai dalam jurnal milik Hadi, Tokugawa Ieyasu memindahkan pusat pemerintahan ke Edo (kini Tokyo), menjadikan kota ini pusat politik dan militer baru yang memainkan peran penting dalam pemerintahan Jepang (Hadi, 2025). Dengan munculnya Keshogunan Tokugawa, dimulai struktur politik bakufu, di mana shogun sebagai panglima militer memegang kekuasaan tertinggi atas negeri, sementara kaisar tetap sebagai penguasa simbolis, tetapi posisinya sebenarnya melemah dalam hal kekuasaan pemerintahan sehari-hari.

Menurut Nakayama (2012:234), sistem ini menciptakan hierarki sosial yang kaku, dengan basis ekonomi dan sosial masyarakat Edo terdiri dari petani,

pengrajin, dan pedagang, yang diikuti oleh kelas samurai sebagai penguasa militer (Febrianty, 2016). Rezim Tokugawa menerapkan kebijakan untuk menjaga stabilitas, dengan sejumlah aturan ketat yang mengatur kelas penguasa hingga rakyat biasa. Pendekatan yang dilakukan oleh Tokugawa Ieyasu menurut Ariefa, ada pada pasca-kemenangan dalam Pertempuran Sekigahara merupakan langkah strategis yang berhasil mengkonsolidasikan kekuasaan militer dan administratif di bawah satu pemerintahan pusat (Ariefa, 2020). Dalam pandangan peneliti, keberhasilannya dalam mendirikan Keshogunan Tokugawa dan memindahkan pusat kekuasaan ke Edo bukan hanya keputusan politik, tetapi juga mencerminkan perubahan orientasi kekuasaan dari sistem feodal yang terfragmentasi ke arah pemerintahan yang lebih terpusat dan birokratis.

Commented [N122]: Ubah kalimat

Pada masa Bakufu, menurut Hadi shogun dianggap sebagai pemegang kekuasaan tertinggi dan kaisar dianggap sebagai representasi semata-mata, terjadi pergeseran besar dalam konsep legitimasi kekuasaan. Ini menciptakan dasar untuk sistem pemerintahan Jepang yang unik dengan dualisme di mana kekuasaan formal dan simbolik terpisah (Hadi, 2025). Peneliti melihat sistem ini sebagai bentuk kesepakatan politik yang berhasil untuk mempertahankan legitimasi kultural lembaga kekaisaran dan memberi shogun otoritas nyata atas urusan pemerintahan. Dalam praktiknya, shogun sering mengelola urusan sehari-hari seperti pajak dan militer, sementara kaisar tetap menjadi figur spiritual yang dihormati dalam ritual-ritual resmi. Salah satu aspek Keshogunan Tokugawa menurut Febrianty yang menarik perhatian peneliti adalah bagaimana dia menciptakan struktur sosial yang sangat hierarkis dan kaku (Febrianty, 2016).

Pembagian masyarakat ke dalam kelas-kelas yang terdapat pada pendapat Andriani seperti samurai, petani, pengrajin, dan pedagang dilakukan untuk mengatur peran sosial dan mengontrol stabilitas dan mobilitas (Andriani, 2011). Ketakutan akan kembalinya kekacauan seperti masa lalu tercermin dalam kebijakan ini, di mana setiap kelas diberi tugas spesifik untuk menjaga keseimbangan, seperti samurai yang bertugas melindungi, petani yang memproduksi pangan, dan pedagang yang menangani perdagangan meski sering dianggap rendah. Selain membatasi dinamika sosial dan ekonomi yang sebenarnya dapat berkembang lebih bebas, sistem ini juga menciptakan ketertiban dan keteraturan dari sudut pandang penelitian sosial. Menurut Widarahesty, kejadian tersebut terlihat dalam bagaimana kebijakan isolasi nasional, atau sakoku, diterapkan untuk mencegah pengaruh luar yang bisa mengganggu hierarki ini, sambil memungkinkan perdagangan terbatas dengan bangsa asing melalui pelabuhan seperti Nagasaki (Widarahesty, 2024). Pada akhirnya, struktur ini membantu Jepang mencapai periode perdamaian yang panjang, meski dengan biaya stagnasi inovasi di beberapa bidang. Penelitian lebih lanjut bisa mengeksplorasi bagaimana kelas-kelas ini memengaruhi budaya sehari-hari, seperti dalam seni dan pendidikan, dan bagaimana warisan ini masih terasa dalam masyarakat Jepang modern.

Stabilisasi yang diinginkan rezim Tokugawa diwujudkan dalam berbagai kebijakan ketat. Beberapa di antaranya adalah pengawasan daimyo melalui sistem sankin-kōtai, yang berarti kunjungan wajib ke Edo, pembatasan kelas sosial, dan pengawasan terhadap aktivitas masyarakat. Sebagai peneliti, peneliti melihat bahwa meskipun kebijakan ini berhasil menjaga perdamaian domestik selama lebih dari

dua abad, mereka juga menyebabkan isolasi dan keterbelakangan dalam hal inovasi dan keterbukaan terhadap dunia luar. Hal ini baru berakhir pada pertengahan abad ke-19 ketika Jepang dipaksa membuka diri oleh Barat. Oleh karena itu, peneliti percaya bahwa periode Edo adalah masa yang paradoks membawa stabilitas dan kemajuan budaya lokal yang luar biasa (seperti pertumbuhan kabuki, ukiyo-e, dan literatur populer), tetapi juga mengunci Jepang dalam struktur sosial-politik yang stagnan dan terisolasi. Penelitian saat ini sangat penting karena dapat memberikan pemahaman mendalam tentang cara pengendalian sosial yang ketat dapat mencapai stabilitas dalam jangka panjang, sekaligus memperlihatkan batas-batas sistem yang terlalu tertutup terhadap perubahan.

Peneliti percaya bahwa warisan dari periode Edo masih dapat dilihat di masyarakat Jepang modern, baik dalam nilai-nilai sosial, cara berpikir birokratis, maupun struktur budaya yang masih ada. Yaitu, mempelajari periode Edo tidak hanya penting untuk memahami masa lalu, tetapi juga untuk membaca bagaimana sejarah membentuk identitas nasional Jepang hingga saat ini. Dalam sistem sankin-kōtai, misalnya, daimyo harus meninggalkan keluarga mereka di Edo sebagai sandera, yang tidak hanya mengurangi risiko pemberontakan tetapi juga memfasilitasi pertukaran budaya antarwilayah. Ini membantu menyebarkan ide-ide baru di kalangan elit, meski secara keseluruhan inovasi teknologi terhambat oleh kebijakan isolasi. Pengawasan terhadap masyarakat juga melibatkan sensor terhadap seni dan literatur, yang kadang-kadang mendorong kreativitas tersembunyi dalam bentuk karya-karya populer yang masih dinikmati hari ini. Penelitian lebih lanjut bisa mengeksplorasi bagaimana nilai-nilai seperti disiplin

Commented [N123]: Paragraf dan ubah kalimat

dan hierarki dari era ini memengaruhi dunia kerja Jepang saat ini, atau bahkan bagaimana festival tradisional masih mencerminkan semangat komunitas yang kuat dari masa lalu. Pada akhirnya, ini menunjukkan bahwa meski Jepang telah berubah drastis, akar-akar dari periode Edo tetap memberikan fondasi yang kokoh untuk identitasnya yang unik.

Salah satu kebijakan penting adalah sakoku, yang berarti "negara terkunci" atau isolasi nasional, yang membatasi hubungan Jepang dengan negara lain selama lebih dari dua puluh tahun. Kebijakan ini melarang perdagangan dan hubungan internasional dengan beberapa batasan yang sangat ketat, terutama untuk Belanda dan Tiongkok melalui pelabuhan Nagasaki. Jepang melindungi budaya internalnya dari pengaruh luar yang dianggap mengganggu. Selain itu, isolasi ini menjauhkan Jepang dari konflik kolonial yang melanda wilayah Asia lainnya. Hal ini memungkinkan Jepang untuk berkonsentrasi pada pembangunan dan inovasi sosial-budaya di negaranya sendiri.

Menurut Hayami pada Periode Edo terkenal karena perkembangan luar biasa dalam bidang seni, sastra, dan hiburan. Masa damai dan stabil memungkinkan munculnya budaya populer yang melayani berbagai kalangan masyarakat (Hayami, 2015). Pertunjukan kabuki dan bunraku yang memikat hati rakyat biasa menjadi hiburan utama, sementara seni lukis ukiyo-e menangkap kehidupan sehari-hari serta tokoh-tokoh terkenal masa itu dengan gaya estetis yang khas. Sastra juga mengalami masa keemasan dengan penulisan haiku dan novel fiksi yang mulai dinikmati oleh publik luas, memperlihatkan perluasan pendidikan dan minat intelektual di kalangan masyarakat urban. Menurut Akune Pada masa Edo,

pemerintah feodal mengatur produksi dan distribusi matcha dengan ketat. Pengusaha teh di Uji terorganisir dalam sistem monopoli yang diciptakan oleh negara (Akune, 2016). Hanya keluarga teh tertentu yang diizinkan untuk menanam dan memproduksi matcha dengan metode peneduhan tanaman atau shading, yang menghasilkan daun teh muda yang sangat umami. Selain itu, setiap tahun diadakan prosesi pengiriman teh ke Edo, yang disebut Cha-tsubo Dōchū (茶壺道中), menurut Sadler yang merupakan perjalanan penghormatan selama dua minggu di mana shogun diberikan matcha (Sadler, 2019). Proses ini memiliki nilai ekonomi dan juga berfungsi sebagai simbol penghormatan politik kepada penguasa pusat .

Dalam budaya tertentu, matcha memainkan peran penting dalam pembentukan *chanoyu*, yang merupakan upacara minum teh yang menggambarkan nilai-nilai Zen, estetika, dan ketenangan batin. Dalam konteks ini, matcha merupakan bagian dari praktik budaya yang menggambarkan kesederhanaan (*wabi-sabi*) dan ketenangan batin. Menurut Ratna Somantri (2014: 18) dalam Wulandari, pada masa Edo, samurai, daimyo, dan bangsawan istana banyak melakukan upacara teh, yang menjadi sarana sosialisasi dan membantu memperkuat hierarki sosial (Wulandari E. H., 2019). Teh bubuk Uji digunakan secara khusus untuk acara kenegaraan dan upacara kebangsawanan, menegaskan posisinya sebagai simbol kehormatan dan legitimasi kekuasaan.

Menjelang akhir periode Edo, fungsi matcha berubah. Krisis ekonomi yang melanda Keshogunan Tokugawa menyebabkan permintaan terhadap barang mewah, seperti matcha, menurun. Menurut Oshikiri jenis teh baru seperti *sencha* juga muncul, yang lebih mudah diseduh dan lebih murah bagi kelas menengah kota

(Oshikiri, 2018). Dengan pergeseran ini, konsumsi teh di Jepang menjadi lebih demokratis. Orang-orang kelas atas tidak lagi memiliki hak eksklusif untuk minum teh. Menurut Somantri, meskipun produksi matcha masih dilakukan dalam skala kecil, fungsinya telah berubah menjadi simbol budaya dan spiritual daripada komoditas politik, menurut uji Asosiasi Penelitian The (Somantri, 2014).

Secara keseluruhan, fungsi matcha pada masa Edo menunjukkan hubungan kuat antara konsumsi budaya dan struktur sosial feodal Jepang. Matcha bukan hanya produk pertanian itu juga simbol kekuasaan, status sosial, dan medium ritual yang mendukung prinsip Zen dan gaya Jepang tradisional. Meskipun perubahan ekonomi dan sosial menyebabkan dominasi matcha mulai menurun pada akhir Edo, tradisi minum matcha dan upacara teh masih menjadi warisan budaya nasional Jepang. Warisan budaya, sosial, dan politik dari Edo masih hidup di Jepang kontemporer. Pariwisata, seni, dan kebudayaan populer merayakan tradisi dan sejarah masa lalu. Di era globalisasi dan westernisasi yang terus berkembang, mengingat masa lalu dan menghormatinya sangat penting untuk menumbuhkan rasa nasionalisme. Pada masa Edo, perpaduan halus antara tradisi dan modernitas terjadi. Ini memberikan gambaran penting tentang perkembangan sosial budaya Jepang yang masih relevan hingga hari ini.

3.1.3. Matcha di Periode Meiji hingga Perang Dunia II (1937-1945)

Peneliti melihat bahwa matcha, memainkan peran penting dalam membentuk dan merefleksikan identitas budaya Jepang, terutama selama periode transisi yang sulit seperti era Meiji (1868–1912). Selama periode ini, Jepang mengalami perubahan besar-besaran. Modernisasi dan pembukaan diri terhadap

Commented [N124]: Hilangkan minuman pada sub-bab ini

pengaruh budaya Barat merusak struktur tradisional Jepang, baik secara langsung maupun tidak langsung. Tradisi *chanoyu*, sangat memengaruhi identitas budaya Jepang, terutama selama era Meiji (1868-1912). Pada saat ini, terjadi perpaduan rumit antara warisan intelektual dan budaya dari masa Tokugawa sebelumnya, bersama dengan kedatangan gagasan dan budaya Barat, yang berdampak pada banyak aspek kehidupan masyarakat Jepang. Praktik teh pada masa awal Meiji tidak hanya menjadi aktivitas sosial, tetapi juga bagian dari administrasi kebudayaan yang berfungsi “*to define cultural refinement and national character*.” Dengan demikian, Hermiawan berpendapat bahwa matcha memperoleh posisi sebagai simbol diplomasi kultural jembatan antara Jepang tradisional dan modern (Herdiawan, 2012).

Commented [N125]: Ubah kalimat

Commented [N126]: typo

Matcha secara historis berfungsi sebagai cara untuk mempertahankan nilai-nilai tradisional di tengah modernisasi. Dalam bukunya yang berjudul *Gathering for Tea in Modern Japan Class, Culture, and Consumption in the Meiji Period* (2018), Taka Oshikiri menyatakan bahwa transformasi *chanoyu* pada era Meiji tidak hanya menjadi kegiatan estetis, tetapi juga menjadi sarana bagi masyarakat kelas menengah dan elit untuk menegaskan identitas budaya Jepang di tengah dominasi nilai-nilai Barat (Placeholder1). nilai-nilai. Oshikiri mengatakan bahwa transformasi *chanoyu* mencerminkan "interaksi antara legacies intelektual dan budaya (Oshikiri, 2018). Oleh karena itu, matcha dianggap sebagai simbol kekuatan tradisi yang menghubungkan masa lalu monarki Jepang dengan masa kini.



Gambar 3. 5 *Tea Ceremony* karya Mizuno Toshikata

Sumber: Art Gallery of Greater Victoria

Evolusi praktik budaya seperti teori milik Inglehart, di mana *chanoyu* berfungsi sebagai sarana interaksi sosial dan ekspresi status telah dipengaruhi oleh munculnya kelas sosial baru, mulai dari aristokrasi lama hingga elit lokal (Jones, 2015). Matcha mengalami transformasi selain fungsi simboliknya. Proses produksi dan distribusi yang lebih efisien muncul sebagai hasil dari modernisasi di era Meiji, menjadikan matcha tidak hanya sebagai bahan ritual tetapi juga sebagai produk bisnis. Perubahan ini menunjukkan proses adaptasi budaya tradisional terhadap struktur kapitalisme kontemporer. Konsumsi matcha di kota-kota meningkat, dan produk teh mulai dipasarkan untuk orang kaya dan umum. Fenomena ini menunjukkan bagaimana komponen budaya tradisional dapat berubah tanpa kehilangan makna simbolik mereka, menjadi suatu bentuk "komodifikasi tradisi" yang mempertahankan nilai spiritual dan estetika. Hal ini juga termasuk ke dalam prospek teori milik Roland Inglehart mengenai teori modernisasi dalam aspek sifat manusia dan perubahan zaman.

Metode standar yang mengukur rasa astringen dan umami matcha, menunjukkan tingkat kehalusan budaya teh Jepang, dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas matcha yang berdampak pada rasa dan manfaat kesehatannya. Profil metabolit berbagai grade matcha, seperti grade upacara dan kuliner, berbeda, dipengaruhi oleh waktu panen dan kematangan daun. Seperti menurut Azizah, upacara teh juga berfungsi sebagai tempat pengumpulan dan pameran karya seni, meningkatkan nilai estetika perlengkapan teh, dan meningkatkan pengalaman budaya para pesertanya (Azizah, 2025). Setelah *chanoyu* dan matcha menjadi populer di seluruh dunia, mereka sekarang digunakan sebagai makanan serbaguna di banyak negara yang sebelumnya tidak mengetahuinya. Nilai historis dan budaya upacara minum teh, bersama dengan manfaat kesehatan matcha, menjadikannya aset budaya yang penting dan

Sementara itu pada Perang Dunia II, menurut Somantri tidak adanya perubahan terkecuali minuman matcha merupakan minuman yang diminum oleh para tentaranya saat perang, sebagai pengganti teh (Somantri, 2014). Selain itu, Jepang sempat menjajah beberapa negara di dunia, sehingga tanaman *Camelia* Sintesis itu menyebar ke berbagai daerah yang diduki Jepang pada saat Perang Dunia ke-2. Berbedanya pada saat zaman Meiji menurut Gardjito adalah, Jepang mengenalkan tanaman tersebut dari daun tehnya saja dimana saat itu terjadi pertukaran kebudayaan modernisasi dari luar, sementara pada saat perang dunia, Jepang yang memperkenalkan matcha itu sendiri ke masyarakat umum di negara lain (Murdijati, 2011). peneliti percaya bahwa peran matcha dalam Perang Dunia menunjukkan bagaimana produk budaya dapat mengubah peran dan artinya seiring

Commented [N127]: typo

berjalannya waktu. Dalam kasus ini menurut Somantri, matcha tidak hanya dianggap sebagai warisan budaya Jepang, tetapi juga digunakan sebagai minuman praktis yang meningkatkan stamina tentara di medan perang (Somantri, 2014).

Jepang mengalami transformasi politik, ekonomi, dan sosial selama Perang Dunia II (1937–1945). Industri teh, termasuk matcha (teh hijau bubuk), mengalami perubahan signifikan dalam peran dan artinya bagi masyarakat dalam konteks ini. Sebelum perang, teh hijau Jepang, terutama matcha, dianggap sebagai simbol spiritualitas dan estetika. Ini terkait dengan budaya *chanoyu*, yang merupakan upacara minum teh. Namun, fungsi matcha berubah dari budaya ke utilitarian dan ekonomi saat Jepang mengalami militerisasi yang intensif pada akhir 1930-an, sesuai dengan kebutuhan perang nasional. Catatan resmi dari Kamar Industri Teh Kyoto Prefectural yang menurut Winarno menunjukkan bahwa pada awal periode Shōwa (sekitar 1926–1945), "*shadow dark of war also fell on the tea industry*", produksi teh, termasuk Uji matcha, turun karena dianggap sebagai barang mewah yang tidak sesuai dengan ekonomi perang (Winarno, 2016). Pemerintah membatasi produksi dan distribusi barang non-esensial, seperti teh bubuk.

Namun demikian, pada tahun 1941–1943, lembaga penelitian seperti *Kyoto Prefectural Tea Research Institute* melakukan inovasi dengan "menggabungkan matcha ke dalam tablet yang mudah dimakan, yang kemudian diberikan kepada militer". Adaptasi ini bertujuan agar matcha dapat berfungsi sebagai sumber energi cepat dan minuman praktis bagi prajurit Jepang di garis depan, hal ini berdasarkan pendapat dari Starzomska yang menandakan

transformasi matcha dari simbol budaya menjadi alat dukungan logistik militer (Starzomska, 2024).

Secara ekonomi, periode 1939–1945 menunjukkan penurunan ekspor teh Jepang yang signifikan. Data yang dikumpulkan oleh *Japan Tea Export Council* (1951) menunjukkan bahwa selama masa perang, volume ekspor teh hijau menurun lebih dari 70%. Hal ini disebabkan oleh blokade perdagangan internasional dan prioritas pemerintah terhadap kebutuhan domestik (Yafi, 2024). Ketika ini terjadi, matcha berubah menjadi komoditas domestik yang memiliki nilai strategis dan tidak lagi menjadi produk ekspor yang dihormati. Teh bubuk sebagian besar digunakan untuk konsumsi internal, baik oleh sipil maupun militer. Dalam hal sosial dan budaya, matcha masih memiliki nilai simbolik meskipun kondisi perang membatasi praktik upacara teh. Menurut buku *Seikatsu Kaizen: Reformasi Pola Hidup Jepang* milik Susy Ong, dalam beberapa catatan tentang budaya Jepang selama masa perang, *chanoyu* dianggap sebagai kebiasaan yang membantu orang menjadi disiplin dan tenang di tengah kekacauan nasional (Ong, 2020). Akibatnya, matcha terus memiliki makna simbolik sebagai simbol nilai *wa-kei-sei-jaku* (harmoni, rasa hormat, kemurnian, dan ketenangan), yang merupakan komponen moral Jepang.

Dari perspektif penulis, fungsi matcha selama perang dunia menunjukkan kemampuan budaya Jepang untuk mempertahankan identitas tradisional di tengah tekanan industrialisasi dan perang. Bagaimana matcha berubah dari minuman ritual menjadi konsumsi sehari-hari menunjukkan bagaimana elemen budaya dapat diubah untuk memenuhi kebutuhan nasional tanpa kehilangan nilai simboliknya.

Selain itu, inovasi seperti tablet matcha menunjukkan kemampuan pengusaha dan ilmuwan Jepang selama perang untuk menggabungkan pengetahuan konvensional dengan teknologi modern untuk mendukung mobilisasi nasional. Sehingga, sejak dari 1937 hingga 1945, matcha memiliki tiga fungsi utama, yaitu sebagai bahan logistik militer (sekitar 1941–1943), digunakan untuk tentara Jepang di medan perang dalam bentuk tablet. Sebagai komoditas ekonomi nasional (1939–1945), karena ekspor dilarang dan produksi dialihkan ke konsumsi domestik. Sebagai simbol budaya nasional, ia masih berfungsi sebagai representasi dari prinsip-prinsip tradisional yang mendasari nasionalisme perang.

Commented [N128]: Jadi>sehingga, sejak

Transformasi ini menunjukkan bahwa matcha tidak hanya merupakan minuman tradisional, tetapi juga merupakan komponen strategis dalam mengubah budaya dan ekonomi Jepang selama Perang Dunia II.

3.1.4. Matcha Pada Era modern

Peneliti memandang bahwa matcha bukan hanya sekadar produk pertanian atau minuman tradisional, melainkan sebuah entitas budaya yang kompleks. Perjalanan matcha dari minuman spiritual yang digunakan dalam praktik keagamaan dan upacara teh (chanoyu) menuju elemen budaya populer yang mendunia mencerminkan bagaimana budaya lokal mampu bertransformasi tanpa kehilangan akar historisnya. Dalam konteks modernisasi Jepang, terutama sejak dimulainya era Meiji (1868–1912), terdapat semangat besar untuk mengejar kemajuan teknologi dan membuka diri terhadap dunia Barat. Hal ini sangat sesuai dengan teori milik Inglehart mengenai perubahan sosial, yang menjelaskan bagaimana nilai-nilai materialistik mulai mendominasi seiring pertumbuhan

ekonomi, namun tetap ada ruang untuk mempertahankan aspek-aspek tradisional yang mendalam. Namun, bersamaan dengan itu, muncul pula keinginan kuat untuk menjaga dan menegaskan identitas nasional (Inglehart, 2018), seperti yang terlihat dalam upaya-upaya untuk mempromosikan matcha sebagai simbol kebudayaan Jepang di pasar global. Transformasi ini tidak hanya terjadi secara ekonomi, tetapi juga melalui adaptasi budaya, di mana matcha mulai muncul dalam bentuk produk modern seperti es krim atau latte, sambil tetap mempertahankan ritual penyajiannya yang elegan. Ini menunjukkan bahwa dalam gelombang globalisasi, budaya lokal bisa berkembang dengan cara yang harmonis, menggabungkan inovasi dengan warisan masa lalu, sehingga matcha tetap menjadi jembatan antara tradisi dan kemajuan. Penelitian lebih lanjut bisa mengeksplorasi bagaimana generasi muda Jepang memandang matcha sebagai bagian dari identitas mereka, yang mungkin berbeda dari pandangan generasi sebelumnya, dan bagaimana ini memengaruhi dinamika sosial di era digital saat ini.

Berdasarkan faktor kemajuan teknologi, di sinilah posisi matcha menjadi penting, ia dipertahankan sebagai simbol keunikan budaya Jepang sekaligus dikembangkan agar tetap relevan dalam dunia yang berubah cepat. Pada saat ini, Jepang terus memperkenalkan nilai-nilai tradisional kepada masyarakat umum, termasuk kepada generasi muda dan perempuan yang sebelumnya tidak terlalu terlibat dalam upacara *chanoyu* (Suryawati, 2025). Matcha diperkenalkan sebagai bagian dari warisan yang harus dihargai dan dibanggakan melalui pendidikan, promosi budaya, dan diplomasi internasional. Ini menunjukkan bahwa matcha tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang menjadi bagian sosial yang lebih luas. Ia

sekarang menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari orang-orang di kota-kota modern, dan bukan lagi eksklusif untuk bangsawan atau kelas samurai. Membeli minuman matcha di *convenience store*, menikmati matcha di kedai teh modern, atau membuat olahan matcha sendiri di rumah sekarang menjadi bagian dari gaya hidup orang Jepang yang sadar tradisi dan terbuka terhadap inovasi.

Nilai-nilai kesehatan matcha membuatnya populer di zaman sekarang. Matcha sangat disukai oleh orang-orang yang hidup di kota dengan tekanan hidup tinggi. Seperti menurut Winarno, karena matcha mengandung banyak antioksidan, seperti katekin dan *theanine*, dan memiliki kafein alami yang lebih stabil daripada kopi (Winarno, 2016). peneliti melihat matcha menjadi simbol ketenangan di tengah hiruk pikuk kehidupan modern di masyarakat Jepang modern yang serba cepat dan bersaing. Ketika orang minum matcha, mereka tidak hanya meminumnya, tetapi juga membuat mereka merasa tenang, berpikir, dan sadar diri. Dengan kata lain, matcha tidak hanya dihidangkan tetapi juga "dihayati", meningkatkan posisinya dalam budaya Jepang kontemporer. Namun, transformasi matcha dari minuman menjadi perisa atau bahan dasar dalam berbagai produk makanan dan minuman olahan adalah salah satu bagian paling penting dari perkembangan matcha di era modern.



Gambar 3. 6 Matcha yang dikocok menggunakan chasen

Sumber: Website Matcha.com

Sekarang kita dapat menemukan matcha dalam berbagai bentuk, seperti es krim, kue, cokelat, biskuit, bahkan mi instan dan minuman bersoda. peneliti menganggap ini sebagai komodifikasi budaya, di mana elemen budaya tradisional dijual dan dikonsumsi dalam bentuk baru yang sesuai dengan gaya hidup dan selera pelanggan modern. Satu sisi, transformasi ini membantu pelestarian budaya dengan memperkenalkan matcha kepada khalayak luas, termasuk generasi muda yang mungkin tidak terlalu tertarik dengan cara tradisional seperti upacara teh. Meskipun demikian, peneliti percaya bahwa kekuatan utama matcha adalah kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan tuntutan zaman. Matcha menunjukkan sebaliknya, ia menjadi salah satu contoh paling berhasil dari inovasi dalam pelestarian budaya, meskipun budaya yang tidak mampu beradaptasi biasanya akan tergerus oleh waktu. Munculnya berbagai macam produk matcha, baik dari produsen besar maupun usaha kecil tradisional di Jepang, menunjukkan bagaimana modernitas dan warisan budaya bekerja sama. Seperti yang dikatakan Winarno pada bukunya, bahkan banyak daerah penghasil teh seperti Uji di Kyoto atau Nishio di Aichi menyediakan produk matcha sebagai sarana pariwisata dan pengalaman budaya untuk turis domestik dan asing (Winarno, 2016).

Salah satu contoh ada pada gambar 3. 7 dimana gambar tersebut merupakan pencampuran budaya Prancis dan Jepang. Gambar tersebut merupakan *crepes matcha*. Crepes pada awalnya berasal dari Prancis dan merupakan salah satu makanan manis yang biasanya dimakan setelah hidangan utama (*dessert*).



Gambar 3. 7 Varian Matcha Crepes milik Cafe Kotobukiseian

Sumber: [instagram.com/kotobukiseian_asakusa_matcha](https://www.instagram.com/kotobukiseian_asakusa_matcha)

Peneliti dapat mendeskripsikan bahwa nilai matcha sekarang tidak lagi terbatas pada manfaatnya sebagai makanan atau minuman, tetapi telah masuk ke ranah simbolik dan representatif. Matcha, seperti sushi atau kimono, dianggap sebagai representasi Jepang di seluruh dunia dengan nilai filosofis, estetika, dan kesehatan yang unik. Matcha telah menjadi tren gaya hidup sehat yang sering dikaitkan dengan ketenangan hidup dan "Kebijaksanaan Timur" di luar negeri, seperti di Asia Tenggara, Eropa, dan Amerika Serikat. Dengan tren ini, Jepang dapat mempertahankan ekspor produk matcha dan cerita budayanya bahkan pada

masyarakat Jepang itu sendiri. Hal ini terlihat dalam bagaimana matcha mulai muncul di berbagai acara internasional, seperti festival budaya atau pameran kuliner, di mana orang-orang dari berbagai latar belakang belajar tentang ritual penyajiannya yang sederhana namun mendalam.

Selain itu, generasi muda di negara-negara tersebut sering mengadopsi matcha sebagai bagian dari rutinitas harian mereka, mungkin melalui aplikasi kesehatan atau resep online yang menyoroti manfaat antioksidannya. Hal ini tidak hanya meningkatkan popularitas produk, tetapi juga membuka pintu bagi pertukaran budaya, di mana cerita tentang petani matcha di pedesaan Jepang menjadi inspirasi bagi komunitas lokal. Pada akhirnya, fenomena ini menunjukkan bagaimana sebuah minuman sederhana bisa menjadi alat untuk membangun koneksi global, sambil tetap menjaga esensi budaya asalnya yang autentik. Penelitian selanjutnya mungkin bisa melihat bagaimana tren ini memengaruhi industri pariwisata Jepang, dengan lebih banyak wisatawan yang datang untuk mengalami langsung kebun teh dan upacara tradisional.

Oleh karena itu, matcha bukan hanya produk konsumsi tetapi juga alat diplomatik budaya yang indah. Peneliti berpikir bahwa matcha adalah bukti abadi dari kemampuan budaya tradisional untuk berkembang tanpa kehilangan esensinya. Ia tidak hanya mampu bertahan di tengah modernisasi dan globalisasi, tetapi juga menjadi lebih kuat dan memiliki dampak yang lebih besar. Bagaimana matcha berkembang dari minuman spiritual menjadi bagian dari budaya populer dan produk global menunjukkan bahwa budaya yang terus berkembang bukan hanya budaya yang meninggalkan masa lalu mereka mampu menyulam masa lalu dan masa kini

menjadi sesuatu yang signifikan dan relevan. Akibatnya, matcha bukan hanya teh itu adalah tentang bagaimana warisan budaya dapat menjadi kekuatan sosial, ekonomi, dan politik yang terus hidup di tengah zaman.

3.2. Matcha dalam Masyarakat Jepang Modern

3.2.1. Makna Tradisional Matcha di Era Masyarakat Jepang Modern

Meskipun telah mengalami berbagai modifikasi, nilai-nilai tradisional matcha masih ada di masa kini. Menurut Sen, matcha, yang digunakan dalam upacara minum teh Jepang (*Chanoyu* atau *Shadou*), merupakan simbol filosofi estetika, spiritualitas, dan sosial yang mendalam. Selain itu, itu bukan hanya minuman (Hidayat R. F., 2023). Prinsip-prinsip harmoni (*wa*), rasa hormat (*kei*), kesucian (*sei*), dan ketenangan (*jaku*) masih menjadi landasan tradisionalisme matcha saat ini untuk upacara minum teh yang dibuat oleh Takeno Jōō, dimana ia menerapkan konsep *ichi-go-ichi-e* yang dikembangkan menjadi prinsip harmoni tersebut (Magdalena, 2019). Namun, dalam konteks modernisasi, tradisi ini mengalami perluasan fungsi dan bentuk, seperti konsep yang diajarkan pada Ronald Inglehart. Matcha tidak lagi eksklusif digunakan hanya dalam ritual formal *Chanoyu*, tetapi juga diintegrasikan dalam gaya hidup sehari-hari masyarakat Jepang, serta diolah menjadi berbagai produk kuliner modern. Meski demikian, praktik *Chanoyu* modern masih berperan penting sebagai medium pelestarian nilai-nilai tradisional dan identitas budaya Jepang.

Tabel 1 Gambaran Chanoyu di Era Modern
Chanoyu dalam Era Masyarakat Jepang Modern



Gambar 3. 8

Sumber: *Shutterstock Website Sakuraco*

Denotasi	Konotasi	Mitos
Dua orang yang sedang duduk di dalam ruangan tradisional Jepang. Keduanya mengenakan kimono, salah satu dari mereka memegang dan menyajikan semangkuk teh matcha kepada orang yang duduk di hadapannya. Ruangan terlihat sederhana dengan	Foto ini memberi kesan tentang kesopanan, ketenangan, dan nilai penghormatan. Aksi menyajikan teh dilakukan dengan gestur yang lembut dan penuh kehati-hatian, menunjukkan etika dan tata krama dalam budaya Jepang. Kimono dan interior tradisional memberi kesan	Upacara teh dianggap sebagai bukti bahwa orang Jepang secara alami memiliki etika sopan santun yang tinggi dan hidup dengan penuh keharmonisan. Padahal, itu adalah konstruksi budaya yang dipelajari melalui tradisi, bukan sifat bawaan masyarakat Jepang sejak lahir.

tatami (alas lantai khas Jepang), vas bunga, dan hiasan kaligrafi di bagian belakang.	<i>keanggunan, tradisi, dan spiritualitas.</i>	
---	--	--

Matcha digunakan dalam upacara *Chanoyu* untuk menciptakan suasana yang tenang dan menghormati satu sama lain. *Chanoyu* merupakan ritual yang mengajarkan nilai-nilai disiplin, estetika, dan penghormatan terhadap alam dan sesama. Ini lebih dari sekadar mengonsumsi minuman (Hidayat R. F., 2023). Melalui interaksi yang penuh kesadaran dan kesopanan, Matcha berusaha untuk menghasilkan kesederhanaan dan ketenangan yang signifikan, yang memperkuat hubungan sosial. Menurut Adha dan Hidayah (2020) dalam konteks modern, Shadou atau upacara minum teh tetap dijalankan di berbagai komunitas dan institusi pendidikan Jepang untuk menjaga warisan budaya (Adha & Hidayah, 2020). Selain itu, matcha kini juga berfungsi sebagai simbol kesehatan dan gaya hidup sehat, sehingga popularitasnya meluas tidak hanya dalam ritual tetapi juga dalam konsumsi massal, seperti minuman matcha latte dan produk makanan berbasis matcha.

Walaupun proses modernisasi dan komersialisasi telah membawa perubahan signifikan dalam cara konsumsi dan penyajian matcha, nilai-nilai tradisional yang melekat pada matcha tetap terjaga dengan kuat melalui pelaksanaan praktik *Chanoyu* atau upacara minum teh Jepang. Susanti mengatakan bahwa praktik ini menegaskan kembali pentingnya filosofi dan estetika kuno yang

menjadi dasar dari tradisi tersebut, sehingga matcha tidak hanya dipandang sebagai sekadar minuman, melainkan sebagai sebuah ritual yang sarat makna budaya dan spiritual (Susanti, 2020). Dalam konteks ritual ini, fungsi matcha melampaui aspek fisik atau materialnya, dan berubah menjadi sebuah pengalaman yang mendalam, yang menghubungkan peserta dengan nilai-nilai keharmonisan, penghormatan, kesucian, serta ketenangan.

Di sisi lain, dalam era modern yang terus berkembang, matcha juga berperan ganda dengan mengakomodasi kebutuhan zaman, yakni sebagai simbol yang mewakili budaya tradisional Jepang sekaligus menjadi ikon gaya hidup masa kini yang dinamis dan populer di kalangan masyarakat urban maupun global. Dengan demikian, matcha mampu mempertahankan identitas historisnya sembari beradaptasi dengan tren modern, sehingga tetap relevan baik dalam ranah ritual budaya maupun dalam konteks konsumsi sehari-hari yang lebih luas.

Seperti yang kita ketahui gambar pada tabel 1, terdapat dua orang dewasa duduk berhadapan di sebuah ruangan Jepang tradisional. Keduanya terlihat berlutut dalam posisi *seiza*, sebuah posisi formal yang biasa digunakan dalam upacara teh dan acara tradisional. Untuk lebih jelasnya, Menurut Norselady Rumengan, *seiza* itu sendiri adalah posisi duduk tradisional Jepang di mana bokong duduk di atas tumit, seseorang berlutut di lantai dengan kedua kaki ditekuk ke belakang dan punggung menyentuh lantai. Dengan punggung tegak, lutut dirapatkan, dan tangan biasanya di atas paha. Dalam budaya Jepang, posisi ini sering digunakan dalam upacara minum teh, meditasi, seni bela diri, dan acara formal, dan melambangkan kesopanan, kedisiplinan, dan rasa hormat (Rumengan, Mawijere, & Aror, 2019).

Dalam foto berdasarkan tabel 1 tersebut, kita juga menjumpai mangkuk berisi matcha yang akan disajikan dalam pelaksanaan upacara minum teh. Menurut Susi Mmchdalena, mangkuk tersebut merupakan *chawan* yang sudah lama dipakai oleh masyarakat Jepang zaman dahulu. Ketika melaksanakan upacara minum teh (*chanoyu*) (Machdalena, 2021).

Selain itu, penerapan upacara minum teh secara tradisional di era modern juga sudah sering diperkenalkan kepada orang asing. Seperti pada gambar pada 3.9.



Gambar 3. 9 Tea Ceremony experience with Profesional

Sumber: Website En-Kyoto Yumeyakata

Pada gambar 3.9 dapat kita deskripsikan bahwa peran tradisional matcha pada zaman modern masih melekat dengan masyarakat. Foto tersebut diambil dari sebuah laman web Kyoto Yumeyakata, dimana orang Jepang memperkenalkan budaya mereka sendiri. Dalam kasus ini, dengan memperkenalkan budaya chanoyu kepada orang asing, orang Jepang mengajarkan mereka filosofi hidup dan cara menyeduh dan menyajikan teh. Mereka memberikan pengalaman yang menekankan ketenangan, keharmonisan, dan penghargaan terhadap momen melalui gerakan yang teratur, sikap tubuh yang penuh hormat, dan penggunaan alat-alat

Commented [N129]: Ubah kalimat

tradisional yang sarat makna. Menurut teori dari Edwart T. Hall (1990), proses ini berubah menjadi pertukaran budaya yang menyenangkan dimana orang asing belajar teknik upacara teh dan menyerap nilai-nilai spiritual dan estetika (Suryani, 2020). Dengan demikian, *chanoyu* berfungsi sebagai media yang menghubungkan dua dunia tradisi Jepang yang kaya dan keingintahuan dunia dalam hubungan yang hangat dan saling menghargai.

3.2.2. Modernisasi Matcha pada Era Modern di Jepang

Makna matcha saat ini telah mengalami perubahan yang cukup besar dibandingkan dengan sebelumnya. Selama beberapa waktu, matcha terkait erat dengan upacara teh (*chanoyu*), elit budaya, dan kelas atas Jepang. Namun, saat ini, ia telah berkembang ke pasar konsumsi massal, gaya hidup populer, dan globalisasi. Sebagai contoh, penelitian Chanasuay menunjukkan bahwa matcha telah “menjadi bahan pokok dalam industri makanan dan minuman Jepang dan eksportnya mulai meningkat” sejak gelato matcha, es krim soft-serve, dan produk manis lainnya muncul pada sekitar tahun 1958 (Winarno, 2016). Transformasi ini menunjukkan bahwa matcha sekarang bukan hanya simbol ritual, melainkan juga produk konsumen modern yang diproduksi dan dikonsumsi dalam skala besar.

Lebih lanjut, modernisasi telah mendorong kemajuan dalam budidaya teh, pengolahan bubuk, dan pemanfaatan matcha sebagai bahan fungsional, baik dari segi teknis maupun kualitas produksi. Sebagai contoh, dalam artikel menurut Joyce Say, ditemukan bahwa matcha saat ini dipelajari sebagai suplemen dan bahan makanan yang berguna, yang menunjukkan orientasi ke arah industri makanan dan kesehatan daripada hanya nilai ritual (Say, 2022). Oleh karena itu, makna dari

perubahan juga berubah, dari minuman ritual menuju minuman dan makanan gaya hidup yang menggambarkan kesehatan, estetika, dan komoditas global.

Terakhir, matcha semakin dikenal di seluruh dunia sebagai akibat dari modernisasi. Peranannya didefinisikan oleh ekspor, gaya hidup populer, media sosial, dan kopi pengaruh dari gaya minum Barat. Misalnya, produk matcha sekarang menjadi bagian dari dessert, minuman latte, dan kafe di negara lain selain Jepang. Ini menunjukkan bahwa matcha bukan hanya warisan budaya Jepang itu telah menjadi bagian dari ekonomi dan *soft power* Jepang. Menurut Joseph S. Nye, *Soft power* itu sendiri adalah kemampuan Jepang untuk mempengaruhi negara lain melalui daya tarik budayanya daripada kekuatan militer atau tekanan ekonomi (Yani, 2018). Anime, manga, dan *cosplay*, salah satu bentuk *soft power* Jepang yang paling terkenal, berfungsi sebagai alat diplomatik untuk berinteraksi dengan budaya lain di seluruh dunia. Jepang memperkuat daya tawarnya di dunia melalui nilai-nilai, perspektif, dan estetika yang ditanamkan dalam budaya populernya. Seperti pada penelitian kali ini, matcha dapat dikatakan sebagai *soft power* Jepang yang menjadi trendi di masyarakat modern itu sendiri

3.2.2.1 Matcha sebagai Minuman Modern di Jepang

Minuman *matcha latte* saat ini dapat dianggap sebagai adaptasi budaya dari konsumsi teh hijau Jepang tradisional yang memasuki ranah gaya hidup modern. Ini bukan hanya minuman ritual, tetapi juga produk konsumsi yang dimodifikasi (dengan susu dan gula) dan diterima di kafe di kota. Dari sudut pandang metodologis, sesuai dengan Ratna (2014) penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan intervensi dengan desain trial manusia menawarkan bukti ilmiah

untuk memahami konsumsi matcha latte sebagai fenomena modern yang memiliki aspek fisiologis dan budaya (Somantri, 2014).

Tabel 2. Gambaran Minuman Matcha Latte Modern

Minuman Matcha Latte Hatoya Asakusa		
		
Gambar 3. 10 rurubu.jp Sumber: rurubu.jp Website Blog		
Denotasi	Konotasi	Mitos
Menampilkan sebuah produk minuman berbasis matcha dan camilan yang disajikan secara modern dalam wadah plastik transparan dan piring kayu kecil.	Menyimbolkan gaya hidup modern yang memadukan tradisionalisme Jepang (matcha) dengan budaya global kontemporer (minuman siap saji, desain)	Sebuah produk minuman <i>matcha latte</i> milik salah satu cafe di Asakusa yang bernama Hatoya. Minuman tersebut berbahan bubuk matcha, susu, dan es batu. Bersampingan dengan

	menarik, dan branding urban)	kue Dorayaki, makanan Jepang milik cafe tersebut yang mempunyai isian berfarian matcha.
--	------------------------------	---

Gambar pada tabel 2 yang menampilkan kue hitam dengan isian hijau di sampingnya dan segelas matcha latte yang dilapisi isian hijau yang tebal di atas susu putih memiliki makna simbolik yang jauh melampaui penampilannya. Dalam budaya Jepang, warna hijau pada matcha secara visual menggambarkan kesejukan, kesegaran, dan kemurnian alam. Sesuai dengan pendapat Marastuti (2015) putih susu dan matcha alaminya menggambarkan harmoni dan keseimbangan (*wa*) (Marastuti, 2015). Hal ini menunjukkan bagaimana budaya Jepang mengubah komponen tradisional teh matcha menjadi bentuk konsumsi modern, seperti *latte*, yang berasal dari Barat dan pada awalnya hanya merupakan campuran dari kopi dan susu.

Kemasan plastik transparan dengan tulisan “Hatoya Asakusa, Tokyo Japan” juga memiliki konotasi komersialisasi dan urbanisasi tradisi. Asakusa sebagai kawasan historis di Tokyo menandakan akar budaya klasik Jepang, sementara penyajian dalam wadah plastik sekali pakai menunjukkan realitas modern yang praktis dan global. Secara semiotik menurut teori Barthes, tanda ini membentuk mitos modernisasi budaya Jepang, di mana produk tradisional seperti matcha direpresentasikan ulang sebagai simbol gaya hidup modern yang estetik dan efisien.

Commented [N130]: 1>2

Selanjutnya analisa di atas juga diperkuat dengan pendapat dari Hasibuan di mana penggunaan gelas plastik sebagai pengganti gelas keramik merupakan bagian dari efisiensi (Hasibuan, 2013).

Kafe Hatoya Asakusa di Tokyo adalah salah satu contoh modernisasi tradisi matcha Jepang. Hatoya menawarkan berbagai jenis matcha yang berbeda dari bentuk klasiknya. Misalnya, *Strawberry Matcha Latte*, dan *Matcha Latte* dengan topping musiman seperti es krim matcha, butter sand, dan shiratama (bola mochi). Varian *Strawberry Matcha Foam Latte* (gambar 3. 11) adalah perpaduan antara matcha premium dengan puree stroberi Yubeni di dasar gelas, dan lapisan foam matcha kental di atasnya. Secara konotatif, kombinasi hijau matcha dan merah muda stroberi menciptakan gambar yang segar dan menggugah keseimbangan antara tradisi Jepang dan modernitas dunia. Dalam teori Barthes, kombinasi dua komponen ini dapat dilihat sebagai sistem tanda yang mengkomunikasikan makna kedua, konotasi (Barthes, 1972).



Gambar 3. 11 Matcha Strawberry Latte

Sumber: Instagram.com/hatoya_asakusa

Lebih lanjut, Hatoya menyediakan berbagai jenis matcha latte dengan topping yang dapat disesuaikan sesuai keinginan pelanggan, seperti es krim, shiratama, atau buah musiman seperti blueberry atau yuzu. Kebebasan untuk mempersonalisasi minuman ini membawa makna konotatif baru, yaitu munculnya simbol individualisme konsumsi di budaya tradisional yang biasanya menekankan kesederhanaan dan keseragaman. Personalisasi milik Roland Barthes secara semiotik menunjukkan bahwa matcha sekarang tidak hanya digunakan sebagai minuman ritual atau spiritual, tetapi juga sebagai alat untuk ekspresi diri dan gaya hidup kontemporer (Kheyene, 2013). Oleh karena itu, Hatoya tidak hanya menjual minuman, tetapi juga menawarkan konsumennya pengalaman estetika dan identitas sosial baru ini menciptakan citra Jepang kontemporer yang dinamis, inovatif, dan menghargai sejarahnya, salah satunya seperti contoh pada gambar 3. 12.



Gambar 3. 12 Blueberry Matcha Latte Ice Cream

Sumber: Instagram.com/hatoya_asakusa

Secara keseluruhan, berbagai jenis matcha di Hatoya Asakusa menunjukkan bagaimana elemen tradisional diubah menjadi representasi dari estetika dan modernitas Jepang modern. Setiap elemen visual mulai dari warna hijau matcha, tekstur foam yang lembut, hingga penyajian yang indah membangun mitos baru dari perspektif Roland Barthes. Mitos itu adalah bahwa matcha bukan sekadar minuman itu adalah representasi keseimbangan antara masa lalu dan masa kini, antara keaslian dan globalisasi, serta antara budaya dan gaya hidup (Kheyene, 2013). Oleh karena itu, Hatoya Asakusa memainkan peran penting dalam memperluas makna matcha dari hanya simbol tradisi menjadi ikon modernitas yang dapat berbicara dalam bahasa visual dan budaya yang tersebar di seluruh dunia.

Namun, Café Hatoya tersebut bukanlah satu-satunya café di Jepang yang menyajikan minuman *matcha latte*. Seperti gambar 3. 13 dari café Gokago di daerah Kyoto, nana's green tea di Okinawa, d:matcha Kyoto di Hokkaido, dan masih banyak lagi. Dapat dilihat pada gambar di bawah ini, merupakan salah satu contoh minuman *matcha latte* tren dari Gokago café di Kyoto.



Gambar 3. 13 Ube Matcha Latte Gokago Café Kyoto

Sumber: Instagram.com/gokagokyoto

Pada gambar 3. 13 terdapat variasi matcha latte yang ditambahkan ube ungu dibawahnya. Berdasarkan gambar di atas, mengambil matcha hijau tua dan pekat dari mangkuk tradisional dengan gerakan menunjukkan bahwa matcha bukan sekadar minuman modern. Menurut Harada (2003) mitos bahwa setiap produk matcha selalu dikaitkan dengan keaslian Jepang, kesederhanaan Zen, dan filosofi ketenangan dibangun oleh gambar ini (Simbolon, 2023). Dalam hal ini, mitos bahwa matcha berfungsi sebagai "pusat kemurnian" yang meningkatkan rasa dan nilai minuman, bahkan jika ube dicampur dengannya, bahan yang modern dan populer.

Lapisan ube ungu di dasar gelas mengimbangi warna hijau matcha yang pekat. Gambar 3. 13 menggambarkan mitos bahwa makanan Jepang, bahkan dalam bentuk minuman modern seperti matcha latte, selalu elegan, artistik, dan berkelas tinggi. Dengan demikian, gambar ini menggambarkan gagasan bahwa apa pun yang

Commented [N131]: Digantii

Commented [N132]: diperjelas

berlabel Jepang, bahkan versi modernnya membawa kesan premium, eksklusif, dan bernilai tinggi. Selain itu, gambar ini menunjukkan bagaimana budaya kuliner Jepang memiliki kekuatan halus. Matcha, yang awalnya merupakan bagian ritual dari upacara teh tradisional, sekarang menjadi minuman yang disukai di seluruh dunia. Pencampuran matcha dengan ube, bahan yang populer di Jepang, menciptakan mitos bahwa budaya Jepang dapat mempertahankan aura keaslian dan prestise sambil menggabungkannya dengan tren global dan menyebar kedalam masyarakat di Jepang. Menurut Somantri (2013) meminum matcha langsung dari chawan (mangkuk tradisional) menciptakan ilusi bahwa itu masih "autentik" meskipun dikemas dalam bentuk komersial dan dalam gelas plastik (Somantri, 2014). Dalam budaya visual kontemporer, ini merupakan mitos yang sering muncul tradisi dapat diubah menjadi gaya yang menguntungkan tanpa kehilangan keasliannya.

Commented [N133]: awalnya

Contoh lainnya ada pada gambar 3. 14. Gambar tersebut merupakan minuman dari d:matcha kyoto yang berlokasi di Sapporo, Hokaido. Minuman tersebut merupakan Matcha Plum Mocktail.



Gambar 3. 14 Peach Matcha Latte Mocktail

Sumber: [Instagram.com/dmatcha_kyoto](https://www.instagram.com/dmatcha_kyoto)

Varian ini dapat dibilang unik karena menggabungkan modernisasi seperti teori Inglehart yang mengatakan bahwa perubahan terdapat pada bentuk budaya itu sendiri. Pada minuman kali ini, kita dapat melihat campuran matcha, susu, dan mocktail, yang dihiasi oleh buah plum di bawahnya. Gambar mocktail matcha dengan buah plum tidak hanya menunjukkan proses penuangan minuman, tetapi juga menggambarkan Jepang sebagai budaya yang sederhana, artistik, dan penuh kehalusan. Meskipun mocktail matcha saat ini dibuat dengan es dan buah plum, penuangan matcha hijau pekat dari mangkuk tradisional memberi kesan bahwa minuman ini berakar pada tradisi lama yang sakral. Gambar ini menanamkan mitos bahwa kemurnian dan kedalaman filosofis tetap melekat pada setiap produk Jepang, bahkan setelah diubah secara modern karena terdapat unsur dari buah plum dan mocktail itu sendiri.

Contoh terakhir ada pada sebuah minuman dari kepulauan Okinawa. Café tersebut bernama nana's green tea (gambar 3. 15). Sesuai dengan Namanya, café tersebut banyak memproduksi produk berbahan dasar matcha dan green tea. Salah satunya adalah minuman seperti gambar di bawah ini.



Gambar 3. 15 Vanilla Matcha Latte dari nana's Green Tea

Sumber: [Instagram.com/nanas_greentea](https://www.instagram.com/nanas_greentea)

Pada dasarnya, pada penyajian tradisional minuman berbasis matcha tidak menggunakan perasa vanila, namun varian musiman Nana's Greentea memasukkan rasa vanila dengan campuran susu untuk meningkatkan rasa matcha latte. Adanya rasa baru dalam campuran matcha ditunjukkan dengan jelas oleh gelas kecil berisi susu vanila di sebelah minuman utama. Aspek visual ini menunjukkan bahwa minuman ini tetap mengikuti tradisi matcha tetapi merupakan hasil dari inovasi modern.

Identitas matcha sebagai bahan minuman yang berorientasi pada nilai tradisi telah dipertahankan meskipun rasanya menjadi lebih modern. Melalui inovasi perasa vanila, matcha tidak kehilangan nilainya sebagai bahan utama. Seperti menurut Nasution (2024) sebaliknya, itu menjadi cara untuk mengubah cara orang mengonsumsi makanan, yang memungkinkan matcha tetap relevan dalam industri kuliner kontemporer (Nasution, 2024). Oleh karena itu, menambahkan vanila ke matcha latte ini dapat dianggap sebagai pendekatan kreatif yang menggabungkan elemen tradisional dan modern sekaligus menunjukkan bagaimana matcha terus mengalami perubahan tanpa kehilangan maknanya yang asli dan sejarahnya.

3.2.2.2 Matcha sebagai Bahan Makanan di Jepang

Menurut Aziz (2019) matcha di Jepang tidak hanya digunakan sebagai teh untuk upacara tradisional, tetapi juga menjadi bahan utama dalam banyak resep kuliner kreatif (Aziz, 2019). Matcha biasanya digunakan untuk memberikan rasa pahit yang mengimbangi rasa manis dalam wagashi, kue tradisional Jepang. Salah satu contohnya adalah mochi matcha yang diisi dengan pasta kacang merah dan dilapisi dengan bubuk matcha contoh lainnya adalah nerikiri matcha yang dihiasi dengan motif musiman. Produk-produk ini tidak hanya berfungsi sebagai camilan tetapi juga memiliki nilai estetika dan simbolik, seperti pengingat musim, tekstur, dan keseimbangan rasa. Dengan demikian, mereka mempertahankan unsur-unsur budaya Jepang.

Commented [N134]: Perbaiki kalimat

A. Makanan Berat Berbahan Matcha

Makanan berat adalah jenis makanan yang biasanya dikonsumsi sebagai hidangan utama pada waktu makan pagi, siang, atau malam. Menurut Gunawan

(2013) makanan berat biasanya terdiri dari karbohidrat, protein, lemak, vitamin, mineral, serat, dan air, sehingga membuat kenyang lebih lama dan membantu menjaga kesehatan (Gunawan, 2013).

Nasi dengan lauk pauk (misalnya daging panggang), ayam, ikan bakar, mie goreng, sayur tumis, dan sup adalah contoh makanan berat yang umum. Makanan ini tidak hanya memberikan asupan energi yang cukup, tetapi juga mengandung berbagai nutrisi penting yang membantu tubuh berfungsi. Menurut Tim Naviri (2015) itu sendiri protein dari daging dan ikan membantu memperbaiki jaringan tubuh, dan vitamin dan mineral dari sayuran membantu menjaga sistem kekebalan dan kesehatan organ (Naviri, 2015). Oleh karena itu, menjaga stamina dan kesehatan sehari-hari sangat penting untuk mengonsumsi makanan berat yang seimbang.

Tabel 3. Gambaran Matcha Ramen

Matcha Ramen milik Ramen Nishiki



Gambar 3. 16 [instagram.com/ramen_nishiki](https://www.instagram.com/ramen_nishiki)

Denotasi	Konotasi	Mitos
Gambar tersebut menampilkan sebuah	Warna hijau dari kuah dan mie menciptakan asosiasi	Mie Ramen merupakan salah satu jenis mie yang

mangkuk berisi mie dengan kuah berwarna hijau tua yang jelas mengindikasikan penggunaan bahan matcha (teh hijau bubuk). Di atas mie terdapat beberapa topping, seperti potongan ikan kering, irisan putih yang kemungkinan adalah kamaboko (sejenis makanan ikan olahan Jepang), serta hiasan berupa acar atau sayuran yang berwarna merah dan oranye. Mangkuknya juga dihiasi dengan tulisan beraksara Jepang yang memperkuat konteks budaya makanan	dengan kesegaran, kesehatan, dan alami, yang sering dikaitkan dengan matcha. Topping yang beragam melambangkan keseimbangan rasa dan tekstur yang rumit, menunjukkan perhatian terhadap estetika dan kehalusan cita rasa yang menjadi ciri khas kuliner Jepang. Mangkuk dengan aksara Jepang menegaskan identitas budaya dan otentisitas hidangan, sekaligus mengundang rasa ingin tahu dan kekaguman terhadap tradisi kuliner Jepang yang kaya	berasal dari Jepang. Mie tersebut biasanya disajikan dengan kuah berasa. Ramen Nishiki membuat varian unik dari tahun 2024, dengan mencampurkan maatcha sebagai bahan dasar mie serta kuahnya.
--	--	---

tersebut sebagai hidangan Jepang.		
-----------------------------------	--	--

Gambar diambil dengan pendekatan close-up dengan fokus tajam pada mie dan topping ramen, sehingga tekstur mie, kuah, dan topping menjadi sangat jelas dan menggugah selera. Sudut pengambilan gambar sedikit dari atas dan samping memberikan perspektif dan kedalaman tiga dimensi pada hidangan. Pencahayaan yang digunakan cenderung lembut dan alami, menampilkan warna hijau matcha dan unsur-unsur lainnya secara alami tanpa membuat bayangan yang jelas.

Cara pengambilan gambar menjadi "simbol" unik yang memengaruhi interpretasi penonton, menjadikan konteks visual ini penting dalam semiotika. Kesan keaslian, kesegaran, dan estetika yang luar biasa dihasilkan oleh pencahayaan dan fokus dekat yang alami, yang menunjukkan bahwa makanan ini bukan sekadar konsumsi tetapi juga sebuah pengalaman indrawi yang penting dalam budaya makan.



Gambar 3. 17 Dry Matcha Ramen

Sumber: [Instagram.com/ramen_nishiki](https://www.instagram.com/ramen_nishiki)

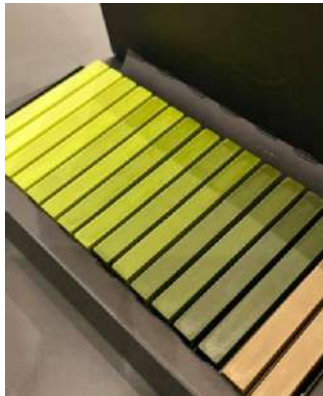
Seperti gambar di atas, Ramen Nishiki menggunakan mangkuk kaca yang tidak begitu cekung untuk jenis ramen tanpa kuah mereka. Mangkuk tersebut digunakan karena mereka membutuhkan mangkuk rame pada umumnya di Jepang seperti gambar di bawah ini untuk menampung kuah ramennya.

Secara keseluruhan, makanan berbasis matcha di Jepang menunjukkan dua dinamika utama pergeseran ke modernisasi dan kontinuitas tradisi. Produk-produk ini, dari wagashi klasik hingga kreasi modern seperti parfait, *cheesecake*, dan sandwich matcha, menekankan fleksibilitas matcha sebagai bahan kuliner yang mempertahankan identitas budaya. Transformasi ini menunjukkan bahwa matcha bukan hanya rasa, tetapi juga pengalaman, gaya hidup, dan simbol modernitas Jepang. Oleh karena itu, matcha berhasil menggabungkan nilai-nilai tradisional dan sejarah dengan permintaan konsumen modern yang lebih dinamis.

B. Makanan Ringan Berbahan Dasar Matcha

Seiring berjalannya waktu, jenis makanan berbasis matcha yang lebih inovatif dan kontemporer muncul. Dorayaki matcha pancake Jepang tradisional yang diisi krim atau pasta matcha-matcha *sando*, kue *sandwich* berlapis krim matcha, dan buah musiman seperti blueberry atau stroberi tersedia di kafe Jepang. Selain itu, kreasi kontemporer seperti *matcha cheesecake* dan matcha parfait menggabungkan rasa dan tekstur Barat dengan rasa Jepang unik. Sesuai dengan Gustiawan (2024) variasi ini menunjukkan bahwa matcha sekarang menjadi bahan yang fleksibel yang menarik pelanggan muda dan internasional sambil mempertahankan identitas budaya Jepang melalui rasa dan presentasi visual (Gustiawan, 2024).

Tabel 4. Gambaran Coklat Matcha
Ciklat Matcha milik Nanaya Aoyama



Gambar 3. 18 [instagram.com/nanaya_aoyama](https://www.instagram.com/nanaya_aoyama)

Denotasi	Konotasi	Mitos
Menampilkan deretan batang cokelat atau permen berbentuk stik yang tersusun rapi dalam sebuah kotak berwarna gelap. Warna batang-batang tersebut bervariasi dari hijau muda, hijau tua, hingga cokelat keemasan.	Susunan warna hijau yang bergradasi memberikan kesan bahwa produk tersebut berkaitan dengan matcha atau teh hijau berkualitas, karena warna hijau cerah hingga hijau gelap biasanya merepresentasikan intensitas dan grade matcha. Kemasan hitam dan susunan yang presisi	Gambar tersebut merupakan coklat berasa matcha yang memiliki tingkatan matcha. Semakin gelap warnanya, semakin banyak konsistensi matcha yang terdapat pada produk tersebut. Hanya batang coklat berwarna coklat yang merupakan Hojicha (bubuk matcha yang

	mengisyaratkan eksklusivitas, kemewahan, dan produk premium.	dipanggang) Coklat tersebut dibuat oleh perusahaan Nanoya pada tahun 2023.
--	--	--

Selain itu, distribusi matcha ke berbagai jenis media makanan mendukung gagasan bahwa tradisi Jepang dapat menyesuaikan diri tanpa kehilangan identitasnya. *Matcha cookies, cake, dan snack* matcha lainnya dipandang sebagai bukti bahwa budaya Jepang "selalu relevan", selain sebagai inovasi kuliner. Berdasarkan teori Barthes adalah mitos konsumsi modern bahwa elemen tradisi dapat tetap hidup sebagai komoditas yang dijual di seluruh dunia, dan bahwa seseorang seolah-olah menikmati sebagian kecil nilai-nilai budaya Jepang dengan membeli produk matcha (Barthes, 1972).

Seperti yang tertera pada tabel 3, makanan ringan yang menjadi contoh perasa makanan adalah coklat milik Nanaya Aoyama. Dilansir dari salah satu website berita populer mengenai matcha di Jepang, yaitu Nihon Cha Seikatsu, Nanaya Aoyama merupakan toko penyaji makanan ringan berbasis matcha yang cukup terkenal pada kalangan masyarakat Jepang. Selain itu, toko ini cukup dikenal oleh berbagai turis manca negara untuk membeli oleh-oleh. Toko tersebut terletak pada Shibuya.

Dilansir dari website resmi Nanaya Aoyama, mereka pada awalnya hanya menjual es krim matcha dengan berbagai tingkatan rasa matcha, hingga akhirnya mulai menjual beberapa produk seperti coklat matcha yang memiliki 7 tingkat rasa

dari rasa matcha yang tidak begitu pahit dan terasa, hingga hojicha yang disebut sebagai *roasted matcha*. Selain itu, toko Nanaya Aoyama juga menjual berbagai sake (minuman beralkohol khas Jepang) yang memiliki rasa matcha.

Oleh karena itu, memasukkan matcha ke berbagai produk makanan adalah proses yang tidak hanya kuliner tetapi juga semiotik. Somantri (2014) Makanan ringan dan dessert Matcha, yang dianggap sebagai objek mitologis, membawa citra Jepang seperti disiplin, estetik, murni, dan elegan ke dalam kehidupan sehari-hari (Somantri, 2014). Matcha telah berkembang menjadi mitos yang melekat pada gaya hidup, gaya hidup, dan identitas budaya yang dikonsumsi oleh masyarakat di seluruh dunia.

3.2.2.3. Matcha sebagai Produk Kecantikan

Industri kecantikan di Jepang merupakan salah satu pasar kosmetik terbesar di dunia dengan karakteristik konsumen yang menuntut kualitas tinggi, keamanan produk, serta penggunaan teknologi terbaru. Produk perawatan kulit (skincare) mendominasi preferensi pasar, didorong oleh budaya perawatan diri yang telah mengakar serta standar estetika kulit cerah, lembap, dan sehat (Ashikari, 2005). Menurut Sugimoto (2014), masyarakat Jepang memiliki orientasi konsumsi yang mengutamakan *quality assurance*, sehingga perusahaan kosmetik lokal cenderung menekankan riset dermatologis, inovasi formulasi, dan keamanan bahan untuk memperoleh kepercayaan konsumen. Kondisi ini menyebabkan industri kecantikan Jepang berkembang tidak hanya sebagai aktivitas produksi, tetapi sebagai bentuk refleksi budaya, inovasi teknologi, dan standar sosial tentang perawatan diri (Sugimoto, 2014).

Tabel 5. Gambaran Masker Wajah Matcha
Sleeping Mask milik Ise Matcha



Gambar 3. 19 www.ise-matcha.com

Denotasi	Konotasi	Mitos
Sebuah foto produk yang berwarna hijau dan berwadah yang biasanya sering untuk digunakan sebagai sabun cuci muka.	Warna hijau pada packing menggambarkan warna hijau pada matcha. Konotasi “ <i>sleeping mask</i> ” merupakan dari perawatan diri.	Produk tersebut merupakan produk hasil dari Ise Matcha yang merupakan produk kecantikan (<i>skincare</i>). Produk tersebut merupakan <i>sleeping mask</i> atau masker wajah yang digunakan di malam hari sebelum tidur.

Bahan nabati, terutama ekstrak teh hijau (*Camellia sinensis*), yang juga merupakan dasar dari matcha, adalah salah satu jenis bahan yang banyak digunakan dalam produk kecantikan Jepang. Studi dermatologis dan laboratoris menemukan bahwa teh hijau mengandung polifenol, terutama epigallocatechin gallate (EGCG), yang memiliki sifat antioksidan, anti-inflamasi, dan mengurangi stres oksidatif pada

kulit (Katiyar, 2010). Selain itu, studi klinis menunjukkan bahwa penggunaan bahan topikal berbasis teh hijau dapat meningkatkan kelembapan kulit, mengurangi eritema, dan memberikan perlindungan. Hasil penelitian ini membantu menjelaskan mengapa bahan-bahan teh hijau seperti matcha sering digunakan dalam produk perawatan kulit Jepang dan dianggap sebagai bahan alami yang menenangkan dan menyehatkan kulit.

Pemasaran produk kecantikan Jepang mengutamakan tradisi lokal dan citra premium. Menurut Jones (2010), filosofi J-Beauty adalah pendekatan perawatan kulit yang berfokus pada kesehatan kulit jangka panjang daripada hasil instan, dengan menekankan pada formulasi yang sederhana, bahan yang dipilih dengan hati-hati, dan filosofi kulit keseimbangan. Ashikari (2005) menyatakan bahwa standar kecantikan di Jepang sangat terkait dengan nilai-nilai budaya tentang kebersihan, moralitas, dan kedisiplinan merawat diri, sehingga penggunaan skincare sering dianggap lebih dari sekadar estetika, melainkan sebagai bentuk perawatan pribadi yang memiliki dimensi sosial dan budaya (Sugimoto, 2014). Oleh karena itu, produk skincare di Jepang tidak hanya merupakan komoditas tetapi juga merupakan simbol gaya hidup, status kebersihan diri, dan self-care ideal.

Melalui halaman penjualan resmi dan kampanye perilisannya di Jepang, Ise Matcha Sleeping Pack adalah masker tidur dengan tekstur gel ringan yang diperkaya dengan ekstrak matcha, vitamin C turunan, ekstrak daun artichoke, licorice, dan centella asiatica (CICA). Seperti menurut Choironi (2024) bahan-bahan tersebut dianggap memiliki kemampuan untuk melembabkan, menyelaraskan warna kulit, dan meredakan iritasi (Choironi, 2024). Selain itu,

iklan produk menunjukkan bahwa formulasi ini tidak mengandung paraben, pewarna sintetis, minyak mineral, atau surfaktan berbahan petroleum, yang membuatnya terlihat aman dan lembut untuk kulit.

Hanya menampilkan kemasan produk berwarna hijau dengan tulisan "Ise Matcha" dan "*Sleeping Mask*", bersama dengan elemen visual seperti bubuk matcha dan daun teh segar di tingkat denotasi gambar pada tabel 5. Pada titik ini, foto hanya menggambarkan objek Seperti menurut Iswandi (2022) sebagaimana adanya produk kecantikan di atas permukaan yang bersih dan terang. Keberadaan benda-benda tersebut secara visual membawa makna tambahan (Iswanti, 2022). Namun ketika memasuki tingkat konotasi, unsur visual tersebut mulai membangun makna yang lebih kaya. Warna hijau kemasan dan visual bubuk matcha tidak lagi dilihat sebagai warna semata, tetapi menjadi simbol dari kesegaran, kealamian, dan kemurnian. Gaya fotografi minimalis dengan banyak ruang kosong memunculkan asosiasi ketenangan serta kesan produk yang premium. Slogan pada gambar yang mengajak konsumen "menikmati waktu istirahat berkualitas" menghadirkan imaji bahwa penggunaan produk ini tidak hanya merawat kulit, tetapi juga menjadi bagian dari ritual relaksasi dan perawatan diri.

Pada tingkat terdalam, iklan ini menggambarkan matcha sebagai bahan alami yang sebanding dengan kualitas, kesehatan, dan tradisi Jepang. Barthes menjelaskan bahwa mitos menyamakan konstruksi budaya menjadi sesuatu yang tampaknya logis dan alami. Iklan ini mengubah pemahaman budaya tentang teh sebagai simbol ketenangan dan kemurnian. Seperti yang dikatakan Azmi (2025) konsumen diyakinkan bahwa menggunakan produk bermatcha adalah satu-satunya

cara untuk mencapai kecantikan yang sehat dan alami. Ini dianggap sebagai hubungan yang "alami", tetapi sebenarnya ini adalah hasil dari rencana pemasaran industri kecantikan (Azmi, 2025).

Secara keseluruhan, pembahasan ini mengkonfirmasi hipotesis awal bahwa matcha memiliki perkembangan yang bertahap pada masyarakat Jepang tanpa mengubah makna tersebut. Namun seiring dengan berjalannya waktu, matcha memiliki perubahan makna karena adanya diversifikasi produk. Matcha tetap memiliki nilai sisi kebudayaan Jepang hingga saat ini meskipun terdapat perubahan makna.

BAB IV

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa matcha telah mengalami transformasi mendalam dari minuman spiritual yang diperkenalkan oleh biksu Eisai pada periode Heian-Kamakura, menjadi elemen sentral dalam upacara chanoyu pada era Edo dan Meiji, hingga beradaptasi sebagai komoditas utilitarian selama Perang Dunia II, serta berkembang menjadi simbol gaya hidup modern di masyarakat Jepang kontemporer. Melalui teori modernisasi Ronald Inglehart, pergeseran ini mencerminkan transisi dari nilai materialis ke post-materialis, di mana matcha tidak lagi terbatas pada ritual elit, melainkan meresap ke konsumsi massal seperti matcha latte dan produk kecantikan, didorong oleh globalisasi dan inovasi ekonomi.

Sementara itu, analisis semiotika Roland Barthes mengungkap lapisan denotasi (bubuk teh hijau), konotasi (kesegaran dan harmoni), serta mitos (simbol kesehatan alami dan estetika Jepang modern) yang menjadikan matcha sebagai jembatan antara tradisi dan komersialisasi. Dalam praktiknya, selama era Edo, matcha menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari para samurai dan pedagang, yang menggunakannya untuk menjaga fokus di tengah rutinitas yang sibuk, sementara di masa Meiji, ia mulai dipromosikan sebagai produk ekspor yang mewakili kemajuan Jepang. Perang Dunia II melihat matcha digunakan sebagai sumber nutrisi sederhana untuk tentara, yang kemudian berkembang menjadi tren kesehatan pasca-perang dengan munculnya kafe-kafe modern. Hari ini, orang-orang Jepang sering mengintegrasikannya ke dalam diet harian, seperti dalam smoothies atau suplemen, yang mencerminkan bagaimana nilai-nilai post-materialis seperti kesejahteraan pribadi mengambil alih.

Melalui semiotika Barthes, peneliti dapat melihat bagaimana iklan matcha membangun narasi tentang ketenangan, yang menarik generasi muda yang mencari keseimbangan di era digital. Secara keseluruhan, perubahan fungsi dan makna matcha mengilustrasikan dinamika budaya Jepang yang adaptif terhadap modernitas, di mana elemen tradisional tetap relevan melalui reinterpretasi komersial tanpa kehilangan akar spiritualnya. Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman sosiokultural tentang bagaimana globalisasi dan perubahan nilai sosial membentuk praktik konsumsi, sekaligus membuka peluang studi lanjutan mengenai dampak soft power Jepang melalui matcha di tingkat masyarakat modern Jepang. Misalnya, penelitian bisa menjelajahi bagaimana matcha memengaruhi industri

Commented [N135]: Ubah kalimat

kuliner global atau bagaimana ia menjadi alat diplomasi budaya, seperti dalam acara-acara internasional yang menampilkan upacara teh. Ini juga menarik untuk melihat respons konsumen di luar Jepang, di mana matcha sering dipandang sebagai bagian dari gaya hidup minimalis yang populer. Pada akhirnya, transformasi ini menunjukkan bahwa matcha bukan hanya produk, melainkan cerminan dari bagaimana Jepang terus menyesuaikan warisannya dengan tuntutan zaman, sambil mempertahankan esensi yang membuatnya istimewa.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrasom., P. R. (1994). *Economic Security And Value Change*. American Political Science Review.
- Adha, M. M., & Hidayah, Y. (2020). Jepang, Identitas Bangsa dan Agama: Manifestasi Nilai.
- Akune, Y. (2016). "The competitive advantages of green tea clusters in Japan." Food security and industrial clustering in northeast Asia. *Tokyo: Springer Japan*, 95-110.
- Ambrani AS, M., & Nazia Mahrani Umayu, M. (2012). *Semiotika Teori dan Aplikasi pada Karya Sastra*. Semarang: IKIP PGRI Semarang Press.
- Andriani, S. D. (2011). "Dampak Pelaksanaan Sistem Pemerintahan Feodalisme terhadap Pembentukan Sistem Stratifikasi Sosial (Shinokosho) pada Zaman Edo. *Humaniora* 2.2, 1288-1294.
- Ariefa, N. A. (2020). Peran Perempuan Jepang dalam Perspektif Gender.
- Aziz, M. H. (2019). Omotenashi dalam Wagashi. *Outlook Japan*.
- Azizah, L. (2025). Azizah, Luluatul. Pengolahan Teh Tradisional Incip Khas Desa Begawat, Kecamatan Bumijawa, Kabupaten Tegal. . *Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia*.
- Azmi, U. (2025). Strategi Branding Pemasaran Produk Kecantikan Untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian Pelanggan.
- Baidhaw, Z. (2005). *Pendidikan agama berwawasan Multikultural*. . Erlangga.
- Barthes, R. (1972). *Mythologies*. New York: He noonday Press.
- Béné, C. (2022). Why the Great Food Transformation may not happen – A deep-dive into. *Elsevier* .
- Billah, A. A., Dariana, S. B., & Janti, a. I. (2022). Chanoyu dan Patehan Tradisi Minum Teh Dua Negara Berbeda. *Multikultura* .
- Borsato, M. (2025). Kaiseki, Matcha, Wagashi. Taste in the Japanese Tea Ceremony. *Aesthetica Preprint* .
- Bungsu, A. P. (2021). Potrer Perilaku Hedonisme Iklan 'Sopir KEluarga Nissan Indonesia ; analisis seiotika Rolland Barthes. *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah*.
- Choironi, Z. R. (2024). Pengaruh TiO2 terhadap aktivitas krim ekstrak daun teh hijau (camellia sinensis l.) sebagai anti-kolagenase: studi in vitro dan in silico. *Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*.
- Chuan, T. H. (2022). Hubungan Tributari China-Melaka Zaman Dinasti Ming Dari Tahun 1400 Hingga 1511. *eprints.usm.my*.
- Devkota, H. P., & etc. (2021). Trends in Food Science and Technology. *Elsevier Ltd*.
- Dr. Hj. Fatimah, S. M. (2020). *Semiotika dalam kajian Iklan Layanan Masyarakat*. Gowu: Tallasa Media.

- Fan Lin, D. M. (2025). Picturing Animals and Plants in Early Modern China and Japan: Innovation, Experiments, and Anxieties. *Amsterdam University Press*.
- Fan, W. C. (2015). The innovation of Chinese tea culture: From “refreshing the mind” to “tea and Chan are of one flavor”.
- Fatikhasari, A. I. (2022). Analisis ilmiah nilai-nilai zen pada ikebana. *SekolahTinggiBahasaAsingJIA*.
- Fatimah, R. (2025). Fenomena Kuliner Jepang di Indonesia: Antara Tren, Budaya, dan Adaptasi. *Kiryoku* 9.2, 396-409.
- Fauzan, M. F., & Zikrulloh, M. Z. (2024). Pengaruh Teori Strukturisasi dalam kehidupan Sosial. *Gunung Djati Conference Series*.
- Febrianty, F. (2016). Representasi samurai sebagai kelas atas dalam stratifikasi sosial masyarakat jepang di zaman edo dalam novel tokaido inn karya dorothy dan thomas hoobler. *Majalah Ilmiah UNIKOM*.
- Fischer, P. (1983). *Five Mountains: The Rinzaï Zen Monastic Institution in Medieval Japan*.
- Gunawan, A. (2013). *Food Combining*. Gramedia Pustaka Utama .
- Gusnadi, D. (2025). Gusnadi, Dendi. "Penggunaan Bubuk Matcha Sebagai Bahan Tambahan Flourless Sponge Cake. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 7424-7433.
- Gustiawan, D. (2024). *Manajemen Produk dan Merek*. T Indonesia Delapan Kreasi Nusa.
- Hadi, K. (2025). Restorasi Meiji dan Kolaborasi Negara-Masyarakat Dalam Kekuatan Ekonomi Politik Jepang. *Journal Ilmu Sosial, Politik dan Pemerintahan* 14.1, 512-526.
- Hakiki, A. (2025). *Beyond Survival: How Legendary Companies Keep Winning*. PT. Pusat Literasi Dunia.
- Haniah, S., Firdaus, & Amin, S. (2024). Cultural Transformation in Indonesian Urban Society: A Case Study of The Millennial Generation. *Daengku: Journal of Humanities and Social Sciences Innovation*.
- Hasibuan, T. Y. (2013). Representasi Irasionalitas Tahayul Dalam Iklan Televisi (Analisis Deskriptif Kualitatif Pada Minuman Teh Nu Green Tea Versi "Haus Bandel).
- Hayami, A. (2015). Economic and Social Changes in the Edo Period. *Tokyo: Springer Japan*, 69-94.
- Herdiawan, J. (2012). *Shocking Japan*. Bentang-B first.
- Hidayat, R. F. (2023). *Pesona Upacara Minum Teh (Chanoyu): Analisis Citraan dan Filosofi Puisi Rikyuu Hyakusushuu Karya Sen No Rikyuu The Charm of Tea Ceremony (Chanoyu)*.
- Hidayat, R. S. (2018). *Hakikat ilmu pengetahuan budaya*. ayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Hirada, M. (2011). "The Gozan Zen Sects in the History of Japanese Buddhism." A Selection of Essays on Oriental Studies of ICIS . 29-46.
- Hiraki, S. (2025). Tea Harvesting at Uji: Repackaging Uji as a Productive Place. *JSTOR*.
- Hisyam, C. J. (2020). *Sistem Sosial Budaya Indonesia*. PT Bumi Aksara.

- Huda, H.-S.-A. M. (2024). Exploring the ancient roots and modern global brews of tea and herbal beverages: A comprehensive review of origins, types, health benefits, market dynamics, and future trends.
- Inglehart, R. (2018). *Cultural Evolution: People's Motivations Are Changing, and Reshaping the World*. Cambridge : Cambridge University Press.
- Irzam Syarif, S. M. (2021). Istilah-istilah dalam upacara minum teh jepang chanoyu. *Diglosia*.
- Islami, R. (2020). Teori Evolucionisme Dilihat Dari Sudut Pandang Antropologi HUKUM.
- Ismoyo, S. L. (2024). Dinamika kekuasaan dan kepentingan dalam industri komk indonesia . *DeKaVe*.
- Iswanti, J. (2022). Representasi Makna pada Istilah Benda dan Bangunan Versi Bahasa Indonesia oleh Pemandu Wisata di Keraton Kasepuhan Cirebon.
- Jones, T. (2015). *Kebudayaan dan Kekuasaan di Indonesia: Kebijakan budaya selama abad ke 20 hingga Era Reformasi*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Kambie, A. S., Latief, M. I., & Buchari. (2019). Kapital, Habitus, dan Arena:Membongkar Struktur Sosial di Balik Prestasi PSM Makassar. *Journal of Humanity and Social Justice*. .
- Kenji, H. (2015). Characteristics of Matcha.
- Ketut Ita Purnami, A. J. (2018). Pengaruh Jenis Teh Terhadap Karakteristik Teh Kombucha. *Jurnal ITEPA*.
- Kheyene, M. B. (2013). Representasi Starbucks Sebagai Gaya Hidup Konsumerisme (Monolog Kebudayaan Barat Kepada Timur Dalam SSecangkir Kopi).
- Kinseng, R. (2017). *struktugensi : sebuah teori tindakan*. Jurnal Sosiologi Pedesaan.
- Kistanto, N. H. (2008). Sistem sosial-budaya di Indonesia.
- Komariyati, A., Hamidsyukrie, & Syuhada, K. (2025). Eksistensi Peran Dukun Nganak-Nganak di Era Modern pada Masyarakat Sasak Desa Bagik Payung Selatan SUralago Lombok Timur. *Proceeding Seinar Nasional Mahasiswa Sosiologi*.
- Krisdianto, N. (2023). Bourdieu dan Perspektif Alternatif Kajian Jurnalistik. *Jurnal Kawistara*.
- Kristianto, P. E. (2017). Integrasi Teori Strukturasi Anthony Giddens dan Kajian Feminis pada Kebijakan Sumber Daya Manusia di Tempat Kerja.
- Kurosaka, C., Tagata, C., Nakagawa, S., Kobayashi, M., & Miyake, S. (2024). Effects of Green Tea and Roasted Green Tea on Human responses. *Nature Portofolio*.
- Machdalena, S. (2021). Istilah-istilah dalam upacara minum teh Jepang Chanoyu (suatu kajian etnolinguistik).
- Magdalena, W. (2019). Prinsip Buddha Zen dalam Upacara Chanoyu Aliran Urasenke. *Japanese Research*.
- Mandal, A. (2011). Tea.
- Marastuti, F. (2015). Analisis Makna Penggunaa Warna dalam Bahasa Jepang.
- Miftakhussurur, & Swasono, P. A. (2024). Analisis Historis dan Konstektual Terhadap Kisah Al-Qur'an: Antara Fakta dan Mitos. *Mumtaz*.

- Miyake. (2023). Discourse of quality and place in geographical indications: Applying convention theory to Japanese tea.
- Modern, H. E. (2024). Evolusi teori Manajemen perkembangan dari konsep klasik. *Researchgate.net*.
- Muhammad Hilmi Aziz, Y. L. (2019). Omotenashi dalam Wagashi. *Outlook Japan*.
- Murdijati Gardjito, D. R. (2011). Teh: Sejarah dan Tradisi Minum Teh Cara Benar Menyeduh dan Menikmati Teh dan Khasiat Teh. Dalam D. R. Murdijati Gardjito.
- Murdijati, D. R. (2011). *Teh: Sejarah Dan Tradisi Minum Teh, Cara Benar Menyeduh Dan Menikmati Teh, Khasiat Teh*. PT. Kanisius.
- Muttaqin, A. (2024). Kedewasaan Beragama, Esai-esai Penggugah Kesadaran, Penghidup Nalar dan Penguat Spiritual. . *IB Pustaka PT Litera Cahaya Bangsa*.
- Nasution, L. (2024). *Teori dan strategi pengembangan bisnis kuliner*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Naviri, T. (2015). *1001 Makanan Sehat*. Elex Media Komputindo.
- Nofia, V. S. (2022). Analisis Semiotika Roland Barthes pada Sampul .
- Norris, P. (2004). *Sacred And Secular Religion and Poliics Worldwide*.
- Novenanto, A. (2018). Habitus; sebuah perasaan atas tempat. *jurnal kajian ruang sosial budaa*.
- Nurjanah, H. C. (2024). Pesan Moral dalam Film Love is Not Enough: Analisis Semiotika Roland Barthes. *Jurnal Audiens*.
- Ong, S. (2020). *Seikatsu Kaizen: Reformasi Pola Hidup Jepang*. Elex Media Komputindo.
- Oshikiri. (2018). Gathering for Tea in Modern Japan: Class, Culture and Consumption in the Meiji Period.
- Pangestu, S. B. (2021). Menjalani Hidup Penuh Kesadaran Dengan Mengelola Kemarahan dalam Prespektif Thich Nhat Hanh .
- Priyono, H. (2016). *Antony giddens ; suatu pengantar*. keputakaan populer gramedia.
- Purba, Y. S., & Dharma, S. (2017). Sekolah di Tegah Ketegangan Negara.
- Putri, A. M., & Handayani, R. (2010). "Prinsip Dasar Budha Zen dalam Chanoyu. *Lingua Cultura* 4.2, 129-139.
- Rahmawati, A. (2020). Praktik Sosial Praktik Masyarakat Desa Tondowulan dalam tradisi mayangi di Kecamatan Plandaan Kabupaten Jombang. *Paradigma*.
- Rahmawati, C. D., Busri, H., & Badrih, M. (2024). Makna Denotasi dan Konotasi Meme Dalam Media Sosial Twitter: Kajian Semiotika Roland Barthes. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa dan Sastra*.
- Rawal, H. (2021). Comparative analysis of chloroplast genomes indicated different origin for Indian tea (*Camellia assamica* cv TV1) as compared to Chinese tea.
- Richardus, W. N. (2020). Ruang Sosial Bourdieusian. *Gerak Kuasa*.
- Ridwan, A. (2020). Kajian sosial kepesantrenan dalam bingkai varian teori praktis . *jurnal pendidikan agama islam*.
- Riry, J., & Ansiska, P. (2024). Geografi Lingkungan dan Sumberdaya. *Insight Mediatama*.

- Rizik, M., Hasibuan, L., & Anwar, K. (2021). Pendidikan Masyarakat Modern dan Tradisional dalam Menghadapi Perubahan Sosial dan Modernisasi. *Jurnal Literasiologi*.
- Robiyanto, G., Rizka, F., & Angkasa, N. (2024). Interaksi Hukum Dalam Nilai Nilai Sosial. *Muhammadiyah Law Review*.
- Roslina, L. (2018). Omoteshi: Budaya Keramahtamahan di Jepang (Akar Budaya dan Manifestasinya). *Kiryoku*.
- Rukin. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Takalar, Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendikia.
- Rumengan, N., Mawijere, I., & Aror, S. (2019). The Zen Concept related to Language Politeness.
- Rusak, G., Sola, I., & Valerija. (2021). Matcha and Sencha Green Tea Extracts With Regard to Their Phenolics Pattern and Antioxidant and Antidiabetic Activity During in Vitro Digestion. *Springer Nature Link*.
- Sadler, A. L. (2019). Japanese Tea Ceremony: Cha-no-Yu and the Zen Art of Mindfulness. *Tuttle Publishing*.
- Salma Qotrunada Agtari Khairunissa, D. A. (2023). Konsumsi Matcha di Mata Generasi Muda Jepang .
- Saputra, A. M., & al, e. (2023). *Pendidikan Karakter di Era Milenial (Menmbangun Generasi Unggul dengan Nilai-Nilai Positif)*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Say, J. (2022). *Japanese Tea Ceremony in the Industry of Health and Wellness Tourism*. International Journal of Current Science Research and Review .
- Sayyidati, R. (2017). Pemecahan permasalahan sosial melalui pembelajaran pendidikan ips (ilmu pengetahuan sosial) yang terintegrasi dan holistik. *Jurnal Humaniora Teknologi 3.1*.
- septiaai, Satria, E., & Aziz, B. (2024). *Antropologi Ekologi*. Padang: CV. Gita Lentera.
- Serad. (2016). leaf it to tea.
- Shrivastava, R. R., Pateriya, P., & Singh, M. (2018). Green tea-A Short Review. *Bimonthly Publisher*.
- Simamora, H. S. (2018). Makna dan Fungsi Matcha dalam Upacara Chanoyu.
- Simbolon, T. O. (2023). Wabi Sabi dalam Iklan Kecantikan Shiseido.
- Sivanesan, I. G. (2021). Retrospecting the antioxidant activity of japanese matcha green tea–lack of enthusiasm?
- Soho, T. (2002). *The Unfettered mind: Writings from a Zen Master to a Master Swordsman*.
- Somantri, R. (2014). *The Story in a cup of tea*. TransMedia.
- Soshitsu, S. (1997). *The Japanese way of tea: From its origins in China to Sen Rikyu*. University of Hawaii Press.
- Starzomska. (2024). The advantage of matcha green tea over other drinks: A comprehensive review. *Quality in Sport*.
- Sugeng, Fitriana, D., & Aidy, W. R. (2024). Pendekatan Kebudayaan dalam Membangun Ketahanan dan Keamanan Insani: Sebuah Kajian Strategis. *JURNAL KEAMANAN NASIONAL*.

- Suryani, W. (2020). Komunikasi Antarbudaya: Berbagi Budaya Berbagai Makna. *Muhammadiyah Riau Accounting and Business Journal* .
- Suryawati, C. T. (2025). Pelatihan Chanoyu bagi Siswa SMA sebagai Sarana Mempelajari Budaya dan Etika Masyarakat Jepang.
- Susanti, D. (2020). Analisis Nilai-Nilai Budaya Penyajian.
- Suzuki, D. (1958). *Rinzai on Zen*. Chicago : Chicago Review.
- Syahrah, I. S., Mustadjar, M., & Agustang, A. (2020). Pergeseran Pola Interaksi Sosial. *Phinisi Integration Review*.
- Thohari, S., & Harjo, I. W. (2021). *Teori Sosial Antara Individu dan Masyarakat* . Malang: UB Press.
- Tomom, U., Nobuyuki, H., & Hidekazu, I. (2013). Objective evaluation of astringent and umami taste intensities of matcha using a taste sensor system.
- Trisna. (2021). Pendirian Usaha kedai Matcha Di Kota Solo. *Poltekpar NHI Bandung*.
- Umanailo, M. C. (2016). *Buku Ilmu Soisal Budaya Dasar*. Fam Publishing.
- Utami, L. S. (2015). Teori-teori Adaptasi antar Budaya. *Jurnal Komunikasi* 7.2 , 180-197.
- Valeria, N. (2021). *For The Love of Tea*. aPOPmedia.
- Wahyuningsih, L. (2024). Representasi Kekerasan Pada Anak Dalam Film Benalu Karya Sidiq Aryadi. *Jurnal Komunikasi dan Media Pendidikan*.
- Wattimena, R. A. (2022). Filsafat untuk Kehidupan: Mengembangkan Akal Sehat dan Nurani untuk Kehidupan. *PT. Kansius*.
- Welze, C. (2005). *Modernization, Cultural Change, and Demogracy: The Human Development Sequence*. Cambridge University Press.
- Widarahesty, Y. (2024). Analisis Dampak Politik Isolasi (Sakoku) Bagi Kehidupan Masyarakat di Jepang. *Jurnal Pendidikan Bahasa Jepang Undiksha*.
- Winarno. (2016). *Green Tea & White Tea*. Gramedia Pustaka Utama.
- Wulandari, E. H. (2019). A Glimpse of Omotenashi's History: The Forerunner of Hospitality in The World of Modern Japanese Tourism. . *Outlook Japan*, 99.
- Wulandari, R. (2021). *Manfaat dan Khasiat Teh, Kopi, Susu, dan Gula Untuk Kesehatan dan Kecantikan*. Jogjakarta: rapha Publishing .
- Yamashita, N. (2016). Minnan Eisai and Hirado-The Introduction of the rinza school of Zen and Matcha tea to Japan. 『長崎大学言語教育研究センター論集』.
- Yani. (2018). *Soft Power dan Soft Diplomacy*. Journal Tapis: Journal Teropong Aspirasi Politik Islam.

要旨

本論文の題名は「文化の視点から見た抹茶の発展と意義」です。研究者がこのテーマを選んだ主な理由がいくつかある。第一の理由は、抹茶が時代とともに経験した著しい変容である。抹茶の発展は顕著な差異を示しており、日本の伝統的時代と現代化の時代とを比較して理由がいくつかある。その発展における変化に加え、抹茶そのものの意味も変化しており、特に多様化が意味の変化を促した現代において顕著である。

研究方法は、研究対象の現象に対する深い理解を重視する質的アプローチを採用しています。科学書、学術誌、信頼性の高い研究論文などの検証済み情報源からのデータ収集が含まれます。これらの情報源は、研究者が体系的な分析を行うための強固な基盤を提供する点で極めて重要です。有効な文献の支援により、研究者は適用される理論や設定された問題定義に関連する最新の現象を特定し、検討し、解釈することが可能となります。これにより、研究はより包括的な知見を生み出し、適用される科学的基準に沿ったものとなる。

本論文は、いくつかの主要な点において先行研究とは異なる。先行研究では一般的に、抹茶の歴史やその飲料に含まれる機能・効能について簡潔な説明に留まっていた。また、他のいくつかの研究ではパンデミックによって引き起こされた社会変化の事例を論じているが、本論文は歴史的視点から社会変化理論を適用することで独自性を示し、ロナルド・イングルハート理論に基づき、過去の時代とは異なる発展と意味についての分析を導き

出している。最後に、ロラン・バルトの理論の適用方法にも違いがあり、他の研究が広告に焦点を当てているのに対し、本論文は意味の象徴そのものに重点を置いている。

問題設定の分析から、以下のような重要な発見が得られた。例えば最初の問題設定では、中国から日本へ禅の実践と共に伝来した抹茶の発展は、社会変化の要因の一つである人間の成長傾向と関連付けられる。その他の社会変化要因としては、環境や人間の性質などが挙げられ、これらの要因は、江戸時代、明治時代、そして第二次世界大戦から 1945 年までの期間に顕著に観察される。社会的変化に影響を与える第三の要因は時代の流れ、これは現代の日本社会において、抹茶の生産や提供に高度な機器を活用し始め、さらには抹茶の派生製品や原料の多様化にまで及んでいる点に反映されている。

ロラン・バルトの記号論は、現代における伝統主義を分析するために適用できる。茶の湯の儀式の意味は、いつでも行われながらも、現代日本の文化において依然として保存されている。さらに、抹茶が飲料や食品から美容製品（例：スリーピングマスク）まで多様な製品に統合される現象もまた、記号論的分析を通じて説明可能である。結論として、現代の日本社会および国際社会で人気の飲料は、その意味において著しい変容を遂げてきた。

当初、この飲料は宗教的儀式や儀礼の要素として機能し、その後、上流階級のための排他的な飲料へと発展した。さらに、明治時代に外国人社会に紹介され、第二次世界大戦中に世界中に広まり、最終的には現代的な有名飲料広く認知され、多様化が進んだ。