

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari data 27 *scene* dan 20 dialog yang dipaparkan peneliti dapat disimpulkan bahwa dalam *dorama* “*Kikazaru koi ni ha riyuu ga atte*” terdapat berbagai jenis tanda tanda kebahagiaan menurut *ikigai* menurut Mogi yang dialami oleh karakter *influencer* yaitu Kebahagiaan melalui alam, membangun kebahagiaan dengan hubungan sosial, Membahagiakan diri sendiri, Bahagia bersama dengan orang yang membuatnya nyaman, Menemukan kebahagiaan dari hal baru.

Dari kelima tanda tersebut, kebahagiaan Mashiba sebagian besar saat menghabiskan waktu bersama orang-orang yang memberinya kenyamanan memiliki jumlah data 9 *scene* dan 8 dialog, Mashiba sangat senang saat dia menghabiskan waktu bersama orang-orang yang memberinya ketenangan pikiran. Dukungan dan kehangatan orang-orang yang membuatnya nyaman membuatnya merasa lebih kuat dan dihargai. memberinya energi positif yang sangat ia butuhkan untuk menjalani hari-harinya sebagai seorang *influencer*.

Konsep *ikigai* yang tercermin pada tanda kebahagiaan ini adalah Mashiba suka berinteraksi bersama orang-orang secara daring atau langsung. profesinya sebagai *influencer* terkadang tidak bisa menolak interaksi dari orang lain membuat Mashiba sibuk sendiri tidak memikirkan kenyamanannya karena setiap interaksi tidak semua berjalan baik dan hal tersebut bisa membuat Mashiba mengalami keterpurukan, dengan

menghabiskan waktu bersama dengan orang yang nyaman, dirinya mendapat dukungan dan kehangatan dari orang-orang di sekitar Mashiba dan memberinya kekuatan dan perasaan dihargai, yang ia butuhkan untuk menghadapi tantangan profesi sebagai *influencer*. Kebahagiaan yang disalurkan orang ternyaman Mashiba membuat dirinya meningkatkan kemampuannya untuk tetap termotivasi dan produktif tetap mengupload postingan di *instragram* , yang akhirnya mendukung pada kesuksesan finansialnya. Dengan bersama orang yang nyaman bisa membuat mashiba menjadi merasakan aura kebahagiaan yang disalurkan teman-temannya, hal itu dapat mempermudah dirinya dalam berinteraksi dengan orang-orang berkerja sama dengan Mashiba dan para *followersnya* juga akan terus menyayangi Mashiba.

Dalam semiotika Barthes, makna denotasi muncul saat Mashiba merasa bahagia dan dihargai dari dukungan orang-orang di sekitarnya. Konotasinya adalah bahwa hubungan ini tidak hanya memberi kenyamanan, tetapi juga memotivasi Mashiba untuk tetap produktif sebagai seorang *influencer*. Pada tingkat mitos, teks ini mencerminkan gagasan bahwa kesuksesan profesional, terutama dalam profesi yang terhubung dengan citra publik, bergantung pada kesejahteraan emosional dan dukungan sosial yang kuat.

Selain itu, kebahagiaan juga muncul ketika Mashiba memulai sesuatu hal yang baru dalam hidupnya memiliki jumlah data 9 *scene* dan 7 dialog, Baik itu mempelajari keterampilan baru, menemukan hobi baru, atau menghadapi

tantangan baru dalam kariernya sebagai *influencer*, Mashiba sangat antusias dan bersemangat. Upaya-upaya baru ini tidak hanya membawa rasa pencapaian, namun juga memberikan makna dan tujuan yang lebih dalam pada pekerjaan Mashiba.

Konsep *ikigai* yang tercermin pada tanda kebahagiaan ini, dalam profesinya sebagai *influencer* Mashiba menyukai mencari hal hal sedang trend atau barang dan tempat lucu. Mencari dan mencoba hal hal baru bisa membuat perubahan yang lebih baik kepada Mashiba, dalam perubahan Mashiba dapat menemukan motivasi yang membuatnya terus maju. Motivasi ini merupakan salah satu hal yang membuat Mashiba terus menjadi *influencer*. Dalam perjalanannya mencoba hal hal baru Mashiba menemukan peluang bagi Mashiba untuk membuka toko secara digital dari kemampuannya menemukan barang barang lucu.

Dalam semiotika Barthes, denotasi menggambarkan kebahagiaan yang muncul ketika Mashiba memulai hal-hal baru, seperti mempelajari keterampilan baru atau menghadapi tantangan dalam kariernya sebagai *influencer*. Konotasinya adalah bahwa perubahan dan inovasi ini tidak hanya membawa kepuasan pribadi tetapi juga memperkuat motivasi dan relevansi Mashiba dalam profesinya. Pada tingkat mitos, kalimat ini mencerminkan gagasan budaya yang lebih luas bahwa kesuksesan dalam profesi seperti *influencer* bergantung pada kemampuan untuk terus berinovasi dan mengikuti tren, dengan keberhasilan Mashiba dalam membuka toko digital sebagai

simbol dari adaptasi dan kreativitas yang diperlukan untuk mencapai kesuksesan.

5.2 Saran

5.2.1 Untuk peneliti

Dalam penelitian ini peneliti fokus pada aspek kesejahteraan yang dialami oleh influencer. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji lebih detail tentang peran penting kebahagiaan dalam kehidupan tokoh masyarakat lainnya, misalnya aktor film. Teori yang tepat untuk penelitian ini adalah teori psikologi positif. Teori ini berfokus pada kesejahteraan subjektif, termasuk kebahagiaan, dan mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

5.2.2 Untuk pembelajar bahasa Jepang

Pembelajar bahasa Jepang dapat memahami mengenai pola kerja Jepang khususnya hubungan atasan dan bawahan serta tingkat komitmen terhadap perusahaan. Selain itu, memberikan wawasan tentang bagaimana mencapai kebahagiaan di lingkungan kerja Jepang, khususnya pada profesi *influencer*.