

Pachinko Sebagai Bentuk Konsumerisme Pada Masyarakat Jepang

Wuri Handayani¹⁾, Rina Fitriana¹⁾, dan Yelni Rahmawati^{1*)}

¹⁾Universitas Pakuan, Bogor, Indonesia

^{*)}Surel Korespondensi: hatsukoi_r@yahoo.com

Kronologi naskah

Diterima: 3 Desember 2019; Direvisi: 2 Juni 2020; Disetujui: 20 Agustus 2020

ABSTRAK: Penelitian ini membahas mengenai pachinko sebagai bentuk konsumerisme masyarakat Jepang. Tema ini dipilih karena banyaknya permainan pachinko di Jepang, yang membuat masyarakat Jepang menjadi terobsesi terhadap permainan pachinko serta banyak menghabiskan uang mereka untuk permainan pachinko. Karena hal tersebut membuat masyarakat Jepang lebih konsumtif dan terjerumus kedalam bentuk konsumerisme. Metode penelitian yang akan digunakan dalam menyusun karya tulis ini adalah metode penelitian kualitatif dan penelitian studi pustaka. Peneliti menggunakan metode telaah pustaka yaitu kajian kepustakaan (*study litelature*). Hasil dari penelitian ini, banyak dari masyarakat Jepang yang rela menghabiskan banyak uang untuk bermain *Pachinko*.

Kata kunci: pachinko, permainan, konsumerisme, konsumsi, masyarakat

ABSTRACT : This study discusses pachinko as a form of consumerism in Japanese society. This theme was chosen because of the large number of pachinko games in Japan, which made Japanese people obsessed with pachinko games and spent a lot of their money on pachinko games. Because this makes Japanese society more consumptive and has fallen into a form of consumerism. The research method that will be used in compiling this paper is qualitative research methods and literature study research. Researchers use the literature review method, namely literature study. As a result of this research, many Japanese people are willing to spend a lot of money playing Pachinko.

Keywords: pachinko, games, consumerism, consumption, society

PENDAHULUAN

Masyarakat Jepang dewasa ini sangat menggemari sebuah permainan yang sudah ada sejak zaman dahulu, permainan tersebut terinspirasi dari permainan *pinball* yang berasal dari Amerika Serikat kemudian diadaptasi menjadi sebuah permainan yang sangat digemari masyarakat Jepang. Permainan ketangkasan ini disebut dengan pachinko. Pachinko adalah permainan ketangkasan asal Jepang sebagai permainan rekreasi dan permainan *arcade* atau disebut juga sebagai

mesin perjudian. Mesin pachinko sejatinya adalah gabungan dari permainan *pinball* dan *slot*. Pachinko adalah salah satu kebudayaan populer di Jepang yang termasuk kedalam kategori kebudayaan massa yang banyak digemari masyarakat Jepang pada umumnya. Pachinko merupakan kegiatan yang muncul di Jepang sebelum perang dunia ke-dua. Walaupun pada masa awal kemunculan Pachinko diperuntukkan untuk permainan anak-anak di Jepang, namun seiring bertambahnya kepopuleran Pachinko, semakin banyak

masyarakat yang menggemari Pachinko. Hal ini juga tidak terlepas dari peranan media massa dan perkembangan teknologi yang menyebar luas di seluruh Jepang. Hal tersebut membuat masyarakat Jepang terobsesi akan permainan pachinko ini.

Pachinko memiliki sejarah panjang di Jepang. Pachinko sudah ada sejak abad 20, tepatnya pada periode Taisho. Kota Osaka berhasil membuat mesin yang mirip dengan mesin pachinko modern. Mesin pachinko pertama kali dibuat pada tahun 1920-an sebagai permainan anak-anak yang bersal dari Chicago, Amerika Serikat yang disebut dengan *Corinth game*. Dalam waktu singkat popularitas permainan ini melonjak di Jepang, tidak hanya anak-anak yang menggunakan mesin pachinko, orang dewasa pun senang bermain permainan pachinko. Sebelum perang dunia ke-2, arena permainan pachinko menyebar keseluruh penjuru Jepang yang mengakibatkan masyarakat Jepang lebih konsumtif menggunakan permainan pachinko ini, alhasil, pemerintah Jepang menilai pachinko sebagai pemborosan dan sempat dilarang beroperasi. Mesin produksi pachinko sempat dihentikan karena pabrik-pabrik hanya menyediakan kebutuhan perang dan pachinko menghilang hingga akhir peperangan. Pada tahun 1940-an pachinko kembali, permainan pachinko sempat hilang pada masa perang dunia ke-2, namun hal tersebut diawali dengan ledakan pachinkoterbesar yang pernah ada, dan membuat pachinko menjadi permainan untuk orang dewasa setelah tahun 1945 (Ishige dalam Weiner, 2004:175).

Perkembangan ekonomi pasca perang yang pesat membuat pachinko sebagai bentuk aktivitas rekreasi paling populer di Jepang. Menurut survei yang dilakukan oleh "*white paper on leisure study*" pachinko menjadi sarana rekreasi pertama yang sangat digemari oleh masyarakat Jepang. Sayangnya, kembali populernya pachinko memunculkan serangkaian masalah hukum dan sosial. Akibat kontroversi menyangkut legitimasi industri

permainan pachinko ini, ditambah masalah sosial dan politik, sehinggapemerintah Jepang beberapa kali berniat melarang atau membatasi penyebaran kios pachinko. Saat ini ada 4 juta lebih mesin pachinko dan kurang lebih ada 18.000 *pachinko parlor* (tempat bermain pachinko) di Jepang dan penyebarannya berada di kota-kota besar Jepang. Menurut survei, menyatakan bahwa dari 2.780 orang yang diteliti, 108 masyarakat Jepang sering bermain pachinko 289 orang lainnya hanya terkadang bermain pachinko dan 330 orang tidak sering bermain pachinko (*japan general survey :2001*). Pada tahun 2004 tercatat bahwa hampir 30 trilliun yen uang pemain yang berada di permainan pachinko yang dipertaruhkan di arena *pachinko*. Maruhan salah satu perusahaan terbesar pembuat mesin mesin-mesin pachinko memiliki penjualan 1,2 trilliun yen untuk penjualan *fiscal*, pada akhir maret 2015. Sebagai perbandingannya, stasiun penyiaran seperti NHK hanya bisa menghasilkan setengah dari jumlah itu dalam periode yang sama.

Menurut *white paper on leisure* pada tahun 2018 yang dipublikasikan oleh *japan productivity center*, permainan pachinko ini menyumbang hampir 41% dari hiburan waktu luang masyarakat Jepang yang yaitu berjumlah 19,5 trilliun yen dibandingkan dengan hiburan waktu luang masyarakat Jepang yang lainnya seperti karaoke, bar, game, dan yang lainnya dari data yang ada bahwa haknya masyarakat Jepang lebih menyukai permainan pachinko. Sedangkan menurut survei yang dilakukan asosiasi pemilik toko pachinko jumlah pekerjaan di industri pachinko sekitar 230.000 yang melampaui jumlah total pekerjaan yang ada di 10 produsen mobil terkemuka.

Para pemain pachinko reguler menunjukkan bahwa mereka menghabiskan uang di dalam arena permainan pachinko rata-rata sekitar 3000 yen setiap kali bermain. Satu sesi berlangsung sekitar 4 jam, dan mereka bisa menghabiskan 10.000 yen selama sesi berikutnya saat bermain pachinko. Para pemain pachinko bisa menghabiskan waktu 20 jam

perminggu untuk bermain pachinko. pachinko menjadi sebuah hiburan yang paling digemari oleh masyarakat Jepang yang membuat masyarakat Jepang lebih konsumtif, menjadi sebuah bentuk konsumerisme, hal tersebut membuat penulis tertarik meneliti konsumerisme masyarakat Jepang pada permainan pachinko.

Konsumerime muncul seiring dengan meningkatnya ketertarikan masyarakat terhadap perubahan dan inovasi. Dan dapat dikatakan pula bahwa konsumerisme adalah gaya hidup yang sifatnya tidak hemat. Konsumerisme dalam bahasa Jepang yaitu 消費主義 (*shouhi shugi*) yang berarti persyaratan sosial dan ekonomi yang mendorong pembelian sejumlah besar barang dan jasa (Haruhiko Kindaichi: vol2).

Konsumerisme juga dapat diartikan sebagai sebuah ideologi yang beranggapan bahwa kehidupan dapat dinilai atau dimaknai berdasarkan material atau barang yang dikonsumsi. Ilmuwan seperti Baudrillard (2004), melalui pandangannya semiotikanya memberikan analisis tentang masyarakat konsumen, dan juga dapat menjelaskan bagaimana struktur komunikasi dan sistem tanda mampu mempertahankan eksistensi masyarakat konsumen tersebut. Menurut Baudrillard, sistem komunikasi berperan penting dalam masyarakat konsumen. Dalam masyarakat konsumen, nilai guna atau *use value* dari suatu barang tersebut menjadi kabur. Mereka tidak lagi membeli barang berdasarkan kebutuhan namun lebih sebagai pemenuhan hasrat.

Menurut Jean Baudrillard: “konsumerisme hadir berakar pada ide tentang kebahagiaan dan hak inilah yang menjadi acuan dasar tentang masyarakat konsumsi”. Asal usul konsumsi mengikuti urutan sejarah sistem industrial menurut J Baudrillard (2003, 82:83) yaitu: (1) tatanan produksi menghasilkan mesin/kekuatan produktif, (2) menghasilkan modal/kekuatan produktif yang masuk akal, (3) menghasilkan tenaga kerja bergaji,kekuatan

produktif yang abstrak,tersistimisir, yang secara mendasar berbeda dengan pekerjaan nyata dan pekerjaan tradisional, (4) dan yang terakhir adalah melahirkan kebutuhan-kebutuhan, sistem kebutuhan, permintaan/kekuatan produktif sebagai kumpulan yang di rasionalkan, disatukan, diawasi, semua itu dibuat sebagai unsur sistem, dan bukan hubungan individu dengan objek, menunjukkan bahwa hubungan manusia dengan objek-objek dan hubungan manusia dengan dirinya sendiri dipalsukan,dikelabui dan dimanipulasi.

Baudrillard (2004) menyatakan pada masyarakat konsumsi, orang-orang membeli barang bukan karena nilai kemanfaatannya namun lebih dikarenakan faktor gaya hidup, demi sebuah citra yang diarahkan dan dibentuk dari suatu iklan ataupun proses promosi. Terlepas dari nilai guna dan manfaat dari suatu barang, masyarakat konsumsi membeli dikarenakan atas makna yang melekat dari produk tersebut. Sehingga masyarakat konsumsi tidak pernah mampu memenuhi kebutuhannya, tidak pernah merasa puas, dan akhirnya akan menjadi “Pemboros Agung” yang akan mengkonsumsi tanpa henti. Perilaku konsumen pada masyarakat konsumsi justru akan menghasilkan rasa ketidakpuasan dan menimbulkan rasa teralienasi atas perilaku tersebut.

HASIL PENELITIAN

1. Perkembangan pada pachinko

a. Mesin Pachinko

Perkembangan mesin pachinko dari tahun ketahun yang semakin terlihat lebih berwarna dan lebih bervariasi. Berawal terbuat dari kayu dan sekarang terbuat dari mesinn dan serta meyisipkan animasi yang membuat para pemain pachinko lebih antusias saat bermain pachinko. Oleh karena itu, pachinko sangat terkenal di Jepang sehingga membuat perusahaan pachinko memproduksi mesin pachinko yang lebih inovatif dan memproduksi

pachinko secara besar, karena banyak perusahaan yang memproduksi pachinko secara besar membuat mesin pachinko mudah di temukan dimanapun berada, hal tersebut berpengaruh terhadap para pemain untuk terus menggunakan pachinko dan membuat bentuk konsumerisme terhadap permainan pachinko tersebut.

b. Hadiah Pachinko

Pada awalnya pachinko hanya berhadiahkan permen yang di bagikan oleh kios yang menyediakan permainan pachinko. Karena pada awal keberadaan pachinko hanya untuk permainan anak-anak. Kemudian pada tahun 1990-an sampai sekarang tahun 2019 hadiah pachinko pun mulai semakin beragam dan tempat penukaran hadiah pun tidak dilakukan di luar ruangan tetapi di dalam ruangan. Pemain dapat memilih item sesuai dengan jumlah bola atau token yang dapat ditukarkan dengan hadiah. Para pemilik kios mulai menawarkan hadiah menarik seperti coklat, minuman, patung-patung kecil, *rice cooker*, tas bermerek, sepeda, juga bisa ditukarkan dengan kebutuhan sehari-hari dan hadiah spesial sebagai hadiah sesuai dengan kemenangan para pemain pachinko. Bahkan ada pula hadiah pachinko yang berupa emas.

c. Tempat Bermain Pachinko

Tempat bermain pachinko pada jaman dahulu hanya ada di beberapa kios tertentu saja, dipanjangkan secara vertical, dan berada di luar ruangan. Seiring dengan perkembangan mesin pachinko, dapat ditemukan di kios atau gedung di seluruh negeri Jepang, serta kita dapat menemukan mesin pachinko di stasiun dan di pinggir jalan kota di Jepang. Banyak ruang tamu juga menawarkan sudut dengan mesin pachinko, orang-orang dapat mengenali kios pachinko dengan mudah karena eksterior yang cerah dan penuh warna. Oleh karena ini arena permainan pachinko lebih menonjol diantara bangunan yang lainnya yang biasanya kecil dan sederhana. Di dalam ruang pachinko

cenderung sangat bising dan berasap (walaupun beberapa tempat pachinko menawarkan area bebas rokok). Sekarang ada lebih dari 3.400 tempat pachinko dengan operator yang berbeda.

d. Bola Pachinko

Bola pachinko dari jaman dahulu hingga sekarang tahun 2019 masih terbuat dari baja kecil yang bulat. Dahulu bola pachinko akan ditukar langsung dengan hadiah sesuai dengan berapa banyak bola pachinko yang didapat, kemudian bola pachinko pun tidak boleh dibawa pulang. Seiring dengan berkembangnya mesin pachinko, bola baja untuk permainan pachinko pun semakin beragam dan menarik secara fisik, bahkan bola pachinko kini tidak selalu berwarna silver, ada juga berwarna transparan seperti kaca.

e. Para Pemain Pachinko

Dahulu pachinko hanya di gunakan oleh anak-anak karena sejatinya dulu pachinko hanya dibuat untuk anak-anak. Kerena semakin populer maka pachinko mulai di gunakan oleh kaum dewasa pada tahun 1940-an dan menjadi illegal untuk anak-anak. Menurut penelitian terdahulu, pada tahun 2014 bahwa halnya usia yang sering bermain pachinko rata-rata berumur 41 tahun bagi pria dan 42 tahun bagi wanita dan kebanyakan yang bermain pachinko adalah laki-laki dibandingkan dengan wanita.

f. Jenis-jenis Pachinko

Hanemono, pachinko jenis *hanemono* yaitu tipe yang mudah untuk dimainkan, sehingga jenis *pachinko hanemono* ini banyak dimainkan oleh para pemula yang ingin mencoba permainan pachinko. *Deji pachi*, pachinko jenis *deji pachi* adalah mesin pachinko yang lebih inovatif, karena dikendalikan oleh komputer, mesin jenis *deji pachi* ini memiliki layar digital pada tengahnya. Pachinko jenis *deji pachi* ini memiliki tingkat kesulitan yang sedang. *Kenri mono*, jenis *pachinko kenri mono* ini memiliki tingkat kesulitan yang lebih tinggi dibandingkan

dengan mesin pachinko yang lainnya. Karena memiliki kesulitan yang tinggi maka mesin pachinko jenis *kenri mono* ini hanya dimainkan oleh pemain pachinko yang serius dan profesional dalam bermain pachinko.

2. Bentuk Konsumerisme Masyarakat Jepang terhadap Pachinko

a. Menjadi hiburan yang menyumbang penghasilan terbesar.

Menurut *white paper on leisure* yang di terbitkan oleh Japan Productivity Center pada tahun 2018 yang di tunjukan oleh gambar diatas bahwa halnya pachinko yang merupakan bagian dari industri hiburan yang menjadi hiburan paling populer yang menyumbang penghasilan tertinggi sebesar 41% atau berjumlah 19,5 triliun yen pertahunnya. Hal tersebut mengalahkan hiburan lainnya seperti makanan, bar atau restoran yang hanya menyumbang sebesar 40% atau 19 triliun yen. Sedangkan permainan seperti pacuan kuda, sepadan dan yang lainnya hanya menyumbang sekitar 13% atau setara dengan 6 triliun yen, game selain pachinko hanya sekitar 5% yaitu setara dengan 2, 1 triliun yen saja dan di tempat terakhir ada hiburan karaoke yang menyumbang 1% saja yaitu 0,3 triliun yen. Dengan demikian pachinko adalah permainan yang masih digemari oleh masyarakat Jepang.

b. Banyaknya mesin pachinko di Jepang.

Menurut data dari agensi kepolisian Jepang pada tahun 2017 menunjukkan bahwa halnya mesin pachinko dari tahun ketahun mengalami penurunan, beberapa tahun lalu kios pachinko yang berada di Jepang kurang lebih hampir 17000 kios pachinko dan menurun drastis pada tahun 2017 menjadi 9.600 kios pachinko yang berada di seluruh Jepang. Penurunan mesin pachinko tersebut dikarenakan populasi masyarakat Jepang yang dari tahun ketahun mengalami penurunan, meski begitu penurunan pachinko tidak begitu besar dan masih banyak kios pachinko yang masih

beroperasi dan jumlahnya lebih banyak dari penurunan jumlah kios pachinko tersebut. Banyaknya kios pachinko di Jepang, juga mengakibatkan konsumsi masyarakat Jepang menjadi tinggi.

c. Banyaknya uang yang di keluarkan oleh para pemain.

Menurut Hiyoshi Fukaya sebagai publikasi pachinko di perusahaan greenbelt, mengatakan bahwa halnya para pemain pachinko baru-baru ini sangat antusias, mereka biasanya menghabiskan uang untuk bermain pachinko sekitar 100.000 yen dalam kurun waktu satu kali kunjungan, berbeda halnya dengan beberapa tahun yang lalu mereka hanya menghabiskan uang sekitar 10.000 yen sampai 20.000 yen saja. Sedangkan Pemerintah Jepang melalui rumah sakit Nasional Kurihama tentang medis dan kecanduan, melakukan penelitian pada mei dan juni tahun 2017, mensurvei dari 10.000 orang dengan menerima tanggapan valid sebanyak 4.685 orang, para pemain pachinko yang berusia 20 tahun hingga 75 rata-rata menghabiskan uang untuk bermain pachinko sebesar 58.000 yen per bulannya. Sedangkan para pemain profesional pachinko bisa mengeluarkan uang lebih banyak dari pada para pemain biasa, mereka bisa menghabiskan 250.000 yen dalam seharinya, dalam sebulan mereka bisa menghabiskan jutaan yen, bahkan dalam satu tahun para pemain pachinko bisa menghabiskan uang puluhan juta hingga ratusan juta yen hanya untuk bermain pachinko.

d. Terobesei terhadap permainan pachinko.

Menurut survei yang dilakukan oleh pemerintah Jepang melalui rumah sakit Nasional Kurihama tentang medis dan kecanduan pada tahun 2017, para pemain game khususnya para pemain pachinko terobesei dan kecanduan bermain pachinko. Menurut survei yang dilakukan pada tahun 2017 oleh kementerian kesehatan Jepang hampir 3,6 Persen orang dewasa di Jepang atau sekitar 3,2 juta

orang terobsesi dan kecanduan judi pachinko di dalam hidup mereka. Menurut survei tersebut menemukan bahwa selama tahun sebelumnya hanya sekitar 0,8 persen orang dewasa saja atau sekitar hanya 700.000 orang yang menunjukkan perilaku konsisten dengan kecanduan pachinko. Terobsesi akan pachinko juga menyebabkan terjadinya bentuk konsumerisme terhadap masyarakat Jepang, masyarakat Jepang menjadi lebih konsumtif menggunakan permainan pachinko, berhasrat ingin terus memainkan pachinko, dan berkeinginan untuk memenangkan hadiah pachinko dan tidak peduli akan banyaknya uang yang sudah dikeluarkan untuk bermain pachinko.

e. Banyaknya masyarakat Jepang yang bermain pachinko.

Masyarakat Jepang sangat aktif bermain pachinko, mereka rela antri di depan kios pachinko pada pagi hari sampai dibukanya kios pachinko yang dibuka pukul 10 pagi hari. Menurut *survey on time and leisure activities* pada tahun 2016 sekitar delapan juta masyarakat Jepang yang berumur 25 tahun dan lebih bermain pachinko yang menyebar di seluruh kota yang berada di Jepang. Hampir sepuluh juta masyarakat Jepang bermain pachinko meskipun dengan alasan berbeda beda saat ditanyakan mengapa mereka bermain pachinko. Seperti halnya pernyataan Jean Baudrillard dalam masyarakat konsumsi, nilai guna atau *use value* dari suatu barang menjadi kabur atau tidak bermakna namun lebih sebagai pemenuhan hasrat (*desire*). Banyak masyarakat Jepang bermain pachinko hanya untuk memenuhi hasrat mereka dan tidak peduli akan nilai guna pachinko sendiri yaitu sebagai hiburan, meskipun ada masyarakat Jepang yang memainkan pachinko sebagai hiburan akan tetapi lebih banyak para pemain pachinko sebagai pemenuhan hasrat mereka.

SIMPULAN

Perkembangan pachinko dari sejak kemunculannya hingga sekarang pada tahun

2019, sangat pesat dan mempengaruhi bentuk konsumerisme masyarakat Jepang terhadap permainan pachinko. Bisa dilihat dari mesin pachinko, hadiah pachinko yang setiap tahunnya menawarkan hal menarik, tempat permainan pachinko yang semakin luas serta berada di dalam ruangan, bola pachinko yang kini kian modern serta para pemain pachinko yang tidak mengenal gender baik kaum pria dan wanita, meskipun rata-rata kebanyakan pria yang berusia 40 tahunan yang bermain pachinko, hal tersebut membuat para pemain lebih banyak menghabiskan waktu mereka untuk bermain pachinko.

Permainan Pachinko yang mempunyai beberapa jenis diantara, hanemono, deji-pachi, dan kenri mono, hanemono dahulu sangat digemari karena mudah dipertandingkan akan tetapi pada tahun 2019 para pemain pachinko lebih memilih bermain dengan kenri mono mesin permainan yang lebih sulit sehingga lebih membuat penasaran para pemain. Penulis dapat menyimpulkan perkembangan pachinko juga mempengaruhi terjadinya bentuk konsumerisme pada masyarakat Jepang, karena permainan pachinko yang semakin modern penuh dengan warna serta di iklankan secara meluas di Jepang membuat masyarakat Jepang lebih konsumtif terhadap permainan pachinko.

Bentuk konsumerisme masyarakat Jepang terhadap permainan pachinko membuktikan bahwa pachinko adalah bentuk dari konsumerisme masyarakat Jepang, hal tersebut mengacu pada industri yang pachinko yang begitu besar dan tertata rapih. Tidak hanya itu pachinko menjadi salah satu hiburan yang menghasilkan uang terbesar di Jepang yaitu sekitar 41% atau setara dengan 19,3 triliun yen per tahunnya, oleh karena itu permainan pachinko menjadi hiburan yang paling diminati masyarakat Jepang dari tahun ketahun. Karena permainan pachinko yang begitu besar membuat lapangan pekerjaan yang besar pula, dari survei yang ada, hiburan pachinko mempunyai karyawan terbanyak dibandingkan dengan perusahaan lain.

Bentuk konsumerisme masyarakat Jepang terhadap pachinko dapat dilihat pula saat para pemain pachinko yang menghabiskan banyak uang saat bermain pachinko, para pemain pachinko bisa menghabiskan uang sebanyak mungkin saat permainan pachinko. Menurut survei para pemain pachinko menghabiskan 85.000 yen pebulanannya akan tetapi para pemain profesional pachinko bisa menghabiskan 100.000-250.000 yen dalam sehari. Masyarakat Jepang yang bermain pachinko biasanya tidak terlalu memikirkan berapa banyak uang yang dihabiskan untuk bermain pachinko, mereka biasanya akan menyadarinya pada saat mereka kalah saat bermain pachinko dan menghabiskan banyak uang.

Banyaknya mesin pachinko dan kios pachinko di Jepang membuat masyarakat Jepang lebih konsumtif terhadap permainan pachinko, mesin pachinko yang menyebar hampir di seluruh wilayah Jepang dengan akses yang mudah di jangkau membuat masyarakat Jepang lebih giat akan memainkan permainan pachinko. Hal tersebut membuat masyarakat Jepang terobsesi akan permainan pachinko. Masyarakat Jepang sangat tergila-gila dan terobsesi terhadap permainan pachinko sehingga mereka rela untuk mengantri pagi hari untuk bermain pachinko dan berhasrat untuk terus bermain pachinko meski mengeluarkan uang yang begitu besar untuk permainan ini.

REFERENSI

BUKU

- Baudrillard, J. (2006). *Masyarakat konsumsi*. Yogyakarta: Penerbit Kreasi Wacana.
- Kindaichi, H. (1989). *Kondansha Nihongo Daitijen*. Tokyo.

INTERNET

Abaut pachinko, Huge consumer market of pachinko industry. Dipetik pada

tanggal Oktober 25, 2019,
<https://www.dyjh.co.jp/english/about/pachinko.html>.

An addict's guide to pachinko. Dipetik pada Oktober 24, 2019, <https://japantoday.com/category/lifestyle>

History of pachinko. Dipetik pada Oktober 4 2019,
<https://pachinkoplanet.com/zencart/index.php?main/>

Japan biggest gaming obsession explained. Dipetik pada tanggal oktober 27, 2019, <https://www.youtube.com>

Japan's pinball gambling industry rakes in 30 times more cash than Las Vegas casino. Dipetik pada oktober 21, 2019, <https://www.bussinessinsider.sg/>

Number of pachinko-slot gaming machines in Japan. Dipetik pada tanggal Oktober 27, 2019,
<https://www.statista.com/statistics/>

Pachinko and slot machine addiction in japan. 2018. Dipetik pada Oktober 6 2019,
<https://www.nippon.com/en/features/h00252/pachinko-and-slot-machine-addiction-in-japan.html>