

---

## Fenomena *Himono Onna* Pada Pernikahan di Kalangan Wanita Karir di Jepang

Rahma Zahro Qurrota Aini<sup>1)</sup> dan Paramita Winny Hapsari<sup>1)</sup>

<sup>1)</sup>Universitas Pakuan, Bogor, Indonesia

\*Surel Korespondensi: [rahmazahro354@gmail.com](mailto:rahmazahro354@gmail.com)

Kronologi naskah

Diterima: 1 Oktober 2022; Direvisi: 20 Oktober 2022; Disetujui: 17 November 2022

---

**ABSTRAK:** Meningkatnya wanita karir di Jepang setiap tahunnya, membuat wanita Jepang berlomba-lomba untuk memfokuskan hidup hanya untuk pekerjaannya. Akibatnya banyak wanita mulai menjauh dari kehidupan cintanya. Di Jepang perilaku itu dapat disebut sebagai *Himono Onna*. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan seperti apakah *Himono Onna* dan bagaimana karakteristiknya dalam kalangan wanita karir di Jepang, dan juga untuk mengetahui dampak *Himono Onna* pada pernikahan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Adapun sumber data yang digunakan adalah menggunakan data primer berupa hasil wawancara dan data sekunder mengenai *Himono Onna* di Jepang. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa ada sedikit perbedaan informasi dari data primer dengan sekunder mengenai salah satu karakteristik *Himono Onna*. Berdasarkan analisa data yang telah dilakukan, penulis memperoleh kesimpulan bahwa istilah *Himono Onna* banyak digunakan oleh wanita karir dalam sosial media, dan juga karakteristik perilaku *Himono Onna* merupakan hal yang umum dan banyak dilakukan oleh wanita karir.

**Kata kunci:** Perilaku; *Himono Onna*; Wanita karir

---

**ABSTRACT:** The increasing number of career women in Japan every year has made Japanese women compete to focus only on their work. As a result, so many women start to avoid from their love lives. In Japan this behavior can be referred to as *Himono Onna*. The purpose of this study is to explain what the *Himono Onna* is like and what are its their characteristics among career women in Japan, and also to find out the impact of *Himono Onna* on marriage. This study uses a descriptive method with a qualitative approach. The data sources used are primary data and secondary data regarding *Himono Onna* in Japan. The result of the research is that there is a slight difference in information from primary and secondary data regarding one of the characteristics of *Himono Onna*. Based on the data analysis that has been carried out, the authors conclude that the term of *Himono Onna* is widely used by career women in social media, and also the behavioral characteristics of *Himono Onna* are common and widely used by career women.

**Keywords:** *behavior; Himono Onna; career women*

---

## PENDAHULUAN

Pergerakan feminisme di seluruh negara telah membuat negara Jepang secara perlahan-lahan mulai mengubah cara pandang seorang wanita dalam bidang karir. Negara Jepang yang termaksud salah satu negara dengan perekonomian terbesar di dunia, tidak sedikit wanita Jepang yang lebih memilih membangun karir dalam pekerjaannya untuk menunjang kehidupannya. Perubahan ini tentu saja dapat berpengaruh dalam kehidupan perempuan di Jepang. Semakin tinggi tingkat pendidikan yang dijalani seorang wanita maka semakin berambisi pula para wanita ingin menjadi pekerja, hal ini meningkatkan komitmen terhadap karir dan penundaan pada pernikahan (Handayani, 2011)

Wanita Jepang yang terlalu berfokus pada pekerjaan, perlahan-lahan mereka mulai tidak tertarik menjalin hubungan dengan pria dan berpendapat bahwa menjalin hubungan dengan seseorang itu begitu merepotkan. Hal ini menyebabkan beberapa perempuan Jepang mulai kehilangan minatnya pada kehidupan cintanya. *Survey* yang dituliskan dalam artikel my navi oleh 338 wanita lajang yang berfikir bahwa cinta itu merepotkan yaitu sebanyak 59% dan yang berpikir bahwa cinta itu tidak merepotkan hanya 41%. Hasil *survey* tersebut memperlihatkan hampir lebih dari 50% wanita menganggap bahwa cinta itu tidaklah penting dan mengganggu kehidupan sehari-hari mereka.

Beberapa alasan yang melandasi pemikiran tersebut ialah karena mereka tidak ingin menghabiskan waktunya untuk bertengkar dengan pasangannya, memikirkan hadiah untuk setiap hari jadian mereka atau untuk ulang tahun pasangannya, dan juga sulit bagi mereka untuk bisa bertemu karena kesibukan pekerjaan masing-masing yang mereka miliki.

Wanita karir di Jepang yang menolak untuk menjalin hubungan asmara, mereka lebih memilih untuk menghabiskan waktu mereka untuk menghibur diri sendiri di rumahnya daripada menghabiskan waktunya dengan berhubungan dengan orang. Wanita karir Jepang memiliki cara mereka sendiri untuk mengistirahatkan tubuh mereka dari kelelahan akibat pekerjaannya. Salah satunya, banyak dari mereka yang menghabiskan waktunya di rumahnya dengan bersantai membaca buku komik, berjalan-jalan, melakukan hobi yang

mereka sukai, dan juga menghabiskan uang yang mereka peroleh dari penghasilannya.

Perilaku yang dilakukan oleh wanita karir tersebut tidaklah hanya dilakukan oleh seorang atau dua orang, akan tetapi banyak wanita karir yang mulai melakukan perilaku tersebut tanpa mereka sadari sehingga menjadi sebuah kebiasaan yang biasa bagi mereka. Manusia ketika mereka memulai kehidupannya mereka akan memberikan reaksi terhadap lingkungannya dan interaksi inilah yang menghasilkan pola-pola perilaku yang akan membentuk sebuah kepribadian (Sanyata, 2012). Perilaku tersebut dijuluki oleh masyarakat Jepang sebagai *Himono Onna*, yang mana ciri-ciri dari perilaku itu ditunjukkan dalam komik dan juga drama yang berjudul sama yaitu *Hotaru no Hikari*.

*Himono Onna* (干物女) adalah ungkapan cemooh untuk seorang wanita karir yang telah melupakan kehidupan cintanya, dan lebih nyaman dengan menghabiskan waktunya untuk dirinya sendiri. *Himono Onna* merupakan istilah yang muncul dalam drama *Hotaru no Hikari*. Istilah ini digunakan di kalangan wanita untuk mengolok-olok wanita karir yang hanya fokus pada pekerjaannya sehingga melupakan kehidupan cintanya, dalam artikel "*Andgirl*" yaitu wawancara Hiura Satoru selaku penulis drama *Hotaru no Hikari* dikatakan bahwa *Himono Onna* banyak di alami oleh *Arasaa Joshi* (perempuan yang berusia sekitar 20-30 an).

ひうら： 物語が生まれたのは、約 15 年前。当時は今みたいにネットとか本音をぶっちゃけられる場所もなく。働く女性たちたちも会社ではキレイに取り繕って仕事しつつも、家ではだらけているのを見せない時代でした。それからね、当時のアラサー女子に取材したら「恋愛はめんどくさい」という子が多かったです。

Hiura : *Monogatari ga umareta nowa, yaku 15 nen mae, touji ha ima mitai ni netto toka hon'ne wo buchakerareru basho mo nakute. Harataku joshei tachi mo kaisha de wa kirei ni toritsukurotte shigoto*

*shitsutsu mo, ie de wa darakere iru no wo misenai jidai deshita. Sorekarane, touji no arasaa joshi ni shuzai shitara (ren'ai wa Mendokusai) do iu ko ga ookattan desu.*

Hiura : Ceritanya dimulai ketika 15 tahun yang lalu. Pada saat itu tidak ada tempat bagiku untuk mengeluarkan isi hati seperti sekarang berupa internet. Itu adalah era ketika perempuan pekerja tidak menunjukkan bahwa mereka bertingkah bermalas-malasan di rumah, meskipun ketika bekerja di perusahaan mereka berpenampilan dengan cantik. Setelah itu, ketika saya mewawancarai gadis-gadis *Arasaa* saat itu, banyak perempuan yang mengatakan, "Cinta itu merepotkan".

Wawancara yang dilakukan oleh Hiura Satoru kepada *arasaa joshi* ialah tidak sedikit perempuan yang berpikir bahwa cinta itu merepotkan atau dalam bahasa Jepangnya adalah *Mendokusai*. Era pada saat itu adalah ketika seorang perempuan yang menyembunyikan perilaku malas mereka di rumah dengan cara berpenampilan yang cantik, baik dan rapih pada saat mereka akan pergi bekerja, sehingga Hiura Satoru menggambarkan karakter perilaku yang seperti itu dalam *Hotaru no Hikari*.

Drama ini juga berhasil menarik minat masyarakat Jepang sehingga kata *Himono Onna* masuk dalam kata populer di Jepang. Kepopuleran drama tersebut membuat istilah atau ungkapan kata *Himono Onna* begitu booming di kalangan perempuan sehingga membuat masyarakat Jepang mulai mengategorikan, menyebutkan, menjuluki atau melabeli wanita karir Jepang sebagai *Himono Onna* apabila mereka memiliki karakteristik yang sama seperti yang ada di dramanya.

Kepopuleran tersebut dapat terlihat pada gambar di bawah ini, yaitu merupakan *event premier "Hotaru no Hikari"* yang diselenggarakan di Laforet Museum Harajuku, Tokyo yang dibuat oleh Haruka Ayase selaku pemeran karakter Amemiya hotaru.



Gambar 1. 120 Himono Onna  
(<https://www.sponichi.co.jp/entertainment/news/2012/05/24/gazo/G20120524003314870.html>)

Dalam *event* tersebut bisa kita lihat jumlah wanita yang mengakui bahwa diri mereka adalah *Himono Onna* yaitu sebanyak 120 orang, tidak hanya mereka, Haruka Ayase juga membuat pernyataan dalam *event* itu dan mengakui bahwa dirinya adalah *Himono*.

Kepopuleran *Himono Onna* dalam kalangan masyarakat Jepang terutama wanita karir dapat terlihat di media sosial, artikel dan juga dijadikan sebagai konten oleh para *youtubers*. Oleh karena itu dalam penelitian ini penulis akan menjelaskan seperti apakah *Himono Onna* yang terjadi di kalangan wanita karir di Jepang, dan juga dampak apa yang ditimbulkan dengan munculnya fenomena ini.

Tujuan adalah untuk mengetahui fenomena yang muncul di kalangan wanita karir di negara Jepang yaitu, menjelaskan seperti apa karakteristik seorang *Himono Onna* di kalangan wanita karir Jepang dan untuk mengetahui dampak *Himono Onna* pada pernikahan di Jepang.

## HASIL PENELITIAN

### 1. FENOMENA HIMONO ONNA

Fenomena *Himono Onna* muncul di Jepang yaitu ketika drama *Hotaru no Hikari* tayang pada tahun tersebut. Selama penayangan drama tersebut kata *Himono Onna* menjadi salah satu kandidat kata baru dan kata populer urutan ke-30 dalam penghargaan "2007 ユーキャン新語・流行語大賞" (2007 U-Can New Words and Popular Words Award) pada tahun 2007 di *web jiyukokuminsha* seperti yang ada pada gambar di bawah ini.



Gambar 2. Kata Populer Urutan Ke-30 dalam Web Jiyukokuminsha (<https://www.jiyu.co.jp/singo/index.php?Eid=0024>)

Pada tahun 2007, terdapat sebanyak 60 kata baru dan populer yang muncul di Jepang. *Himono Onna* adalah salah satu kata baru yang populer dan juga di pakai oleh masyarakat Jepang untuk melabeli atau menggambarkan wanita yang hanya fokus bekerja dan tidak tertarik cinta, seperti yang dijelaskan pada web *Oricon* dibawah ini.

別に...	沢尻会VS長澤会(長澤まさみ)と、業界を二分する生意気女優として知られる沢尻エリカが、映画『クロズド・ノート』の初日舞台あいさつ(2007年9月29日)で口にして、大ひんしゅくを買った。
干物女	ひうらさとの漫画『ホタルノヒカリ』で使われた言葉。主人公・雨宮螢は20代にして恋愛を放棄。平日は毎日会社から帰ってマンガを読んで一人手酌で酒を飲み、休日は布団の中でうだうだ過ごすのが幸せという女性。

Gambar 3. Kata Populer dalam Web Oricon (<https://career.oricon.co.jp/news/50100/>)

Pada gambar tersebut di jelaskan dalam web *Oricon* bahwa *Himono Onna* merupakan :

ひうらさとの漫画「ホタルノヒカリ」使われた言葉。主人公雨宮螢は20代にして恋愛を放棄。平日は毎日会社から帰って漫画を読んで一人手酌で酒を飲み、休日は布団の中でうだうだ過ごすの幸せという女性。

“*Hiura Satoru no manga “Hotaru no Hikari” de tsukawa reta kotoba. Shujin amamiya kei wa 20-dai ni shite ren'ai wo houki. Heijitsu wa mainichi kaisha kara kaette manga wo yonde*

*hitori te teki de sake wo nomi, kyuuujitsu wa futon no naka de udauda sugosu no shiawase to iu josei.”*

Terjemahannya :

“Kata yang digunakan dalam *manga Hotaru no Hikari* karya Hiura Satoru, yaitu Amemiya hotaru yang mengabaikan kehidupan cintanya di usia 20 an. Amemiya adalah seorang wanita yang setiap hari pulang kerja di rumahnya dia membaca *manga* dan minum bir, dan menghabiskan waktu liburannya hanya dengan berada di kasurnya.”

*Himono Onna*, secara harfiah berarti "Wanita ikan kering", adalah seorang wanita yang biasanya berusia 20-an atau 30-an, yang telah menyerah dalam mencari cinta atau menjalin sebuah hubungan romantis. Ikan kering dapat diibaratkan sebagai ikan mati, yang mana hal ini dapat juga dianalogikan dengan seseorang yang telah jauh dari berhubungan sosial, semua itu sesuai dengan citra sosial *Himono Onna* yaitu mereka lebih suka tinggal di rumah, menonton TV, menghindari interaksi sosial (Prazmo & Augustyn, 2020)

Penulis juga melakukan wawancara kepada orang yang mengetahui tentang *Himono Onna*, adapun *Himono Onna* menurut mereka :

干物女って恋愛を放棄している、様々な事を面倒臭がり適当に済ませてしまう女性のことだと思います。

*Himono Onna tte ren'ai o hōki shite iru, samazama na koto o mendokusagari tekitō ni sumasete shimau josei no kotoda to omoimasu.*

“*Himono Onna* adalah perempuan yang telah mengabaikan kehidupan cintanya, dan juga menyelesaikan segala macam pekerjaan/tindakan dengan kata mendokusagari. (Wawancara dengan Atsuko, tanggal 25 Desember, pukul 9:03 AM)”

Berdasarkan pernyataan wawancara dari Atsuko, membuktikan bahwa *Himono Onna* adalah perempuan yang telah membuang kehidupan cintanya. Selain itu *Himono Onna* tidak ingin melakukan hal-hal yang mereka rasa

bahwa itu benar-benar merepotkan atau dalam Bahasa Jepangnya adalah *Mendokusai*.

Dapat disimpulkan dari seluruh penjelasan di atas bahwa *Himono Onna* merupakan wanita modern yang telah meninggalkan cintanya dengan *imej* karakteristik atau perilaku, yaitu yang mana *Himono Onna* lebih suka tinggal di rumahnya, menonton TV, dan menghindari interaksi sosial. Mereka melakukan tindakan tersebut karena tidak menyukai melakukan hal yang menurut mereka merepotkan.

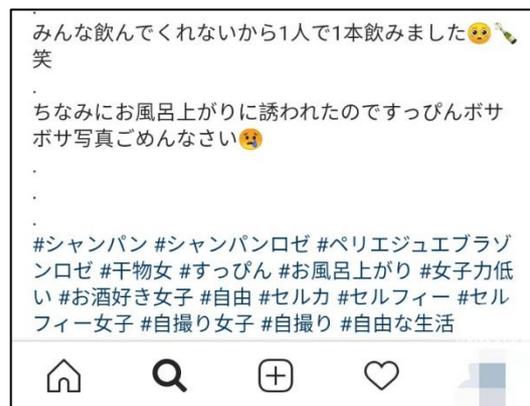
Di Jepang sejak tahun 2007, dengan terkenal atau populernya kata *Himono Onna*, banyak perempuan di Jepang mulai mengetahui seperti apakah karakteristik perilaku *Himono Onna* yang ditampilkan oleh tokoh Amemiya dalam dramanya, hal tersebut terjadi karena Informasi tentang perilaku karakteristik *himono onna* dijelaskan juga di seluruh artikel, youtube, dan media sosial lainnya. Hal ini membuat mereka mulai mendiagnosis diri mereka sendiri, apakah mereka memiliki karakteristik yang di miliki oleh seorang *Himono Onna* atau tidak, ketika mereka menyadari bahwa mereka memiliki salah satu karakteristik tersebut, beberapa orang akan mulai merasa khawatir, dan juga beberapa orang tetap bertahan dengan memiliki perilaku tersebut.

Perilaku tersebut dapat terlihat juga di media sosial seperti *twitter* dan *Instagram*. Mereka *upload* sebuah status atau foto yang dipertunjukkan ketika mereka menikmati atau menghabiskan waktu sendirinya, yaitu seperti foto makanan, pemandangan, dan lain sebagainya. Gambar tersebut mereka posting di *instagram* dan *twitter* dengan penjelasan singkat dan juga menambahkan tagar *Himono Onna* seperti yang terlihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 4. Tagar Kata

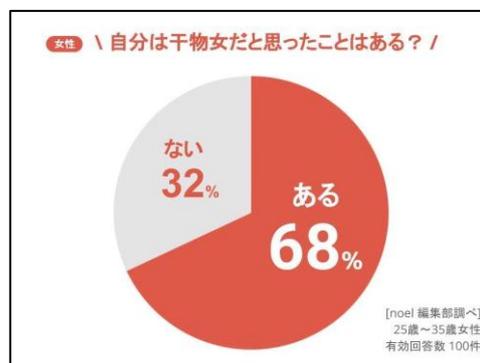
### Himono Onna di Twitter



Gambar 5. Tagar Kata  
*Himono Onna* Di Instagram

Pada gambar di atas tertulis status seorang wanita yang menikmati waktu sendirian di rumahnya dengan menikmati minuman alkoholnya. Tagar *Himono Onna* pun tidak lupa ia cantumkan di bawah bersama dengan tagar lainnya.

Pada tahun 2019 *survey* tentang *Himono Onna* telah dilakukan pada wanita karir. Pertanyaan dalam *survey* tersebut adalah "Pernahkah kamu berpikir bahwa diri kamu adalah seorang *Himono Onna*?". *Survey* dilakukan pada tahun 2019 dengan subjek sebanyak 100 orang perempuan yang masih belum menikah dan berusia 25 hingga 35 tahun. Bahwa jumlah perempuan yang menyadari jika diri mereka adalah *Himono Onna* tidaklah sedikit yaitu sebanyak 68%, sedangkan mereka yang berpikir bahwa mereka bukanlah *Himono Onna* hanya sebanyak 32%, seperti yang terlihat pada diagram dibawah ini.



Gambar 6. Diagram *Himono Onna*  
(Noel Media)

Pada diagram tersebut menunjukkan bahwa banyak perempuan yang berpikir jika mereka lebih menikmati waktu sendiri di saat

hari libur kerja, dan juga mereka lebih memilih untuk menghabiskan waktunya sendirian di rumah dari pada berhubungan dengan orang lain. Sehingga bagi mereka memiliki kekasih atau pacar adalah hal yang sangat merepotkan, karena di hari biasa atau *weekdays* mereka telah disibukkan oleh pekerjaan, sedangkan ketika di hari libur mereka ingin mengistirahatkan dan memanjakan tubuh mereka di rumah.

Selain dari *survey*, penulis juga mewawancarai perihal *Himono Onna*. Adapun pertanyaannya yaitu, apakah mereka berpikir bahwa dirinya adalah *Himono Onna*.

はい、私は干物女です。毎日家にいて、直接誰にも会いません。

*Hai, watashi wa Himono Onna desu. Mainichi ie ni ite, chokusetsu dare ni mo ai masen.*

Benar, saya adalah *Himono Onna*. Setiap hari berada di rumah dan tidak bertemu siapapun secara langsung. (Wawancara dengan Yuna, tanggal 3 Januari, pukul 8:36 PM)

Yuna merupakan salah satu narasumber yang mengakui bahwa dirinya adalah *Himono Onna* setelah mengetahui bahwa dia pernah melakukan perilaku dan karakteristik yang dimiliki oleh *Himono Onna*, yaitu dengan berada di dalam rumahnya dan tidak bertemu siapapun.

## 2. KARAKTERISTIK *HIMONO ONNA* DI KALANGAN WANITA KARIR JEPANG

### 2.1 *Himono Onna* tidak Tertarik Cinta

*Himono Onna* tidak tertarik untuk menjalin hubungan dengan lawan jenis, banyak yang berpikir bahwa “Cinta itu merepotkan” 「恋愛はめんどくさい」. Penulis mewawancarai narasumber tentang salah satu karakteristik *Himono Onna* yang tidak tertarik Cinta.

干物女の一番大好きな特徴は恋愛においても面倒さがりなことです。

*Himono on'na no ichiban daisukina tokuchō wa ren'ai ni oite mo mendō sa garina kotodesu.*

“Karakteristik yang paling disukai oleh *Himono Onna* adalah mereka meninggalkan cinta dan juga hal-hal

merepotkan. (Wawancara dengan Moco, tanggal 23 Desember, pukul 3:22 PM)”

Pernyataan Moco di atas, dikatakan bahwa karakteristik paling pertama pada *Himono Onna* adalah seseorang yang telah meninggalkan kehidupan cintanya, dan juga mereka berpikir bahwa hal-hal seperti itu sangatlah merepotkan. Hal tersebut dilakukan oleh *Himono Onna* ketika menjalin suatu hubungan menjadi sesuatu yang merepotkan bagi seorang wanita pekerja, sehingga banyak *Himono Onna* yang berpikir bahwa mereka mulai lelah dalam menjalin sebuah asmara.

Hal itu juga terjadi karena disebabkan oleh berbagai macam faktor eksternal salah satunya yaitu, mereka terlalu fokus oleh tuntutan pekerjaan yang begitu berat sehingga tidak memiliki waktu untuk menjalin sebuah hubungan. Mereka berfikir bahwa cinta itu begitu merepotkan, dimana mereka harus saling berkomunikasi dan membuat janji untuk saling bertemu.

### 2.2 Tidak Mempunyai Rencana Ketika Hari Libur

Saat di hari libur *Himono Onna* tidak memiliki rencana untuk pergi keluar. Mereka lebih memilih untuk menghabiskan hari libur mereka di rumah untuk beristirahat dan juga mereka tidak berniat untuk pergi bahkan jika ada seseorang yang mengajaknya untuk menghadiri sebuah acara.

Penulis mewawancarai narasumber tentang salah satu karakteristik *Himono Onna* apakah mereka tidak memiliki janji atau rencana di hari libur mereka, adapun jawabannya sebagai berikut:

干物女は人と関わりが嫌いな人なので、休日はずっと家にいます。

*Himono on'na wa hito to kakawari ga kiraina hito nanode, kyūjitsu wa zutto ie ni imasu.*

“Saya akan berbicara tentang *Himono Onna*. Mereka adalah orang yang selalu berada di rumah pada hari libur. (Wawancara dengan Yuna, pada tanggal 3 Januari 2021, pukul 8:36 PM)”

Penulis juga mewawancarai narasumber lainnya tentang karakteristik *Himono Onna* yaitu “Apakah *Himono*

*Onna* tidak memiliki janji atau rencana di hari libur”, jawabannya adalah sebagai berikut:

そうですね。全部、干物女の特徴です。

*sou desu. Zenbu, Himono Onna no tokuchou desu.*

“Benar. Semuanya adalah karakteristik *Himono Onna*. (Wawancara dengan Atsuko, pada tanggal 25 Desember 2020, pukul 9:03 PM)”

Berdasarkan kedua jawaban narasumber Yuna dan Atsuko, dapat disimpulkan bahwa *Himono Onna* adalah orang yang selalu berada di dalam rumahnya ketika di hari libur kerja mereka, dan mereka tidak memiliki janji atau rencana dengan siapapun. Apabila ada seseorang yang mengajak mereka untuk keluar, *Himono Onna* akan menolak ajakannya, atau mengabaikan pesan yang diterimanya sehingga mereka tidak perlu untuk ikut acara tersebut. Hal tersebut terjadi karena pola pikir *Himono Onna* yaitu mereka tidak suka melakukan hal merepotkan seperti, pergi minum dengan teman-temannya, pergi ke acara *goukon* (Kencan Buta), dan pergi minum di acara kantor. Karena itulah *Himono Onna* lebih memilih untuk menghabiskan waktunya di rumah untuk beristirahat dibandingkan mengikuti berbagai macam ajakan acara.

Perubahan tindakan tersebut sesuai dengan teori Perilaku Manusia yang dijelaskan oleh Sigrid dalam jurnalnya, bahwa manusia memulai kehidupannya dan memberikan reaksi terhadap lingkungannya dan interaksi ini menghasilkan pola-pola perilaku yang akan membentuk kepribadian. Perubahan sikap *Himono Onna* yang menolak ajakan teman atau kolega dari kantornya, membuat mereka memilih untuk menghabiskan waktu liburannya berada di rumah dan menjadikan perilaku tersebut perlahan merubah mereka menjadi seorang yang *introvert*.

### 2.3 Tidak Keluar Rumah Sehari-hari

Banyak *Himono Onna* yang berpikir seperti ini ketika di hari libur kerjanya yaitu, “Saya sudah bekerja keras setiap hari, sehingga saat di hari libur saya ingin

menghabiskan waktu di rumah tanpa melakukan apapun.” Bahkan jika *Himono Onna* menghabiskan waktu liburannya di rumah tanpa bertemu atau pergi kemanapun, mereka tetap menikmati aktivitas seperti itu tanpa beban apapun. Cara berpikir seperti ini benar-benar akan menjadi masalah apabila kita terlalu menutup diri dan tidak berinteraksi dengan orang lain.

Penulis mewawancarai Narasumber perihal salah satu karakteristik atau perilaku yang *Himono Onna* lakukan ketika menghabiskan waktunya di hari libur, yaitu sebagai berikut:

ゆなさん：干物女は人と関わりが嫌いな人なので、休日はずっと家にいます。彼女たちは誰にも会う必要がないので、一日中パジャマで過ごしたり、化粧をしなかったりします。漫画を読んだりアニメを見たりしながら一日中のうで過ごす人もいます。彼女たちの口ぐせは「めんどくさい」です。

Yuna : *Himono on'na wa hito to kakawari ga kiraina hito nanode, kyūjitsu wa zutto ie ni imasu. Kanojotachi wa darenimo au hitsuyō ga nai nanode, ichinichijū pajama de sugoshi tari, keshō o shinakattari shimasu. Manga o yon dari anime o mi tari shinagara ichinichijū no ue de sugosu hito mo imasu. Kanojotachi no kuchiguse wa 'Mendokusai'desu.*

Yuna : Ok saya akan berbicara tentang *Himono Onna*. Mereka adalah orang yang tidak suka berhubungan dengan orang lain, jadi mereka selalu berada di rumah pada hari libur. Mereka menghabiskan waktunya sepanjang hari dengan memakai piyama dan tidak merias wajah karena tidak perlu untuk bertemu dengan orang lain. Ada orang yang menghabiskan sepanjang hari di tempat tidur sambil membaca buku komik, menonton *anime* dan lain-lain. Kata-kata yang diucapkan oleh mereka adalah “*Mendokusai*” (merepotkan). (Wawancara dengan Yuna, pada tanggal 3 Januari 2021, pukul 8:36 PM)

Hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa menurut Yuna *Himono Onna* adalah orang yang selalu berada di

dalam rumahnya ketika di hari libur kerja, dan *Himono Onna* juga tidak suka berinteraksi dengan orang lain. Pernyataan tersebut membuktikan benar adanya bahwa *Himono Onna* menghabiskan waktu liburnya dengan berada di rumahnya adalah merupakan karakteristik yang dimiliki oleh *Himono Onna*. Kegiatan yang *Himono Onna* lakukan selama hari liburnya adalah menonton *Anime*, membaca buku, menghabiskan waktunya hanya dengan berada di tempat tidurnya dan juga masih banyak kegiatan lainnya yang *Himono Onna* lakukan ketika berada di rumahnya. Adapun kata-kata yang selalu menjadi alasan mengapa mereka melakukan tindakan tersebut adalah “*Mendokusai*” yang artinya adalah merepotkan. Pola pikir itu selalu menjadi alasan bagi *Himono Onna* ketika mereka benci untuk melakukan sesuatu yang tidak disukainya.

#### 2.4 Minum Sendirian di Rumah

Salah satu karakteristik *Himono Onna* adalah minum-minuman alkohol sendirian di rumahnya. Mereka lebih nyaman minum di rumahnya karena mereka bisa minum dengan cara mereka sendiri tanpa harus memikirkan apa yang dipikirkan oleh orang lain. Penulis mewawancarai narasumber tentang salah satu karakteristik *Himono Onna* yaitu “Apakah *Himono Onna* minum bir di rumahnya sendirian”, adapun jawabannya adalah:

彼女は仕事の後にビールを飲む、干物女の特徴の一つだと思いますよ。

*Kanojo ha shigoto no ato ni biiru wo nomi, Himono Onna no tokuchou no hitotsu da to omoimasu.*

Dia adalah perempuan yang minum bir setelah pulang dari kerja, menurut saya itu adalah salah satu karakteristik dari *Himono Onna* (Moco, 22 Januari 2020, Pukul 7:23 AM)

Berdasarkan jawaban Moco dapat disimpulkan bahwa benar adanya *Himono Onna* setelah pulang dari kerja, mereka lebih menyukai minum bir di rumahnya sendiri. Hal tersebut dapat terjadi karena akan sangat merepotkan jika mereka harus menyesuaikan cara minumannya dengan gaya yang lebih feminim apabila mereka minum

di acara bersama teman atau koleganya. Karena itulah, *Himono Onna* lebih nyaman minum alkohol di rumahnya, karena mereka tidak perlu menjaga *imej*-nya di depan orang banyak.

Perubahan tindakan tersebut sesuai dengan teori Perilaku Manusia dalam Buku Sunaryo yaitu, perilaku berupa sebagai suatu aksi-reaksi organisme terhadap lingkungannya. Perilaku baru terjadi apabila ada sesuatu yang diperlukan untuk menimbulkan reaksi, yakni yang disebut rangsangan. Berarti rangsangan tertentu akan menghasilkan reaksi atau perilaku tertentu. Tindakan yang membuat *Himono Onna* lebih memilih untuk minum di rumahnya daripada di acara minum atau *goukon*, ialah rangsangan yang diterima oleh *Himono Onna* untuk menyesuaikan diri dengan tradisi minum dengan koleganya di acara, hal tersebut membuat mereka lebih memilih untuk minum di rumahnya yang mana itu jauh lebih nyaman.

#### 2.5 *Slow Response* dalam Menjawab *Line*

Lama dalam menjawab pesan *Line* atau *Email* adalah merupakan salah satu hal yang *Himono Onna* lakukan. Adapun alasan yang dimiliki oleh *Himono Onna* karena lama dalam menjawab pesan yaitu “Karena itu adalah hal yang sangat merepotkan”. Pada umumnya jika seseorang menerima pesan teks, mereka pasti akan mendapatkan notifikasi, sehingga mereka akan membuka pesan teks tersebut, di baca dan kemudian akan langsung mereka balas, akan tetapi hal tersebut tidaklah dilakukan oleh *Himono Onna*.

Ketika *Himono Onna* sadar bahwa mereka mendapatkan notifikasi pesan *Line* atau *Email*, *Himono Onna* akan berpikir bahwa hal itu akan sangat merepotkan jika mereka harus memikirkan atau membuat kalimat hanya untuk membalas pesan tersebut. Karena itu *Himono Onna* lebih memilih untuk membiarkan atau mengabaikan pesan tersebut sampai mereka memiliki keinginan untuk membalasnya. Hal tersebutlah yang membuat *Himono Onna* lama dalam menjawab pesan.

Penulis melakukan wawancara dengan narasumber tentang salah satu karakteristik atau perilaku yang dimiliki oleh *Himono Onna*, adapun pertanyaannya adalah sebagai berikut:

Q.干物女はLineのメッセージに答えるのは長い時間がかかる。

*Himono Onna* wa Line no messeji ni kotaeru no wa nagai jikan ga kakaru.

*Himono Onna* membutuhkan waktu lama dalam menjawab pesan Line.

A. Lineの返事が遅いってことですか。干物女の特徴の一つだと思いますよ。

*Line no henji ga osoitte koto desuka. Himono Onna no tokuchou no hitotsu da to omoimasu.*

Lama dalam menjawab pesan Line? Aku pikir itu adalah salah satu karakteristik dari *Himono Onna* (Moco, 22 Januari 2020, Pukul 7:23 AM)

Dapat disimpulkan berdasarkan jawaban Moco, yaitu benar adanya bahwa *Himono Onna* itu selalu lama dalam menjawab pesan Line. Hal tersebut terjadi karena menjawab pesan itu sangatlah merepotkan. Pada dasarnya *Himono Onna* tidak ingin di ganggu saat hari libur mereka. Karena itu ketika mereka pulang dari kerja, mereka tidak ingin di ganggu saat sudah tiba di rumahnya. Apabila ada notifikasi pesan teks yang masuk pada *smartphone*-nya, mereka akan mengabaikan pesan itu, atau mereka akan menjawabnya sesuka hati mereka.

Perubahan tindakan perilaku tersebut sesuai dengan teori Perilaku Manusia seperti yang dijelaskan oleh Sunaryo dalam bukunya, bahwa perubahan tingkah laku manusia itu tidak terjadi dengan sendirinya, akan tetapi terdapat faktor dari internal dari diri mereka, yaitu *Himono Onna* lebih memilih melakukan suatu tindakan sesuai dengan yang mereka inginkan tanpa keterpaksaan, hal itu dapat terlihat dari bagaimana mereka lama dalam membalas pesan *Line*. Hal tersebut didasari oleh pola

pikir “*Mendokusai*”, bahwa akan sangat merepotkan jika harus menjawab pesan *line*, sehingga mereka lebih memilih untuk mengabaikan pesan tersebut.

## 2.6 Keadaan Rumahnya Berantakan

*Himono Onna* tidak pandai dalam membersihkan rumahnya sehingga kondisi keadaan kamarnya itu sangatlah berantakan. Hal tersebut mereka lakukan karena ketika di hari libur, mereka hanya ingin menghabiskan waktunya dengan bersantai dan tidak melakukan apapun. Pada dasarnya bagi *Himono Onna* yang selalu memiliki waktu luang di hari liburnya, waktu itu hanya dipakai oleh mereka untuk tidur di kasurnya sepanjang hari dan menaruh semua barang yang dibutuhkannya di sekitar kasur. Perilaku itu hanyalah membuat kondisi kamarnya semakin berantakan.

Penulis mewawancarai Narasumber perihal salah satu karakteristik atau perilaku yang *Himono* yaitu Apakah benar *Himono Onna* tidak pandai membersihkan rumahnya, dan jawabannya adalah sebagai berikut:

そうですね。全部、干物女の特徴です。

*Sōdesu ne. Zenbu, himono on'na no tokuchōdesu.*

Benar. Semuanya, adalah karakteristik *Himono Onna*. (Wawancara dengan Atsuko, tanggal 25 Desember, pukul 9:03 AM)

Penulis sebagai pewawancara menanyakan apakah *Himono Onna* adalah orang yang tidak pandai membersihkan kamar. Atsuko sebagai narasumber menjawab bahwa semua karakteristik yang penulis tanyakan adalah benar bahwa *Himono Onna* tidak pandai membersihkan kamarnya. Sehingga tidak aneh jika kamar seorang *Himono Onna* itu terlihat berantakan, karena mereka jarang membersihkannya ketika hari libur. Alasan mengapa *Himono Onna* tidak pandai membersihkan kamarnya adalah karena hal itu tentu sangat merepotkan, sehingga mereka lebih memilih untuk tetap berada di tempat tidurnya daripada membersihkan kamarnya.

Beberapa artikel lainnya juga dijelaskan beberapa alasan mengapa kamar *Himono Onna* selalu terlihat berantakan. Alasannya adalah karena mereka sudah lelah bekerja, sehingga sesampainya di rumah mereka lebih memilih untuk tidur. *Himono Onna* terlalu lelah karena setiap kali mereka membersihkan kamarnya, kondisi kamarnya akan kembali berantakan lagi. Adapula *Himono Onna* yang kehilangan motivasinya ketika tengah membersihkan kamarnya, sehingga mereka menyerah dan kembali bersantai di tempat tidurnya.

Perubahan tindakan perilaku tersebut sesuai dengan teori Perilaku Manusia seperti yang dijelaskan oleh Sunaryo dalam bukunya, bahwa Perilaku yang membuat *Himono Onna* lebih memilih untuk tidak membersihkan kamarnya adalah karena faktor internal yang ada dalam diri mereka. Hal tersebut dapat terlihat ketika mereka lebih memilih untuk beristirahat dan tidak melakukan kegiatan apapun, sehingga hal tersebut membuat kamar mereka menjadi berantakan. Adapun faktor eksternalnya adalah karena kesibukan kerja yang mereka lalui, sehingga ketika *Himono Onna* sampai di rumah, mereka lebih memilih untuk beristirahat.

## 2.7 Memasak Makanan Instan

Salah satu karakteristik perilaku *Himono Onna* adalah mereka lebih suka memasak makanan Instan. Pada dasarnya *Himono Onna* tidaklah pandai dalam memasak atau mereka tidak suka membersihkan bekas peralatan mereka setelah memasak, sehingga mereka lebih menyukai masak makanan instan dengan menggunakan *microwave*, lalu alasan apakah dibalik seorang *Himono Onna* yang membuat mereka tidak memilih untuk memasak. Penulis mewawancarai narasumber perihal salah satu karakteristik *Himono Onna* yaitu “Apakah *Himono Onna* tidak pandai memasak”, adapun jawabannya adalah:

そうですね。全部、干物女の特徴です。  
*Sōdesu ne. Zenbu, himono on'na no tokuchōdesu.*

Benar. Semuanya, adalah karakteristik *Himono Onna*. (Wawancara dengan Atsuko, tanggal 25 Desember, pukul 9:03 AM)

Berdasarkan jawaban dari Atsuko, *Himono Onna* tidaklah pandai dalam memasak. Hal tersebut dapat terjadi karena memasak itu membutuhkan banyak waktu, selain itu mereka juga harus membereskan bekas masakannya, sehingga banyak *Himono Onna* yang berpikir bahwa memasak itu merepotkan. Karena itulah memasak makanan instan adalah hal yang paling mudah untuk dilakukan dan tidak perlu memerlukan waktu lama, cukup dalam hitungan menit dapat langsung disajikan.

Adapun dalam beberapa artikel lainnya juga dijelaskan alasan mengapa *Himono Onna* memasak makanan Instan. Salah satu alasannya adalah karena mereka kehabisan bahan makanannya, sehingga mereka hanya memasak makanan instan.

Perubahan tindakan tersebut sesuai dengan teori Perilaku Manusia seperti yang dijelaskan oleh Sunaryo dalam bukunya, bahwa perubahan tingkah laku *Himono Onna* dapat berubah akibat Faktor Eksternal di lingkungannya. Dalam hal ini mereka tidak terlalu menyukai untuk membereskan bekas masakannya, sehingga *Himono Onna* selalu berakhir dengan makanan instan atau juga karena mereka tidak pandai dalam memasak.

## 2.8 Memakai Jersey saat di Rumah

Penampilan perempuan *Himono Onna* saat mereka berada di rumahnya adalah mereka memakai pakaian *jersey*. Selama seharian di kamarnya *Himono Onna* hanya memakai *jersey*. Alasan mereka memakai *jersey* adalah karena mereka merasa lebih nyaman dengan *jersey*. Penulis mewawancarai narasumber tentang karakteristik *Himono Onna*.

一日中パジャマで過ごしたり、化粧をしなかったりします。

*Ichinichijū pajama de sugoshi tari, keshō o shinakattari shimasu.*

Mereka menghabiskan waktunya sepanjang hari dengan memakai piyama dan tidak merias wajah karena tidak perlu untuk bertemu dengan orang lain.

(Wawancara dengan Yuna, tanggal 3 Januari 2021, pukul 8:36 PM)

Yuna mengatakan bahwa salah satu karakteristik *Himono Onna* adalah menghabiskan waktunya sepanjang hari hanya dengan memakai pajama. Dalam kalimat tersebut dapat dijelaskan bahwa *Himono Onna* tidak hanya memakai *jersey* di rumahnya akan tetapi mereka juga dapat mengenakan pajama ketika di kamarnya. Dapat disimpulkan bahwa *Himono Onna* ketika berada di rumahnya mereka akan lebih memilih pakain yang membuat mereka merasa nyaman. Pakaian tersebut bisa berupa kaos, *jersey* ataupun pajama.

Beberapa artikel lainnya juga membahas tentang *Himono Onna* menjelaskan alasan mengapa *Himono Onna* memilih untuk memakai baju *jersey* ketika berada di rumahnya. Hal tersebut karena *Himono Onna* lebih memilih memakai pakaian yang dapat dikenakan dengan nyaman selama jangka waktu seharian, dan pakaian yang mereka pilih adalah *jersey* atau juga pajama.

Perubahan tindakan tersebut sesuai dengan teori Perilaku Manusia seperti yang dijelaskan oleh Sunaryo dalam bukunya, bahwa perubahan tingkah laku manusia itu tidak terjadi dengan sendirinya. Akan tetapi terdapat faktor dari internal maupun eksternal dari orang tersebut. Faktor Internal yang membuat *Himono Onna* lebih memilih *jersey* atau pajama adalah karena pakaian itu lebih membuat mereka merasa nyaman untuk dikenakan di dalam kamar dan juga saat tidur.

### 3. DAMPAK *HIMONO ONNA* PADA PERNIKAHAN DI JEPANG

Rata-rata perempuan pekerja di Jepang memiliki setiap karakteristik yang dimiliki oleh seorang *Himono Onna*, dengan memiliki seluruh perilaku dan karakteristik *Himono Onna*, dampak apakah yang akan terjadi pada pernikahan di Jepang jika karakteristik *Himono Onna* tersebut tetap terus berlanjut dan sama sekali tidak ada keinginan bagi perempuan pekerja untuk mengubah perilaku atau karakteristik itu, seperti salah satu karakteristik yang dijelaskan oleh Atsuko di bawah ini.

色々なことを面倒臭がるので、恋愛興味が無いのだとおもいます。

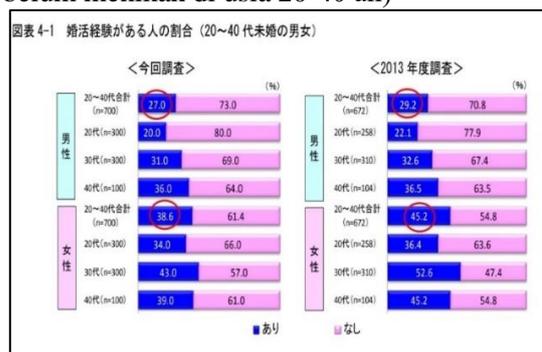
*Iroirona koto o mendokusagaru no de, ren'ai kyōmi ga nai noda to omoimasu.*

Berbagai macam hal yang merepotkan seperti tidak tertarik dengan cinta. (Wawancara dengan Atsuko, tanggal 25 Desember, pukul 9:03 AM)

Atsuko mengatakan bahwa salah satu karakteristik *Himono Onna* adalah tidak tertarik dengan cinta karena cinta adalah salah satu hal yang merepotkan bagi perempuan. Apa yang akan terjadi jika tidak sedikit perempuan yang berusia 20 hingga 30 ke atas berpikir bahwa cinta itu merepotkan. Saat perempuan hanya mengejar karir dan tidak peduli dengan menjalin cinta, secara perlahan hal tersebut akan berpengaruh terhadap turunnya angka pernikahan dan juga meningkatnya jumlah perempuan yang belum menikah.

Meningkatnya jumlah perempuan pekerja di Jepang, membuat seluruh perempuan memilih untuk memfokuskan hidup mereka pada karirnya sehingga mereka akan mengesampingkan cinta dan juga pernikahan yang mereka pikir bahwa hal itu adalah sangat merepotkan.

Berapa banyak perempuan yang belum menikah di Jepang akan ditunjukkan pada bagan dibawah ini. Pertanyaan pada bagan di bawah ini yaitu “Persentase orang yang pernah merasakan pernikahan (Pria dan wanita yang belum menikah di usia 20-40 an)”



Gambar 7. Tabel Jumlah yang Sudah Menikah  
 (Cross Marketing Co., Ltd)

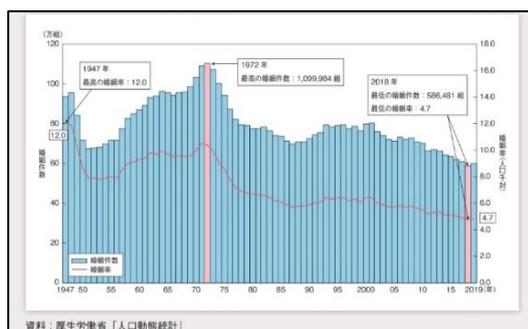
Pada bagan di atas dapat dilihat bahwa pada tahun 2013, perempuan yang belum pernah merasakan pengalaman menikah atau belum menikah sebanyak 54.8% yaitu jumlah rata-rata dari keseluruhan perempuan yang

berumur dari 20-an hingga 40-an, lebih banyak dibandingkan dengan yang sudah pernah merasakan pernikahan hanya sebanyak 45.2%, dan dengan jumlah persentase terbanyak pertama adalah perempuan yang berusia 20-an sebanyak 63.6%, yang kedua perempuan yang berusia 40-an sebanyak 54.8%, dan yang ketiga yaitu perempuan yang berusia 30-an sebanyak 47.4%.

Lalu pada tahun 2016 *cross marketing* melakukan *survey* kembali, hasilnya adalah perempuan yang belum pernah merasakan pengalaman menikah atau belum menikah yaitu sebanyak 61.4% yaitu jumlah rata-rata dari keseluruhan perempuan yang berumur dari 20-an hingga 40-an, lebih banyak dibandingkan dengan yang sudah pernah merasakan pernikahan hanya sebanyak 38.6%, dan dengan jumlah persentase terbanyak pertama adalah perempuan yang berusia 20-an sebanyak 66.0%, yang kedua perempuan yang berusia 40-an sebanyak 61.0%, dan yang ketiga yaitu perempuan yang berusia 30-an sebanyak 57.0%.

*Survey* tersebut menunjukkan peningkatan pesat dalam kurun waktu tiga tahun yang terjadi di kalangan perempuan yang belum pernah merasakan pernikahan, dan penurunan bertahap di kalangan perempuan yang pernah mengalami pernikahan di usia 20-40 an dari tahun 2013 hingga tahun 2016.

*Ministry of health, labor and welfare* juga melakukan *survey* perihal berapa banyak pasangan yang menikah disetiap tahunnya.



**Gambar 8. Grafik Pasangan Menikah**  
 (Ministry of health, labor and welfare)

Data *statistic* di atas menjelaskan bahwa pasangan yang menikah pada tahun 1972 yaitu sebanyak 1.099.984 pasangan, dan merupakan tahun dengan jumlah pernikahan tertinggi di Jepang. akan tetapi pada tahun-tahun berikutnya jumlah pasangan yang menikah mulai terus turun secara bertahap dan

terlihat pada tahun 1987, jumlah pasangan yang menikah di bawah 700.000, dan di tahun-tahun selanjutnya jumlah pernikahan mengalami kenaikan lagi dan puncaknya adalah pada tahun 2000 yaitu sekitar 800.000 pasangan yang menikah, dan terjadi penurunan dan kenaikan lagi di tahun 2010 walau tidak sebanyak tahun 2000 yaitu 700.000 pasangan. Hal tersebut terus menurun di tahun-tahun selanjutnya hingga pada tahun 2018 jumlah pasangan yang menikah hanyalah sebanyak 586.481 pasang dalam setahun.

Penurunan pasangan menikah terus menurun hingga puncaknya di tahun 2018. Alasan apakah yang menyebabkan banyak pasangan yang memilih untuk tidak menikah, hal tersebut akan dijelaskan pada statistik di bawah ini.



**Gambar 9. Tabel Alasan Tidak Menikah**  
 (Cross Marketing Co., Ltd)

Berdasarkan bagan di atas, terdapat berbagai macam alasan yang membuat seorang perempuan yang berusia 20 dan 30 tahunan memilih untuk tetap sendiri dan belum menikah. Adapun beberapa alasannya ialah, yang pertama adalah “Bebas secara emosional” yaitu sebanyak 19.7%, kedua “Memiliki waktu bebas” yaitu sebanyak 18.3%, ketiga “Tidak memiliki harapan untuk menikah” yaitu sebanyak 15.7%, keempat “Aku tidak bisa bergaul dengan lawan jenis” yaitu sebanyak 14.7%, kelima “Saya menikmati bekerja dan ingin mendedikasikan untuk pekerjaan saya” yaitu sebanyak 13.7%.

Melihat dari keseluruhan alasan di atas tidak sedikit perempuan yang lebih memilih untuk fokus pada pekerjaannya dan menikmati kesendirian mereka dengan bebas tanpa perlu

memikirkan tentang pasangan, uang dan keluarga.

Beberapa alasan di atas yang membuat seorang *Himono Onna* tidak tertarik menjalin hubungan dengan pria dan menjauh dari kehidupan asmara sehingga mereka pun menunda pernikahan mereka yaitu, *Himono Onna* lebih menikmati waktunya dengan bekerja dan mendedikasikan hidupnya untuk bekerja, mereka ingin bebas secara emosional dan tidak perlu memikirkan pasangannya, dan juga karena mereka terlalu lama sendiri sehingga tidak pandai bergaul dengan lawan jenis. Beberapa alasan tersebutlah yang membuat seorang *Himono Onna* berkata bahwa cinta itu adalah merepotkan.

## SIMPULAN

Pada pembahasan ini dapat disimpulkan bahwa istilah *Himono Onna* yang muncul dalam drama *Hotaru no Hikari* yang di adaptasi dari komik yang berjudul sama, karya Hiura Satoru telah berhasil menarik minat masyarakat Jepang. Sehingga pada tahun penayangan drama itu, kata *Himono Onna* berhasil menduduki urutan ke-30 sebagai kata baru dan populer di Jepang.

Informasi tentang perilaku dan karakteristik *Himono Onna* yang terdapat dalam drama maupun media sosial lainnya, telah mempengaruhi penonton yang melihatnya. Sehingga tidak sedikit perempuan karir yang mengakui bahwa diri mereka adalah *Himono Onna* sesuai dengan informasi yang mereka dapat.

Tidak hanya itu bahkan dua dari lima orang yang penulis wawancara, terdapat satu orang yang mengakui bahwa dirinya adalah *Himono Onna*, dan satu lagi yaitu tidak mengetahui tentang *Himono Onna* akan tetapi dia telah melakukan semua hal karakteristik yang dimiliki *Himono Onna*, sedangkan sisa tiga orang yang penulis wawancara tidak mengakui bahwa mereka bukanlah *Himono Onna*, akan tetapi mereka bertiga telah melakukan baik salah satu tau lebih dari satu karakteristik *Himono Onna*. Hal tersebut dapat terjadi karena perilaku dan karakteristik tersebut merupakan sesuatu yang umum dan sering terjadi di kehidupan sehari-hari.

Bahkan efek yang ditimbulkan oleh *Himono Onna* pada pernikahan dapat menyebabkan usia nikah yang semakin jauh, menurunnya angka pernikahan dan meningkatnya wanita yang belum menikah di usia 20 tahun keatas. Hal ini dapat terjadi karena tidak sedikit wanita Jepang lebih memilih untuk mengejar karirnya, dibandingkan mencari atau menjalin hubungan dengan lawan jenis, sehingga mereka mulai melupakan dan mengabaikan kehidupan cintanya. Alasannya umum mengapa mereka tidak memilih cinta, adalah karena menjalin cinta itu sangatlah merepotkan.

## REFERENSI

- Azhari, A. (2004). *Psikologi Umum & Perkembangan*. Jakarta: Teraju PT Mizan Publika.
- Basuki, A. H. (2008). *Psikologi Umum*. Jakarta: Universitas Gunadarma.
- Handayani, R., & Salim, M. (2011). Dampak Peningkatan Jumlah Wanita Bekerja Karena Meningkatnya Taraf Pendidikan Terhadap Fenomena Shoushika di Jepang (2002-2007). *Jakarta, 5*(2), 144-154.
- Pražmo, E.M; Augustyn, R. (2020). Parasites, Herbivores and Dried Fish: Dehumanising Metaphorical Blends in Japanese. *Ponland, 20*(02), 148-167.
- Sanyata, S. (2012). Teori dan Aplikasi Pendekatan Behavioristik Dalam Konseling. *7*(14), 1-11.
- Sunaryo, D. (2004). *Psikologi Untuk Keperawatan*. Jakarta: Buku Kedokteran EGC.
- Yasuda, M. (2016, June). 生活福祉研究所. 20 ~40 代の恋愛と結婚第 9 回結婚・出産に関する調査より, 1-28.

## WEB

- 「映画 ホタルノヒカリ」試写会は、“干物女”にちなみ、ジャージー姿の女性120人が寝転がって観賞。(日付不明). 参照日: 2020年10月, 参照先: [sponichi.co.jp](https://www.sponichi.co.jp): <https://www.sponichi.co.jp/entertainment/news/2012/05/24/gazo/G20120524003314870.html>
- 『2007 ユーキャン新語・流行語大賞』候補語 Vol.3. (2007年12月03日).

- 参照日: 2020年10月, 参照先:  
career.oricon.co.jp:  
<https://career.oricon.co.jp/news/50100/>  
【芳麗・女と文化の話】漫画家ひうらさ  
とるが語る「アラサー干物女子」  
の幸せの鍵とは? (2020年08月12  
日). 参照日: 2020年10月, 参照先:  
andgirl.jp:  
[https://www.andgirl.jp/lifestyle/35508  
?page=1](https://www.andgirl.jp/lifestyle/35508?page=1)
- Jiyukokuminsha. (2007). Retrieved from 「現  
代用語の基礎知識」選 ユーキャ  
ン 新語・流行語大賞:  
[https://www.jiyu.co.jp/singo/index.  
php?eid=00024](https://www.jiyu.co.jp/singo/index.php?eid=00024)
- Kobayashi Yoji. (2018). 平成30年版働く女  
性の実情 (令和元年6月24日公  
表). 参照日: 2020年11月, 参照先:  
mhlw.go.jp:  
[https://www.mhlw.go.jp/bunya/koyou  
kintou/josei-jitsujo/18.html](https://www.mhlw.go.jp/bunya/koyoukintou/josei-jitsujo/18.html)
- 婚姻・出産の状況. (日付不明). 参照日:  
2020年11月, 参照先: cao.go.jp:  
[https://www8.cao.go.jp/shoushi/shous  
hika/whitepaper/measures/w-  
2020/r02pdfhonpen/pdf/s1-3.pdf](https://www8.cao.go.jp/shoushi/shoushika/whitepaper/measures/w-2020/r02pdfhonpen/pdf/s1-3.pdf)
- 小林有希. (2018年Mei月). あなたも当ては  
まるかも? タイプ別「干物女」  
の特徴. 参照日: 2020年10月, 参照  
先:  
[https://woman.mynavi.jp/article/18051  
5-5/](https://woman.mynavi.jp/article/180515-5/)
- 干物女とは? 干物女子の特徴と脱却する7  
つの方法. (2019年12月). 参照日:  
2020年10月, 参照先: noel media.
- 綾瀬はるか、干物女120人を前に「私も干  
物女です」と堂々宣言! (2012年5  
月). 参照日: 2020年10月, 参照先:  
cinemacafe.net:  
[https://www.cinemacafe.net/article/20  
12/05/23/12845.html](https://www.cinemacafe.net/article/2012/05/23/12845.html)