

**DIPLOMASI PUBLIK JEPANG TERHADAP INDONESIA  
MELALUI BUDAYA POPULER**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)  
Dalam Bidang Ilmu Hubungan Internasional**



**Disusun oleh:  
SYABAS KURNIAWAN  
07041181621008**

**PROGRAM STUDI ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
INDRALAYA  
2023**

**HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI**  
**DIPLOMASI PUBLIK JEPANG TERHADAP INDONESIA**  
**MELALUI BUDAYA POPULER**  
**SKRIPSI**

**Disusun oleh:**

**Syabas Kurniawan**  
**07041181621008**

**Telah Disetujui oleh Dosen Pembimbing pada Tanggal** 2023

**Pembimbing I**

**Dra. Retno Susilowati, MM.**  
**NIP.195905201985032003**



**Pembimbing II**

**Dr. Muchammad Yustian Yusa, S.S., M.Si**  
**NIP.198708192019031006**



**Mengetahui,**  
**Ketua Program Studi,**



**Sofyan Effendi, S.IP., M.Si**  
**NIP. 197705122003121003**

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

**DIPLOMASI PUBLIK JEPANG TERHADAP INDONESIA  
MELALUI BUDAYA POPULER**

**Skripsi  
Oleh :  
Syabas Kurniawan  
07041181621008**

**Telah dipertahankan di depan penguji  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat  
Pada tanggal 23 Mei 2023**

Pembimbing :

1. Dra. Retno Susilowati, MM.  
NIP.195905201985032003
2. Dr. Muchammad Yustian Yusa, S.S., M.Si  
NIP.198708192019031006

Tanda Tangan



Penguji :

1. Gunawan Lestari Elake, S.IP., MA  
NIP.198405182018031000
2. Sari Mutiara Aisyah, S.IP., M.A  
NIP. 199104092018032001

Tanda Tangan

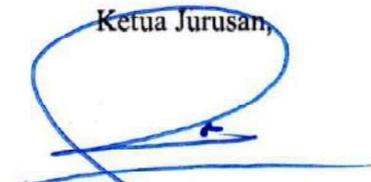


Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,



Ketua Jurusan,



**Sofyan Effendi, S.IP., MSi**  
NIP. 197705122003121003

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syabas Kurniawan

NIM : 07041181621008

Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang berjudul “Diplomasi Publik Jepang Terhadap Indonesia Melalui Budaya Populer “ ini adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi. Apabila di kemudian hari, ada pelanggaran yang ditemukan dalam skripsi ini dan/atau ada pengaduan dari pihak lain terhadap keaslian karya ini, saya bersedia menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh tanpa pemaksaan dari pihak manapun.

Indralaya, 10 Januari 2023

Yang membuat pernyataan



Syabas Kurniawan

07041181621008

## ABSTRAK

Budaya populer dianggap sebagai identitas suatu negara yang dapat dijadikan sebagai *soft power* dalam melakukan diplomasi publik demi mencapai kepentingan nasional. Jepang menjadi salah satu negara yang memberlakukan budaya populernya yang telah diketahui oleh masyarakat internasional seperti manga dan anime sebagai sarana untuk melakukan diplomasi publik. Indonesia turut menjadi salah satu tujuan diterapkannya strategi diplomasi publik Jepang melalui budaya populer tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana diplomasi publik yang dilakukan oleh Jepang melalui budaya populernya untuk mencapai kepentingan nasionalnya serta upayanya dalam meningkatkan citra negara. Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsep diplomasi publik, dengan metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa diplomasi publik yang dilakukan oleh Jepang melalui Budaya Populer sudah cukup berhasil berdasarkan kelima bentuk diplomasi publik yang dipaparkan oleh Nicholas J. Cull yaitu, *Listening*, pemerintah Jepang mengumpulkan opini dan data masyarakat Indonesia untuk memperluas pendekatan diplomasi publik kedepannya. *Advocacy*, didirikannya Pusat Budaya Jepang di Indonesia sebagai bentuk dari implemementasi kebijakan luar negeri Jepang serta menjadi aktor dalam menyebarkan strategi diplomasi publik di ranah global. *Cultural Diplomacy*, Kegiatan bertemakan budaya populer Jepang banyak diselenggarakan di Indonesia yaitu *Anime Festival Asia Indonesia (AFAID)*, *AFA Station: J-Culture Entertainment Portal*, dan *Animeland*. *Exchange Diplomacy*, pemerintah Jepang mengadakan program pertukaran budaya antara Jepang dan Indonesia yaitu *Nihongo Partner* dan *Asia Kakehashi Project*. *International Broadcasting*, pemerintah Jepang menggunakan beragam media untuk menjangkau masyarakat Indonesia dalam menginformasikan mengenai kegiatan budaya populer Jepang yang diselenggarakan.

Kata Kunci : **Budaya Populer, Diplomasi Publik, Indonesia, Jepang, Kepentingan Nasional.**

Disetujui oleh,

Pembimbing I

Dra. Retno Susilowati, MM.  
NIP.195905201985032003

Pembimbing II

Dr. Muchammad Yustian Yusa, S.S., M.Si  
NIP. 198708192019031006

Mengetahui,  
Ketua Program Studi,

Sofyan Effendi, S.IP., M.Si  
NIP. 19770512 200312 1 003

## ABSTRACT

Popular culture is considered as the identity of a country that can be used to be soft power in conducting public diplomacy in order to achieve national interests. Japan is one of the countries that enforces popular culture that has been known by overseas such as manga and anime as a means to carry out public diplomacy. Indonesia has also become one of the objectives of implementing Japan's public diplomacy strategy through popular culture. This study aims to explain how the public diplomacy carried out by Japan through its popular culture to achieve national interests and its efforts to improve the country's image. The approach used in this research is the concept of public diplomacy, with the research method used is qualitative methods. The results of this study indicate that the public diplomacy carried out by Japan through the Popular Culture is quite successful based on the five forms of public diplomacy presented by Nicholas J. Cull, those are Listening, the Japanese government collects opinions and data from the Indonesian to expand the public diplomacy approach in the future. Advocacy, the establishment of the Japanese Cultural Center in Indonesia as a form of implementation of Japanese foreign policy as well as being an actor in spreading public diplomacy strategies in the global sphere. Cultural Diplomacy, many activities with the theme of Japanese popular culture are held in Indonesia, such as Anime Festival Asia Indonesia (AFAID), AFA Station: J-Culture Entertainment Portal, and Animeland. Exchange Diplomacy, the Japanese government holds cultural exchange programs between Japan and Indonesia, namely Nihongo Partner and Asia Kakehashi Project. International Broadcasting, the Japanese government uses various media to reach the Indonesian people in informing about the Japanese popular culture events being held.

**Keywords: Indonesia, Japan, National Interest, Public Diplomacy, Japanese Popular Culture.**

Disetujui oleh,

Pembimbing I

Dra. Retno Susilowati, MM.  
NIP.195905201985032003



Pembimbing II

Dr. Muchammad Yustian Yusa, S.S., M.Si  
NIP. 198708192019031006



Mengetahui,  
Ketua Program Studi

  
Sofyan Effendi, S.IP., M.Si  
NIP. 19770512 200312 1 003

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warohmatullahi Wabarokatuh, segala puji bagi Allah, shalawat serta salam bagi baginda nabi besar Muhammad ﷺ yang telah membawa petunjuk demi kebaikan. Dengan rahmat Allah juga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Diplomasi Jepang Terhadap Indonesia Melalui Budaya Populer”**.

Mengucapkan syukur Alhamdulillah sebanyak-banyaknya karena setelah melalui proses yang cukup panjang akhirnya saya sebagai penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai syarat mendapat gelar sarjana strata satu Sosiologi. Saya mengucapkan terimakasih yang tidak terhingga terutama kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala, kepada Orang Tua tercinta, Kakak-kakas saya yang selalu memberikan semangat serta motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini. Doa dan kasih sayang keluargalah yang membuat saya sampai dititik saat ini.

Sebagai peneliti dan penulis dalam tulisan ini saya menyadari bahwa terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saya berharap adanya kritik atau pun saran demi perbaikan tulisan ini, mengingat tidak ada sesuatu yang sempurna tanpa kritik atau saran yang membangun.

Penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir H. Anis Saggaf, MSCE selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
3. Bapak H. Azhar, SH.,M.Sc.,LL.M.,LDD selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Ibu Hoirun Nisyak, S.Pd.,M.Pd selaku Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
5. Bapak Dr. Andries Lionardo, M.Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
6. Bapak Sopyan Effendi selaku ketua jurusan Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah memberikan kemudahan bagi kami dalam proses skripsi.
7. Ibu Dra. Retno Susilowati, MM selaku dosen pembimbing I sekaligus pembimbing akademik yang dengan penuh kesabaran dalam memberikan arahan, mendidik, dan tidak pernah lelah memberikan saran serta masukan dalam penyempurnaan skripsi ini. Bapak Dr. Muchammad Yustian Yusa, S.S.,M.Si

sebagai dosen pembimbing II yang selama ini sangat membantu saya dalam memberikan saran, arahan serta motivasi yang sangat membangun dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Seluruh seluruh Dosen FISIP UNSRI yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pembelajaran sebagai bekal memasuki dunia pasca kampus.
9. Seluruh staff dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya serta jajaran, terutama kepada mbak Irma yang telah banyak memberikan bantuan selama proses perkuliahan.
10. Kepada saya orangtua saya Ali Yasir (alm) dan Nuraini karena telah merawat dan membimbing dan menjaga saya sekama ini serta selalu memberikan saya kepercayaan penuh dan kebebasan untuk memilih serta bertanggung jawab atas pilihan saya.
11. Terimakasih kepada saudara saya Roes Mitha Erlin, Ana Yuliana & Yan Muhadaes yang selalu memberi dukungan terhadap saya baik secara moril maupun material.
12. Teman-teman saya yaitu Rizky Damayanti, Taufik Hidayat, Miranda Amalia, Muammar Hafiz, Hartati, Hanifah, Ricky Pratama dan ayuk Ledy Diana yang selalu memberi dukungan dan berbagi suka maupun duka.
13. Terimakasih kepada Rizky Indah Fajrianti yang telah dan sempat hadir dalam kehidupan saya, terima kasih telah menemani saya dalam perjalanan masa perkuliahan dan pengerjaan skripsi ini walau pun pada akhirnya jalan kita tak beriringan lagi. Semoga hal-hal baik selalu menyertai kita baik untuk saat ini atau pun kedepannya.
14. Terimakasih kepada Rizka Okta Anggraini Putri yang telah hadir dan mengulurkan tangan pada saat-saat terburuk saya, terima kasih telah menemani saya menyelesaikan perjalanan pengerjaan skripsi ini. Bertemu dengan anda adalah hal yang paling baik yang saya terima tahun ini. Semoga kedepannya hal-hal baik selalu menyertai kita dan kebahagiaan selalu mengiringi kita.

Palembang, 31 Juli 2023

Syabas Kurniawan

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.3.1 Tujuan Objektif .....	8
1.3.2 Tujuan Subjektif.....	8
1.4. Manfaat Penelitian .....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
1.5. Kajian Pustaka.....	9
1.6. Landasan Konseptual.....	14
1.6.1 Kerangka Teoritis.....	14
1.6.2 Alur Pemikiran .....	17
1.7. Argumen Utama.....	17
1.8. Metode Penelitian .....	18
1.8.1 Desain Penelitian.....	18
1.8.2 Definisi Konsep.....	18
1.8.3 Fokus Penelitian .....	19
1.8.4 Unit Analisis .....	20
1.8.5 Jenis Data dan Sumber Data .....	20

1.8.6 Teknik Pengumpulan Data .....	20
1.8.7 Teknik Analisis Data .....	20
<b>BAB II.....</b>	<b>21</b>
<b>GAMBARAN UMUM.....</b>	<b>21</b>
2.1. Sejarah Kerjasama Indonesia – Jepang dalam aspek Budaya dan Perkembangan Anime, Manga dan Cosplay di Indonesia .....	22
2.2. Pengaruh Budaya Populer Jepang Terhadap Remaja dan Anak-Anak di Indonesia	27
<b>BAB III .....</b>	<b>32</b>
<b>PEMBAHASAN.....</b>	<b>32</b>
3.1. <i>Listening</i> .....	33
3.2. <i>Advocacy</i> .....	41
3.3. <i>Cultural Diplomacy</i> .....	45
3.4. <i>Exchange Diplomacy</i> .....	56
3.5. <i>International Broadcasting</i> .....	65
<b>BAB IV.....</b>	<b>75</b>
<b>PENUTUP .....</b>	<b>75</b>
4.1. Kesimpulan .....	75
4.2. Saran .....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>77</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.5.1</b> Kajian Pustaka .....	9
<b>Tabel 1.8.1</b> Fokus Penelitian.....	19
<b>Tabel 3.1.1</b> Judul anime yang populer di Indonesia .....	35
<b>Tabel 3.1.2</b> Penilaian orang Indonesia terhadap anime Jepang .....	36
<b>Tabel 3.3.1</b> Jumlah Film Genre Anime pada JFF setiap tahun .....	54
<b>Tabel 3.4.1</b> Pencapaian <i>Nihongo Partners</i> Tahun 2020 .....	57

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.6.1</b> Alur Pemikiran .....	17
<b>Gambar 3.1.1</b> Survei Japanese Film Festival 2022 .....	39
<b>Gambar 3.1.2</b> Unggahan Interaksi akun instagram JFF 2022 .....	40
<b>Gambar 3.3.1</b> Poster AFAID 2012 .....	46
<b>Gambar 3.3.2</b> AFAID 2015 <i>Event Guide</i> .....	47
<b>Gambar 3.3.3</b> <i>AFA Station: J-Culture Entertainment Portal</i> .....	48
<b>Gambar 3.3.4</b> <i>Animeland</i> 2021 .....	49
<b>Gambar 3.3.5</b> Salah satu pameran di Festival Comifuro 2019 .....	50
<b>Gambar 3.3.6</b> Rombongan arak-arakan Mikoshi beraksi dalam acara final <i>Jak-Japan Matsuri</i> 2009 di lapangan Monas, Jakarta Pusat .....	52
<b>Gambar 3.3.7</b> Kolom terkait Cinema Caravan pada katalog JFF .....	58
<b>Gambar 3.4.1</b> Salah satu <i>Nihongo Partner</i> di SMA Muhammadiyah 1 Sidoarjo .....	58
<b>Gambar 3.4.2</b> Program <i>Exchange Asia Kakehashi Project Scholarship</i> .....	59
<b>Gambar 3.4.3</b> Unggahan Kerja sama dengan Studio Ghibli dalam akun instagram @sherinasinna .....	61
<b>Gambar 3.4.4</b> Chelsea Islan dan Aktor Kengo Kora menghadiri acara pembukaan Japanese Film Festival .....	59
<b>Gambar 3.4.5</b> Manga Reformers oleh Alex Irzaqi .....	64
<b>Gambar 3.4.6</b> Sosok Hikaru Arwin dan anime Tokyo Revengers .....	65
<b>Gambar 3.5.1</b> Anime <i>Candy Candy</i> dan Doraemon .....	66
<b>Gambar 3.5.2</b> Daftar negara-negara yang dapat mengikuti <i>JFF 2022</i> .....	67
<b>Gambar 3.5.3</b> Sejumlah pengisi acara pada Festival <i>Online</i> Indonesia-Jepang 2020 .....	68

<b>Gambar 3.5.4</b> Tampilan laman web resmi Japan Foundation.....	59
<b>Gambar 3.5.5</b> Tampilan laman web resmi Japanese Film Festival .....	72
<b>Gambar 3.5.6</b> Arsip Katalog Digital Japanese Film Festival di website JFF .....	73

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pada masa ini negara masih menjadi peran utama dalam upaya pencapaian kepentingan nasional di ranah internasional dengan menggunakan beragam upaya. Dalam perkembangannya terdapat dua cara yang dapat dilakukan suatu negara untuk mewujudkan kepentingan tersebut yakni *hard power* dan *soft power*. Adapun dengan era globalisasi, penggunaan *hard power* tidaklah lagi menjadi kekuatan yang absolut bagi suatu negara, dikarenakan masa perang yang menggunakan banyak kekuatan militer telah lama berakhir. Bukan hanya itu, aktor pada ranah internasional tidak selalu berupa negara, namun juga terdapat aktor lain yakni perusahaan multinasional, organisasi internasional, dan organisasi non-pemerintah.

Terdapat elemen pendukung yang bisa menjadi alat praktek diplomasi dikenal dengan *soft power*. *Soft power* menggambarkan mengenai proses relasi dan realisasi kekuasaan. Arti *soft power* sendiri dapat dimaknai dengan *soft* yakni berarti lunak, dan *power* berarti keahlian untuk untuk melakukan suatu hal dan mengendalikan pihak lain sehingga membuatnya melaksanakan suatu yang diinginkan oleh pelaku diplomasi (Nye, 1990). Sehingga, *soft power* dapat didefinisikan sebagai sebuah kemampuan suatu negara untuk mempengaruhi perilaku negara lain dengan cara persuasif daripada dengan koersi ataupun imbalan. *Soft power* ini bersumber dari kebudayaan, nilai-nilai yang dianut dan elemen-elemen *intangible* lainnya yang menjadi daya tarik, *soft power* suatu negara beracuan terhadap 3 sumber yaitu, kebudayaan, nilai politik, serta kebijakan luar negeri (pandangan publik luar terhadap negara pelaku diplomasi terkait kebijakan politik dan

otoritas). Suatu negara berhasil mendapatkan kepentingannya dipengaruhi oleh kekaguman negara lain akan nilai-nilai yang dianutnya (Nye, 2008).

Menurut Barston (1997), diplomasi sebagai pengatur relasi antara negara terhadap aktor dalam hubungan internasional yang lain. Negara dengan perwakilan resmi dan aktor lainnya berupaya menyampaikan, mengkoordinasikan serta melindungi kepentingan nasional baik bersifat khusus ataupun lebih luas, dengan perantara korespondensi, yang saling menyampaikan ideologi, lobby, kunjungan, serta kegiatan terkait lainnya.

Diplomasi merupakan cara untuk menyampaikan pesan dan kepentingan nasional mencakup bidang politik, sosial, ekonomi, pertahanan, budaya dan lainnya yang termasuk ke dalam hubungan internasional, untuk mencapai toleransi antar bilateral dan multilateral. Peristiwa hubungan internasional dikenal terkait permasalahan ideologi, ekonomi, politik, dan pertahanan. Seiringnya waktu dan kemajuan globalisasi memunculkan faktor kebudayaan yang patut diperhatikan untuk dijadikan kerjasama demi mencapai kepentingan nasional. Oleh sebab itu, Jepang melalui keberagaman budayanya yang tidak asing lagi bagi masyarakat internasional mempraktekan diplomasi budaya untuk menarik wisatawan, mengundang investor asing, serta menanamkan citra positif Jepang di mata internasional.

Pada era yang berkembang saat ini, dengan pesatnya kemajuan teknologi, masyarakat internasional dengan mudah dapat mempratekkan pertukaran budaya. Meningkatkan citra suatu negara seringkali menggunakan budaya yang ada dalam suatu negara dan masyarakatnya. Hal ini dikarenakan, melalui budaya dapat menampakkan citra di mata publik internasional. Oleh sebab itu, masyarakat memiliki peran penting dalam membentuk negara dan budaya yang dihasilkan dapat dijadikan sebagai alat diplomasi publik. Delorie (2000) menjelaskan, *Nation Brand* umumnya diketahui sebagai identitas suatu negara yang telah diringkas, didefinisikan, dan ditampakkan terhadap publik global

guna membangun citra positif suatu negara agar memperoleh pengakuan masyarakat global. Dalam *nation brand* berisikan susunan simbolik yang mengacu pada sifat positif, menarik, unik, mudah diingat, relevan serta berkualitas bagi suatu negara (Allan, 2004). Oleh sebab itu, Jepang harus menampilkan sisi unik dan khas yang dapat mempresentasikan negaranya demi menciptakan nation brand agar diketahui dan mudah diingat oleh dunia internasional.

Diplomasi publik dalam buku *public diplomacy* karya Mark Leonard mengatakan bahwa diplomasi publik merupakan sebuah cara untuk membangun hubungan dengan cara memahami kebutuhan, budaya, dan masyarakat; mengomunikasikan pandangan dan membenarkan mispersepsi yang ada dalam masyarakat internasional, mencari area dimana pemerintah dapat menemukan kesamaan pandangan (Leonard, Mark : 2002). Pengertian ini terkait mengenai visualisasi kondisi suatu negara, yakni visual yang dapat diterima sebagai kenyataan, walaupun hal ini berbeda dari realitanya, melalui diplomasi publik berharap dapat menciptakan citra dan menimbulkan rasa percaya dari negara lain bagi pelaku diplomasi.

Jepang menjadi salah satu negara pemraktik diplomasi publik dalam instrumen diplomasinya. Dimulai pada kekalahan yang dialami oleh Jepang pada masa perang dunia ke-II, Jepang tidak memiliki untuk mendirikan kekuatan militer bagi negaranya yang selama ini menjadi pondasi utama kekuatan Jepang di dunia Internasional. Jepang juga dihadapkan dengan berbagai macam masalah seperti banyaknya timbul gerakan anti-jepang dalam beberapa negara khususnya di kawasan Asia Timur serta Asia Tenggara dan juga munculnya kekuatan baru pasca perang dingin yakni *The Rising Of China*, hal ini membuat Jepang mau tidak mau menyesuaikan terhadap cara diplomasi mereka ditingkat internasional. Jepang memiliki keragaman kebudayaan, menggunakan kebudayaan tradisional dan budaya populer menjadi sarana alternatif yang dipilih Jepang untuk

berdiplomasi publik. Salah satu bentuk diplomasi publik yakni dengan menonjolkan kebudayaan populer menjadi sarana yang gencar diterapkan Jepang demi mencapai kepentingan nasional dan juga demi memperbaiki citra dimata internasional hal tersebut juga berlaku terhadap Indonesia.

Membicarakan serial animasi atau anime sebagai fenomena mendunia, tidak lepas dari konsep Gross National Cool yang diungkapka oleh McGray, Jepang bukanlah lagi negara adidaya dalam hal produk nasional bruto (PNB) sebagaimana Jepang pada tahun 1980-an. Menurutnya, lebih tepat menggambarkan Jepang sebagai adidaya budaya. Serta konsep soft power dari Joseph Nye, Jepang dapat disebut sebagai negara adidaya terkait soft power, dikarenakan dianggap mampu menarik banyak orang dari berbagai negara dengan kebudayaan, nilai, dan keterampilan berdiplomasinya, tak terkecualikan diplomasi anime. Dengan demikian, tidak heran apabila Kementerian Luar Negeri Jepang memilih Doraemon menjadi duta anime negaranya pada tahun 2008. Karena diterapkannya kebijakan diplomasi soft-power Jepang melalui budaya populer, yang kemudian berkembang menjadi “Cool Japan”, sebuah kebijakan yang dianggap kontroversial oleh banyak pihak. Namun, terlepas dari semua kontroversi tersebut, anime telah memikat banyak peneliti untuk diobservasi sebagai fenomena global.

Konsep Budaya Populer menjadi keterkaitan terhadap penelitian tersebut, dikarenakan manga, anime, serta cosplay tergabung ke dalam golongan budaya populer. Dijelaskan bahwa hal ini suatu praktek dari budaya populer yang dapat dinikmati dan digemari oleh berbagai masyarakat. Terbukti dengan banyaknya pengunjung yang turut serta dalam berbagai rangkaian acara kebudayaan Jepang yang diselenggarakan. Storey mengemukakan, terdapat beberapa makna di dalam budaya populer, diantaranya (2009): 1. Budaya populer ialah kebudayaan yang digemari oleh banyak orang. Dapat dilihat dari besarnya penjualan buku, kaset, serta turut serta pengunjung dalam sebuah konser musik

dan festival yang diselenggarakan; 2. Budaya populer bermakna sebagai budaya inferior setelah penentuan yang tergabung dalam kelompok high culture. Budaya populer dalam kategori ini mencakup seperti teks-teks, karya serta tindakan yang bukan tergolong high culture. Yang dimaksud dengan high culture, ialah produk budaya yang bersifat eksklusif dan hanya beberapa orang yang dapat memahami; 3. Budaya populer juga ditafsirkan sebagai mass-culture, seperti penjelasan sebelumnya yang menyatakan bahwa budaya populer ialah hasil budaya untuk menjadi konsumsi khalayak umum secara masal.

Beragam aktivitas diplomasi publik diciptakan bertujuan untuk memikat perhatian masyarakat, Adapun kegiatan ini seringkali terlaksana diperuntukkan untuk generasi muda. Semakin meningkatnya interaksi Semakin pesatnya antara interaksi budaya suatu negara dengan generasi muda maka hal ini akan memberikan dampak positif bagi negara tersebut. Dikarenakan dengan adanya interaksi budaya terhadap generasi muda di suatu negara akan menimbulkan pandangan yang positif mengenai negara pelaku diplomasi, sehingga apabila generasi muda menjadi pemimpin di kemudian hari, terdapat kemungkinan ia akan mendukung kebijakan dari negara tersebut (Appel, dkk, 2008). Berikut beberapa definisi terkait diplomasi budaya dari para ahli: 1. Milton Cummings dikutip Kim H. J (2011) mengemukakan, diplomasi budaya merupakan sarana pertukaran ide, informasi, kesenian dan beragam aspek kebudayaan antar negara dan rakyatnya untuk menanamkan pemahaman bersama. Hal ini menjelaskan diplomasi budaya ialah serangkaian aktivitas yang bertujuan untuk mempresentasikan budaya suatu negara guna memengaruhi masyarakat internasional yang memiliki keberagaman pandangan. 2. Diplomasi budaya adalah strategi dalam mencapai kepentingan nasional dari kebijakan luar negeri suatu negara dalam aspek kepentingan budaya. Adapun cakupan diplomasi budaya ini sangatlah luas dikarenakan banyaknya aktor yang terlibat baik dari lembaga pemerintah, lembaga non-pemerintah, dan bahkan individu (Kim Myungsub, 2011). 3. Diplomasi budaya ialah

kegiatan diplomasi yang mengikutsertakan agen budaya seperti penggiat bidang seni dan budaya serta produk-produk nasional yang bertujuan untuk mengatraksi masyarakat suatu negara guna mendukung kebijakan luar negeri pelaku diplomasi ( Emilia, 2013).

Konsulat Jenderal Jepang Mr Kenichi Takeyama menyampaikan, diplomasi budaya Jepang terhadap Indonesia saat ini cukuplah baik, ditandai dengan maraknya kegemaran masyarakat mengenai budaya-budaya Jepang. Dalam jenjang SMA dan mahasiswa, hal ini dibuktikan dengan besarnya minat mereka untuk mempelajari bahasa Jepang. Didukung dengan upaya pemerintah Jepang dengan mendatangkan sebanyak 2000 pengajar bahasa Jepang ke Indonesia melalui Japan Foundation. Selain itu, pemerintah Jepang kerap melaksanakan lomba pidato bahasa Jepang bagi siswa dan mahasiswa, lalu pada industri musik pun hal ini berjalan baik ditandai dengan adanya grup JKT 48, serta mendukung pengiriman mahasiswa ke Jepang Jenesys pada program J-POP Culture. Budaya tradisional Jepang pula ikut memengaruhi generasi muda Indonesia, dengan diadakannya agenda tahunan dalam mengenalkan makanan dan budaya Jepang seperti Little Tokyo Ennichisai Blok M, Jakarta Jepang Matsuri dan lainnya. Tidak berhenti sampai disana, berkembang restoran Jepang di Indonesia, penayangan serial animasi Jepang atau yang dikenal dengan anime beroperasi dengan marak pada stasiun tv lokal. Serta pemerintah Jepang memudahkan masyarakat Indonesia dalam berkunjung ke Jepang dengan pemberian bebas visa bagi yang sudah memiliki e-pasport.

Serta dengan luasnya elemen pada budaya populer ini maka penulis pada penelitian ini akan memberikan batasan pada pembahasan yang mana hanya akan mengambil Anime dan Manga saja pada fokus pembahasan yang akan diteliti, dikarenakan dengan sejarah yang terbilang cukup panjang dari Anime dan Manga itu sendiri. Anime sendiri masuk dan tayang perdana di stasiun televisi Indonesia pada tahun 1970-an. Wanpaku Omukashi Kumu Kumu merupakan anime 26 episode yang dapat dinikmati masyarakat Indonesia

melalui tayangan di TVRI. Dan pada tepatnya di era-2000an sebagai titik awal Anime semakin berkembang pesat di Indonesia dapat dilihat dengan adanya anime di beberapa stasiun tv nasional dan swasta hingga saat ini. Perkembangan Manga juga terbilang masif di Indonesia, Akira merupakan komik Jepang pertama yang diterbitkan secara resmi di Indonesia, yaitu pada tahun 1990. Di tahun yang sama Candy Candy pun menyusul terbit. Baru tahun 1991 terbitlah komik Doraemon. Sedangkan Dragon Ball diterbitkan di Indonesia pada tahun 1992. Hingga saat ini dapat kita lihat di setiap toko buku yang ada di Indonesia pasti selalu ada Manga dalam bentuk buku ataupun komik.

Selain beberapa faktor tersebut nilai-nilai yang terkandung dan berusaha disampaikan dalam Anime dan Manga terbilang mudah untuk dipahami. Sebagai contoh dalam Anime Haikyuu yang bertema sport yakni voli banyak unsur nilai dan budaya yang terkandung dalam Anime tersebut, dalam beberapa episode nilai kerja keras dan pantang menyerah dalam menggapai tujuan dan apa yang dicita-citakan oleh karakter-karakter yang ada dalam serial Haikyuu dapat disampaikan dengan ringan kepada penikmatnya dan juga genre sport dan tema yang berlatarbelakang kehidupan remaja di dunia sekolah hal tersebut semakin mudah Haikyuu untuk diterima golongan remaja baik itu di Jepang, masyarakat Internasional, bahkan terkhusus masyarakat di Indonesia itu sendiri.

Melihat sejarah yang panjang dari kedua hal tersebut maka peneliti memutuskan dari berbagai macam elemen budaya populer, penelitiannya akan membahas Anime dan Manga, hal tersebut juga dikarenakan Anime dan Manga hingga kini masih terus berkembang semakin besar. Melihat fenomena ini kebudayaan Jepang tumbuh dengan baik di Indonesia sehingga akan dilihat bagaimana Jepang akan melaksanakan diplomasi publik melalui budaya populer di Indonesia.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Guna memudahkan penulis untuk penyusunan pembahasan, dirumuskanlah pernyataan penelitian “Bagaimana Diplomasi Publik Jepang Terhadap Indonesia Melalui Budaya Populer?”

## **1.3. Tujuan Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Objektif**

Tujuan dari penelitian ini untuk menjabarkan bagaimana diplomasi publik Jepang terhadap Indonesia melalui budaya populer dan untuk melihat tingkat keberhasilan diplomasi yang dilakukan Jepang, penelitian ini bertujuan juga untuk memberikan pengetahuan terhadap bentuk diplomasi yang dapat dilakukan oleh suatu negara.

### **1.3.2 Tujuan Subjektif**

- a. Sebagai memperluas pemahaman pengetahuan mengenai teori dan praktek yang didapat selama berkuliah di bidang ilmu hubungan internasional dan memberikan manfaat bagi penulis sendiri.
- b. Sebagai pemenuhan syarat akademik guna memperoleh gelar sarjana dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
- c. Guna menerapkan ilmu yang diperoleh, sehingga bisa memberi manfaat untuk penulis sendiri serta dapat memberi kontribusi untuk perkembangan ilmu pengetahuan di lingkup hubungan internasional.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan ataupun gambaran mengenai upaya diplomasi publik Jepang di Indonesia dan sebagai referensi bagi pemerintah Indonesia dalam upaya melakukan diplomasi melalui soft power. Selain itu,

penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan referensi bagi masyarakat yang tertarik dengan masalah yang serupa.

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian diharapkan dapat memberi manfaat bagi ilmu hubungan internasional khususnya studi diplomasi dan menjadi bahan referensi bagi peneliti lain dalam melakukan penelitian yang berkaitan mengenai diplomasi publik dan menjadi referensi bagi penelitian terkait Ilmu Hubungan Internasional, terutama dalam diplomasi publik

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

- a. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat luas dan Internasional dalam melihat peluang alternatif kegiatan internasional yang dapat mempengaruhi citra di suatu daerah maupun negara.
- b. Dapat memberikan masukan serta pengetahuan terhadap masyarakat dan berbagai pihak yang terkait dengan masalah tersebut serta dapat berguna bagi pihak yang berminat pada masalah yang sama.

#### **1.5. Kajian Pustaka**

Kajian Pustaka digunakan oleh peneliti sebagai bahan kajian, masukan, dan sekaligus tolak ukur terhadap hasil penelitian untuk penelitian ini. Beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan rujukan peneliti yaitu terdapat pada tabel berikut ini.

No.	Penelitian Terdahulu	Keterangan
1.	Nama Penulis	Firman Budianto
	Judul	Anime, Cool Japan, dan Globalisasi Budaya Populer Jepang

	Nama Jurnal	Jurnal Kajian Wilayah, Vol. 6 No. 2
	Tahun	2015
	Hasil Penelitian	Memaparkan mengenai bagaimana peran budaya populer menjadi media diplomasi publik dan dapat membangun citra baik negara Jepang dalam kawasan internasional serta dengan keberhasilan tersebut dapat berpengaruh terhadap sektor-sektor di bidang industri lainnya.
	Perbandingan	Dalam penelitian ini penulis membahas budaya populer yang ada di Jepang dapat dijadikan alat diplomasi oleh Jepang melalui wujud dari budaya populer tersebut yakni anime dan manga di Indonesia. Perbedaan antara kedua penelitian ini terlihat pada objeknya, pembahasan sebelumnya mengenai dampak fenomena budaya populer ini dan dampaknya terhadap industri lain, lalu penelitian ini membahas mengenai diplomasi publik Jepang terhadap Indonesia melalui budaya populer.
2.	Nama Penulis	Aulia Amalina
	Judul	Budaya Populer Jepang Sebagai Instrumen Diplomasi Jepang dan Pengaruhnya Terhadap Komunitas-Komunitas di Indonesia
	Nama Jurnal	Andalas Journal of International Studies  Vol 1 no 2 2012

	Tahun	2012
	Hasil Penelitian	Memaparkan mengenai perkembangan budaya populer yang semakin pesat dan hal tersebut dimanfaatkan secara baik oleh negara Jepang sebagai sarana diplomasi dan bentuk kekuatan <i>soft power</i> negara Jepang itu sendiri serta dapat mempengaruhi komunitas-komunitas di Indonesia terutama di kalangan kaum muda demi membangun citra positif negara Jepang di Indonesia.
	Perbandingan	Dalam penelitian ini penulis membahas bagaimana diplomasi publik yang dipraktikannya Jepang terhadap Indonesia melalui alat diplomasi yakni budaya populer. Perbedaan kajian terletak pada objek penelitian, yang mana pada penelitian sebelumnya memfokuskan dampak fenomena budaya populer terhadap komunitas-komunitas di Indonesia, lalu penelitian ini membahas mengenai diplomasi publik Jepang terhadap Indonesia melalui budaya populer.
3.	Nama Penulis	Aldrian
	Judul	Diplomasi Kebudayaan Jepang Terhadap Indonesia Dalam Kerangka Japan-Indonesia Partnership Agreement Tahun 2012-2015
	Nama Jurnal	JOM FISIP Vol. 3 No. 1
	Tahun	2016
	Hasil Penelitian	Memaparkan mengenai konsep diplomasi budaya dapat

		memiliki dampak yang cukup besar dalam membangun <i>national branding</i> negara Jepang di skala Internasional serta memberikan dampak yang cukup nyata dalam segi pertumbuhan ekonomi negara Jepang
	Perbandingan	Dalam penelitian ini penulis membahas budaya populer yang dijadikan sebagai alat diplomasi publik oleh negara Jepang di Indonesia. Perbandingan kajian berbeda terletak pada objek penelitian yang mana sebelumnya membahas konsep diplomasi kebudayaan dalam kerja sama Jepang-Indonesia, lalu penelitian ini membahas mengenai diplomasi publik Jepang terhadap Indonesia melalui budaya populer.
4.	Nama Penulis	Yolana Wulansuci
	Judul	Budaya Populer Manga dan Anime Sebagai <i>Soft Power</i> Jepang
	Nama Skripsi	Skripsi Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Program Studi Jepang Universitas Indonesia
	Tahun	2010
	Hasil Penelitian	Hasil dari penelitian ini ialah memaparkan wujud budaya populer Manga dan Anime sebagai sarana <i>soft power</i> yang dilakukan negara Jepang di Indonesia
	Perbandingan	Penelitian ini akan membahas mengenai diplomasi publik yang dilakukan Jepang terhadap Indonesia melalui alat diplomasi yakni budaya populer. Perbedaan

		kajian terletak pada objek penelitian. Pada penelitian sebelumnya dibahas mengenai budaya populer sebagai sarana <i>soft power</i> Jepang, lalu penelitian ini membahas mengenai diplomasi publik Jepang terhadap Indonesia melalui budaya populer.
5.	Nama Penulis	Dini Apriliyanti
	Judul	Diplomasi Publik Jepang Terhadap Indonesia Melalui Budaya Pop Jepang
	Nama Skripsi	Skripsi Program Studi Ilmu Hubungan Internasional Universitas Jember
	Tahun	2013
	Hasil Penelitian	Dalam penelitian ini memaparkan mengenai peran budaya pop Jepang dalam peningkatan pendapatan negara Jepang dalam sektor ekonomi dan teknologi
	Perbandingan	Perbedaan kajian terletak pada objek penelitian. Pada penelitian sebelumnya peran budaya pop Jepang dalam peningkatan pendapatan negara Jepang dalam sektor ekonomi dan teknologi lalu penelitian ini membahas mengenai diplomasi publik Jepang terhadap Indonesia melalui budaya populer.

Tabel 1.5.1 Kajian Pustaka

## **1.6. Landasan Konseptual**

### **1.6.1 Kerangka Teoritis**

#### **a. Konsep Diplomasi Publik**

Teori merupakan suatu gabungan dari konsep, definisi, proporsi serta variable yang saling berkesinambungan antar satu dengan yang lainnya secara sistematis dan telah digeneralisasikan agar dapat mengemukakan dan memprediksi suatu peristiwa atau fakta (Cooper dikutip oleh Umar, 2004). Adapun Siswoyo dikutip oleh Mardalis (2003) menjelaskan, teori adalah sekumpulan konsep dan definisi yang berkesinambungan dan mencerminkan suatu pandangan sistematis terhadap suatu peristiwa melalui penjelasan hubungan antar variable, bertujuan agar menjelaskan dan memprediksi peristiwa.

Dalam memberikan gambaran pada penelitian ini, penulis mengemukakan kerangka teori yang berkaitan dengan penelitian. Teori teori yang digunakan adalah teori diplomasi publik. Menurut Leonard (2002), diplomasi publik adalah instrumen dalam menciptakan hubungan melalui pemahaman kebutuhan, budaya serta masyarakat, komunikasi ideologi, meluruskan persepsi yang salah dalam publik internasional, dan menemukan lingkup dimana pemerintah bisa menemukan pandangan yang sama. Ikatan dalam diplomasi publik tersebut diharapkan bisa menciptakan lingkungan yang baik untuk melakukan kerjasama dan meningkatkan transaksi masyarakat antar negara.

Melalui diplomasi publik, ada beberapa tujuan yang dapat dicapai menurut Leonard (2002); 1. Menciptakan rasa keakraban terhadap negara lain dengan membuat suatu negara memikirkan negara pelaku diplomasi melalui citra positif yang dimiliki; 2. Meningkatkan penghargaan publik pada suatu negara, seperti memiliki pandangan yang positif; 3. Mempererat relasi terhadap masyarakat suatu negara, seperti melakukan kerjasama dalam bidang pendidikan, memikat masyarakat suatu negara untuk berkunjung ke destinasi wisata, menjadi konsumen produk suatu negara, memberi pengetahuan terhadap nilai-nilai

yang ditaati oleh aktor; 4. Mempengaruhi masyarakat suatu negara untuk melakukan investasi serta menjadi rekan dalam bidang politik.

Berdasar pada definisi yang telah dijelaskan oleh Leonard, dapat disimpulkan bahwa diperlukannya komunikasi yang saling bertimbal-balik diplomasi publik, supaya nilai serta pesan yang ditujukan bisa diterima tanpa kesalahpahaman serta diplomasi publik menjadi instrumen yang tepat pada era globalisasi ini.

Diplomasi publik merupakan mekanisme upaya aktor-aktor hubungan internasional terhadap masyarakat publik di luar negeri dalam menyelesaikan masalah dalam ruang lingkup internasional (Cull, 2009:12). Menurut Cull (2009:17) aktivitas diplomasi publik terbagi menjadi enam bentuk, antara lain *listening*, *advocacy*, *cultural diplomacy*, *exchange diplomacy*, *international broadcasting*, dan *Psychological Warfare*. Aktivitas-aktivitas inilah yang nantinya penulis gunakan sebagai alat untuk melihat tingkat keberhasilan diplomasi publik Jepang terhadap Indonesia melalui budaya populer.

*Listening* menjadi tahapan awal dalam praktek diplomasi publik, aktor berusaha untuk mengontrol lingkungan internasional dengan cara mengumpulkan data serta opini dan menyusunnya untuk dijadikan sebagai acuan kebijakan aktor diplomasi publik dalam meluaskan pendekatan diplomasinya.

*Advocacy* merupakan upaya aktor dalam mengontrol lingkungan internasional melalui kegiatan komunikasi internasional secara aktif guna memromosikan ide, kebijakan serta kepentingan nasionalnya yang berkaitan terhadap kebijakan luar negeri.

*Cultural Diplomacy*, upaya aktor diplomasi dalam mengontrol dengan memberdayakan kebudayaan-kebudayaan serta pencapaiannya yang telah dikenal oleh masyarakat luar negeri, serta memfasilitasi penyebaran budayanya ke luar negeri.

*Exchange Diplomacy*, upaya aktor diplomasi dengan melakukan pertukaran warga negaranya dalam rentang waktu guna mempelajari budaya atau akulturasi. Praktek timbal

balik ini cenderung untuk menanamkan kesamaan pada diplomasi publik. Sejalan dengan visi sebagai pengalaman dan pembelajaran internasional yang dapat saling menguntungkan bagi ke dua pelaku diplomasi.

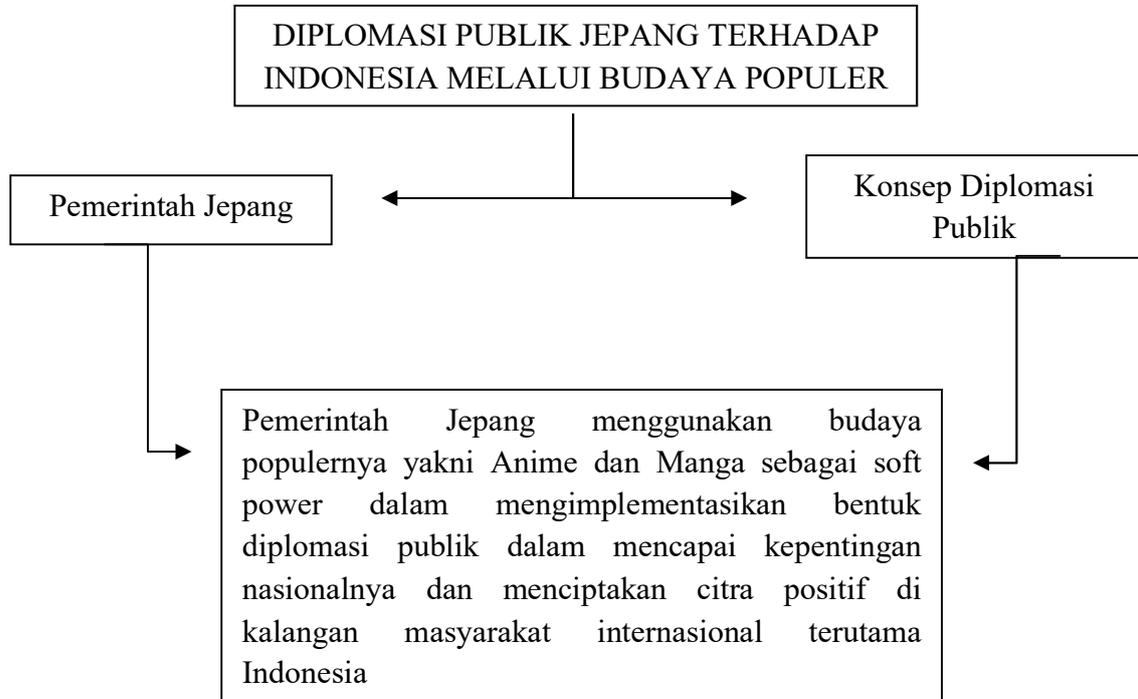
*International Broadcasting* adalah upaya aktor dalam mengontrol lingkungan internasional melalui teknologi seperti internet, tv serta radio guna membangun hubungan dengan masyarakat luar negeri. Praktik elemen ini bisa dilaksanakan bersama elemen diplomasi publik lainnya.

Bentuk terakhir dari diplomasi publik yakni *psychological warfare*, upaya aktor dalam menggunakan komunikasi terhadap masyarakat rival guna mencapai kepentingan, aktivitas ini dapat dijalankan secara terbuka serta rahasia. Adapun bentuk ini masih kontroversial, sebab penggunaannya cenderung pada masa perang.

Berdasar kerangka konsep yang sudah dijelaskan oleh peneliti diatas, untuk menganalisis diplomasi pulik yang dilaksanakan negara Jepang melalui budaya populer, peneliti akan menggunakan dimensi yang telah dikemukakan oleh Nicholas J. Cull dalam bukunya *Public Diplomacy: Lesson from the Past*. Namun, dalam penggunaanya penulis hanya akan menggunakan 5 dari 6 aktivitas tersebut dikarenakan, aktivitas ke-6 masih menjadi perdebatan dan hanya dilakukan pada masa perang.

### 1.6.2 Alur Pemikiran

Dari latar belakang dan landasan konseptual yang telah diuraikan oleh peneliti diatas, maka peneliti menyimpulkan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1.6.1 Alur Pemikiran

### 1.7. Argumen Utama

Diplomasi publik adalah mekanisme untuk menciptakan relasi melalui pemahaman kebutuhan, budaya serta masyarakat, komunikasi ideologi, dan meluruskan persepsi yang salah dalam lingkungan internasional, serta menemukan lingkup bagi pemerintah untuk menemukan persamaan pandangan. Budaya populer dianggap menjadi salah satu elemen penting yang dapat melancarkan penerapan diplomasi publik. Jepang menjadi salah satu negara yang mengimplementasikan diplomasi publik dengan menonjolkan budaya populernya yang telah dikenal oleh dunia internasional dengan harapan agar dapat mencapai kepentingan nasionalnya dan menghapuskan persepsi buruk serta menciptakan citra positif di masyarakat negara lain terutama Indonesia. Dengan dibantunya The Japan

Foundation, yakni lembaga pemerintah Jepang yang bertugas untuk mendukung pertukaran budayanya secara internasional serta memiliki tujuan untuk mempererat persahabatan antara Jepang dengan negara lain melalui budaya, bahasa dan dialog, sangat berperan penting dalam melancarkan praktek diplomasi publik kepada masyarakat Indonesia melalui penyelenggaraan kegiatan yang mengusung budaya populer yakni anime dan manga.

## **1.8. Metode Penelitian**

Adapun Metode penelitian yang akan digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini ialah sebagai berikut.

### **1.8.1 Desain Penelitian**

Metode yang digunakan oleh penulis untuk penelitian Strategi Diplomasi Publik Jepang Terhadap Indonesia Melalui Budaya Populer Anime dan Manga adalah metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Metode kualitatif merupakan metode yang paling banyak di ambil dalam melakukan penelitian. Menurut Whitney (1960: 160) metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Dapat dikatakan bahwa penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa yang terjadi pada saat sekarang atau masalah aktual.

### **1.8.2 Definisi Konsep**

Diplomasi publik merupakan mekanisme upaya aktor-aktor hubungan internasional terhadap masyarakat publik di luar negeri dalam menyelesaikan masalah dalam ruang lingkup internasional (Cull, 2009:12). Menurut Cull (2009:17) aktivitas diplomasi publik terbagi menjadi enam bentuk, antara lain *listening*, *advocacy*, *cultural diplomacy*, *exchange diplomacy*, *international broadcasting*, dan *Psychological Warfare*. Aktivitas-aktivitas inilah yang nantinya penulis gunakan sebagai alat untuk melihat tingkat

keberhasilan diplomasi publik Jepang terhadap Indonesia melalui budaya populer. Namun, dalam penggunaannya penulis hanya akan menggunakan 5 dari 6 aktivitas tersebut dikarenakan, aktivitas ke 6 masih menjadi perdebatan dan hanya dilakukan pada masa perang.

### 1.8.3 Fokus Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Deskripsi
Diplomasi Publik	<i>Listening</i>	Opini masyarakat Indonesia mengenai budaya populer Jepang	Pengumpulan data/opini masyarakat Indonesia mengenai budaya populer Jepang terutama anime dan manga
	<i>Advocacy</i>	Kebijakan atau ide pemerintah Jepang mengenai budaya populernya	Kebijakan yang diterapkan oleh pemerintah Jepang dalam membantu penyebaran budaya populer terutama anime dan manga di Indonesia
	<i>Cultural Diplomacy</i>	Pemberdayaan sumber kebudayaan dan memfasilitasi transmisinya	Kegiatan atau sarana terkait budaya populer anime dan manga yang disediakan oleh pemerintah Jepang untuk mendukung penyebarannya di Indonesia
	<i>Exchange Diplomacy</i>	Pertukaran warga negara dalam mendukung akulturasi	Melakukan kegiatan pertukaran warga negara dalam mendukung akulturasi kedua negara (Indonesia dan Jepang) di bidang budaya populer terkait anime dan manga
	<i>International Broadcasting</i>	Sarana yang digunakan dalam upaya mempromosikan budaya populer Jepang	Media yang digunakan dalam mempromosikan budaya populer terkait anime dan manga oleh pemerintah Jepang di Indonesia

Tabel 1.8.1 Fokus Penelitian

#### **1.8.4 Unit Analisis**

Unit analisis dari penelitian ini adalah pemerintah Jepang dalam melakukan diplomasi publik terhadap Indonesia melalui budaya populer. Pemilihan unit analisis ini dikarenakan penulis nantinya akan membahas dan menganalisis diplomasi publik Jepang terhadap Indonesia melalui budaya populer.

#### **1.8.5 Jenis Data dan Sumber Data**

Adapun jenis data dan sumber data yang digunakan peneliti dalam pada tugas akhir ini adalah menggunakan data sekunder. Data sekundernya akan didapatkan dari *literature review* dari berbagai sumber-sumber seperti jurnal, artikel, buku, majalah, koran, maupun artikel internet. Dokumen dalam hal ini juga mengacu pada teks atau apa saja yang tertulis, tampak secara visual atau diucapkan melalui media komunikasi.

#### **1.8.6 Teknik Pengumpulan Data**

Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah teknik studi dokumentasi. Teknik dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data dan informasi secara tidak langsung melalui buku-buku, laporan-laporan, jurnal-jurnal, dan situs-situs internet yang memuat bahan penelitian yang relevan untuk dapat membantu dalam pelaksanaan penelitian.

#### **1.8.7 Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti dalam menganalisis data hasil penelitian adalah teknik analisis kualitatif. Penelitian ini dilakukan dengan cara menganalisa dan menjelaskan fakta-fakta yang ada secara sistematis, kemudian menghubungkan fakta tersebut sehingga menghasilkan argumen yang tepat.

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku:**

- Budi Winarno, I. N. 1997. Tinjauan Kritis Terhadap Realisme Politik dan Relevansinya Terhadap Politik Internasional Pasca Perang Dingin.
- Cull, Nicholas J. 2009. Public Diplomacy: Lessons From The Past. Los Angeles: Figueroa Press.
- Dodd, J. & Richmond, S. 2011. The Rough Guide to Japan. London: Rough Guides.
- Emilia,R. 2013. Praktek Diplomasi. Jakarta: Baduose Media.
- J.S. Nye, Jr ‘Soft Power’, dalam *Foreign Policy*, Twentieth Anniversary, No. 80, Autumn 1990, p. 154.
- Japan Foundation. 2016. Japanese Film Festival 2016 Catalogue. Jakarta: Japan Foundation.
- Japan Foundation. 2017. Japanese Film Festival 2017 Catalogue. Jakarta: Japan Foundation.
- Japan Foundation. 2018. Japanese Film Festival 2018 Catalogue. Jakarta: Japan Foundation.
- Japan Foundation. 2019. Japanese Film Festival 2019 Catalogue. Jakarta: Japan Foundation.
- Japan Foundation. 2020. Japanese Film Festival 2020 Catalogue. Jakarta: Japan Foundation.
- Leonard, Mark. 2002. Public Diplomacy. The Foreign Policy Centre. London.
- R.P. Barston, Modem Diplomacy, Longman, N.Y, 1997.
- Storey, J. 2009. Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction. London: Pearson Longman.

**Jurnal :**

- Aldrian. 2016. Diplomasi Kebudayaan Jepang Terhadap Indonesia Dalam Kerangka Japan-Indonesia Partnership Agreement Tahun 2012-2015. *JOM FISIP* Vol. 3 No. 1.
- Aulia Amalina. 2012. Budaya Populer Jepang Sebagai Instrumen Diplomasi Jepang dan Pengaruhnya Terhadap Komunitas-Komunitas di Indonesia. *Andalas Journal of International Studies*. Vol 1.
- Ernowo, Alfonsonsus Ega. Dkk. 2021. Pengujian Website CGV Cinemas Berdasarkan Aspek IMK dengan Metode A/B Testing. *Jurnal Informatika Atma Jogja* Vol. 2 No.2.
- Erwindo, C. W. 2018. Efektivitas Diplomasi Budaya Dalam Penyebaran Anime dan Manga Sebagai Nation Branding Jepang. *Jurnal Analisis Hubungan Internasional* Vol. 7 No. 2.
- Firman Budianto. 2015. Anime, Cool Japan, dan Globalisasi Budaya Populer Jepang. *Jurnal Kajian Wilayah*, Vol. 6 No. 2.
- Helmi, A. V. 2010. Budaya Populer Jepang di Indonesia: Catatan Studi Fenomenologis Tentang Konsep Diri Anggota Cosplay Party Bandung. *Jurnal ASPIKOM*, Vol. 1, No. 1.
- Matahari, O. G. 2014. Analisis Implementasi Strategi Diplomasi Budaya Populer Jepang Di Indonesia Tahun 2008-2013. *Jurnal Analisis Hubungan Internasional* Vol. 3, No. 2.
- Nugraha, H. 2017. Upaya The Japan Foundation Dalam Meningkatkan Hubungan Kerjasama Indonesia-Jepang di Bidang Budaya. *Jurnal Ilmu Hubungan Internasional*.
- Pratama, Evan Sares. 2021. Diplomasi Kebudayaan Jepang di Indonesia Melalui *The Japan Foundation* Tahun 2015-2018. *JOM FISIP* Vol. 8: Edisi I Januari-Juni 2021.

- Prista Ardi Nugroho, G. H. 2015. Anime Sebagai Budaya Populer (Studi Pada Komunitas Anime di Yogyakarta). *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 5-7.
- Rachmawati, Iva. 2019. Film Sebagai Diplomasi Budaya. *Jurnal Studi Diplomasi dan Keamanan. Vol. 11*.
- Rastati, R. 2015. Dari Softpower Jepang Hingga Hijab Cosplay. *Jurnal Masyarakat dan Budaya*.
- Safariani, Putri. 2017. Penyebaran *Pop Culture* Jepang oleh *Anime Festival Asia* (AFA) di Indonesia Tahun 2012-2016. *eJournal Ilmu Hubungan Internasional, Volume 5, Nomor 3: 729-744*.
- Yamane, Toi. 2020. Kepopuleran dan Penerimaan Anime Jepang di Indonesia. *Jurnal Ayumi, Volume 7, Nomor 1, pp. 68–82*.

#### **Skripsi :**

- Bagus Fitriani, Y. P. 2013. Analisis Cool Japan Dalam Politik Dan Ekonomi Luar Negeri Jepang Periode 2002-2013. Skripsi.
- Dini Apriliyanti. 2013. Diplomasi Publik Jepang Terhadap Indonesia Melalui Budaya Pop Jepang. Skripsi Program Studi Ilmu Hubungan Internasional Universitas Jember.
- Purba, Ade Lia Br. 2021. *Cool Japan Strategy* dalam Hubungan Diplomasi Jepang-Indonesia. Skripsi Universitas Sumatera Utara.
- Saniyah, Atus. 2010. Kelompok Penggemar Manga Online (*Online Manga Fandom*). Skripsi Universitas Airlangga.
- Umam, A. K. 2018. Diplomasi Budaya Jepang Melalui Jakarta-Japan Matsuri Tahun 2008-2017. *Skripsi*.
- Yolana Wulansuci. 2010. Budaya Populer Manga dan Anime Sebagai *Soft Power* Jepang. Skripsi Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Program Studi Jepang Universitas Indonesia.

**Website :**

Alabn. 2015. Komik Doraemon, Dragon Ball dan Sejarah Masuknya Manga ke Indonesia  
<https://www.alabn.com/komik-doraemon-dragon-ball-indonesia/>. Diakses pada 16  
September 2020.

*Anime Festival Asia* (AFA). 2015. *AFAID 2015 Event Guide*. Diakses melalui  
<https://animefestival.asia/afaid15/project/afaid-2015-event-guide/> pada 29  
November 2021.

*Anime Festival Asia* (AFA). 2012. Poster AFAID 2012. Diakses melalui  
<https://animefestival.asia/afaid12/> pada 29 November 2021.

Antarafoto. 2009. *Jak Japan Matsuri 2009*. Diakses melalui  
<https://www.antarafoto.com/mudik/v1255259233/jak-japan-matsuri-2009> pada 29  
November 2021.

Arahkata. 2021. Di Tengah Pandemi Covid-19, *Anime Festival Asia* Tetap Hadir di  
Indonesia. Diakses melalui [https://arahkata.pikiran-rakyat.com/gaya-hidup/pr-  
1281544527/di-tengah-pandemi-covid-19-anime-festival-asia-tetap-hadir-di-  
indonesia](https://arahkata.pikiran-rakyat.com/gaya-hidup/pr-1281544527/di-tengah-pandemi-covid-19-anime-festival-asia-tetap-hadir-di-indonesia) pada 29 November 2021.

Bedah Narasi. 2022. Aswin Nur Cahya: VFX Competitor dari Indonesia di Balik Anime  
Tokyo Revengers.  
[https://www.kompasiana.com/bedahnarasi/62e0cc163555e410c63e2ea2/aswin-nur-  
cahya-vfx-competitor-dari-indonesia-di-balik-anime-tokyo-revengers](https://www.kompasiana.com/bedahnarasi/62e0cc163555e410c63e2ea2/aswin-nur-cahya-vfx-competitor-dari-indonesia-di-balik-anime-tokyo-revengers). Diakses pada  
1 Juni 2023.

CNN Indonesia. 2020. Sejarah Anime: Sejak 1907 hingga Mewabah ke Indonesia  
[https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20200719125155-225-526357/sejarah-  
anime-sejak-1907-hingga-mewabah-ke-indonesia](https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20200719125155-225-526357/sejarah-anime-sejak-1907-hingga-mewabah-ke-indonesia). Diakses pada 6 September 2020.

- CNN Indonesia. 2021. Sejarah Peristiwa Malari, Malapetaka di Tahun 1974. Diakses melalui <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20210628163931-31-660422/sejarah-peristiwa-malari-malapetaka-di-tahun-1974> pada 29 November 2021.
- Daniel, Aditya. 2021. Inilah Orang Indonesia yang Ikut Garap Anime Tokyo Revengers. <https://duniaku.idntimes.com/anime-manga/anime-lain/aditya-daniel/inilah-orang-indonesia-yang-ikut-garap-anime-tokyo-revengers>. Diakses pada 1 Juni 2023.
- Gramedia Blog. 2021. 10 Komik *Best Seller* Hingga Juni 2021. Diakses melalui <https://www.gramedia.com/blog/10-komik-best-seller/> pada 29 November 2021.
- IDN Times. 2020. 8 *Anime Sports* yang Pernah Tayang di TV Lokal, Selalu Bikin Kangen. Diakses melalui <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/mito-rudito/8-anime-sports-yang-pernah-tayang-di-tv-lokal-selalu-bikin-kangen-c1c2/8> pada 29 November 2021.
- IDN Times. 2020. 10 Aplikasi Android untuk Baca Webtoon Gratis dan Berbahasa Indonesia. Diakses melalui <https://www.idntimes.com/tech/trend/izza-namira-1/rekomendasi-aplikasi-baca-webtoon-terbaik/9> pada 29 November 2021.
- IDtesis. 2012. Pengertian dan jenis metode deskriptif <https://idtesis.com/metode-deskriptif/>, Diakses pada 17 Februari 2020.
- IndBeasiswa. 2021. Pertukaran Pelajar ke Jepang Program *Asia Kakehashi Project*. Diakses melalui <https://indbeasiswa.com/2021/09/pertukaran-pelajar-ke-jepang-kakehashi.html> pada 29 November 2021.
- Japanese Film Festival. 2021. *Japanese Film Festival Online 2022*. Diakses melalui <https://jff.jp/watch/jffonline2022/> pada 29 November 2021.

- Kaori Nusantara. 2021. Sambut *Animeland, Event Festival Anime Virtual* Terbesar di Indonesia. Diakses melalui <https://www.kaorinusantara.or.id/newsline/169707/animeland-event-anime-virtual-agustus-2021> pada 29 November 2021.
- Kim, H.J. 2011. Cultural Diplomacy as the Means of Soft Power in an Information Age. [http://www.culturaldiplomacy.org/pdf/casestudies/Hwajung\\_Kim\\_Cultural\\_Diplomacy\\_as\\_the\\_Means\\_of\\_Soft\\_Power\\_in\\_the\\_Informati\\_on\\_Age.pdf](http://www.culturaldiplomacy.org/pdf/casestudies/Hwajung_Kim_Cultural_Diplomacy_as_the_Means_of_Soft_Power_in_the_Informati_on_Age.pdf). Diakses pada 12 Juni 2020.
- Kurniawan Hasan. 2015. Keberhasilan diplomasi budaya Jepang di Indonesia, <https://nasional.sindonews.com/berita/1013425/144/keberhasilan-diplomasi-budaya-jepang-di-indonesia>. Diakses 12 Juni 2020.
- Luthfi, Widhi. 2020. Lewat Manga Reformer Komikus Indonesia Debut di Jepang. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/02/26/lewat-manga-reformer-komikus-indonesia-debut-di-jepang>. Diakses pada 1 Juni 2023.
- McGray, D. 2002. "Japan's gross national cool." Foreign policy. <http://foreignpolicy.com/2009/11/11/japans-grossnational-cool/> Diakses pada 27 Februari 2020.
- Michico, N. R. 2018. Diambil kembali dari CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20181112150310-199-345898/pria-jepang-menikahi-gadis-hologram> pada 27 Februari 2020.
- Muchlisin Riadi, 2015, Diplomasi publik dan national branding <https://www.kajianpustaka.com/2015/02/diplomasi-publik-dan-national-branding.html>, Diakses pada 27 Februari 2020.

- NHK World Japan. 2020. Festival *Online* Indonesia-Jepang. Diakses melalui <https://www3.nhk.or.jp/nhkworld/id/radio/listener/202010250600/> pada 29 November 2021.
- Permana, Bayu Galih. 2019. Manga Indonesia Reformer Akhirnya Debut di Jepang. <https://hai.grid.id/read/071953399/manga-indonesia-reformer-akhirnya-debut-di-jepang?page=all>. Diakses pada 1 Juni 2023.
- PWMU. 2019. Belajar Bahasa Jepang Makin Asyik Ada *Nihongo Partner* di Sekolah Ini. Diakses melalui <https://pwmu.co/109938/09/20/belajar-bahasa-jepang-makin-asyik-ada-nihongo-partner-di-sekolah-ini/> pada 29 November 2021.
- Republika. 2019. Serunya Festival Comifuro ke-13. Diakses melalui <https://nasional.republika.co.id/berita/pxkkpo313/serunya-festival-comifuro-ke13> pada 29 November 2021.
- Roroputri. 2017. *Buat Kamu Pencinta Anime, Wajib Tahu Nih Sejarah Anime di Indonesia*. Diakses melalui <https://www.hipwee.com/narasi/buat-kamu-pencinta-anime-wajib-tahu-nih-sejarah-anime-di-indonesia/> pada 28 November 2021.
- Satria. 2016. Pengertian teori menurut para ahli <https://www.materibelajar.id/2016/05/pengertian-teori-dan-konsep-menurut.html>, Diakses pada 25 Februari 2020.
- The Japan Foundation Asia Center. 2020. *About NIHONGO Partners Program*. Diakses melalui <https://jfac.jp/en/partners/> pada 29 November 2021.
- Wardani, D. P. 2018. Diambil kembali dari Liputan 6: <https://www.liputan6.com/health/read/3692182/kecewa-dengan-wanita-asli-pria-ini-mantap-menikah-dengan-hologram-anime> pada 8 November 2020.