

**DIPLOMASI KEBUDAYAAN JEPANG DI INDONESIA
MELALUI *EVENT THE WORLD OF GHIBLI***

SKRIPSI

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



Disusun oleh :

PANJI PANGESTU

07041382025159

**JURUSAN ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
PALEMBANG**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

DIPLOMASI KEBUDAYAAN JEPANG DI INDONESIA MELALUI EVENT *THE WORLD OF GHIBLI*

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

Oleh :

PANJI PANGESTU

07041382025159

Telah Disetujui oleh Dosen Pembimbing, 28 November 2024

Pembimbing I

Ferdiansyah R, S.I.P., M.A
NIP. 198904112019031013



Disetujui Oleh,

Ketua Jurusan



Sofyan Effendi, S.I.P., M.Si
NIP. 197705122003121003

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

DIPLOMASI KEBUDAYAAN JEPANG DI INDONESIA MELALUI *EVENT THE WORLD OF GHIBLI*

Oleh :

PANJI PANGESTU

07041382025159

Telah Dipertahankan di Depan Penguji

Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat Pada Tanggal 20 Desember 2024

Pembimbing I

Ferdiansyah R, S.I.P., M.A

NIP. 198904112019031013

Tanda Tangan



Penguji I

Yuniarsih Manggarsari, S.Pd., M.Pd

NIP. 1671044206870015



Penguji II

Indra Tamsyah, S.IP., M.Hub.Int

NIP. 198805252023211033



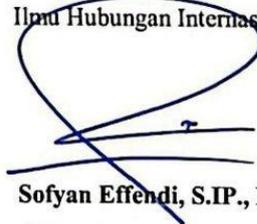
Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI



Ketua Jurusan

Ilmu Hubungan Internasional



Sofyan Effendi, S.IP., M.Si

NIP. 197705122003121003

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Panji Pangestu

NIM : 07041382025159

Jurusan : Ilmu Hubungan Internasional

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang berjudul "**Diplomasi Kebudayaan Jepang di Indonesia Melalui Event *THE WORLD OF GHIBLI***" 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 dikemudian 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 saya buat dengan sungguh-sungguh tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Palembang, 12 November 2024

Yang Membuat Pernyataan



Panji Pangestu

NIM. 07041382025159

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran diplomasi budaya dalam memperkuat hubungan bilateral antara Indonesia dan Jepang melalui program pertukaran budaya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, serta mendasarkan analisis pada teori diplomasi budaya yang menekankan pentingnya interaksi budaya dalam membangun hubungan internasional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *event The World of Ghibli* berhasil menjadi media diplomasi budaya yang efektif. *Event* ini tidak hanya meningkatkan pemahaman dan apresiasi terhadap budaya Jepang di Indonesia, tetapi juga menciptakan peluang kerjasama yang lebih luas di bidang seni, pendidikan, dan sektor lainnya. Data menunjukkan adanya peningkatan minat masyarakat Indonesia terhadap program pertukaran pelajar dan budaya, serta meningkatnya permintaan kerjasama antar institusi kedua negara. Dengan demikian, *The World of Ghibli* berfungsi sebagai katalis dalam memperkuat hubungan bilateral Indonesia-Jepang melalui diplomasi budaya yang berdampak positif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Diplomasi Budaya, Jepang, Indonesia, *The World of Ghibli*, Hubungan Bilateral.

Mengetahui,
Pembimbing I


Ferdiansyah R, S.I.P., M.A
NIP. 198904112019031013

Palembang, 20 Desember 2024

Disetujui Oleh,
Ketua Jurusan


Sofyan Effendi, S.I.P., M.Si
NIP. 197705122003121003

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of cultural diplomacy in strengthening bilateral relations between Indonesia and Japan through cultural exchange programs. This research employs a qualitative method with a descriptive approach, grounded in the theory of cultural diplomacy, which emphasizes the importance of cultural interaction in building international relations. The findings reveal that The World of Ghibli event has proven to be an effective medium for cultural diplomacy. This event not only enhances understanding and appreciation of Japanese culture in Indonesia but also creates broader collaboration opportunities in the fields of arts, education, and other sectors. Data indicates increased interest among Indonesians in student and cultural exchange programs, as well as growing demand for institutional collaboration between the two countries. Thus, The World of Ghibli serves as a catalyst for strengthening Indonesia-Japan bilateral relations through impactful and sustainable cultural diplomacy.

Keywords: *Cultural Diplomacy, Japan, Indonesia, The World of Ghibli, Bilateral Relations.*

Mengetahui,
Pembimbing I

Ferdiansyah R, S.I.P., M.A
NIP. 198904112019031013

Palembang, 20 Desember 2024

Disetujui Oleh,
Ketua Jurusan

Sofyan Efendi, S.IP., M.Si
NIP. 197705122003121003

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas berkah dan rahmat ALLAH SWT yang telah memberikan penulis kemudahan sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan tepat waktu. Tanpa karunianya penulis tidak akan sanggup untuk menyelesaikan skripsi yang diberi judul “**Diplomasi Kebudayaan Jepang di Indonesia Melalui *Event THE WORLD OF GHIBLI***”. Skripsi ini guna untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar sarjana dalam bidang Ilmu Hubungan Internasional program Strata Satu (S-1) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Penyusunan Skripsi ini sebagai bentuk kesungguhan dari penulis dalam memenuhi persyaratan akademik untuk menyelesaikan pendidikan pada program Studi Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya. Penulis menyadari selama menyusun Skripsi ini tidak lepas dari dukungan, doa serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu saya mengucapkan terima kasih sedalam- dalamnya kepada:

1. ALLAH SWT yang telah memberikan kesehatan, kemudahan dan kemampuan bagi penulis untuk menyusun skripsi ini;
2. Kedua orang tua penulis papi Mashur Mahmud dan mami Yusnaini yang penulis cintai dan sayangi. Terimakasih atas segala doa, pengorbanan, dukungan serta rasa kasih sayang kalian yang tiada henti diberikan kepada penulis. Terimakasih sudah menemani berproses dan selalu membuat penulis bangkit dari keputus asa agar menjadi manusia yang lebih kuat dan lebih baik terus kedepannya. Terimakasih sudah selalu mendengarkan keluh kesah selama ini, jika bukan karena kalian mungkin tidak akan bertahan sampai sekarang;
3. Bapak Ferdiansyah R, S.I.P., M.A selaku Dosen Pembimbing penulis yang telah banyak membimbing, memberikan masukan serta membantu penulis selama penulisan skripsi ini dikarenakan penulis kebanyakan bingung dan ngang ngongnya;

4. Bapak Dr. Zulfikri Suleman, M.A, Bapak Indra Tamsyah, S.IP., M.Hub.Int dan Ibu Yuniarsih Manggarsari, S.Pd., M.Pd, selaku dosen penguji penulis yang telah membantu memberikan masukan-masukan untuk skripsi penulis;
5. Untuk sahabat – sahabat penulis yang sudah dianggap seperti keluarga sendiri yakni, Ahmad Nafidzulfikhri, Shofy Nafisa, dan Clarissa Adisthy, sehat – sehat ya kalian dimana pun berada. Terima kasih untuk bantuan dan semangatnya, serta senantiasa mendengarkan keluh kesah penulis selama proses skripsian;
6. Untuk Penulis terima kasih sudah bertahan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dari keterbatasan kemampuan dan pengetahuan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik untuk menyempurnakan skripsi ini di kemudian hari. Akhir kata, penulis berharap Allah SWT dapat membalas segala kebaikan semua pihak yang sudah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi ilmu pengetahuan serta masyarakat luas, khususnya dibidang Ilmu Hubungan Internasional

Palembang, 12 November 2024

Panji Pangestu

07041382025159

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR SINGKATAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Akademis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori.....	15
2.2.1 Diplomasi Budaya.....	15
2.3 Alur Pemikiran.....	17
2.4 Argumentasi Utama.....	17
BAB III METODE PENELITIAN.....	18
3.1 Desain Penelitian.....	18
3.2 Definisi Konsep.....	18
3.2.1 Diplomasi Budaya.....	18
3.2.2 <i>Anime</i>	19
3.3 Fokus Penelitian.....	20

3.4 Unit Analisis	21
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	21
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.7 Teknik Keabsahan Data	22
3.8 Teknik Analisis Data	23
BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN	24
4.1 Dinamika Hubungan antara Indonesia dan Jepang.....	24
4.1.1 Sejarah Hubungan Indonesia dan Jepang	24
4.1.2 Kerjasama Indonesia dan Jepang dalam Bidang Budaya.....	26
4.2 <i>Nation Branding</i> Indonesia di Jepang.....	28
4.3 Latar Belakang dan Sejarah <i>The World of Ghibli</i> Jakarta.....	31
4.4 Program Film <i>The World of Ghibli</i> Jakarta	31
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	38
5.1 Koneksi Dua Arah	38
5.2 Meningkatkan Pemahaman Masyarakat	42
5.3 Menghubungkan Pihak-Pihak.....	45
5.4 <i>The World of Ghibli</i> di Indonesia sebagai instrument <i>Cool Japan Strategy</i> : Tinjauan dari berbagai aktor yang terlibat	47
BAB VI PENUTUP	52
6.1 Kesimpulan	52
6.2 Saran	53
Transkrip Wawancara	54
Dokumentasi	59
DAFTAR PUSTAKA.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Alur Pemikiran.....	17
Gambar 4.1 Poster <i>Spirited Away</i>	34
Gambar 4.2 Poster <i>My Neighbor Totoro</i>	36
Gambar 5.1 JKT 48 dalam <i>event The World of Ghibli</i> di Indonesia.....	49
Gambar 5.2 Jumlah Pengunjung AFAID 2012-2018.....	51

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	7
Tabel 3.1 Fokus Penelitian.....	20
Tabel 4.1 Kumpulan film Studio Ghibli.....	32

DAFTAR SINGKATAN

AFAID	: <i>Anime Festival Asia Indonesia</i>
BPS	: Badan Pusat Statistik
DKI	: Daerah Khusus Ibukota
IJEPA	: <i>Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement</i>
JETRO	: <i>Japan External Trade Organization</i>
JIEPA	: <i>Japan-Indonesia Economic Partnership Agreement</i>
OVA	: <i>Original Video Animation</i>

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jepang merupakan salah satu negara yang ada di kawasan Asia, namun terkenal dengan kemajuan di berbagai bidangnya, termasuk teknologi dan kebudayaan. Namun sebelum berada di fase seperti sekarang, Jepang pada pasca Perang Dunia II banyak kehilangan kapasitasnya sebagai negara yang memiliki kekuatan di bidang militer (Mustaqim, 2018). Bahkan Jepang juga menjadi negara yang memiliki *image* yang tidak begitu baik. Karena pada dasarnya, negara ini pernah menjadi negara kolonial yang menjajah beberapa negara termasuk negara Indonesia demi mencapai kepentingan nasional. Tidak hanya sampai di situ saja, Jepang yang dulunya sempat menjadi negara kolonial, ternyata berhasil membuat negara ini pada masa itu menjadi negara dengan ekonomi yang cukup baik. Akan tetapi akibat kekalahan Jepang pada Perang Dunia II, pada akhirnya ekonomi dari negara sakura ini pula mengalami penurunan. Meskipun secara ekonomi maupun juga militer negara ini mengalami penurunan, akan tetapi Jepang terbilang cukup cepat bertransformasi untuk melakukan revitalisasi terhadap negaranya.

Transformasi ini pertama kali mereka wujudkan dengan cara memperbaiki citra diri negara mereka melalui kebudayaan (Pranata, 2019). Untuk memperkuat *soft power*, pemerintah Jepang berupaya memperkenalkan budaya populernya secara luas. Melalui penyebaran *anime* dan *manga*, berbagai negara dapat memahami aspek kehidupan sehari-hari, sosial, serta budaya Jepang sesuai sudut pandang masing-masing. Untuk mengapresiasi kenyataan bahwa *anime* dan *manga* telah mendunia sebagai produk konsumsi global, pemerintah Jepang menginisiasi penghargaan bernama *Japan International Manga Award*.

Pemberian penghargaan ini diharapkan dapat semakin memajukan promosi *anime* dan *manga*, yang pada akhirnya memberikan dampak positif bagi Jepang secara keseluruhan. *Anime* dan *manga* memiliki kontribusi signifikan terhadap ekonomi Jepang, sekaligus menjadi faktor utama dalam penyebaran budaya populer. Selain itu, terdapat berbagai aspek lain yang menjadikan *anime* dan *manga* sebagai elemen penting dari identitas budaya Jepang. Salah satu aspek tersebut adalah upaya pertukaran budaya, yang dilaksanakan oleh pemerintah Jepang melalui pendekatan diplomasi budaya. Pendekatan ini ditujukan untuk menjangkau masyarakat luas (Erwindo, 2018).

Maka dari itu Jepang pada akhir 1990-an harus merubah kembali strategi diplomasinya mereka. Hal ini dikarenakan adanya arus globalisasi yang memberikan banyak tantangan bagi Jepang sehingga Jepang pada akhirnya mengembangkan budaya postmodern atau *pop culture* mereka disamping memanfaatkan budaya tradisional yang sebelumnya telah ada. Adapun budaya postmodern yang Jepang kembangkan yaitu dapat terlihat dari adanya komik *manga*, *anime*, music pop, fashion, serta makanan yang hingga sekarang posisinya menduduki peran penting bagi Jepang di dunia internasional. Pemanfaatan pop culture oleh Jepang ini merupakan sebagai bentuk wujud dari keseriusan Jepang dalam mewujudkan diplomasi budaya mereka yang diberi nama program “*Cool Japan Initiative*”. Program ini dibentuk pada masa pemerintahannya Shinzo Abe periode ketiga (Pradit & Toko, 2021)

Tujuan dari “*Cool Japan*” ini adalah agar Jepang bisa mendapatkan pengaruhnya pada negara lain namun dengan cara mempertahankan status negaranya sebagai negara yang *cultural superpower*. Dalam menjalankan diplomasi budayanya mereka satu ini, terdapat tiga hal yang dilakukan oleh Jepang yaitu yang pertama melakukan pendistribusian pada jasa dan produknya Jepang ke negara lain dengan melakukan pembukaan anak perusahaan baru, cabang. Lalu kedua, Jepang juga melakukan ekspansi bisnis serta membuat festival yang

berkaitan dengan berbagai kebudayaan Jepang. Terakhir, *Cool Japan* dilakukan dengan cara menarik minat masyarakat lain agar bisa membeli atau mengkonsumsi berbagai produknya Jepang serta mau berwisata ke Jepang agar nantinya bisa meningkatkan pendapatan nasionalnya Jepang (Salim, 2016). Dapat dilihat bahwa sebenarnya konsep dari ‘*Cool Japan*’ merupakan sebagai wujud ide utamanya Jepang untuk menjalankan diplomasi budayanya (Mustaqim, 2018). Salah satu contoh produk dari adanya *Cool Japan* adalah adanya *pop culture* di Jepang yang terkenal dengan *anime*.

Anime adalah salah satu kebudayaan Jepang yang mendunia hingga saat ini. Salah satu *anime* yang terkenal yaitu *anime* studio *Ghibli* yang dimana studio ghibli sendiri merupakan suatu perusahaan animasi asli Jepang yang telah di sutradari oleh Hayao Miyazaki dan Isao Takahata. *Ghibli* diambil dari bahasa arab yakni *qiblah* yang artinya adalah kiblat. Hal ini dikarenakan pendiri dari *Ghibli* mengharapkan studio ini bisa menjadi kiblat baru bagi film animasi Jepang di dunia (Ahmad, 2017). Dan memasuki abad 21, *anime* semakin membuktikan kualitasnya dengan diraihnya berbagai penghargaan internasional. Studio *Ghibli* dengan Hayao Miyazaki mulai mendominasi. Bahkan beberapa animasi dari studio *Ghibli* seperti *Sen to Chihiro no Kamikakushi (Spirited Away)* berhasil meraih *Academy Award* pada tahun 2001 untuk kategori *Best Animated Feature*. Disusul film Miyazaki berikutnya, *Howl’s Moving Castle* pada tahun 2004 yang dinominasikan untuk kategori yang sama pada *Academy Award* ke-78.

Luasnya pengaruh dari *Ghibli* ini semakin membuat *Ghibli* dikenal oleh negara-negara di dunia. Salah satunya juga Indonesia. Diplomasi antara Jepang dan Indonesia dimulai segera setelah Indonesia merdeka, dengan hubungan resmi yang dibentuk pada tahun 1958 melalui perjanjian damai dan reparasi. Sejak saat itu, kedua negara telah membangun hubungan yang semakin kuat di berbagai bidang, termasuk ekonomi, politik, dan budaya. Salah satu contoh nyata dari upaya diplomasi budaya yang sukses adalah

penyelenggaraan acara “*The World of Ghibli*” pada tahun 2017 dan 2018. Acara ini tidak hanya memperkenalkan karya-karya animasi dari Studio *Ghibli* yang sangat dihargai di seluruh dunia, tetapi juga menjadi platform untuk memperlihatkan elemen-elemen budaya Jepang kepada masyarakat Indonesia.

Pada tahun sekitar 2016 saja, *anime* dari Jepang berhasil terjual hingga 2 miliar yen. Bahkan hingga di tahun 2017 saja, industri *anime* Jepang telah menunjukkan peningkatan yang tinggi (METI, 2012). Semenjak saat itu pula pada akhirnya Jepang semakin mempopulerkan *anime* seperti ini, termasuk di Indonesia. Tidak hanya dalam bentuk film, diplomasi budaya melalui *anime Ghibli* di Indonesia ini juga dikembangkan dengan adanya *event The World of Ghibli* di Jakarta pada tahun 2017. Acara ini merupakan bentuk acara pameran yang diadakan dari tanggal 10 Agustus sampai 17 September 2017 ini merupakan salah satu rangkaian dari *event The World of Ghibli* yang juga mengadakan screening film-film *Ghibli* di kota-kota besar Indonesia (Byputy, 2017). Pelaksana acara “*The World of Ghibli*” adalah kolaborasi antara Studio *Ghibli*, sebuah studio animasi terkenal di Jepang, dengan pemerintah Jepang dan pemerintah Indonesia. Acara ini adalah bentuk diplomasi budaya Jepang yang bertujuan untuk memperkenalkan dan memperkuat hubungan budaya antara Jepang dan Indonesia. Dalam acara ini, berbagai kegiatan diselenggarakan untuk menampilkan elemen-elemen budaya Jepang, seperti pameran karya seni dari film-film *Ghibli*, lokakarya pembuatan seni tradisional Jepang, serta pertunjukan musik dan tarian khas Jepang.

Adapun sebenarnya acara “*The World of Ghibli*” diadakan dua kali, pada tahun 2017 dan 2018, sebagai bagian dari upaya diplomasi budaya Jepang di Indonesia. *Event* ini tidak hanya menampilkan film-film animasi terkenal dari Studio *Ghibli*, tetapi juga menyajikan berbagai ekspresi budaya Jepang. Pada setiap penyelenggaraannya, pameran seni dan instalasi yang menggambarkan dunia-dunia fantastis dari film-film *Ghibli* seperti “*My*

Neighbor Totoro” dan “*Spirited Away*” dipamerkan dengan detail yang mengesankan. Selain itu, ada lokakarya yang mengajarkan keterampilan tradisional Jepang seperti *origami*, *ikebana* (seni merangkai bunga), dan kaligrafi. Pertunjukan musik tradisional Jepang, seperti *taiko* (drum Jepang) dan *shamisen* (alat musik dawai Jepang), serta tarian tradisional, juga menjadi bagian penting dari acara ini. Keseluruhan *event* ini mencerminkan substansi budaya Jepang melalui seni, kerajinan, musik, dan tari, sehingga memberikan pengalaman yang mendalam dan menyeluruh tentang kekayaan budaya Jepang kepada para pengunjung di Indonesia.

Acara tersebut berhasil menarik sebanyak 30.000 pengunjung. Bahkan selain terdapat instalasi tokoh-tokoh dalam film *Ghibli*, pengunjung juga dapat menyaksikan 22 film karya studio *Ghibli* dimana ini turut melibatkan seniman lokal Indonesia dalam membuat miniatur dan figure patung tokoh. Festival ini merupakan perayaan besar yang didedikasikan untuk menghormati warisan karya-karya yang menjadi wajah utama dari Studio Ghibli, sebuah studio animasi Jepang yang terkenal atas karya-karya seperti “*My Neighbor Totoro*”, “*Spirited Away*”, dan “*Princess Mononoke*”. Festival ini menampilkan berbagai elemen yang memukau, termasuk pameran seni dengan konsep dari film-film Studio *Ghibli*, pertunjukan film, dan acara-acara terkait yang dirancang untuk memperkenalkan penggemar Indonesia pada keajaiban dunia animasi yang diciptakan oleh Studio *Ghibli*.

Pemilihan studi kasus “*The World of Ghibli*” ini didasarkan pada ketertarikan pribadi peneliti terhadap *anime* karya Studio *Ghibli*, yang dikenal memiliki kedalaman cerita dan visual yang memukau. Selain itu, belum ada penelitian terdahulu yang membahas acara ini dengan menggunakan level analisis seperti yang digunakan oleh peneliti saat ini. Adanya hal ini pula yang membuat penulis pada akhirnya tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai bagaimana diplomasi budaya Jepang di Indonesia melalui *event The world of Ghibli*.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana *event The World of Ghibli* mengekspresikan budaya Jepang di Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini sendiri memiliki bentuk tujuan yang dimana untuk menganalisis diplomasi budaya Jepang di Indonesia melalui *event The world of Ghibli*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Melalui penelitian mengenai bagaimana diplomasi budaya Jepang di Indonesia melalui *event The world of Ghibli*. Sehingga nantinya di sini para akademisi lebih dapat mengkaji dan menjadi bahan penelitian yang sejenis dalam melihat suatu negara yang menggunakan diplomasi budaya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Melalui penulisan ini, penulis berharap agar penelitian ini dapat menjadi sebuah kerangka berpikir dan juga sumber referensi bagi peneliti dan pembaca dalam merekomendasikan atau menerapkan kebijakan yang berhubungan dengan diplomasi budaya Jepang di Indonesia melalui *event "The World of Ghibli."* Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan praktis tentang bagaimana acara seperti "*The World of Ghibli*" dapat digunakan sebagai alat diplomasi budaya yang efektif. Selain itu, penelitian ini dapat membantu pihak terkait untuk memahami elemen-elemen budaya yang paling efektif dalam menarik minat dan membangun hubungan budaya yang lebih erat antara Jepang dan Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Adil. (den 10 Agustus 2017). *Member JKT48 Juga Penggemar Studio Ghibli*. Hämtat från JPNN: <https://www.jpnn.com/news/member-jkt48-juga-penggemar-studio-ghibli>
- Ahmad, T. N. (2017). *Gibli dan Karya Grafisku*. UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta.
- Amri, M. (2019). Ojigi: The Ethics of Japanese Community's Nonverbal Language. *3rd Social Sciences, Humanities, and Education Conference (SoSHEC 2019)*, 38.
- Andre. (2024). Wawancara bersama pengunjung The World of Ghibli. (P. Pangetsu, Intervjuare)
- Angger. (2024). Wawancara bersama Pengunjung The World of Ghibli. (P. Pangetsu, Intervjuare)
- Byputy. (2017). *The World of Ghibli Jakarta Exhibition*. Hämtat från Told By Puty: <https://told.byputy.com/2017/08/25/world-ghibli-jakarta-exhibition/>
- Chyntia, S. (2017). Cultural Diplomacy:Hard to Define, But You'd Know it if You Saw it. *The Brown Journal of World Affair, Fall/Winter Vol XIII, Issues I*.
- Cool Japan Fund Inc. (den 17 October 2019). *CJF announces investment in Gojek, Southeast Asia's leading*. Hämtat från Cj Fund: https://www.cj-fund.co.jp/en/files/press_191017-en.pdf
- Creswell, J. (2010). *Research Design, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Faqih, M. (2010). *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Indrawati, R. (2022). Peran Diplomasi Kebudayaan Jepang Dalam Perkembangan Perekonomian Jepang Melalui JAK Japan Matsuri Di Indonesia Pada Tahun 2017-2019. *Global Insight Journal, Vol 07, No. 02*, 80 - 100.

- Matahari, O. G. (2014). Analisis Implementasi Strategi Diplomasi Budaya Populer Jepang di Indonesia tahun 2008-2013. *Jurnal Analisis Hubungan Internasional Vol 3, No.1*.
- METI. (2012). *Ministry of Economy, Trade, and Industry of Japan, Cool Japan Strategis*.
 Hämtat från meti:
https://www.meti.go.jp/english/policy/mono_info_service/creative_industries/pdf/120116_01a.pdf
- Mustaqim, S. A. (2018). Upaya Jepang dalam Mempopulerkan Program Cool Japan sebagai Nation Branding. *eJournal Ilmu Hubungan Internasional Vol 6, No.4*.
- Mustaqim, S. A. (2018). Upaya Jepang dalam Mempopulerkan Program Cool Japan sebagai Nation Branding. *eJournal Ilmu Hubungan Internasional 6(4)*.
- Pradit, H., & Toko, P. (2021). Cool Japan Initiative sebagai Multitrack Diplomacy Jepang dalam Menyebarkan Budayanya di Indonesia 2011-2019. *Global & Poliy Vol 9, No.1*.
- Pranata, S. M. (2019). *Promoting Cool Japan as Nation Brand in Enchancing the Image of Japan in Indonesia (Case Study the World of Ghibli Jakarta 2017)*. Cikarang: President University.
- Rina. (2024). Wawancara bersama Panitia The World of Ghibli. (P. Pangetsu, Intervjuare)
- Rizky Soraya, D. I. (2015). Jkt48 as the new wave of japanization in indonesia. *Journal Unair - Vol. 4 / No. 1*, 21.
- Safariyani, P. (2017). PENYEBARAN POP CULTURE JEPANG OLEH ANIME FESTIVAL ASIA (AFA) DI INDONESIA TAHUN 2012-2016. *eJournal Ilmu Hubungan Internasional, Vol. 5, No. 3*, 729 - 744.
- Salim, R. C. (2016). Strategi Cool Japan Initiative dalam Ekspansi Industri Kreatif Jepang. *SKRIPSI Universitas Hasanudin*.

Soedjatmoko, & Thompson, K. (1976). *World Politics, Cultural Diplomacy, An Introduction*. New York: The Free Press.

Tia Kharisma Asnasari, A. I. (2023). DIPLOMASI PUBLIK BARU JEPANG MELALUI “COOL JAPAN STRATEGY” UNTUK MENDUKUNG KEPENTINGAN NASIONAL JEPANG DI INDONESIA DAN VIETNAM (2015-2020). *Glocal Jurnal Penelitian Mahasiswa, Vol. 1 No. 1*, 119 - 141.

Warsito, T., & Kartikasari, W. (2007). *Diplomasi Kebudayaan*. Yogyakarta: Ombak.

Wright, M. (2002). *Power Politics*. Brasilia: University of Brasilia Press.

