



Universitas Katolik Parahyangan

Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu politik

Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Terakreditasi A

SK BAN-PT NO: 3095/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2019

**Upaya Diplomasi Publik Jepang melalui instrumen J-Pop
(*Anime dan Manga*) di China**

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Hubungan internasional

Oleh

Rangga Saputra Berlianto
2016330023

Bandung
2021



Universitas Katolik Parahyangan

Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu politik

Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Terakreditasi A

SK BAN-PT NO: 3095/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2019

**Japanese Public Diplomacy Efforts through JPOP
(anime and manga) instruments in China**

Skripsi

Oleh

Rangga Saputra Berlianto

2016330023

Pembimbing

Jessica Martha, S.IP., M.I.Pol.

Bandung

2021

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Hubungan Internasional
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Ranga Saputra Berlianto
Nomor Pokok : 2016330023
Judul : Upaya Diplomasi Publik Jepang Melalui Instrument J-pop (Anime dan Manga) di China

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 26 Januari 2020
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

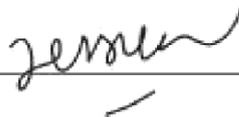
Ketua sidang merangkap anggota

Ratih Indraswari, S.IP., MA

: 

Sekretaris

Jessica Martha, S.IP., M.I.Pol.

: 

Anggota

Dr. Atom Ginting Munthe

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.S

Surat pernyataan

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rangga Saputra Berlianto
NPM : 2016330023
Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional
Judul : Upaya Diplomasi Publik Jepang melalui
instrument JPOP (*Anime Dan Manga*) di China

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian ini merupakan hasil karya tulisan ilmiah seorang diri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar

Bandung, 09 Januari 2021



Penulis,

Rangga Saputra Berlianto

Abstrak

Nama : Rangga Saputra Berlianto

NPM : 2016330023

Judul : Usaha Diplomasi Publik Jepang melalui instrumen J-Pop (*Anime dan Manga*) di China

Kehadiran globalisasi merupakan sebuah katalis untuk berbagai aspek dalam kehidupan bermasyarakat. Kehadiran teknologi yang selalu berkembang menuntut masyarakat maupun negara untuk selalu beradaptasi dalam menjalankan elemen kehidupan maupun operasional. Salah satu dampak dari kehadiran globalisasi adalah kemunculan budaya dalam bentuk audio dan visual sebagai bagian dari budaya satu negara. *Anime* dan *manga* (animasi dan komik Jepang) merupakan bagian dari J-Pop (*Japanese popular culture*) yang menunjukkan budaya kehidupan sehari-hari hingga fantasi melalui media visual dan audio, dan mampu merebut hati masyarakat muda di berbagai belahan dunia. Hubungan China dan Jepang tidak dapat dikatakan sebagai hubungan baik. Oleh karena itu, masalah yang muncul pada penelitian ini adalah “**Bagaimana Jepang menggunakan *anime, manga* dan budaya populer sebagai instrumen diplomasi publik dan budaya terhadap China?**” dan akan dijawab menggunakan metode kualitatif dan studi literatur. Analisis dimulai dengan menjabarkan kehadiran budaya populer di dunia, kehadiran *Anime dan manga* sebagai salah satu komoditas budaya dan bagaimana Jepang mempergunakan budaya tersebut sebagai salah satu instrumen diplomasi terhadap China. Kemudian Penulis akan menjabarkan kondisi pandangan masyarakat Jepang dan China Terhadap satu sama lain pada masa Normalisasi diplomasi. Teori yang digunakan yaitu diplomasi publik dalam menjelaskan peranan *anime dan manga* pada praktik diplomasi Publik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kehadiran *anime dan manga* hadir sebagai sebuah praktik diplomasi public mencakup 5 elemen yang terkandung dalam diplomasi public seperti *Listening, advocacy, Public diplomacy, international broadcasting* dan kehadiran aktor swasta. Elemen tersebut hadir didalam diplomasi yang menggunakan budaya populer (*Pop culture diplomacy*) Dalam akhir penelitian ini analisis yang telah dibangun berhasil mengidentifikasi bahwa peranan *Anime dan manga* merupakan sebuah instrument diplomasi yang digunakan Jepang untuk menyampaikan pesan ke China. *Anime* pun ditinjau cocok digunakan dalam proses diplomasi publik dikarenakan berhasil memunculkan nilai-nilai kehidupan dengan cara yang mudah di cerna oleh masyarakat muda di china.

Kata kunci: *anime, budaya Jepang, China, diplomasi budaya, diplomasi publik, manga, China*

Abstract

Name : Rangga Saputra Berlianto

NPM 2016330023

Judul : Japanese public diplomacy efforts through J-Pop (anime and Manga) instruments in China

The presence of globalization is a catalyst for various aspects of social life. The presence of technology that is always evolving requires the public and the state to continuously adapt to life and operational elements. One of the impacts of globalization's existence is the emergence of culture in the form of audio and visual as part of a country's culture. Anime and manga (Japanese animation and comics) are part of J-Pop (Japanese popular culture), which shows the culture of everyday life to fantasy through visual and audio media and can win young people's hearts in various parts of the world. The relationship between China and Japan cannot be said to be a good relationship. Therefore, the problem that arises in this study is "How does Japan use anime, manga, and popular culture as instruments of public diplomacy and culture towards China?" and will be answered using qualitative methods and literature studies. The analysis begins by describing the presence of popular culture globally, the presence of anime and manga as one of the cultural commodities, and how Japan uses it as an instrument of diplomacy towards China. The author will then describe the conditions of the views of Japanese and Chinese people towards each other during the Normalization period. Diplomacy. The theory used is public diplomacy in explaining the role of anime and manga in the practice of public diplomacy. This study indicates that anime and manga are present as a practice of public diplomacy, including 5 elements in public diplomacy, such as listening, advocacy, public diplomacy, international broadcasting, and private actors' presence. This element is present in diplomacy that uses popular culture (Pop culture diplomacy). At the end of this research, the analysis that has been built has successfully identified that the role of anime and manga is a diplomatic instrument used by Japan to convey messages to China. Anime is also considered suitable for use in the public diplomacy process because it manages to bring out the values of life that is easily digested by young people in China.

Keywords: anime, manga, Public diplomacy, Culture diplomacy, Japan, China

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia dan rahmat-Nya yang diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi untuk tugas akhir berjudul "Usaha Diplomasi Publik Jepang melalui instrumen J-Pop (*Anime* dan *Manga*) di China" yang pada akhirnya rampung. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar sarjana Program Studi Ilmu Hubungan internasional di Universitas Katolik Parahyangan Bandung. Penelitian ini membahas pengaplikasian diplomasi publik dan budaya yang digunakan oleh Jepang terhadap China melalui *Popular culture* yang dimiliki Jepang atau kerap disebut sebagai *J-pop*.

Penggunaan *popular culture* sebagai salah satu instrument Jepang dipengaruhi oleh kehadiran kemajuan teknologi dimana masyarakat dapat mengakses kebutuhan budaya dengan cepat. Jepang sebagai negara yang memiliki angka ekspor komoditas budaya visual yang cukup tinggi menyadari hal ini dan menjadikan budaya sebagai salah satu sarana diplomasi kepada China yang memiliki sentimen negatif terhadap negara Jepang. Melalui serangkaian kegiatan dalam mewujudkan *Pop Culture Diplomacy* yang dibentuk dalam strategis. *Cool Japan* menjadi sebuah kebijakan Jepang dalam menyampaikan nilai budaya kepada masyarakat internasional khususnya China dalam membentuk pemahaman mendalam terkait bagaimana masyarakat Jepang hidup dan mengemban nilai budaya dalam sebuah bentuk budaya yang dapat dicerna masyarakat muda di China.

Penulis berharap penelitian ini dapat berguna bagi pembaca, Terutama mereka yang meneliti lebih dalam terkait studi politik dan diplomasi public melalui budaya di berbagai negara. Tidak tertutup hanya bagi peneliti akan tetapi masyarakat yang memiliki ketertarikan budaya populer Jepang khususnya *anime* dan *manga* dalam memahami sejarah perkembangan dan kegunaan bagi berbagai negara. Penulis Menyadari bahwa terdapat banyak kekurangan dalam penulisan ini, Segala bentuk saran, Komentar dan Kritikan sangat diapresiasi oleh penulis sebagai model perbaikan studi terkait penelitian ini di masa yang mendatang

Bandung, 10 Januari 2021

Penulis,

Rangga Saputra Berlianto

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang menyertai perjalanan penulis sebagai mahasiswa di Universitas Katolik Parahyangan terutama pada saat penyusunan penelitian ini dari awal hingga akhir. Secara khusus penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah menciptakan seluruh alam semesta beserta isi-isinya.
2. Kedua orang tua penulis yang telah membiayai perkuliahan sampai selesai.
3. Mba Jessica Martha selaku pembimbing yang telah memberikan pengarahan dalam penyusunan penelitian dari awal hingga akhir.
4. Walk The talk, Griletto ,Opening doreamon versi Bahasa Indonesia. Berkat lagu-lagu mereka penulis dapat mengerjakan penelitian dengan semangat.
5. “Bre-Bre” anak kos yang senang tiasa menemani perjalanan kehidupan saya di UNPAR dan semoga membantu saya di karir di luar kampus.
6. Berbagai kepanitiaan kampus dan organisasi yang telah membentuk saya menjadi individu sebagaimana diri saya hari ini.
- 7.P.T AGATE internasional dan tim marcomm yang menemani saya dalam perjalanan menyelesaikan skripsi ditemani dengan berbagai tumpukan pekerjaan. Saya janji setelah saya lulus langsung giat bekerja dengan sedia kala.

Daftar Isi

Abstrak	iii
Abstract	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
Daftar Isi	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR SINGKATAN	x
BAB I	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Pembatasan Masalah	10
1.4 Perumusan Masalah	11
1.5 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	11
1.5.1 Tujuan Penelitian	11
1.5.2 Kegunaan penelitian	11
1.6 Studi Literatur	11
1.7 Kerangka Pemikiran	17
1.8 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	20
1.8.1 Metode penelitian	20
1.8.2 Teknik pengumpulan data	20
1.9 Sistematika Pembahasan	21
Bab 1 Pendahuluan	21
Bab 2 Dinamika hubungan masyarakat Jepang dan China pada masa normalisasi diplomasi	21
Bab 3 Penggunaan Anime dan manga dalam diplomasi publik dan Diplomasi budaya Jepang terhadap China	22
Bab 4 Kesimpulan	22
Bab II	23
Dinamika Hubungan Jepang dan China	23
2.1 Hubungan Jepang – China sebelum normalisasi diplomasi	23

2.1.1	Opini publik masyarakat China terhadap Jepang sebelum normalisasi.	
	25	
2.2	Hubungan Jepang – China Pada Masa Awal Normalisasi Diplomasi	25
2.2.1	Opini Publik China terhadap Jepang Pada Awal Normalisasi.	27
BAB III		32
3.1	Budaya Populer dan <i>Anime</i> Sebagai Instrumen Diplomasi Publik	32
3.2	<i>Cool Japan</i> Sebagai Platform Dorongan Industri Kreatif Pada Dunia	43
BAB IV		47
KESIMPULAN		47
Daftar Pustaka		49

DAFTAR GAMBAR

Gambar1 Pidato Menteri Luar Negeri Jepang Terkait pop culture diplomacy.....	41
Gambar 2. Penunjukan <i>doraemon</i> Sebagai atase budaya.....	45
Gambar 3. Tayangan Anime tersedia dia NHK world on demand	63
Gambar 4. Logo cool japan.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Elemen diplomasi public pada pop culture diplomacy	42
Tabel 3.2 Elemen <i>New public diplomacy</i>	50

DAFTAR SINGKATAN

CNN	Cable News Network
J-Pop	Japan Popular Culture
MOFA	<i>Ministry Of Foreign Affairs</i>
METI	<i>Ministry of Economy Trade and Industry</i>
NHK	<i>Nippon Hōsō Kyōkai</i>

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi ini perubahan merupakan hal yang pasti di dalam berbagai level masyarakat. Hal ini berdampak pada bagaimana manusia ataupun aktor berkomunikasi antara satu sama lain. Dengan adanya kemajuan teknologi, muncul berbagai medium komunikasi ataupun media yang memanfaatkan teknologi. Perkembangan teknologi berdampak pada bagaimana aktor negara maupun aktor non-negara berkomunikasi atau berdiplomasi. Dengan adanya globalisasi, instrumen *soft power* (diplomasi) mengalami perubahan yang dapat dirasakan dengan munculnya berbagai kegiatan diplomasi menggunakan medium yang muncul di era globalisasi yang digunakan oleh berbagai negara guna menyampaikan tujuannya maupun menyebarkan citra baik pada aktor maupun masyarakat internasional.

Jepang merupakan negara yang memiliki keanekaragaman budaya yang diakibatkan oleh perjalanan historis di saat Jepang memiliki pengaruh dari budaya barat. Atas pengaruh budaya barat, Jepang memiliki berbagai sisi dalam budaya yang menarik yang kemudian dikolaborasikan dengan teknologi untuk mempromosikan dirinya sebagai negara yang dapat mengedepankan keanekaragaman budaya dan masyarakat yang suportif terhadap perubahan di

dunia.¹ Kesadaran ini muncul karena salah satu komoditas utama Jepang di bidang ekonomi, khususnya ekspor, adalah produk ekonomi kreatif berupa audio dan visual. Dunia mengenal produk kreatif tersebut sebagai *popular culture*. Jepang lalu mengadaptasi istilah ini dan kemudian lahir J-Pop (*Japan popular culture*).

J-Pop diawali dengan pengaruh budaya barat mengenai genre musik yang populer di akhir 1990. Artis seperti Ayumi Hamasaki, Ken Hirai, dan Utada Hikaru merupakan individu utama dari budaya ini. Lahirnya J-Pop ini pun dipengaruhi oleh karya lucu secara visual². Contohnya seperti maskot salah satu pusat perbelanjaan di Tokyo bernama *Pipo-kun*, sebuah maskot tikus yang menggemaskan untuk menarik perhatian dari anak-anak di masa itu. Selain produk mainan, *anime* dan *manga* juga merupakan produk utama dari subkultur ini.

Manga merupakan gaya komik yang berasal dari Jepang³, sementara *manga* modern lahir dari pengaruh Amerika Serikat, yaitu Disney, seperti Mickey Mouse, Betty Boop, dan Bambi pada saat pendudukannya pada tahun 1945-1952. Asal usul *manga* dapat dilihat dari abad ke-12 dan 13 melalui serangkaian gambar binatang seperti katak dan kelinci yang disebut *choju-giga* (gulungan karakter binatang) yang digambar oleh beberapa seniman. Konsep *manga* didapat pada masa Edo (1603-1867) melalui buku *Toba Ehon* dan *Shiji no Yukikai* (4 musim) oleh Santo

¹ "The World Factbook: Japan." Central Intelligence Agency. Central Intelligence Agency, February 1, 2018. <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ja.html>.

² Fukuya Toshinobu, "The History of J-POP," n.d., 1–2.

³ "A Short History of Japanese Manga." Widewalls. Accessed August 22, 2019. <https://www.widewalls.ch/japanese-manga-comics-history/>.

Kyoden pada tahun 1814. Karya yang mengawali popularitas *manga* dapat dilihat dari lahirnya *Astro Boy* karya Machiko Tezuka.⁴

Japanese animation atau yang akrab disebut *anime* muncul di mata internasional pada tahun 1960 akibat serial *Astro Boy* dan *Speed Racer*⁵. *Anime* pertama tercatat diproduksi pada tahun 1917 berjudul *Nakamura Gatana* karya Jun'ichi Kouchi⁶. Pada awal masa ini, sama seperti *manga*, animasi modern karya Disney membawa pengaruh yang kental pada *anime*. Hal ini dapat dilihat dari serial *Momotaro* dan beberapa judul serial *anime* lainnya. Pada masa PD2, dengan bantuan dari pemerintah Jepang, industri *anime* Jepang mengadaptasi metode Amerika Serikat dan memulai untuk menggunakan *anime* sebagai media propaganda.

Menyadari bahwa *anime* dan *manga* merupakan salah satu komoditas utama, melalui “*cool japan*” yang digagas oleh METI (*Ministry of economy, trade and industry*), Jepang mempergunakan potensi dari industri kreatifnya sebagai salah satu medium *soft power* Jepang. Gagasan ini diperkenalkan METI dan jabatan kabinet Jepang dengan tujuan untuk memperkuat hubungan Jepang dengan negara lain melalui beberapa bidang seperti budaya, ekonomi dan diplomasi⁷. Dalam rangka melakukan uji pasar, Kementerian Luar Negeri Jepang

⁴ *ibid*

⁵ Brenner, Robin. 2007. "Anime's Brave New World." *Library Journal* 132 (12): 46. <https://search.proquest.com/docview/196840784?accountid=31495>.

⁶ "How Anime Has Evolved Through The Years." Ranker. ranker. Accessed August 22, 2019. <https://www.ranker.com/list/how-anime-has-changed-and-evolved/anna-lindwasser>.

⁷ "Cool Japan Strategy." Cool Japan Strategy - Cabinet Office Home Page. Accessed August 22, 2019. https://www.cao.go.jp/cool_japan/english/index-e.html.

melaksanakan berbagai program “*Anime Ambassador Program*” di beberapa negara yaitu Prancis, Singapura, Taiwan, India, Kamboja, Nigeria, dan China.⁸

Program tersebut merupakan pengangkatan duta besar yang bertujuan untuk menyebarkan nilai-nilai yang disebarkan oleh *cool* Jepang. Pada tahun 2008 melalui keputusan Menteri Luar negeri Jepang Koumura, Doraemon, sebuah karakter *anime*, ditunjuk sebagai dubes *anime* bertepatan dengan peluncuran film *Doraemon the Movie: Nobita's Dinosaur*. Kegiatan ini tidak hanya dilakukan secara simbolik, tetapi Kementerian Luar Negeri Jepang juga mengeluarkan plakat penunjukan doraemon secara resmi.

China sebagai negara yang berbatasan langsung dengan Jepang memiliki sejarah panjang dengan Jepang. China yang memiliki persepsi buruk dengan Jepang dan ditambah dengan kondisi laut China Selatan membuat kondisi hubungan Jepang dengan China memburuk. Salah satu fungsi dari *soft power* adalah untuk memberikan titik tengah kepada *common value* dari 2 aktor. Regulasi film di China sedikit memberat terhadap Jepang, akan tetapi, film *Doraemon: Stand by Me* yang dinilai dapat memenangkan hati dari rakyat China dapat menggeser opini dari China terhadap Jepang⁹. Walaupun belum ada bukti yang kuat mengenai efek *anime* akan tetapi melihat dari kesulitan Jepang untuk menayangkan konten yang telah dipermudah melalui keputusan Xi Jin Ping dan melihat jumlah penonton yang

⁸ ibid

⁹ Cain, Rob. “Japan's Unlikely Ambassador: a Cartoon Robot Cat From the Future Wins China's Hearts and Minds.” *Forbes*. *Forbes Magazine*, May 31, 2015. <https://www.forbes.com/sites/robcaain/2015/05/31/japans-unlikely-ambassador-a-cartoon-robot-cat-from-the-future-wins-chinas-hearts-and-minds/#4aca77d97b04>.

cukup banyak dari karya *Doraemon*.¹⁰ Dapat dilihat bahwa harapan yang baik dalam kondisi 2 negara ini melalui *Doraemon* sebagai dubes dan produk dasarnya.

1.2 Identifikasi Masalah

Fenomena penggunaan *pop culture* sebagai media diplomasi menunjukkan bagaimana J-Pop menjadi sebuah sarana hiburan yang dapat digunakan sebagai salah satu bentuk *soft power*. Dengan diberlakukannya regulasi yang ketat terhadap konten visual yang berasal dari Jepang di China, seharusnya hal ini akan mempersulit masyarakat terhadap akses kepada konten tersebut. Akan tetapi, kecintaan masyarakat China terhadap *Doraemon* sebagai salah satu produk dari *pop culture* menunjukkan bahwa regulasi maupun latar belakang identitas China terhadap Jepang tidak menghalangi kecintaan akan kebudayaan Jepang, terlepas dari sejarah kedua negara tersebut. China Fenomena ini menunjukkan bagaimana peranan budaya visual dalam menyebarkan citra Jepang di China. *Pop culture* sendiri merupakan hal lazim yang menjadi sebuah instrumen komunikasi internasional. Kemunculan *soft power* yang memberikan justifikasi terhadap penggunaan instrumen budaya merupakan hal yang disadari Jepang untuk menunjukkan keunggulan dirinya di mata global.

Jepang dan China memiliki sejarah panjang dalam perjalanan waktu. Pada awalnya, 2 negara ini memiliki jarak yang jauh yang dapat dipahami melalui sisi historis maupun perkembangan isu-isu transnasional yang hadir di masa kini. Jepang memiliki peranan yang cukup vital pada PD2; mereka meninggalkan luka

¹⁰ *ibid*

yang dalam bagi negara-negara yang pernah melakukan konfrontasi langsung dengan China. Luka dalam ini pun mempengaruhi serius cara pandang negara-negara lain khususnya negara yang pernah bersinggungan secara langsung pada PD 2.

Di sisi lain, Jepang merasakan hal yang sama kepada China. Mereka merasa bahwa pergerakan militer China bersifat ekspansif dan meninggalkan kesan yang buruk, ditambah dengan hadirnya insiden laut China Selatan menunjukkan buruknya hubungan kedua negara ini.

Pada masa kini, hubungan Jepang dan China memiliki hubungan erat dan kolaboratif. China maupun Jepang merupakan negara yang sama-sama memiliki predikat negara maju/*superpower* di kawasan Asia. Melihat dari sisi sejarah, baik Jepang maupun China saling mempengaruhi satu sama lain dari aspek kesenian. Pada tahun 2008, rampungnya *Treaty of Peace and Friendship between Japan and the People's Republic of China* menjadi sebuah bukti bahwa kerjasama Jepang dan China semakin dekat.¹¹ Dalam perjanjian tersebut pun disebutkan bahwa adanya kesepahaman akan perlunya pertukaran budaya antar kedua negara tersebut. Dalam hal ini, J-Pop menjadi salah satu komoditas yang dipertukarkan ke China.

J-Pop memiliki respon yang baik dan cukup kuat di beberapa negara, sehingga menunjukkan bahwa budaya ini dapat menembus lapisan masyarakat di beberapa negara. Melihat kecenderungan respon positif terhadap JPop oleh

¹¹ en the Government of Japan and the Government of the People's Republic of China on Comprehensive Promotion of a 'Mutually Beneficial Relationship Based on Common Strategic Interests.'" MOFA. Accessed March 30, 2020. <https://www.mofa.go.jp/region/asia-paci/china/joint0805.html>.

masyarakat di berbagai negara, budaya ini menciptakan tren di berbagai negara. J-Pop juga menyebabkan kemunculan kelompok masyarakat yang mengadopsi dan menjadikannya sebagai bagian dari hidupnya.

Kedua faktor tersebut menunjukkan bahwa kondisi kedua belah pihak memiliki alasan untuk memiliki pendapat negatif. Akan tetapi, dibalik faktor negatif tersebut dua negara ini saling mempengaruhi di bidang budaya. Pada tahun 1990, *anime* sebagai salah satu komoditas ekonomi yang cukup besar dari Jepang dapat memasuki China melalui penyebaran kebudayaan. Di balik latar belakang identitas masyarakat China terhadap Jepang, nilai budaya Jepang dapat memasuki China melalui produk budaya populer berupa *anime* dan *manga* yang sulit untuk ditolak oleh generasi muda China di masa kini. Hal ini dipengaruhi oleh keunikan budaya yang ditawarkan Jepang dan popularitasnya di dunia. Akan tetapi, China pun pernah melakukan pembatasan terhadap film/karya berbasis visual lainnya yang berasal dari luar China¹². Hal ini memicu kesulitan dari kedua belah pihak. Sebagai produsen, Jepang kesulitan untuk memenuhi permintaan dari masyarakat China terhadap konten *anime* atau *manga*. Sebagai konsumen, masyarakat China mengandalkan segala cara untuk mendapatkan konten tersebut.

Dalam menghadapi perkembangan zaman yang dipengaruhi oleh kemajuan teknologi, setiap negara memiliki cara tersendiri untuk beradaptasi. Perkembangan pengaplikasian *soft power* negara pun menjadi semakin variatif. Dalam kasus ini, Jepang memiliki strategi tersendiri terhadap perbaikan *nation branding* yang

¹² Greer, Tanner. "Super-Patriotic Anime Youth Wars!" Foreign Policy. Accessed September 9, 2019. <https://foreignpolicy.com/2019/01/23/super-patriotic-anime-youth-wars-china-japan-pop-culture/>.

kemudian diformulasikan menjadi gerakan *Cool Japan* yang digagas oleh METI. Gerakan *Cool Japan* sendiri direalisasikan kementerian luar negeri Jepang dalam bentuk *anime ambassador*¹³ program. Program ini merupakan adaptasi dari kementerian luar negeri Jepang terhadap cetak biru METI Jepang terhadap *cool gross Jepang*. dua program yang dibentuk oleh kementerian luar negeri Jepang adalah *anime award* dan *anime ambassador* Jepang. Anime ambassador program merupakan program penunjukan karakter anime sebagai atase kebudayaan. Program ini memiliki tujuan untuk menyebarluaskan budaya dan nilai nilai kehidupan Jepang kepada negara lain. Seperti yang sudah disinggung sebelumnya, program *Anime Ambassador Program* Kemenlu Jepang yang menunjuk Doraemon sebagai bentuk dari atase kebudayaan memiliki bentuk aktivitas pemutaran film dan pameran di beberapa negara. Doraemon sendiri memiliki efek yang cukup signifikan bagi masyarakat dunia. Film *Doraemon: Stand by Me* merupakan bukti bahwa Doraemon merupakan sebuah produk yang terkenal. Hal ini dapat dilihat dari keuntungan film tersebut yang meraup sebanyak \$147,000,000, dengan angka regional masih dipimpin oleh China sejumlah \$77,220,000 dengan angka penonton sejumlah 113200.¹⁴ Melihat kepopuleran Doraemon di kalangan masyarakat China, dapat diasumsikan bahwa *anime*, terutama Doraemon, memiliki potensi kuat sebagai aset Jepang dalam bidang *soft power*. Lalu, mengapa *anime* dapat merebut hati masyarakat internasional terutama China? Konten *anime* yang mudah dicerna

¹³ "Inauguration Ceremony of Anime Ambassador." MOFA. Accessed September 9, 2019. <https://www.mofa.go.jp/announce/announce/2008/3/0319-3.html>.

¹⁴ "Stand By Me Doraemon (2014) - Financial Information." The Numbers. Accessed October 20, 2019. [https://www.the-numbers.com/movie/Stand-by-Me-Doraemon-\(Japan\)#tab=international](https://www.the-numbers.com/movie/Stand-by-Me-Doraemon-(Japan)#tab=international).

dan dapat dinikmati oleh hampir semua umur merupakan kekuatan *anime* dibandingkan dengan produk animasi di luar negeri. Sakurai, selaku anggota dari Asosiasi Animasi Jepang, menuturkan bahwa 60 studio produksi *anime* sekarang mendistribusikan produknya di 112 negara mencapai 87,2%.¹⁵

Pada April 2006, MOFA Japan Taro Aso memberikan pidato di Digital Hollywood University mengenai apa yang sedang dilakukan Jepang pada dimensi *popular culture*.¹⁶ Selama bertahun-tahun Jepang selalu memberikan perlindungan terhadap keahlian dan teknik untuk dirinya sendiri. Hal ini berubah dan Jepang ingin membagikan budayanya kepada masyarakat internasional. Taro Aso pun memberikan ilustrasi terhadap situasi di China mengenai kehadiran *anime* di hati para generasi muda masyarakat China, terlepas dari perbedaan pandangan terhadap negara tersebut. Pidato ini kerap dinilai sebagai lahirnya *pop culture diplomacy*.¹⁷ Merupakan sebuah bentuk diplomasi yang mempergunakann budaya populer sbegai sarana penyampaian pesan. Bentuk diplomasi ini ditargetkan untuk generasi muda dengan harapan mudahnya generasi muda dalam terpapar budaya populer dapat menjadikan sebuah metode yang efektif dalam penyampaian pesan melalui budaya yang disenangi oleh target umur tersebut.

¹⁵Nagata, Kazuaki. "‘Anime’ Makes Japan Superpower." The Japan Times. Accessed October 20, 2019. <https://www.japantimes.co.jp/news/2010/09/07/reference/anime-makes-japan-superpower/#.XaxZUG5uJPY>.

¹⁶"A New Look at Cultural Diplomacy: A Call to Japan's Cultural Practitioners Speech by Minister for Foreign Affairs Taro Aso at Digital Hollywood University." MOFA. Accessed February 27, 2020. <https://www.mofa.go.jp/announce/fm/aso/speech0604-2.html>.

¹⁷ Pop-Culture Diplomacy. (n.d.). Retrieved February 02, 2021, from <https://www.mofa.go.jp/policy/culture/exchange/pop/index.html>

Hubungan Jepang dan China memiliki awal yang buruk. Hal ini disebabkan oleh berbagai tragedi yang hadir diakibatkan efek dari perang dunia ke 2. Muncul urgensi bagi Jepang untuk memperbaiki hubungan bilateral antar kedua negara tersebut. Urgensi ini dibentuk oleh kesadaran potensi yang dapat memunculkan kengangan bagi Jepang jika memperbaiki hubungan dengan negara China. Potensi tersebut mencakup peningkatan Kerjasama ekonomi, Peningkatan pariwisata dan berbagai keuntungan lain yang dapat dirasakan Jepang jika memperbaiki hubungan dengan negara China. Akan tetapi perbaikan hubungan Jepang dan China tidak dapat dianggap sebagai sesuatu yang mudah dan instan. Perlunya metode yang dapat menggeser persepsi masyarakat China terhadap Jepang merupakan sebuah peluang yang dapat dikejar dan dapat dibentuk sebagai sebuah kebijakan dalam penyampaian pesan dan agenda terhadap masyarakat melalui budaya.

1.3 Pembatasan Masalah

Penelitian ini fokus pada usaha diplomasi publik yang dilakukan oleh Jepang terhadap China pada tahun 2008-2019. Hal ini didasari oleh inisiatif Kementerian Luar Negeri Jepang untuk mencanangkan *pop culture diplomacy* sebagai salah satu instrumen diplomasi. Pada rentang waktu tersebut, Jepang mulai memunculkan usaha dalam mencanangkan *pop culture diplomacy*. Mengetahui banyaknya bentuk dari J-Pop, penelitian ini akan membatasi analisis yang hanya mencakup produk *anime* dan *manga* Jepang sebagai instrumen yang digunakan pada usaha diplomasi.

Popularitas *pop culture* Jepang, khususnya *anime* dan *manga*, merupakan salah satu komoditas populer di China. Hal ini merujuk kepada populernya *manga*

Slam dunk dan berbagai judul lainya yang dikonsumsi oleh masyarakat muda di Jepang.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan diatas, permasalahan yang muncul pada penelitian ini adalah “Bagaimana Jepang menggunakan *anime*, *manga* dan budaya populer sebagai instrumen diplomasi publik dan budaya terhadap China?”

1.5 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mendeskripsikan upaya Jepang dalam menerapkan *Japan Pop Culture* berupa anime dan manga terhadap China, sekaligus dalam upaya menyebarkan nilai-nilai kebudayaan Jepang.

1.5.2 Kegunaan penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan aplikasi diplomasi publik dan budaya melalui budaya populer Jepang di China. Penelitian ini dapat dijadikan bahan rujukan bagi pelajar hubungan internasional yang akan melakukan penelitian yang serupa.

1.6 Studi Literatur

Sumber-sumber yang diacu dalam penelitian ini membahas penggunaan *soft power* dan diplomasi publik dengan menggunakan instrumen *anime* dan *manga*. Sumber-sumber literatur ini memiliki kesamaan maupun perbedaan dengan penelitian penulis, seperti

Beberapa literatur yang menunjukkan adanya perdebatan dan berbagai fenomena menarik terkait mengenai penggunaan budaya populer dalam aktivitas diplomasi publik dan diplomasi budaya.

Dalam journal yang ditulis oleh Craig Hayden berjudul *The rhetoric of soft power: diplomacy in global context* menjelaskan konteks diplomasi publik berupa penggunaan konsep *soft power* dalam menjelaskan pergerakan negara. Journal ini turut membahas bagaimana diplomasi publik Jepang yang mengalami perubahan signifikan juga bagaimana strategi Jepang dalam mengadaptasi keadaan melalui komoditas produk kreatif.

Bab 3 dari journal tersebut memberikan analisis Craig Hayden terhadap kondisi Jepang dan bagaimana Jepang menggunakan globalisasi sebagai kesempatan untuk membentuk strategi diplomasi publik yang berbeda dari negara-negara lainnya.¹⁸ Diplomasi publik Jepang dihipotesiskan sebagai sebuah *testing ground* bagi konsep *soft power*. Dalam mempromosikan agendanya, Jepang menggunakan beberapa instrumen seperti diplomasi budaya, siaran internasional, dan lembaga kenegaraan lainnya, Bagi penulis hal ini sejalan dengan konsep *soft power*. bab ini kemudian membahas bagaimana perdebatan terkait strategi yang diambil Jepang dalam melakukan diplomasi publik.

Pasca PD 2, Jepang menggunakan 3 pokok kegiatan dalam rangka diplomasi publik: bantuan pembangunan, investasi, dan diplomasi budaya berupa pelatihan Bahasa dan program pertukaran budaya. Bagi Jepang, *soft power* bukan hanya

¹⁸ Hayden, Craig. *The Rhetoric of Soft Power Public Diplomacy in Global Contexts*. Lanham, MD: Lexington Books, 2012.

sebuah alternatif melainkan sebuah aset utama dalam melaksanakan kebijakan luar negerinya. Urgensi Jepang yang dilatarbelakangi keperluan atas perbaikan hubungan dengan China merupakan isu yang sensitif. Hal ini dipengaruhi oleh PD 2 karena Jepang menempati peran sebagai aktor vital dan memiliki hubungan historis yang kurang baik bagi China. Kompleksitas ini membawa Jepang pada posisi yang tidak ideal bagi partner regionalnya. Jepang menggunakan *soft power* yang kemudian dijadikan kekuatan utama didasari oleh kesuksesan industri kreatif di dalam spektrum global.

Dengan lahirnya NHK (*Nippon Hoso Kyokai*) sebagai instrumen penyiaran internasional merupakan bukti bahwa diplomasi budaya merupakan aspek utama yang melatarbelakangi diplomasi publik Jepang. Program *Cool Japan* merupakan kolaborasi pemerintah dan *multi-stakeholder* yang memiliki titik tumpu terhadap popularitas produk kebudayaan Jepang. Program ini merupakan inovasi Jepang setelah menyadari bahwa pengaruh kebudayaan Jepang merupakan hal yang patut diperhitungkan dan dapat berkontribusi dalam agenda-agenda internasional Jepang. Sebagai bentuk instrumen dari diplomasi publik Jepang, produk seperti *anime*, *manga*, dan mainan digambarkan menjadi sebuah kesempatan bagi Jepang untuk melaksanakan rencana ini. Popularitas J-Pop merupakan faktor utama karena popularitas dan memberikan instrumen kuat terhadap *soft power* Jepang. Konsep ini pun dapat digunakan dan dapat diadaptasikan dengan tujuan untuk memperkuat kerjasama ekonomi terhadap China.

Hiro katsumata memberikan penjelasan bahwa “Diplomasi budaya memungkinkan menjadi instrumen efektif terhadap pendekatan diplomasi Jepang”.¹⁹

Dalam jurnal A “*Cool*” approach to japanese foreign policy: linking Anime to international relation oleh Ibrahim Akbas, terdapat analisis mengenai strategi *Cool Japan* Terhadap analisis konsep Joseph Nye konsep *soft power*. Ibrahim Akbas mencoba memberikan penjelasan terhadap respon Jepang terkait adaptasi kebijakan pelarangan aksi militer yang dilakukan pasca PD 2 yang dipengaruhi oleh *Yoshida doctrine*.²⁰ Akbas pun menjelaskan bahwa perlu untuk melihat signifikansi produk kreatif seperti *anime* dan *manga* sebagai instrumen diplomasi publik Jepang pada program *Cool Japan*. Salah satu poin yang ingin diberikan Akbar adalah mengingatkan perubahan zaman berpengaruh pada konsep *power*: *power* tidak hanya berasal dari sumber tradisional seperti militer dengan tujuan akhir untuk memperkuat posisi politik di mata internasional. Dengan hasil yang sama dengan pendekatan berbeda, *soft power* dapat mencapai hasil akhir tersebut dengan edukasi dan penyebaran nilai budaya.²¹

Ibrahim Akbas menjelaskan seberapa penting *soft power* bagi Jepang. Perubahan politik secara global dan meningkatnya signifikansi dari *soft power* menjadi alasan utama dalam keputusan Jepang. Hal ini dipengaruhi oleh artikel 9 terkait larangan kegiatan militer Jepang di wilayah lain. Hal ini memaksa Jepang

¹⁹ Hayden, Craig. *The Rhetoric of Soft Power Public Diplomacy in Global Contexts*. Lanham, MD: Lexington Books, 2012.

²⁰ Ibrahim Akbaş, “A ‘Cool’ Approach to Japanese Foreign Policy: Linking Anime to International Relations,” *Perceptions* 23, no. 1 (2018): 95–120.

²¹ Akbaş.

untuk menggunakan *soft power* sebagai instrumen penyampaian kebijakan. Dengan kehadiran kebijakan yang dinilai mengedepankan perdamaian, maka pemerintahan Jepang fokus kepada perkembangan ekonomi dan budaya *Yoshida doctrine* juga dinilai memiliki peran yang besar terhadap perkembangan *soft power* Jepang.

Ibrahim Akbas memberikan penjelasan terhadap peranan penting yang hadir dalam produk *anime* dan *manga*. Berkaitan erat kepada *pop culture*, industri animasi Jepang tidak hanya menghasilkan produk tetapi berhasil menghasilkan produk yang bersifat global. Besarnya skala produksi dari dua produk tersebut menghasilkan industri yang mampu memunculkan pengaruh besar di pasar global. Produk ini pun berhasil membangkitkan sektor pariwisata yang kemudian disebut sebagai *Otaku Tourism*.

Jurnal ini membahas mengenai kesulitan industri kreatif Jepang dalam kondisi ekonomi global yang terus berubah. Hal ini diperparah dengan besarnya ancaman dari China yang dinilai memiliki kapabilitas yang cukup tinggi terhadap industri kreatif. Krisis ekonomi yang dialami Jepang pada 2008 pun menjadi tantangan tersendiri pada proses industri maupun *soft power* Jepang.

Jurnal berjudul *Limitation of japan soft power* menjelaskan beberapa sisi dalam penggunaan *soft power* yang digunakan Jepang,²² seperti tantangan dalam pelaksanaan *soft power* adalah renggangnya hubungan Jepang dan China yang disebabkan oleh perbedaan pandangan pada kedua negara tersebut. Hal berikutnya adalah kurangnya sorotan media internasional, walaupun kehadiran NHK menjadi

22 Peng Er Lam, "Japan's Quest for 'Soft Power': Attraction and Limitation," *East Asia* 24, no. 4 (2007): pp. 349-363, <https://doi.org/10.1007/s12140-007-9028-6>

bukti instrumen *soft power* Jepang. Namun, jika dibandingkan dengan CNN, hal ini masih menjadi tantangan. Keterbatasan ini menjadi sebuah pertanyaan kepada kekuatan yang sedang dibentuk oleh Jepang, khususnya *soft power*.

Sebuah disertasi berjudul *American cinema as cultural diplomacy: seeking international understanding one film at a time* Karya Jessica McGill Peters menjelaskan hubungan usaha diplomasi Amerika Serikat (AS) melalui budaya visual yang dicurahkan dalam *American film showcase*. Sejak PD 2, film dan AS merupakan dua hal yang berkaitan erat. Pada masa kini, film beralih fungsi menjadi sebuah *cultural outreach* yang pada awalnya digunakan sebagai propaganda.

Dari 3 jurnal diatas dapat dilihat bahwa kehadiran instrument diplomasi yang memiliki bahan dasar budaya populer merupakan sebuah praktik yang dapat dilakukan oleh negara Jepang. Dalam pelaksanaan dari proses diplomasi tersebut budaya populer berperan besar dalam keseuksesan dalam proses diplomasi jepang. Akan tetapi keberhasilan tersebut bukararti hadir tanpa seeah Batasan yang hadir dalam konsep diplomasi public maupun diplomasi yang menggunakan budaya populer sebagai media utamanya. Limitasi yang hadir dikarenakan kurangnya openetrasi media internasional maupun mia milik negara merupakan sebuah tantangan yang hadir dalam prosesw diplomasi ini. Akan tetapi melihat dari jurnal *American cinema as cultural diplomacy: seeking international understanding one film at a time*. Memberikan penjelasan bahwa dengan metode serupa Amerika pernah melakukan manuver diplomasi melalui film sebagai acuan dasar dalam Langkah diplomasi. Sehingga diplomasi yang menggunakan budaya populer merupakan sesuatu yang dapat di perhitungkan dalam menghadapi tantangan berat

dalam memperbaiki hubungan antara negara Jepang dan China memanfaatkan arus globalisasi yang dapat dirasakan oleh masyarakat di seluruh penjuru dunia khususnya China.

Berdasarkan beberapa sumber diatas, pandangan Ibrahim Akbas terhadap penggunaan *pop culture* khususnya *anime* terhadap proses diplomasi Jepang akan dijadikan acuan utama pada penelitian ini. Beberapa sumber yang telah digunakan di atas juga menunjukkan bahwa pengaplikasian budaya visual digunakan oleh berbagai negara dalam menyampaikan maksud dan tujuan dari pemerintah terhadap masyarakat internasional.

1.7 Kerangka Pemikiran

Dalam melakukan analisis pada fenomena ini, maka perlu untuk memahami teori dasar yang dapat digunakan dalam melakukan analisis Joseph Nye mengatakan bahwa analisis *soft power* merupakan sebuah analisis terhadap bentuk lain dari Power tradisional/*coercive*. Ia menuturkan seiring berkembangnya zaman, maka *power* dalam hubungan internasional tidak hanya datang dalam bentuk tradisional yang memiliki unsur memaksa seperti *carrot and stick*. Nye menjelaskan adanya kekuatan baru yang disebut *soft power* yang didalamnya terkandung unsur persuasif berbeda dengan persepsi *power* tradisional²³.

Dalam penjelasan terkait sumber *soft power*, terdapat 3 sumber dalam suatu negara: kebudayaan, nilai-nilai politik, dan kebijakan luar negeri. Kebudayaan

²³ Nye, Joseph S. *Soft Power: the Means to Success in World Politics*. New York: PublicAffairs, 2009.

merupakan sekumpulan nilai dan praktik yang membentuk masyarakat²⁴ yang memiliki beberapa manifestasi yaitu literatur, seni dan edukasi, dan seni populer yang terfokus kepada hiburan. Kebijakan luar negeri dapat memperkuat *soft power* tergantung dari bagaimana negara melihat kebijakan luar negerinya. Nilai politik berpengaruh dalam bagaimana masyarakat bertindak dalam suatu kebijakan yang berhubungan dengan *soft power*.

Kemudian, Mens juga memberikan penjelasan terhadap adaptasi konsep *power* terhadap kemajuan zaman. Revolusi dunia informasi dan globalisasi di bidang ekonomi mengubah dunia dan mempersempit dunia²⁵. Hal ini ditunjukkan pada awal abad ke-21 terhadap dominasi AS. Kemajuan teknologi menciptakan alur komunikasi transnational sehingga berbagai kelompok memiliki *soft power* tersendiri. Kemampuan untuk menyebarkan informasi dipercaya menjadi unsur traksi yang kuat dan kekuatan²⁶.

Diplomasi publik dijabarkan menjadi usaha aktor internasional untuk mengatur atau mengkondisikan lingkungan melalui interaksi dengan aktor internasional lainnya.²⁷ Bentuk diplomasi ini menjelaskan adanya peningkatan peranan aktor non-negara dengan aktor internasional lainnya. Secara garis besar, tujuan dari diplomasi publik ada tiga: menyelesaikan konflik dengan memperbaiki komunikasi, mengurangi ketegangan, emosi negatif, kesalahpahaman, serta

24 Joseph s

25 Nye, Joseph S. *Soft Power: the Means to Success in World Politics*. New York: PublicAffairs, 2009.

26 Joseph.s

27 Nicholas J.Cull,*Public diplomacy:lesson from the past*.Los angeles:Figuroa Press,2009 hal 12

membentuk jembatan pemerintah dan masyarakat sehingga memungkinkan terjadinya negosiasi.

Penggunaan pendekatan Nicholas J.Cull terhadap diplomasi publik dinilai vital dan akan dipergunakan dalam mengidentifikasi elemen instrumental terhadap diplomasi publik Jepang. Diplomasi publik merupakan proses aktor internasional berusaha untuk mencapai agenda negara dengan memanfaatkan kebijakan luar negeri melalui interaksi dengan masyarakat asing.²⁸ Dalam praktiknya, diplomasi publik memiliki 5 elemen di dalamnya, yaitu *listening*, *advocacy*, *cultural diplomacy*, *exchange diplomacy*, dan *international broadcasting*. Elemen *cultural diplomacy* akan menjadi instrumen utama yang akan dianalisis pada fenomena ini. Diplomasi budaya, menurut Cull, merupakan suatu metode untuk memperkenalkan nilai-nilai yang ingin ditampilkan oleh suatu negara guna merebut hati negara lain. Pendekatan ini digunakan dalam berbagai aktivitas seperti studi budaya, pameran, penyiaran suatu film atau budaya visual lainnya. Bentuk diplomasi ini memberikan kesempatan bagi negara yang memiliki nilai-nilai budaya yang dapat ditonjolkan lawan dan dapat dipahami oleh negara lain dalam pengambilan keputusan maupun memahami situasi di negara tersebut.

Diplomasi budaya berdasarkan Nicholas J.Cull merupakan sebuah usaha actor dalam upaya untuk menjaga hubungan antar negara melalui aset budaya dan pertukaran antar negara.²⁹

²⁸ Nicholas j

²⁹ Cull, Nicholas John., and Darlene J. Sadlier. *Public Diplomacy: Lessons from the Past*. Los Angeles: Figueroa Press, 2009.

Pendekatan konsep *soft power*, diplomasi publik, dan diplomasi budaya akan menjadi pisau analisis utama dalam penelitian ini. Penelitian akan mencoba memahami fenomena penggunaan *anime* sebagai sebuah instrumen diplomasi Jepang terhadap dunia. *Pop culture* merupakan sebuah hasil dari proses sosial. Hal ini ditinjau dari bagaimana lahirnya *pop culture* Jepang yang dibentuk dari pengaruh *Pop culture* Amerika yang kemudian menjelma sebagai bagian dari identitas budaya Jepang. Selain itu, bagaimana budaya ini dapat menarik perhatian masyarakat di berbagai negara dan mempengaruhi masyarakat.

1.8 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

1.8.1 Metode penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif³⁰, yaitu pendekatan untuk mengeksplorasi dan memahami makna dari masalah-masalah sosial dan kemanusiaan bagi sekelompok individu. Metode ini dipilih karena studi hubungan internasional memiliki pokok-pokok pembahasan yang cenderung bersifat normatif sehingga sulit diukur dengan angka.³¹

1.8.2 Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan studi jurnal yang dapat diakses melalui internet. Data dokumen yang dipergunakan dalam penelitian ini bersumber pada buku,

³⁰ Lisa Harrison, *Metodologi Penelitian Politik*, Jakarta: kencana, 2007, hlm 87.

³¹ Umar Suryadi Bakry, *metode penelitian hubungan internasional*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016)

jurnal, dan data yang dapat diakses melalui internet. Selain itu, media juga digunakan sebagai sumber untuk penelitian ini karena fenomena yang akan diteliti sangat berdekatan dengan penggunaan media. Terdapat pula beberapa situs-situs dari lembaga negara yang akan dijadikan sumber resmi dalam penelitian ini.

1.9 Sistematika Pembahasan

Penelitian ini terbagi ke dalam empat bab guna menjelaskan analisis dan keterkaitan teori dan data terhadap kenyataan guna menarik kesimpulan dalam penelitian.

Bab 1 Pendahuluan

Membahas mengenai latar belakang masalah yang didalamNya terkait rumusan masalah serta pembatasan masalah untuk memfokuskan penelitian terhadap hal yang akan dikaji. Penulis akan menjelaskan tentang tujuan dan kegunaan penelitian dan kemudian penulis akan mengangkat dan akan menjelaskan teori yang berkaitan dengan studi kasus yang diangkat oleh penulis sesuai dengan konsep dan kajian literatur. Dalam bagian ini pula terdapat pembahasan mengenai metode penelitian, teknik pengumpulan data dan sistematika pembahasan.

Bab 2 Dinamika hubungan masyarakat Jepang dan China pada masa normalisasi diplomasi

Membahas mengenai perjalanan Jepang dan China pada masa normalisasi diplomasi. Bab ini terbagi menjadi 3 bagian yaitu: Hubungan Jepang dan China pada masa Sebelum, Saat dan setelah Hadirnya normalisasi diplomasi. Pada bab ini

akan dijelaskan pula perubahan pendapat masyarakat pada setiap fase yang telah dijelaskan sebelumnya.

Bab 3 Penggunaan Anime dan manga dalam diplomasi publik dan Diplomasi budaya Jepang terhadap China

Membahas bagaimana hadirnya *Anime* dan *manga* sebagai instrumen diplomasi bagi Jepang. Pada bab ini ada 2 program yang dinilai merupakan sebuah langkah diplomasi yang dilakukan oleh pemerintahan Jepang yang menjadikan *Anime* dan Manga instrumen dalam diplomasi, Pada bab ini pun muncul analisa terhadap kedua program tersebut dari sisi penggunaan diplomasi publik dan diplomasi budaya.

Bab 4 Kesimpulan

Membahas bagaimana pada akhirnya pemerintahan Jepang menggunakan Anime dan Manga sebagai sebuah instrumen diplomasi dalam penyampaian pesan dalam proses diplomasi pada negara tersebut.