



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

Diplomasi Budaya Jepang terhadap Indonesia melalui
Serial Manga ‘*Haikyuu!!*’

Skripsi

Oleh

Cyrilla Kiana Wangsadiputra

6091801146

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

Diplomasi Budaya Jepang terhadap Indonesia melalui
Serial Manga ‘Haikyuu!!’

Skripsi

Oleh

Cyrilla Kiana Wangsadiputra

6091801146

Pembimbing

Prof. Sukawarsini Djelantik, Dra., M.Int., Ph.D.

Bandung

2021

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



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Cyrilla Kiana Wangsadiputra
Nomor Pokok : 6091801146
Judul : Diplomasi Budaya Jepang terhadap Indonesia melalui
Serial Manga 'Haikyuu!!'

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Kamis, 13 Januari 2022
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

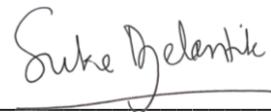
Ketua sidang merangkap anggota

Anggia Valerisha, S.IP., M. Si

: 

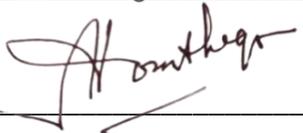
Sekretaris

Prof. Sukawarsini Djelantik, Dra., M.Int., Ph.D.

: 

Anggota

Dr. Atom Ginting Munthe, M.S.

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si.

Surat Pernyataan

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Cyrilla Kiana Wangsadiputra
NPM : 6091801146
Jurusan/Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional
Judul : Diplomasi Budaya Jepang terhadap Indonesia
melalui Serial *Manga 'Haikyuu!!'*

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan hasil karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak 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, 3 Januari 2022



Cyrilla Kiana Wangsadiputra

ABSTRAK

Nama : Cyrilla Kiana Wangsadiputra

NPM : 6091801146

Judul : Diplomasi Budaya Jepang terhadap Indonesia melalui Serial *Manga* 'Haikyuu!!'

Jepang telah menggunakan budaya populernya, seperti *manga* dan *anime*, sebagai salah satu instrumen diplomasi budayanya sejak tahun 2004. Diplomasi budaya dilakukan untuk menunjukkan bahwa Jepang sudah bukan merupakan negara yang mengandalkan kekuatan militernya seperti pada zaman Perang Dunia Kedua, melainkan negara yang cinta damai. Penggunaan diplomasi budaya dapat membantu Jepang dalam memberikan pemahaman budayanya terhadap dunia internasional, termasuk Indonesia, secara lebih luas. Pengenalan dan pemahaman budaya ini dapat dilakukan melalui *manga*. *Manga* digunakan sebagai instrumen diplomasi budaya oleh Jepang karena merupakan media cetak yang tidak kalah populer dengan media digital dan dapat memberikan pemahaman budaya melalui gambar dan dialognya. Sebagai salah satu serial *manga* populer, 'Haikyuu!!' memiliki peran dalam upaya diplomasi budaya Jepang terhadap Indonesia. Tulisan ini mempertanyakan apa saja peran serial *manga* 'Haikyuu!!' dalam diplomasi budaya Jepang terhadap Indonesia. Pertanyaan penelitian tersebut dijawab dengan menarik kesimpulan berdasarkan analisis konten, kuesioner, dan wawancara yang dilakukan. Analisis konten yang dilakukan terhadap alur cerita serial *manga* olahraga ini menunjukkan bahwa serial *manga* 'Haikyuu!!' tidak hanya berperan dalam meningkatkan minat masyarakat Indonesia untuk mempelajari bahasa dan berkunjung ke Jepang, tetapi juga merepresentasikan dan memberikan pemahaman terkait budaya tradisional serta nilai-nilai masyarakat Jepang secara keseluruhan. Dengan kata lain, tulisan ini menunjukkan bahwa serial *manga* 'Haikyuu!!' berhasil meningkatkan citra positif dan meningkatkan rasa hormat masyarakat Indonesia terhadap Jepang.

Kata kunci: diplomasi budaya, Jepang, *manga*, Indonesia, analisis konten.

ABSTRACT

Name : Cyrilla Kiana Wangsadiputra
Student ID : 6091801146
Title : Japan's Cultural Diplomacy towards Indonesia through
'Haikyuu!!' Manga Series

Japan has been using its popular culture, such as *manga* and *anime*, as one of Japan's cultural diplomacy instruments since 2004. Cultural diplomacy is used to prove that Japan is not the same military-centered country as it were during the Second World War but instead is a peace-loving country. The use of cultural diplomacy has helped the international community, including Indonesia, to have an understanding and closure towards Japan through culture. This understanding and closure could be done through *manga*. *Manga* is used as Japan's cultural diplomacy instrument because it is a form of print media that is as popular as digital media and could give cultural understanding through its images and dialogues. *'Haikyuu!!'* is one of many popular *mangas* that has a role in Japan's cultural diplomacy towards Indonesia. This research question what roles do the *'Haikyuu!!'* *manga* series have in Japan's cultural diplomacy towards Indonesia. This research question is answered by concluding from content analysis, questionnaire, and interviews. Content analysis done towards parts of the series' storyline shows that *'Haikyuu!!'* doesn't only increase the interest of Indonesians to learn Japanese and visit Japan, but also represents and gives understanding towards traditional culture and Japanese values as a whole. This research shows that *'Haikyuu!!'* succeeds in enhancing Japan's positive image and increasing Indonesians' respect towards Japan.

Keywords: cultural diplomacy, Japan, *manga*, Indonesia, content analysis

Kata Pengantar

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia yang telah diberikan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Diplomasi Budaya Jepang terhadap Indonesia melalui Serial *Manga ‘Haikyuu!!’*”. Skripsi ini disusun dengan tujuan memenuhi salah satu syarat penyelesaian pendidikan strata satu (S1) Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan.

Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari sempurna dan masih memiliki kekurangan. Maka dari itu, penulis menerima seluruh kritik dan saran yang membangun agar membuat skripsi ini menjadi lebih baik. Sebagai penutup, penulis berharap agar tulisan ini dapat berguna bagi penelitian-penelitian serupa di masa yang akan datang.

Bandung, 3 Januari 2022

Penulis

Ucapan Terima Kasih

Proses penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan lancar tanpa kontribusi dari pihak-pihak yang membantu penulis. Pada kesempatan ini, penulis hendak mengucapkan terima kasih bagi seluruh pihak yang telah membantu sejak awal studi penulis di Universitas Katolik Parahyangan hingga penyusunan skripsi ini yang dapat diselesaikan dengan baik. Penulis mengucapkan terima kasih, khususnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan bimbingan-Nya.
2. Prof. Sukawarsini Djelantik, Dra., M.Int., Ph.D., selaku dosen pembimbing. Terima kasih banyak *Mbak* Suke atas bimbingan, kritik dan saran, serta dukungan yang selalu diberikan sejak awal penulisan skripsi ini. Skripsi ini benar-benar tidak akan terwujud tanpa bimbingan dan bantuan *Mbak*.
3. Seluruh tenaga pengajar dan staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, terutama para dosen jurusan Ilmu Hubungan Internasional, Universitas Katolik Parahyangan. Terima kasih atas segala ilmu, cerita, dan pengalaman yang telah diberikan selama masa pembelajaran penulis.
4. Herman Wangsadiputra dan Ciska Muljawati Joswara, selaku orang tua penulis. Terima kasih banyak atas segala dukungan dan kasih sayang yang diberikan. Terima kasih telah selalu mengingatkan dan mendorong penulis untuk selalu jujur dan bekerja keras dalam segala hal.
5. Seluruh keluarga penulis. Terima kasih kepada Erlina Kurniaty, selaku Oma tercinta, atas segala dukungan yang diberikan. Terima kasih kepada Candice Ariel Wangsadiputra dan Theodore Keanu Wangsadiputra, selaku kakak dan adik penulis, atas semua dukungan, nasihat, dan candaan yang diberikan untuk terus memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih juga kepada Ira Susanto karena telah mendorong penulis untuk melanjutkan studi di Universitas Katolik Parahyangan dan segala bentuk dukungan yang telah diberikan.
6. Claravallis Aguston, selaku sahabat sejak kelas 10, terima kasih atas seluruh dukungan dan nasihat yang hampir setiap minggu diberikan kepada penulis.

Terima kasih juga kepada Aprillia Cindy, Catherine Vania, Chrestella Christine, Fransisca Cloudy, Godeliva Gabriella, dan Imelda Kurniawaty atas seluruh dukungan, sesi *curhat*, dan nasihat yang diberikan sejak awal penulisan skripsi ini.

7. Natasha Amelia Rosa, Muhammad Sandy Ilmi, Levana Sonia, Rizky Adi Kurniawan, Geri Milenia, dan Valencia, selaku teman-teman terdekat penulis selama proses penyusunan skripsi. Terima kasih banyak atas segala bantuan, dukungan, dan nasihat yang terus diberikan sejak tahap awal penulisan skripsi ini. Terima kasih karena tidak pernah lupa mengingatkan untuk beristirahat di saat penulis sudah memperlihatkan tanda-tanda awal *burnout*.
8. *DAY6*, *NCT*, *ATEEZ*, dan *ONE OK ROCK*. Penulis tahu bahwa eksistensi dan rasa terima kasih penulis tidak akan pernah diketahui, tetapi terima kasih banyak. Terima kasih banyak telah berkarya dan membuat lagu-lagu yang selalu menemani dan memotivasi penulis, terutama pada masa-masa sulit penyusunan skripsi ini.
9. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini namun tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih banyak atas doa, dukungan, dan nasihat yang diberikan kepada penulis.
10. Terakhir, kepada penulis. Terima kasih atas kerja keras, dedikasi, dan kegigihan yang diberikan penulis sejak awal studi di jenjang perkuliahan ini. Terima kasih karena tidak pernah menyerah dengan studi dan kehidupan penulis saat situasi sedang tidak baik. Terima kasih telah bertahan dan berjuang sejauh ini.

Daftar Isi

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
Kata Pengantar	iii
Ucapan Terima Kasih	iv
Daftar Isi	vi
Daftar Gambar	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.2.1. Pembatasan Masalah	10
1.2.2. Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
1.3.1. Tujuan Penelitian	11
1.3.2. Manfaat Penelitian	11
1.4 Kajian Literatur	12
1.5 Kerangka Teori	16
1.6 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	22
1.6.1. Metode Penelitian	22
1.6.2. Teknik Pengumpulan Data	23
1.7 Sistematika Pembahasan	24
BAB II KERJA SAMA KEBUDAYAAN DENGAN JEPANG DAN POPULARITAS MANGA DI INDONESIA	26
2.1. Hubungan Kerja Sama Indonesia-Jepang dalam Bidang Kebudayaan ...	27
2.1.1. Kerja Sama Kebudayaan pada Era Orde Lama	29
2.1.2. Kerja Sama Kebudayaan pada Era Orde Baru	30
2.1.3. Kerja Sama Kebudayaan Era Reformasi	31
2.2. Diplomasi Publik Jepang terhadap Indonesia melalui Budaya Populer ..	33
2.2.1. Peran Kedutaan Besar Jepang di Indonesia	36
2.2.2. Peran <i>Japan Foundation</i> Jakarta	37
2.2.3. Peran Perusahaan-Perusahaan Media Indonesia	38

2.2.4. Peran Perusahaan-Perusahaan dalam Industri Hiburan Indonesia	39
2.2.5. Peran Komunitas Penggemar Budaya Jepang di Indonesia	41
2.3. Industri <i>Manga</i>	42
2.3.1. Awal Mula Industri <i>Manga</i> di Jepang.....	42
2.3.2. Perkembangan Industri <i>Manga</i>	44
2.4. Serial <i>Manga</i> ‘ <i>Haikyuu!!</i> ’	45
BAB III PERAN SERIAL MANGA ‘<i>HAIKYUU!</i>’ DALAM DIPLOMASI	
BUDAYA JEPANG TERHADAP INDONESIA	49
3.1. Sarana Pembelajaran Budaya Tradisional Jepang	50
3.2. Meningkatkan Minat terhadap Bahasa Jepang	52
3.3. Inspirasi (Tolak Ukur) Pengembangan Budaya Disiplin dan Sopan Santun	
.....	54
3.4. Mendorong Pembentukan Pola Pikir Positif dan Pantang Menyerah....	58
3.5. Meningkatkan Minat akan Olahraga Voli	61
3.6. Merepresentasikan Kerja Keras dan Meningkatkan Sportivitas.....	63
3.7. Meningkatkan Perhatian dan Dukungan terhadap Atlet Voli Profesional	
Jepang	68
3.8. Meningkatkan Pendapatan (Devisa) Sektor Ekonomi Kreatif Jepang	71
3.9. Meningkatkan Minat untuk Berkunjung ke Jepang.....	75
BAB IV KESIMPULAN.....	78
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN.....	93

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Salah satu panel <i>manga</i> ‘ <i>Naruto</i> ’	34
Gambar 2.2 Potongan adegan dalam <i>anime</i> ‘ <i>Demon Slayer</i> ’ episode 15.	35
Gambar 2.3 Sampul depan ‘ <i>Haikyuu!!</i> ’ jilid pertama.	47
Gambar 3.1 Jimat keberuntungan dalam adaptasi <i>anime</i> ‘ <i>Haikyuu!!</i> ’	50
Gambar 3.2 Alat musik tradisional Jepang, <i>Taiko</i> , dalam adaptasi <i>anime</i> ‘ <i>Haikyuu!!</i> ’.	51
Gambar 3.3 Sampul depan ‘ <i>Haikyuu!!</i> ’ jilid 40.	59
Gambar 3.4 Konflik mental Ryunosuke Tanaka, salah satu anggota tim voli SMA Karasuno.	61
Gambar 3.5 Sachiro Hirugami (kiri) dan Korai Hoshiumi (kanan) dalam adaptasi <i>anime</i> ‘ <i>Haikyuu!!</i> ’	67
Gambar 3.6 Iklan kolaborasi ‘ <i>Haikyuu!!</i> ’ dengan Masahiro Yanagida, anggota tim voli nasional Jepang, di Shibuya.	69
Gambar 3.7 Tangkapan layar wawancara bersama narasumber.	70
Gambar 3.8 Kamei Arena Sendai yang ditampilkan dalam serial <i>manga</i> ‘ <i>Haikyuu!!</i> ’.	76

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sebagai salah satu hal penting dalam dinamika hubungan antarnegara di dunia, diplomasi memiliki peran penting dalam mewujudkan adanya dialog formal, termasuk negosiasi, antarnegara. Diplomasi dilakukan oleh semua negara di dunia untuk membina hubungan yang baik guna mencapai kepentingan nasional masing-masing negara. Hubungan baik dengan negara lain dapat membantu mempermudah pencapaian kepentingan nasional suatu negara, seperti menghasilkan atau mendorong pembentukan kerja sama dan pemberian dukungan dalam dunia politik internasional.

Dalam pelaksanaannya, diplomasi tidak hanya membantu negara dalam perihal menyangkut politik, tetapi juga ekonomi, sosial, dan budaya. Penggunaan diplomasi dalam berbagai bidang kenegaraan tersebut, beserta permasalahan dan aktor-aktor internasional yang semakin banyak, kemudian membuat diplomasi berkembang menjadi beberapa jenis spesifik. Salah satu jenis dari diplomasi yang telah berkembang tersebut adalah diplomasi publik yang melibatkan masyarakat dalam pelaksanaannya. Seiring berjalannya waktu, diplomasi publik bahkan dapat dilaksanakan dengan mempergunakan budaya populer negara terlibat untuk menguntungkan atau mencapai kepentingan tertentu sebuah negara.

Jepang merupakan salah satu negara yang cukup berhasil menggunakan budaya populernya dalam upaya diplomasi budayanya terhadap masyarakat internasional. Hal ini terbukti dengan peringkat ke-8 yang ditempati oleh Jepang

pada peringkat *soft power* terkuat di dunia pada tahun 2019.¹ Komik dan animasi Jepang, atau yang lebih akrab dikenal sebagai *manga* dan *anime*, merupakan salah satu budaya populer Jepang yang digunakan dalam usaha diplomasi budayanya. Serial komik dan animasi *Sailor Moon*, *Dragon Ball*, *One Piece*, dan *Naruto* merupakan beberapa serial komik dan animasi yang sangat populer tidak hanya di kalangan masyarakat Jepang, tetapi juga masyarakat internasional. Tanpa disadari oleh masyarakat internasional, serial-serial populer tersebut telah menjadi alat diplomasi budaya Jepang untuk membangun citra baik Jepang. Pemerintah Jepang bahkan telah memanfaatkan popularitas budaya populer mereka untuk menarik audiens internasional ke Jepang dengan melakukan beberapa tindakan, seperti mendirikan *Japan House* dan *Japan Creative Center (JCC)*, mengadakan program pertukaran budaya dan pelajar, dan bahkan menyelenggarakan program penghargaan MANGA.² Selain komik dan serial animasi, Jepang juga mempergunakan industri *game* atau permainan sebagai salah satu alat dalam usaha diplomasinya. Salah satu permainan yang digunakan untuk membantu meningkatkan kekuatan *soft power* Jepang melalui diplomasi budaya ini adalah permainan *Pokemon* yang awalnya merupakan permainan video (*video game*) dan kemudian berkembang menjadi serial animasi dan permainan gawai.³

¹ Jonathan McClory, *The Soft Power 30: Global Ranking of Soft Power 2019* (London: Portland Communications, 2019), 37.

² "Public Diplomacy," *Ministry of Foreign Affairs of Japan*, https://www.mofa.go.jp/policy/culture/public_diplomacy.html (diakses 22 Maret 2021).

³ Chadijah Isfariani Iqbal, "Budaya Populer Jepang *Game Pokemon Go* sebagai *Soft Diplomacy* Jepang," *Izumi* 5, no. 2 (2016), 5. <https://media.neliti.com/media/publications/91268-ID-budaya-populer-game-pokemon-go-sebagai-s.pdf> (diakses 22 Maret 2021).

Teknologi komunikasi dan informasi yang terus berkembang, disertai dengan terjadinya globalisasi, memiliki pengaruh yang cukup signifikan dalam dimensi politik internasional dan aktivitas diplomasi antarnegara. Semakin canggihnya teknologi komunikasi dan informasi mempermudah aktor-aktor internasional untuk berkomunikasi dengan lebih cepat terlepas dari jarak di antara aktor-aktor tersebut, terlebih lagi setelah ditemukannya internet.⁴ Perkembangan ini juga mempermudah aktor-aktor internasional untuk melaksanakan aktivitas diplomasi, terlebih diplomasi budaya, karena internet mempermudah suatu negara beserta masyarakatnya yang berperan sebagai aktor pelaku untuk berkomunikasi dan menjangkau masyarakat negara target. Masyarakat suatu negara dapat dengan mudah melaksanakan aktivitas diplomasi publik melalui forum *online*, mikroblog, aplikasi obrolan *online*, dan bahkan situs video seperti *YouTube*. Dengan kata lain, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat disertai dengan globalisasi telah dan masih terus membantu negara-negara untuk menyebarkan dan mengutilisasikan budaya populer di negaranya masing-masing dalam upaya diplomasi budayanya.

Industri *manga* Jepang sendiri merupakan suatu industri raksasa yang hingga saat ini masih digunakan sebagai instrumen diplomasi Jepang. *Manga* sendiri, bersamaan dengan *anime*, baru diakui oleh pemerintah Jepang sebagai salah satu budaya modern Jepang dan dipergunakan sebagai instrumen diplomasi budaya mereka pada tahun 2004.⁵ Usaha diplomasi ini semakin diuntungkan oleh

⁴ Nicholas J. Cull, *Public Diplomacy: Lessons from the Past* (Los Angeles: Figueroa Press, 2009), 13.

⁵ Ministry of Foreign Affairs, *Diplomatic Bluebook 2004* (Japan: Ministry of Foreign Affairs, 2004), 217. <https://www.mofa.go.jp/policy/other/bluebook/2004/chap3-e.pdf> (diakses 14 September 2021).

perkembangan teknologi informasi dan komunikasi serta globalisasi. Pada awalnya, *manga* dan *anime* hanya dapat dinikmati oleh masyarakat lokal karena hanya dipublikasikan dalam bahasa Jepang oleh perusahaan media di Jepang. Tetapi dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, masyarakat internasional pun dapat menikmati kedua budaya populer Jepang tersebut terlebih lagi setelah pemerintah Jepang mengungkapkan melalui *Diplomatic Bluebook*-nya bahwa mereka mulai bekerja sama dengan sektor swasta dalam upaya meningkatkan ketertarikan masyarakat internasional terhadap budaya Jepang pada tahun 2006.⁶ Munculnya perusahaan-perusahaan yang menyediakan jasa platform *streaming* resmi telah membantu masyarakat internasional untuk mendapatkan akses terhadap *manga* maupun *anime* dengan menyediakan terjemahan, *subtitle* maupun *dubbing* dalam berbagai bahasa. Globalisasi juga membantu berbagai masyarakat internasional untuk mendapatkan informasi baru mengenai konten-konten terkait *manga* dan *anime*.

Manga merupakan suatu instrumen diplomasi Jepang yang menarik karena aslinya merupakan salah satu bentuk media cetak. Tetapi minat masyarakat terhadap salah satu budaya populer ini sangat tinggi sehingga mendorong pemerintah Jepang untuk mengakuinya sebagai salah satu kekayaan seni dan budayanya di tahun 1990.⁷ Meskipun *manga* merupakan salah satu bentuk media cetak, budaya populer ini dapat tetap mempertahankan popularitas dan minat

⁶ Ministry of Foreign Affairs, *Diplomatic Bluebook 2006* (Japan: Ministry of Foreign Affairs, 2006), 208. <https://www.mofa.go.jp/policy/other/bluebook/2006/14.pdf> (diakses 14 September 2021).

⁷ Kinko Ito, "Manga in Japanese History," dalam Mark W. Macwilliams, ed., *Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime* (New York dan London: M. E. Sharpe, 2008), 44.

masyarakat di tengah digitalisasi yang disebabkan oleh globalisasi. *Manga* dapat tetap populer karena dapat mengikuti arus globalisasi, yaitu dengan ikut melakukan digitalisasi. Namun angka penjualan *manga* masih cukup tinggi meskipun digitalisasi telah dilakukan. Hal ini dibuktikan dengan jumlah rata-rata penjualan *manga* yang mencapai sekitar 1.9 milyar eksemplar setiap tahunnya.⁸ Popularitasnya yang masih tinggi ini merupakan salah satu alasan mengapa *manga* menarik untuk diteliti, terlebih karena *manga* sendiri merupakan bentuk media sekaligus budaya populer yang lebih umum (*mainstream*) di Jepang daripada *anime* yang kerap mendapatkan perhatian lebih banyak secara internasional.

Sebagai salah satu serial *manga* yang paling diminati, '*Haikyuu!!*' berhasil memikat tidak hanya masyarakat Jepang, tetapi juga internasional. Serial *manga* '*Haikyuu!!*' dibuat oleh Haruichi Furudate dan pertama kali dipublikasikan pada 4 Juni 2012 melalui *Weekly Shonen Jump*.⁹ Popularitas serial ini dapat dilihat melalui jumlah penjualannya secara internasional. Tercatat pada tahun 2020 ketika serial *manga* ini resmi berakhir, serial ini telah terjual sebanyak lebih dari 50 juta salinan secara global.¹⁰ Serial yang menceritakan tentang perjalanan seorang murid SMA untuk mengembangkan bakat dan kemampuannya dalam bermain bola voli ini juga bahkan telah berhasil diadaptasi menjadi serial animasi pada tahun 2014

⁸ Christian Monson, "Is Manga More Mainstream Than Anime In Japan?" *Japan Junky*, 28 April 2020, <https://japanjunky.com/is-manga-more-mainstream-than-anime-in-japan/> (diakses 16 Januari 2022).

⁹ "From Fact To Fiction, Volleyball Anime Haikyuu!! Returns," *FIVB*, 24 Januari 2020, <https://www.fivb.com/en/about/news/from-fact-to-fiction-volleyball-anime-haikyu?id=90265> (diakses 14 September 2021).

¹⁰ Rafael Antonio Pineda, "Haikyuu!! Manga to Top 50 Million Copies in Circulation," *Anime News Network*, 2 November 2020, <https://www.animenewsnetwork.com/news/2020-11-02/haikyu-manga-to-top-50-million-copies-in-circulation/.165843> (diakses 14 September 2021).

dan hingga saat ini sudah memiliki 4 musim penayangan.¹¹ Sebuah dokumentari *NHK*, sebuah perusahaan penyiaran milik pemerintah Jepang, menjelaskan bahwa serial *manga* 'Haikyuu!!' bahkan tercatat telah meningkatkan jumlah siswa SMA di Jepang yang bergabung ke dalam tim bola voli sekolah mereka.¹² Data tersebut menunjukkan bahwa serial *manga* 'Haikyuu!!' disertai dengan adaptasi *anime*-nya memiliki dampak atau pengaruh yang cukup besar di kalangan anak muda. Popularitas dan pengaruh yang dimiliki oleh serial ini juga menunjukkan bahwa serial ini dapat dipergunakan oleh pemerintah Jepang sebagai instrumen diplomasi publiknya karena dapat menargetkan tidak hanya komunitas *manga* secara spesifik, tetapi juga kelompok anak muda secara internasional.

1.2 Identifikasi Masalah

Jepang merupakan salah satu negara yang sangat giat dalam melakukan diplomasi kepada negara-negara di dunia, terutama kepada negara-negara di Asia dan Asia Tenggara. Hal ini dikarenakan Jepang telah kehilangan kepercayaan dan hormat dari negara-negara di Asia setelah penjajahan yang dilakukannya pada masa Perang Dunia Kedua. Citra Jepang yang buruk tersebut tentu saja tidak dapat diubah secara mudah, terutama bagi negara-negara yang telah dijajah seperti Indonesia. Maka dari itu, Jepang mulai mencari cara atau strategi yang dapat digunakan untuk mengubah citranya dari negara penjajah mejadi negara yang bersahabat.

Sebagai salah satu strategi diplomasinya, Jepang telah menggunakan budaya mereka sebagai salah satu alat untuk membantu memperbaiki citra mereka

¹¹ Ibid.

¹² Mary Zhang, "Haikyuu!! Isn't Over Yet: The Little Giant's Cultural Legacy," *CBR*, 25 Juli 2020, <https://www.cbr.com/haikyuu-little-giant-cultural-legacy/> (diakses 16 September 2021).

yang negatif perlahan-lahan menjadi ke arah yang lebih positif di dunia internasional. Strategi yang dikenal dengan nama '*Cool Japan*' tersebut secara resmi mengikutsertakan tidak hanya budaya tradisional Jepang, tetapi juga budaya populer Jepang seperti kesenian, arsitektur, musik, busana, *manga*, dan *anime*.¹³ Keseriusan pemerintah Jepang dalam mengintegrasikan budaya populer Jepang ke dalam upaya diplomasi mereka juga terlihat melalui pendirian *Public Diplomacy Department* di Kementerian Luar Negeri Jepang pada tahun 2004¹⁴ yang kemudian secara resmi diumumkan melalui *Diplomatic Bluebook* Jepang edisi tahun 2005.¹⁵

Penggunaan budaya populer sebagai instrumen diplomasi Jepang ini terbukti telah membuahkan hasil yang memuaskan, terutama terhadap generasi-generasi muda yang bukan merupakan korban langsung dari penjajahan Jepang. Budaya populer yang paling sering digunakan dan mudah dikenali adalah *manga* dan *anime*. Kedua budaya populer tersebut memiliki hubungan yang cukup erat antara satu sama lain, terutama karena *anime* yang diproduksi dan ditayangkan seringkali merupakan adaptasi animasi dari *manga*. Salah satu bukti nyatanya adalah pernyataan dari berbagai atlet sepak bola, seperti Fernando Torres dan Alessandro Del Piero, yang mengungkapkan bahwa mereka menjadi tertarik dan kemudian menekuni sepak bola hingga menjadi atlet profesional karena senang menonton *anime* '*Captain Tsubasa*' yang telah di-*dubbing* sesuai bahasa ibu

¹³ Ministry of Foreign Affairs, *Diplomatic Bluebook 2004*, 217.

¹⁴ Toshiya Nakamura, "Japan's New Public Diplomacy: *Coolness* in Foreign Policy Objectives," *Media and Society*, no. 5 (2013), 4. <https://www.lang.nagoya-u.ac.jp/media/public/mediasociety/vol5/pdf/nakamura.pdf> (diakses 24 September 2021).

¹⁵ Ministry of Foreign Affairs, *Diplomatic Bluebook 2005* (Japan: Ministry of Foreign Affairs, 2005), 207. <https://www.mofa.go.jp/policy/other/bluebook/2005/ch3-e.pdf> (diakses 14 September 2021).

mereka masing-masing.¹⁶ Perlu diingat pula bahwa *anime* tersebut merupakan adaptasi dari serial *manga* dengan nama yang sama. Selain dua atlet ternama tersebut, terdapat pula atlet sepak bola yang mengakui sangat menyukai serial *manga* ‘*Captain Tsubasa*’ secara langsung, yaitu Alexis Sánchez.¹⁷ Kesuksesan Jepang dalam menggunakan salah satu budaya populernya, yaitu *manga*, kemudian mendorong pemerintah Jepang untuk menobatkan karakter komik *Doraemon* sebagai duta *anime* resmi Jepang pada tahun 2008.¹⁸ Selain itu, Jepang juga berhasil mengadakan bermacam-macam konvensi atau kegiatan *expo* di luar negeri. Di wilayah Asia Tenggara sendiri, Jepang berhasil mengeksekusi upaya diplomasi publiknya melalui *Anime Festival Asia* sejak tahun 2008.¹⁹ Acara tersebut diawali dengan festival yang diselenggarakan di Singapura sebelum akhirnya diselenggarakan juga di Indonesia, Malaysia, dan Thailand setiap tahun.

Di Indonesia sendiri, Jepang cukup sukses dalam melaksanakan diplomasi budayanya, terutama jika melihat popularitas *manga* atau komik Jepang. Komik Jepang atau *manga* memiliki popularitas yang cukup besar, terutama setelah terdapat penerbit yang menerbitkan komik-komik Jepang yang sudah diterjemahkan ke Bahasa Indonesia dengan harga yang terjangkau. Dilansir *KAORI Nusantara*, *manga* Jepang yang diterjemahkan ke Bahasa Indonesia mulai dijual

¹⁶ Will Sharp, “Captain Tsubasa: The Anime Star Who Changed the Face of Japanese Football and Inspired Messi, Iniesta, and Nakata,” *These Football Times*, 6 November 2018, <https://thesefootballtimes.co/2018/06/11/captain-tsubasa-the-anime-star-who-changed-the-face-of-japanese-football-and-inspired-messi-iniesta-and-nakata/> (diakses 16 September 2021).

¹⁷ Ibid.

¹⁸ “Inauguration Ceremony of Anime Ambassador,” *Ministry of Foreign Affairs of Japan*, 19 Maret 2008, <https://www.mofa.go.jp/announce/announce/2008/3/0319-3.html> (diakses 22 Maret 2021).

¹⁹ “Anime Festival Asia,” *Anime Festival Asia*, <https://animefestival.asia/> (diakses 20 September 2021).

dan didistribusikan di Indonesia sekitar tahun 1980-1990an.²⁰ Sejak saat itu, komik Jepang mudah untuk dibeli dan dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia, terlebih karena sudah diterjemahkan sehingga lebih mudah dipahami isinya. Popularitas *manga* di Indonesia juga dapat dilihat dari selalu adanya rak khusus *manga* di toko buku nasional, seperti *Gramedia*.

Kesuksesan dan popularitas yang dimiliki oleh serial *manga* di Indonesia ini kemudian mendorong penulis untuk membahas mengenai upaya diplomasi budaya Jepang terhadap Indonesia menggunakan salah satu serial *manga*, yaitu '*Haikyuu!!*' yang sejak tahun 2014 mulai populer secara global.²¹ Peran yang dimiliki oleh media, yang dalam penelitian ini adalah serial *manga* '*Haikyuu!!*', menempatkan level analisis pada tingkat kelompok. Serial *manga* '*Haikyuu!!*' yang berperan sebagai salah satu bentuk media sekaligus instrumen diplomasi budaya Jepang menjadi unit eksplanasi atau *eksplanan* dalam analisis penelitian ini. Sedangkan opini masyarakat Indonesia, secara spesifiknya komunitas penggemar serial *manga* '*Haikyuu!!*', menjadi unit analisis atau *explanandum* dalam analisis penelitian ini. Penempatan serial *manga* sebagai unit eksplanasi analisis penelitian ini menunjukkan bahwa media memiliki peran penting dalam mempengaruhi pembentukan opini masyarakat internasional yang dapat dilakukan melalui aktivitas diplomasi negara.

²⁰ Videtra Reynaldi, "Penerbitan Manga di Indonesia – Bagian 1: Sejarah Singkat Penerbitan Manga oleh Elex Media," *KAORI Nusantara*, 5 April 2020, <https://www.kaorinusantara.or.id/newslines/143815/penerbitan-manga-di-indonesia-bagian-1-sejarah-singkat-penerbitan-manga-oleh-elex-media> (diakses 20 September 2021).

²¹ Justine Ngai, "10 reasons why *Haikyuu* will be your favorite sports anime," *Geek Bomb*, 8 Januari 2017, <https://www.geekbomb.net/10-reasons-why-haikyuu-will-be-your-favorite-sports-anime/> (diakses 28 September 2021).

1.2.1. Pembatasan Masalah

Permasalahan yang dibahas dalam tulisan ini adalah permasalahan dalam upaya diplomasi budaya Jepang melalui *manga*. Tulisan ini membahas mengenai penggunaan *manga* sebagai instrumen diplomasi budaya Jepang kepada masyarakat global karena *manga* merupakan bentuk media cetak yang masih populer pada masa yang sudah serba digital. Meskipun aslinya merupakan salah satu bentuk media cetak, *manga* mulai beralih secara perlahan-lahan ke platform digital sejak tahun 2014.²² Tidak hanya itu, penggunaan salah satu budaya populer, yaitu *manga*, juga merupakan salah satu instrumen diplomasi budaya yang efektif sejak awal pelaksanaannya di tahun 2004. Penulis menggunakan bentuk budaya populer ini secara spesifik karena berbeda dengan *anime* yang lebih populer bagi masyarakat internasional, *manga* merupakan bentuk budaya yang lebih populer atau *mainstream* daripada *anime* di Jepang.²³

Permasalahan terkait penggunaan *manga* dalam usaha diplomasi budaya Jepang yang diteliti dalam tulisan ini berfokus pada serial *manga* '*Haikyuu!!*'. '*Haikyuu!*' merupakan salah satu *manga* paling populer secara lokal dan internasional. Serial tersebut menjadi fokus penelitian yang cukup menarik karena tidak hanya merupakan salah satu serial *manga* bertemakan olahraga paling populer

²² Michael Kozlowski, "The Future of Manga is Digital," *Good E Reader*, 25 September 2017, <https://goodereader.com/blog/business-news/the-future-of-manga-is-digital> (diakses 10 Oktober 2021).

²³ Christian Monson, "Is Manga More Mainstream Than Anime In Japan?" *Japan Junky*, 28 April 2020, <https://japanjunky.com/is-manga-more-mainstream-than-anime-in-japan/> (diakses 10 Oktober 2021).

di tahun 2020,²⁴ tetapi juga salah satu serial paling populer secara keseluruhan di tahun 2020 berdasarkan angka penjualannya.²⁵

Permasalahan yang dibahas terkait penggunaan serial *manga 'Haikyuu!'* pada tulisan ini dibatasi pada tahun 2012 hingga 2020. Pembatasan tersebut dimulai pada tahun 2012 karena tahun tersebut merupakan tahun diterbitkannya serial *manga 'Haikyuu!!'* di Jepang. Masalah yang dibahas dibatasi hingga tahun 2020 karena pada tahun tersebutlah serial *manga 'Haikyuu!!'* berakhir.

1.2.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan mengenai permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan pertanyaan untuk membahas permasalahan, yaitu **“Apa saja peran serial *manga 'Haikyuu!!'* dalam diplomasi budaya Jepang terhadap Indonesia?”**

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan peran serial *manga 'Haikyuu!'* dalam membantu diplomasi budaya Jepang terhadap Indonesia.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan untuk memiliki beberapa kegunaan, yaitu:

²⁴ Richie Nguyen, “15 Best Sports Manga (According to MyAnimeList),” *CBR*, 23 September 2020, <https://www.cbr.com/best-sports-manga-myanimelist-ranked/> (diakses 10 Oktober 2021).

²⁵ “[Annual book ranking] “Kimetsu no Yaiba” is the first in history to dominate various rankings such as BOOK overall & comics simultaneous 1st place Minami Tanaka “Photobook” 1st place in history,” *Oricon News*, 30 September 2020, <https://www.oricon.co.jp/special/55505/5/> (diakses 10 Oktober 2021).

1. Berkontribusi bagi penulisan selanjutnya yang memiliki bahan pembahasan serupa sebagai bahan referensi.
2. Memberikan pengetahuan mengenai diplomasi budaya yang dapat dilakukan oleh negara dengan menggunakan salah satu budaya populernya, yaitu serial *manga*.

1.4 Kajian Literatur

Dalam tulisan yang berjudul “*The Role of Anime and Manga in Indonesia-Japan Cultural Diplomacy*”, Wahyuni Kartikasari mengungkapkan bahwa budaya populer Jepang merupakan salah satu instrumen diplomasi publik dan budaya Jepang.²⁶ Kartikasari menjelaskan bahwa *anime* dan *manga* memiliki tiga fungsi sejak digunakan oleh pemerintah Jepang dalam upaya diplomasinya, yaitu fungsi ekonomi, sosio-budaya, dan politik.²⁷ Penggunaan budaya populer sebagai instrumen diplomasi Jepang ini dapat dilakukan tentunya karena perkembangan teknologi dan globalisasi yang memudahkan komunikasi sehingga mempermudah pembentukan opini masyarakat. Maka dari itu, masyarakat Indonesia juga dapat dengan mudah mengetahui mengenai Jepang, termasuk tempat-tempat untuk dikunjungi serta budaya dan kebiasaan sehari-hari masyarakatnya, melalui upaya diplomasi yang dilakukan oleh pemerintah Jepang dan agen-agen resmi diplomasinya.

²⁶ Wahyuni Kartikasari, “The Role of Anime and Manga in Indonesia-Japan Cultural Diplomacy,” *Tsukuba Gakuin University Bulletin* 13 (2018), 43. <https://www.tsukuba-g.ac.jp/library/kiyou/2018/05Wahyuni%20Kartikasari.pdf> (diakses 29 September 2021).

²⁷ *Ibid*, 44-45.

Dalam tulisan berjudul “*Cultural Diplomacy of Japan in the Philippines: The Case of Japan Foundation Manila and its Eiga Sai Program*”, Dada Docot menjelaskan bagaimana Jepang melakukan upaya diplomasi budaya menggunakan film dan *anime* melalui program *Eiga Sai* yang diselenggarakan oleh Japan Foundation di Manila, Filipina. Program yang awalnya menayangkan film-film klasik Jepang ini secara perlahan mulai berubah dan akhirnya mulai menayangkan film-film yang menunjukkan kehidupan dan budaya masyarakat Jepang setelah Japan Foundation kantor Manila membuat kebijakan baru terkait membuat *image* positif Jepang di Filipina.²⁸ Japan Foundation kantor Manila sendiri telah melakukan penayangan film-film Jepang dengan tema-tema spesifik mulai bulan September 1998.²⁹ Docot menjelaskan bahwa meskipun pemerintah Jepang tidak memberikan keleluasaan kepada agen-agen diplomasinya terkait aspek atau elemen budaya apa yang dipromosikan melalui instrumen diplomasi yang digunakan, agen-agen diplomasi memiliki kebebasan untuk memilih instrumen itu sendiri.³⁰

Buku berjudul *Japanamerica: How Japanese Pop Culture Has Invaded the U.S.* merupakan kajian lain yang dijadikan sebagai referensi oleh penulis karena buku tersebut memberikan penjelasan secara rinci mengenai bagaimana dan kenapa budaya populer Jepang dapat dan berhasil diterima oleh Amerika. Roland Kelts menjelaskan bahwa *manga* dan *anime* merupakan maskot yang digunakan oleh

²⁸ Dada Docot, “Cultural Diplomacy of Japan in the Philippines: The Case of Japan Foundation Manila and its Eiga Sai Program” (makalah dipresentasikan pada *The First Philippine Studies Conference of Japan, Tokyo, Tokyo, 11-12 November 2006*), 17. https://www.academia.edu/1468309/Docot_Cultural_Diplomacy_of_Japan_in_the_Philippines (diakses 29 September 2021).

²⁹ *Ibid*, 16.

³⁰ *Ibid*, 22.

pemerintah Jepang sebagai simbol atau proyeksi dari identitas mereka.³¹ Kelts menekankan bahwa *manga* dan *anime* sangat mudah diterima oleh Amerika, terutama setelah peristiwa 9/11, karena Jepang sendiri menggunakan kedua medium budaya populer tersebut untuk melupakan dan melampaui trauma yang didapatkan dari Perang Dunia Kedua.³² Pada penelitian ini, penulis sendiri memilih *manga* olahraga sebagai instrumen diplomasi yang dianalisis. Kelts sempat menyebutkan pada bukunya bahwa *manga* olahraga sendiri memiliki daya tarik yang tinggi bukan hanya karena masih jarang ditemukan, tetapi juga memberikan gambaran kepada pembaca mengenai kehidupan sehari-hari serta apa yang biasanya dilakukan sebelum dan pada perlombaan besar seperti pertandingan olimpiade.³³

Pada tulisan berjudul “*Research on the Impact of Japanese Culture on China*”, Xiaojiao Li mengungkapkan bahwa budaya populer Jepang memiliki lebih banyak pengaruh negatif daripada positif pada anak-anak muda di Tiongkok.³⁴ Li menjelaskan bahwa budaya populer Jepang memiliki sisi positif karena karakter-karakter *manga* memiliki daya tarik yang tinggi dan sesuai dengan selera anak-anak muda. Karakter-karakter *manga* tersebut secara langsung maupun tidak langsung menunjukkan dan mempromosikan *image* dan ideologi Jepang. Tetapi Li menekankan bahwa budaya populer Jepang yang dikonsumsi oleh anak-anak muda juga memiliki sisi negatif. Hal ini terlihat dari budaya Jepang yang cenderung

³¹ Roland Kelts, *Japanamerica: How Japanese Pop Culture Has Invaded the U.S.* (New York: Palgrave Macmillan, 2006), 207.

³² *Ibid*, 26.

³³ *Ibid*, 207.

³⁴ Xiaojiao Li, “Research on the Impact of Japanese Culture on China,” *Advances in Social Science, Education and Humanities Research* 179 (2018), 168. DOI: <https://dx.doi.org/10.2991/ieesasm-17.2018.35> (diakses 1 Oktober 2021).

terbuka terkait pornografi, seksualisasi dan bahkan pelecehan terhadap perempuan.³⁵ Meskipun tulisan ini tidak membahas penggunaan budaya populer Jepang sebagai instrumen diplomasi, penulis beropini bahwa tulisan ini patut untuk dijadikan sebagai bukti dan referensi karena tulisan ini menjelaskan bahwa tidak semua budaya suatu negara dapat diterima oleh negara lainnya.

Namun terdapat pula akademisi yang mengungkapkan bahwa penggunaan budaya sebagai instrumen diplomasi merupakan suatu hal yang kurang efektif untuk membantu memperbaiki, mempertahankan, maupun memperkuat hubungan antara negara. Tulisan berjudul *The Struggle for Soft Power in Asia: Public Diplomacy and Regional Competition* yang mengungkapkan bahwa usaha diplomasi publik yang dilakukan oleh suatu negara tidak dapat mengubah atau menentukan opini publik internasional.³⁶ Hall dan Smith secara spesifik meneliti usaha diplomasi publik yang dilakukan oleh Tiongkok di negara-negara Asia lainnya, seperti Filipina, Indonesia, dan India. Meskipun Tiongkok mengalokasikan dana yang besar untuk usaha-usaha diplomasi yang dilakukan oleh negara tersebut, hasil survei yang dilakukan oleh BBC World Service pada tahun 2005 dan 2011 menunjukkan hasil yang berkebalikan dari ekspektasi. Survei tersebut menunjukkan bahwa upaya diplomasi publik Tiongkok tidak membuat opini publik internasional terhadap Tiongkok menjadi positif, bahkan menunjukkan penurunan persentase opini publik negara-negara target survei yang memandang Tiongkok secara positif. Meskipun tulisan ini tidak berfokus ataupun melibatkan Jepang,

³⁵ *Ibid*, 169.

³⁶ Ian Hall dan Frank Smith, "The Struggle for Soft Power in Asia: Public Diplomacy and Regional Competition," *Asian Security* 9, no. 1 (2013). DOI: <https://doi.org/10.1080/14799855.2013.760926> (diakses 6 April 2021).

tulisan ini perlu dipertimbangkan karena menunjukkan bahwa upaya diplomasi suatu negara dapat saja gagal untuk mengubah opini publik internasional.

Pada tulisan-tulisan serupa sebelumnya, penulis menemukan bahwa belum terdapat pembahasan mengenai penggunaan serial *manga* bertemakan olahraga, secara spesifiknya '*Haikyuu!!*', dalam upaya diplomasi publik Jepang terhadap Indonesia. Tidak hanya itu, penulis juga belum menemukan penelitian yang menganalisis penggunaan budaya populer dalam upaya diplomasi Jepang menggunakan teori analisis konten kualitatif. Penelitian ini memiliki posisi sebagai penelitian yang menunjukkan bagaimana serial *manga* bertemakan olahraga dapat membantu upaya diplomasi sebuah negara. Maka dari itu, penulis akan menganalisa data-data yang didapatkan untuk menjelaskan peran serial *manga* '*Haikyuu!!*' dan adaptasi animasinya sebagai instrumen diplomasi budaya Jepang terhadap Indonesia.

1.5 Kerangka Teori

Dalam kelangsungan hidupnya, sebuah negara tentu saja akan berinteraksi dengan negara lain tanpa memperhitungkan jarak antara keduanya. Interaksi atau kontak antara dua atau lebih negara dapat berlangsung dalam berbagai bentuk, baik dalam bentuk positif maupun negatif. Bentuk interaksi yang positif antarnegara meliputi kerja sama, perdagangan, dan dialog yang damai dan ramah atau yang biasa disebut dengan diplomasi, sedangkan bentuk interaksi yang negatif meliputi perselisihan, ancaman, intimidasi, dan bahkan perang.³⁷

³⁷ Robert Jackson dan Georg Sørensen, *Introduction to International Relations: Theories and Approaches*, 5th ed. (Oxford: Oxford University Press, 2013), 11.

Diplomasi merupakan salah satu komponen terpenting dalam hubungan internasional. Dalam publikasinya, Nicolson menginterpretasi dan memahami diplomasi sebagaimana diartikan dalam Kamus Inggris Oxford, yaitu pengelolaan hubungan internasional melalui negosiasi yang dilakukan oleh wakil negara.³⁸ Menurut Sir Ernest Mason Satow, diplomasi (tradisional) merupakan penerapan intelegensi dan taktik dalam hubungan resmi antara negara berdaulat.³⁹

Seiring berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi, diplomasi juga mengalami perkembangan. Salah satu jenis diplomasi yang paling sering digunakan di dunia internasional saat ini adalah diplomasi publik. Menurut Cull, diplomasi publik adalah usaha diplomasi yang dilakukan oleh aktor internasional melalui atau dengan mempengaruhi pemikiran dan perasaan masyarakat publik asing guna mengatur lingkungan internasional.⁴⁰ Selain menargetkan publik asing, diplomasi publik juga dapat dilakukan oleh agen dalam hubungan internasional untuk mendapatkan masukan atau *feedback* guna memperbaiki pendekatan terhadap sebuah kebijakan yang akan dibuat.⁴¹ Sedangkan menurut Leonard, Stead, dan Smewing, diplomasi publik merupakan bentuk diplomasi yang dilakukan oleh suatu negara melalui masyarakatnya terhadap masyarakat negara tertentu untuk mencapai kepentingan nasionalnya.⁴² Diplomasi publik itu sendiri dapat digunakan

³⁸ Harold Nicolson, *Diplomacy* (Oxford: Oxford University Press, 1950), 15.

³⁹ Ernest Mason Satow, *A Guide to Diplomatic Practice: Volume 1* (Cambridge: Cambridge University Press, 211), 1.

⁴⁰ Nicholas J. Cull, *Public Diplomacy: Lessons from the Past*, 12.

⁴¹ *Ibid.*

⁴² Mark Leonard, Catherine Stead, dan Conrad Smewing, *Public Diplomacy* (London: The Foreign Policy Centre, 2002), 2-3.

oleh negara-negara baik untuk kepentingan defensif maupun untuk mendukung usahanya dalam memperkuat *soft power* yang dimilikinya.⁴³

Menurut Cull, diplomasi publik memiliki beberapa elemen, yaitu mendengarkan, advokasi, diplomasi budaya, diplomasi pertukaran, dan penyiaran internasional, dan perang psikologis.⁴⁴ Di antara elemen-elemen tersebut, konsep diplomasi budaya akan digunakan untuk membantu menganalisa data-data yang akan digunakan pada penelitian ini. Diplomasi budaya sendiri didefinisikan oleh Cull sebagai usaha aktor internasional dengan menggunakan atau mempromosikan budayanya pada publik asing guna mengatur lingkungan internasional.⁴⁵ Menurut Goff, diplomasi budaya dapat membantu menjembatani celah dan perbedaan dalam komunikasi antarnegara dengan menggunakan karya seni, bahasa, dan pendidikan karena ketiga hal tersebut merupakan hal-hal yang paling memperlihatkan budaya suatu negara.⁴⁶

Namun masih sering terjadi kebingungan dalam penentuan bentuk suatu aktivitas diplomasi antara diplomasi publik dan budaya. Kazuo Ogoura menjelaskan bahwa dalam kedua bentuk diplomasi tersebut seringkali tertukar karena saling berkaitan dengan satu sama lain, seperti kegiatan diplomasi publik yang dilakukan menggunakan aktivitas kebudayaan negara tersebut.⁴⁷ Tetapi keduanya memiliki perbedaan yang halus. Menurut Ogoura, setidaknya dalam

⁴³ Jan Melissen, "Public Diplomacy," dalam Andrew F. Cooper, Jorge Heine, dan Ramesh Thakur, eds. *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy* (Oxford: Oxford University Press, 2013), 4.

⁴⁴ Nicholas J. Cull, *Public Diplomacy: Lessons from the Past*, 18-23.

⁴⁵ *Ibid*, 19.

⁴⁶ Patricia M. Goff, "Cultural Diplomacy," dalam Andrew F. Cooper, Jorge Heine, dan Ramesh Thakur, eds. *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy* (Oxford: Oxford University Press, 2013), 1.

⁴⁷ Kazuo Ogoura, *Japan's Cultural Diplomacy* (Tokyo: Japan Foundation, 2009), 45.

konteks diplomasi Jepang, perbedaan antara diplomasi publik dan budaya terletak pada fakta bahwa aktivitas diplomasi publik meliputi campur tangan pemerintah dan memiliki tujuan politik sedangkan diplomasi budaya tidak memiliki tujuan politik dalam pelaksanaannya.⁴⁸

Dalam pelaksanaannya, diplomasi budaya seringkali menggunakan teknologi informasi dan komunikasi. Kegiatan diplomasi ini seringkali disebut dengan penggunaan strategi diplomasi digital. Bjola dan Holmes mendefinisikan diplomasi digital itu sendiri sebagai penggunaan teknologi informasi dan komunikasi, terutama platform media sosial, untuk permasalahan terkait diplomasi.⁴⁹ Tetapi Holmes mengungkapkan bahwa diplomasi digital bukanlah sekedar instrumen diplomasi publik yang dapat digunakan dengan mengutilisasikan teknologi informasi dan komunikasi, tetapi juga merupakan suatu hal independen di luar diplomasi publik yang dapat membantu mengatur perubahan tertentu dalam sistem internasional.⁵⁰

Teknologi informasi dan komunikasi yang digunakan dalam diplomasi budaya dan diplomasi digital tersebut merupakan bagian dari perkembangan media. Media sendiri merupakan sebuah saluran atau alat untuk mengomunikasikan pesan atau konten antara pengirim dan penerima.⁵¹ Pengertian dari media ini kemudian mengembangkan diskusi terkait '*old media*' dan '*new media*', terutama mengenai

⁴⁸ Ibid.

⁴⁹ Corneliu Bjola, "Introduction: Making sense of digital diplomacy," dalam Corneliu Bjola dan Marcus Holmes, eds. *Digital Diplomacy: Theory and Practices* (Oxon dan New York: Routledge, 2015), 4.

⁵⁰ Marcus Holmes, "Digital Diplomacy and International Change Management," dalam Corneliu Bjola dan Marcus Holmes, eds. *Digital Diplomacy: Theory and Practices* (Oxon dan New York: Routledge, 2015), 18-21.

⁵¹ Paul Hodkinson, *Media, Culture, and Society: an introduction* (London: SAGE Publications, 2011), 1.

apa yang membuat media dianggap sebagai media baru. Menurut Livingstone, media dianggap sebagai media baru atau ‘*new media*’ bukan karena perkembangannya dari segi teknologi tetapi dari konteks sosialnya.⁵² Konteks sosial tersebut meliputi reformulasi kepemilikan media yang tadinya dipergunakan untuk kepentingan publik, tetapi sekarang banyak digunakan untuk alasan pribadi; rekonstruksi gaya hidup atau ‘*lifestyle*’ masyarakat oleh bentuk dan konten media yang semakin beragam; pengkaburan batasan-batasan sosial dan semakin terbukanya sirkulasi informasi dan pendapat masyarakat (demokratisasi) akibat konvergensi berbagai bentuk media informasi; serta rekonstruksi bentuk komunikasi massa dari komunikasi satu arah menjadi komunikasi interaktif yang dapat menyebabkan ketiga konteks sosial sebelumnya.⁵³

Sebagai salah satu bentuk media, *manga* merupakan salah satu media yang sering dikonsumsi masyarakat sejak tahun 1960an di Jepang hingga saat ini. Sejak awal popularitasnya, *manga* biasanya ditulis dengan tema tertentu, meskipun secara umumnya alur yang diceritakan selalu mengandung budaya masyarakat Jepang sendiri, baik dari cara hidup sehari-hari maupun kehidupan di sekolah, rumah, atau tempat kerja.⁵⁴ Kinsella menjelaskan bahwa *manga* memiliki daya tarik yang kuat di kalangan masyarakat Jepang karena karakter-karakter dalam *manga* selalu dapat mengekspresikan perasaan dan/atau pemikiran mereka, sedangkan masyarakat Jepang selalu mendorong orang-orangnya untuk selalu disiplin serta

⁵² Sonia Livingstone, “New media, new audiences?” *New Media & Society* 1, no. 1 (1999), 62. DOI: <https://doi.org/10.1177%2F1461444899001001010> (diakses 12 April 2021).

⁵³ *Ibid*, 62-63.

⁵⁴ Sharon Kinsella, *Adult Manga: Culture and Power in Contemporary Japanese Society* (Honolulu, Hawai’i: University of Hawai’i Press, 2000), 3-4.

mengendalikan ekspresi mereka.⁵⁵ Cerita-cerita masyarakat awam Jepang yang seringkali disiratkan dalam alur *manga* ini membuat *manga* semakin populer sehingga kemudian dijadikan sebagai *port* budaya atau instrumen dalam diplomasi budaya Jepang.

Penggunaan budaya populer, termasuk serial *manga*, sebagai instrumen diplomasi budaya merupakan suatu hal yang dapat dilakukan dengan lebih optimal dengan menganalisis konten dari instrumen yang digunakan tersebut. Krippendorff mendefinisikan analisis konten sebagai suatu teknik penelitian yang digunakan untuk menemukan kesimpulan yang dapat ditiru (*replicable*) dan valid dari sumber teks atau sumber-sumber lainnya.⁵⁶ Elemen dapat ditiru atau *replicable* dari analisis konten sendiri merupakan salah satu cara untuk menunjukkan bahwa kesimpulan yang didapatkan menggunakan teknik ini dan data-data yang digunakan dapat diandalkan. Drisko dan Maschi menjelaskan bahwa *content analysis* merupakan bentuk-bentuk teknik penelitian yang digunakan untuk membuat kesimpulan yang sistematis, kredibel, valid, dan dapat ditiru dari teks dan bentuk-bentuk komunikasi lainnya.⁵⁷ Teknik analisis konten sendiri merupakan teknik yang cukup fleksibel karena dapat menggunakan suatu hal yang tidak dibuat untuk penelitian sebagai data.⁵⁸ Dalam tulisan ini, penulis menganalisis serial *manga* 'Haikyuu!!' menggunakan teori analisis konten untuk mengetahui pembahasan tema tertentu

⁵⁵ *Ibid*, 7.

⁵⁶ Klaus Krippendorff, *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology 2nd ed.* (Thousand Oaks, California: SAGE Publications, 2004), 18.

⁵⁷ James W. Drisko dan Tina Maschi, *Content Analysis* (New York: Oxford University Press, 2016), 7.

⁵⁸ *Ibid*, 13.

apakah yang paling membantu mengubah pandangan masyarakat Indonesia terhadap Jepang yang memiliki citra sebagai negara bekas penjajah.

1.6 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

1.6.1. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif, yaitu penelitian yang menggunakan data non-numerik⁵⁹ yang dapat membantu memberikan gambaran mengenai suatu hal atau bagaimana hal tersebut dapat terjadi.⁶⁰ Data yang didapatkan dianalisis menurut interpretasi penulis sesuai dengan konteks permasalahan yang dikaji⁶¹ sehingga penulis menggunakan data yang berbentuk teks, seperti buku, dokumen resmi, berita, dan sebagainya, serta karya seni dalam bentuk gambar (komik). Secara spesifiknya, penulis menganalisis data yang didapatkan menggunakan *qualitative content analysis*. Analisis konten kualitatif sendiri merupakan teknik penelitian yang dilakukan dengan menganalisis data dalam rupa teks, gambar, atau bentuk-bentuk komunikasi lainnya untuk membuat kesimpulan deskriptif terkait pesan atau tema tertentu yang ingin disampaikan oleh pembuatnya.⁶² Meskipun data yang digunakan berbentuk data non-numerik, analisis yang dilakukan meliputi tahapan yang bersifat kuantitatif, yaitu penghitungan kata-kata, konsep, maupun tindakan dalam konten yang kemudian dikategorikan untuk mempermudah analisis. Analisis konten yang

⁵⁹ Keith F. Punch, *Introduction to Social Research: Quantitative and Qualitative Approaches*, 2nd ed. (London: SAGE, 2005), 12.

⁶⁰ *Ibid*, 15.

⁶¹ John W. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Approaches*, 4th ed. (London: SAGE, 2014), 4.

⁶² Drisko dan Maschi, *Content Analysis*, 85-88.

dilakukan untuk mengolah data juga dilengkapi dengan data-data yang didapatkan melalui kuesioner dan wawancara. Kuesioner dan wawancara dilakukan untuk memberikan data dan pemahaman yang lebih luas terkait pandangan masyarakat Indonesia terhadap Jepang, termasuk mengenai serial *manga* 'Haikyuu!!'.

1.6.2. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data dengan melakukan studi pustaka atau literatur beserta pengumpulan buku, jurnal akademis, dokumen, dan artikel berita yang berkaitan dengan topik permasalahan yang dibahas. Penelitian yang dilakukan juga menggunakan serial *manga* 'Haikyuu!!' sebagai data primernya karena tulisan ini meneliti penggunaan serial tersebut dalam upaya diplomasi budaya Jepang terhadap Indonesia.

Peneliti juga menggunakan triangulasi untuk melengkapi analisis dalam penelitian ini, yaitu melalui kuesioner yang dibagikan melalui akun *menfess* komunitas penggemar serial *manga* 'Haikyuu!!' di *Twitter* (@HAIKYUUFESS) dan wawancara. Triangulasi data sendiri merupakan teknik mengumpulkan data dengan beberapa cara berbeda, seperti observasi, kuesioner, dan wawancara.⁶³ Observasi dilakukan terlebih dahulu terhadap komunitas penggemar serial *manga* 'Haikyuu!!' di platform media sosial *Twitter*, secara spesifiknya melalui akun *menfess* (@HAIKYUUFESS) untuk penggemar Indonesia. Observasi menunjukkan bahwa komunitas penggemar 'Haikyuu!!' memiliki cukup banyak anggota dilihat dari jumlah pengikut akun tersebut yang hampir mencapai tiga ratus

⁶³ Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013), 241.

ribu pengikut. Penulis kemudian membagikan kuesioner melalui akun *menfess* 'Haikyuu!!' di *Twitter* untuk mendapatkan data berupa opini para penggemar terkait Jepang. Kuesioner ini kemudian diikuti dengan wawancara yang dilakukan melalui fitur *direct message* di *Twitter* terhadap beberapa narasumber yang juga merupakan bagian dari komunitas penggemar serial *manga* 'Haikyuu!!'. Pemilihan narasumber dilakukan dengan memilih secara acak dari daftar pengikut akun *menfess* tersebut. Data yang telah dikumpulkan diolah dan dianalisis oleh penulis agar dapat menjawab pertanyaan penelitian dan menjelaskan jawaban yang diberikan.

1.7 Sistematika Pembahasan

Pembahasan yang dilakukan pada penelitian ini akan disusun ke dalam empat bab dengan sistematika sebagai berikut:

Bab I membahas mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori yang digunakan untuk menganalisa data, metode dan teknik pengumpulan data.

Bab II membahas mengenai kerja sama kebudayaan dengan Jepang dan popularitas *manga* di Indonesia, aktivitas diplomasi yang dilakukan melalui budaya populer, serta penjelasan mengenai sejarah dan perkembangan industri *manga*, bagaimana industri tersebut digunakan sebagai instrumen diplomasi Jepang, dan serial *manga* 'Haikyuu!!' yang merupakan instrumen diplomasi yang diteliti. Pembahasan pada bab ini meliputi penjelasan peristiwa dan aktivitas yang merupakan perwujudan nyata dari teori politik luar negeri; diplomasi dan ketiga bentuknya yang telah dijelaskan dalam kerangka teori, yaitu publik, budaya, dan digital; serta *new media*.

Pembahasan pada Bab III meliputi analisis peran serial *manga* 'Haikyuu!!' sebagai instrumen diplomasi budaya Jepang terhadap Indonesia dari segi sosial-budaya, olahraga, dan ekonomi. Peran serial *manga* tersebut dalam upaya diplomasi budaya Jepang terhadap Indonesia dijelaskan sesuai dengan *qualitative content analysis* yang dilakukan terhadap alur ceritanya, didukung dengan data yang didapatkan melalui kuesioner dan wawancara.

Terakhir, Bab IV membahas mengenai kesimpulan dari penelitian, yaitu peran serial *manga* 'Haikyuu!!' yang dapat dipergunakan sebagai instrumen diplomasi Jepang terhadap Indonesia, termasuk pembahasan-pembahasan dengan tema spesifik apa yang paling relevan dalam memperbaiki citra Jepang bagi masyarakat Indonesia.

BAB II

KERJA SAMA KEBUDAYAAN DENGAN JEPANG DAN POPULARITAS *MANGA* DI INDONESIA

Jepang dan Indonesia memiliki hubungan yang mengalami pasang surut sejak awal diresmikannya hubungan diplomatik antara kedua negara. Pasang surut ini kemudian diatasi dengan mendorong kerja sama kebudayaan dan pendidikan agar meningkatkan pemahaman antara masyarakat Indonesia dan Jepang. Seiring berjalannya waktu, kerja sama kebudayaan yang dilakukan tidak hanya meliputi penggunaan kebudayaan tradisional yang seringkali menjadi akar kebiasaan hidup masing-masing negara, tetapi juga budaya populer yang terkenal di kalangan masyarakat muda.

Bab ini membahas mengenai hubungan kerja sama kebudayaan dengan Jepang serta popularitas *manga* di Indonesia. Hubungan kerja sama Indonesia dan Jepang dijelaskan sesuai periodisasi pemerintahan Indonesia dilanjutkan dengan pembahasan diplomasi publik dan budaya Jepang melalui budaya populer sesuai aktor-aktor yang terlibat. Pembahasan dilanjutkan dengan sejarah singkat industri *manga*, termasuk awal mula hingga diresmikan menjadi instrumen diplomasi Jepang. Bab ini ditutup dengan membahas '*Haikyuu!!*' yang merupakan salah satu serial *manga* populer tidak hanya di Jepang, tetapi juga di Indonesia.

2.1. Hubungan Kerja Sama Indonesia-Jepang dalam Bidang Kebudayaan

Hubungan diplomatik Indonesia dan Jepang dimulai secara resmi pada April 1958.⁶⁴ Hubungan ini merupakan awal mula dari rekonsiliasi antara kedua negara setelah sebelumnya Jepang menjajah Indonesia pada tahun 1942 hingga 1945.⁶⁵ Sejak diresmikannya hubungan diplomatik ini, Jepang telah memberikan dan melaksanakan berbagai bentuk program bantuan untuk Indonesia. Selain itu, Jepang dan Indonesia juga telah bekerja sama untuk membangun berbagai acara maupun program bilateral dan multilateral dalam berbagai bidang.⁶⁶ Berbagai bentuk kerja sama antara kedua negara ini merupakan bukti nyata bahwa hubungan Indonesia dan Jepang mulai berprogres.

Namun hubungan Indonesia dan Jepang sempat menghadapi permasalahan ketika terjadinya peristiwa Malapetaka Lima Belas Januari (Malari) pada tahun 1974. Peristiwa tersebut merupakan bentuk penolakan masyarakat terhadap kunjungan Perdana Menteri Kakuei Tanaka karena menganggap Jepang sebagai pejajah dan pemeras ekonomi Indonesia serta tidak peka atas kesalahan-kesalahannya.⁶⁷ Peristiwa ini tentunya mempersulit usaha Jepang untuk menjalin hubungan yang dekat dengan Indonesia. Hal ini dikarenakan meskipun pemerintah Indonesia sudah menunjukkan respon ke arah yang positif terhadap upaya Jepang,

⁶⁴ "Japan-Indonesia Relations," *Ministry of Foreign Affairs of Japan*, 25 Juli 2019, <https://www.mofa.go.jp/region/asia-paci/indonesia/data.html> (diakses 19 Oktober 2021).

⁶⁵ Harry J. Benda, "The Beginnings of the Japanese Occupation of Java," *The Far Eastern Quarterly* 15, no. 4 (1956), 541-560. Diakses melalui <https://www.jstor.org/stable/2941923> pada 9 November 2021.

⁶⁶ "Japan-Indonesia Relations (Archives)," *Ministry of Foreign Affairs of Japan*, 30 Maret 2021, <https://www.mofa.go.jp/region/asia-paci/indonesia/archives.html> (diakses 19 Oktober 2021).

⁶⁷ Richard Halloran, "Tanaka's Explosive Trip," *The New York Times*, 21 Januari 1974, <https://www.nytimes.com/1974/01/21/archives/tanakas-explosive-trip-roots-of-the-antijapanese-outbursts-in.html> (diakses 25 Oktober 2021).

respon tersebut dapat diubah oleh dorongan masyarakat yang tidak mendukung upaya Jepang.

Jepang kemudian mengambil langkah pendekatan dan pemahaman budaya untuk mengatasi permasalahan ini. Intensi Jepang untuk menunjukkan komunitas internasional bahwa dirinya ingin menjadi negara yang lebih baik melalui kebudayaannya ini sebenarnya sudah mulai dilakukan sejak tahun 1973.⁶⁸ Namun peristiwa Malari menunjukkan bahwa Jepang masih harus menata kembali strategi kebudayaannya agar dapat diterima dengan lebih baik. Maka dari itu, Jepang mulai mengganti strategi diplomasinya melalui *Doktrin Fukuda*.⁶⁹ Doktrin ini memiliki agenda yang difokuskan pada konstruksi hubungan atas dasar kepercayaan yang dapat dicapai melalui pemahaman kebudayaan.

Permasalahan dalam hubungan Indonesia dan Jepang tidak menghambat atau menghentikan usaha kedua pemerintah untuk bekerja sama. Kerja sama yang dilakukan dapat membantu mengokohkan hubungan antara kedua negara. Usaha untuk menjalin kerja sama tentunya semakin terlihat seiring berjalannya waktu. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya bentuk kerja sama yang dilakukan sejak masa pemerintahan Orde Lama hingga Reformasi. Dinamika dan usaha untuk membangun hubungan kerja sama kebudayaan perlu diketahui agar dapat memahami bahwa Jepang terus berusaha untuk meningkatkan segala bentuk kerja

⁶⁸ Ministry of Foreign Affairs, *Diplomatic Bluebook 1973* (Tokyo: Ministry of Foreign Affairs, 1973), <https://www.mofa.go.jp/policy/other/bluebook/1973/1973-3-5.htm> (diakses 27 Oktober 2021).

⁶⁹ Sueo Sudo, *The International Relations of Japan and South East Asia: Forging a New Regionalism* (London dan New York: Routledge, 2002), 36-37.

sama yang dapat meningkatkan atau memperluas pemahaman budaya masyarakat Indonesia.

2.1.1. Kerja Sama Kebudayaan pada Era Orde Lama

Pada masa Orde Lama yang dipimpin oleh Presiden Soekarno, kerja sama kebudayaan yang dilakukan oleh Indonesia dan Jepang terfokus pada pendidikan. Hal ini sejalan dengan agenda Jepang untuk mengubah citranya sebagai negara dengan kekuatan militer yang tinggi menjadi negara yang mempromosikan perdamaian dan nilai-nilai demokrasi melalui aktivitas-aktivitas kebudayaan.⁷⁰ Giorgetti, Campbell dan Arslan menjelaskan bahwa pendidikan merupakan agen paling efektif dalam memperkenalkan dan menyebarkan budaya suatu negara, secara spesifiknya melalui institusi pendidikan, tenaga pendidik, serta kurikulum atau bahan ajar.⁷¹ Maka dari itu, tidak heran jika pendidikan menjadi salah satu media aktivitas diplomasi budaya Jepang.

Salah satu bentuk kerja sama yang dilakukan oleh Indonesia dan Jepang pada masa Orde Lama adalah kerja sama pendidikan melalui program beasiswa *Monbukagusho (MEXT)* yang telah diselenggarakan sejak tahun 1954.⁷² Namun kerja sama antara Indonesia dan Jepang pada era ini tidak banyak karena Presiden Soekarno pada waktu itu seringkali mencurigai bantuan atau ajakan kerja sama sebagai bentuk imperialisme. Presiden Soekarno bahkan sempat melarang

⁷⁰ Kazuo Ogoura, *Japan's Cultural Diplomacy* (Tokyo: Japan Foundation, 2009), 46.

⁷¹ Filiz M. Giorgetti, Craig Campbell, dan Ali Arslan, "Culture and education: looking back to culture through education," *Paedagogica Historica* 53, no. 1-2 (2017), 2. Diakses melalui <https://doi.org/10.1080/00309230.2017.1288752> pada 27 Oktober 2021.

⁷² "Scholarship," *Nagasaki University Center for Japanese Language and Student Exchange*, https://www.liaison.nagasaki-u.ac.jp/en/?page_id=148 (diakses 9 November 2021).

penyebaran musik asing di Indonesia pada tahun 1959-1967 untuk melindungi kebudayaan masyarakat dari upaya imperialisme negara lain.⁷³ Perilaku Presiden Soekarno ini merupakan bukti bahwa Indonesia belum siap membuka diri dengan menerima kebudayaan negara lain.

2.1.2. Kerja Sama Kebudayaan pada Era Orde Baru

Pada pemerintahan Orde Baru yang dipimpin oleh Presiden Soeharto, kerja sama Indonesia dan Jepang mulai meningkat. Kerja sama Indonesia dan Jepang pada masa ini sebenarnya lebih terfokus di bidang otomotif dan ekonomi,⁷⁴ tetapi terdapat pula kerja sama kebudayaan, terutama melalui pendidikan. Kerja sama di bidang kebudayaan dimulai pada tahun 1979, terutama setelah pendirian *Japan Foundation* Jakarta,⁷⁵ sebagai bentuk nyata dari pelaksanaan *Doktrin Fukuda*. Tetapi kerja sama kebudayaan baru benar-benar mulai dilakukan di tahun 1990-an melalui *Doktrin Hashimoto* yang beragenda mengokohkan hubungan Jepang dan ASEAN melalui perluasan kerja sama kebudayaan.⁷⁶ Dengan terdapatnya *Doktrin Hashimoto* sebagai dasar kebijakan, usaha Jepang dalam menjalin kerja sama kebudayaan mulai terlihat.

Kerja sama dalam bidang kebudayaan pada masa Orde Baru masih difokuskan pada pendidikan, seperti pemberian beasiswa. Salah satunya adalah

⁷³ Ayu Pertiwi dan Nasution, "Larangan Soekarno terhadap Musik Barat Tahun 1959-1967," *e-Journal Pendidikan Sejarah* 2, no. 3 (2014), 338-339. Diakses melalui <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/avatara/article/view/8864> pada 10 November 2021.

⁷⁴ Ardyan Mohamad, "Kisah lobi Jepang di industri mobil RI," *Merdeka.com*, 20 September 201, <https://www.merdeka.com/uang/kisah-lobi-jepang-di-industri-mobil-ri.html> (diakses 10 November 2021).

⁷⁵ "The Japan Foundation, Jakarta," *Japan Foundation Jakarta*, <https://www.jpff.or.id/id/office/> (diakses 28 Oktober 2021).

⁷⁶ Sudo, *The International Relations of Japan and Southeast Asia*, 41.

beasiswa B. J. Habibie bagi para pelajar dalma bidang sains dan teknologi dengan Jepang sebagai salah satu negara tujuannya.⁷⁷ Terdapat pula beasiswa dan pelatihan vokasional yang diberikan melalui *Japan International Cooperation Agency (JICA)*. Beasiswa dan pelatihan tersebut diberikan kepada para pakar perikanan dan peternakan Indonesia.⁷⁸ *JICA* juga telah memberikan berbagai bantuan untuk pembangunan pendidikan Indonesia sejak tahun 1970-an.⁷⁹ Kerja sama pendidikan ini difokuskan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia, terutama orang-orang yang memiliki peran penting dalam perkembangan industri Indonesia.

2.1.3. Kerja Sama Kebudayaan Era Reformasi

Pada era Reformasi yang mengacu pada pemerintahan setelah masa pemerintahan Presiden Soeharto, kerja sama antara Indonesia dan Jepang masih lebih banyak dilakukan melalui pendidikan. Pemerintah Jepang menyelenggarakan program pertukaran bagi pelajar dan guru melalui *Japan-East Asia Network of Exchange for Students and Youths (JENESYS)* yang telah diselenggarakan sejak tahun 2007⁸⁰ dan *Japan Training Program (JTP)* yang merupakan program magang bagi mahasiswa jurusan perhotelan dan pertanian.⁸¹ Melalui program *Monbukagusho (MEXT)*, pemerintah Jepang telah memberikan beasiswa kepada

⁷⁷ Muhammad Syahrul Ramadhan, "IABIE Dorong Hidup Kembali Beasiswa Habibie di 2020," *Medcom.id*, 20 Desember 2019, <https://www.medcom.id/pendidikan/news-pendidikan/4KZ6logK-jabie-dorong-hidupkan-kembali-beasiswa-habibie-di-2020> (diakses 10 November 2021).

⁷⁸ Dinur Krismasari, et.al., *Indonesia's Development Knowledge through Japan's Cooperation: For South-South and Triangular Cooperation* (Jakarta: Japan International Cooperation Agency Indonesia, 2014), 17.

⁷⁹ *Ibid*, 19.

⁸⁰ "JENESYS Programme," *JAIF Japan-ASEAN Cooperation*, <https://jaif.asean.org/jaif-component/jenesys-programme/> (diakses 28 Oktober 2021).

⁸¹ "Japan Training Program," *Japan Interstudy Center Indonesia*, <https://jic.co.id/program/jtp> (diakses 28 Oktober 2021).

104 orang di tahun 2014.⁸² Program beasiswa *MEXT* juga diberikan kepada tenaga pengajar.⁸³ Selain itu, instansi-instansi pemerintah Jepang juga berperan besar dalam penjalinan kerja sama pendidikan, seperti *Japan Student Services Organization (JASSO)* yang memberikan informasi dan pelayanan program beasiswa serta pertukaran pelajar⁸⁴ dan *Japan International Cooperation Center (JICE)* yang telah melakukan berbagai kerja sama secara mandiri dengan pemerintah Indonesia, institusi pendidikan, serta organisasi internasional untuk menyelenggarakan program pertukaran pelajar secara rutin.⁸⁵ Program-program pemerintahan ini menunjukkan bahwa kerja sama Jepang dan Indonesia dalam bidang kebudayaan melalui pendidikan terus meningkat.

Indonesia dan Jepang juga telah menjalin kerja sama di bidang kebudayaan secara spesifik. Pada tahun 2018, Indonesia dan Jepang bekerja sama dalam pengarsipan budaya melalui preservasi dan secara digital.⁸⁶ Terdapat pula kerja sama dalam rupa penyelenggaraan pameran sejarah hubungan kedua negara pada masa penjajahan Jepang di Indonesia dari sudut pandang kedua negara.⁸⁷

⁸² A. Safril Mubah, "Japanese Public Diplomacy in Indonesia: The Role of Japanese Agencies in Academic Exchange Programs between Japan and Indonesia," *Global & Strategis* 13, no. 1 (2019), 44. Diakses melalui <https://e-journal.unair.ac.id/JGS/article/view/10777> pada 28 Oktober 2021.

⁸³ "Jepang Tawarkan Beasiswa Monbukagusho untuk Guru di Indonesia, Ini Syaratnya," *Liputan6*, 19 Desember 2020, <https://www.liputan6.com/global/read/4437130/jepang-tawarkan-beasiswa-monbukagakusho-untuk-guru-di-indonesia-ini-syaratnya> (diakses 28 Oktober 2021).

⁸⁴ "History of JASSO," *Japan Student Service Organization*, <https://www.jasso.go.jp/en/about/organization/history/index.html> (diakses 28 Oktober 2021).

⁸⁵ Mubah, "Japanese Public Diplomacy in Indonesia," 39.

⁸⁶ Sista, "Gandeng Kedubes Jepang, Ditjenbud Gelar Seminar Arsip Digital," *Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Direktorat Jenderal Kebudayaan*, 21 Februari 2018, <https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/gandeng-kedubes-jepang-ditjenbud-gelar-seminar-arsip-digital/> (diakses 27 Oktober 2021).

⁸⁷ Thomas Manggala, "Kuatkan Kerjasama Budaya dengan Jepang, Kemdikbud Gelar Pameran," *SidoNews*, 2 Agustus 2018, <https://nasional.sindonews.com/berita/1327160/15/kuatkan-kerjasama-budaya-dengan-jepang-kemdikbud-gelar-pameran> (diakses 28 Oktober 2021).

Melalui kerja sama kebudayaan ini, Jepang dan Indonesia menunjukkan bahwa hubungannya yang semakin erat.

Kerja sama kebudayaan yang telah dilakukan merupakan salah satu cara untuk menjaga hubungan baik antara Indonesia dan Jepang. Hubungan kenegaraan Indonesia dan Jepang bahkan dianggap penting dalam menjaga stabilitas politik dan ekonomi di Asia, terutama Asia Timur.⁸⁸ Untuk menjaga keharmonisan hubungan kedua negara ini, kedua negara kerap melakukan diplomasi menggunakan kebudayaannya terhadap satu sama lain. Tetapi, upaya diplomasi Jepang terlihat lebih menonjol karena daya tarik kuat dari budaya populer yang merupakan instrumen dari upaya diplomasinya.

2.2. Diplomasi Publik Jepang terhadap Indonesia melalui Budaya Populer

Jepang merupakan negara yang memiliki pengalaman dan keterampilan dalam menggunakan budayanya sebagai instrumen diplomasi, terutama budaya populernya. Diplomasi publik Jepang mulai terlihat lebih kuat sejak didirikannya Departemen Diplomasi Publik di Kementerian Luar Negeri pada tahun 2004.⁸⁹ Pendirian departemen tersebut tentunya memperluas cakupan aktor yang dapat dilibatkan dalam aktivitas diplomasi Jepang.

Salah satu bentuk budaya populer yang sering digunakan Jepang dalam diplomasinya adalah *manga*. *Manga* merupakan sebutan spesifik untuk komik atau

⁸⁸ Cantika Rustandi, "Indonesia and Japan: a role model in bilateral relations," *Economic Research Institute for ASEAN and East Asia*, 14 Februari 2019, <https://www.eria.org/news-and-views/indonesia-and-japan-a-role-model-in-bilateral-relations/> (diakses 25 Oktober 2021).

⁸⁹ Toshiya Nakamura, "Japan's New Public Diplomacy: *Coolness* in Foreign Policy Objectives," *Media and Society*, no. 5 (2013), 4. Diakses melalui <https://www.lang.nagoya-u.ac.jp/media/public/mediasociety/vol5/pdf/nakamura.pdf> pada 24 September 2021.

cerita bergambar Jepang.⁹⁰ Melalui *manga*, para seniman menyiratkan nilai-nilai masyarakat dan kebudayaan Jepang dalam cerita yang digambar.⁹¹ Meskipun telah dikenal secara internasional, *manga* seringkali diragukan oleh para pakar sebagai sebuah karya seni.⁹² Namun validasi pakar seni tidak berdampak terlalu besar karena *manga* masih terus berkembang dan dikonsumsi oleh berbagai kalangan secara internasional. Maka dari itu, Jepang tidak takut untuk menggunakan karya seni ini sebagai instrumen diplomasinya.

Gambar 0.1 Salah satu panel *manga* 'Naruto'.



Sumber: MANGA Plus, <https://mangaplus.shueisha.co.jp/viewer/1000397> (diakses 28 November 2021).

⁹⁰ Toni Johnson Woods, "Introduction," dalam Toni Johnson-Woods, ed., *MANGA: An Anthology of Global and Cultural Perspectives* (New York: Continuum, 2010), 1.

⁹¹ Robin E. Brenner, *Understanding Manga and Anime* (Westport: Libraries Unlimited, 2007), ix.

⁹² Mark McWilliams, "Introduction," dalam Mark W. Macwilliams, ed., *Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime* (New York dan London: M. E. Sharpe, 2008), 5.

Budaya populer lain yang paling sering digunakan sebagai instrumen diplomasi Jepang adalah *anime*. *Anime* merupakan sebutan masyarakat Jepang untuk animasi secara umum, tetapi digunakan oleh masyarakat internasional sebagai sebutan untuk animasi Jepang secara spesifik.⁹³ *Anime* seringkali diproduksi dengan mengadaptasikan alur cerita serial *manga* tetapi terdapat pula *anime* dengan alur cerita orisinal. Bentuk media ini mulai populer di Jepang sejak tahun 1960-an tetapi baru mulai populer secara internasional pada akhir tahun 1990-an hingga awal 2000-an.⁹⁴ Seperti *manga*, popularitas *anime* yang mendunia kemudian mendorong pertumbuhan industri ini secara besar-besaran hingga akhirnya digunakan secara resmi oleh pemerintah sebagai instrument diplomasi.

Gambar 0.2 Potongan adegan dalam *anime* 'Demon Slayer' episode 15.



Sumber: Demon Slayer Official Website USA, <https://demonlayer-anime.com/rissshihen/story/15.html> (diakses 28 November 2021).

Dalam pelaksanaan diplomasi publik, budaya populer digunakan tidak hanya oleh pemerintah dan instansinya, tetapi juga aktor-aktor non-pemerintah. Di

⁹³ Gilles Poitras, "Contemporary Anime in Japanese Pop Culture," dalam Mark W. Macwilliams, ed., *Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime* (New York dan London: M. E. Sharpe, 2008), 48.

⁹⁴ *Ibid*, 50.

Indonesia sendiri, Kedutaan Besar Jepang dan *Japan Foundation* merupakan aktor pemerintah yang berperan besar dalam diplomasi melalui budaya populer. Terdapat pula perusahaan-perusahaan media dan hiburan Indonesia serta komunitas penggemar yang tidak kalah berperan dalam diplomasi Jepang melalui budaya populer, terlebih melalui *manga* dan *anime*.

2.2.1. Peran Kedutaan Besar Jepang di Indonesia

Sebagai perwakilan resminya, Kedutaan Besar Jepang di Indonesia merupakan salah satu aktor yang berperan dalam upaya diplomasi negaranya. Pemerintah Jepang membuka kedutaan besarnya bagi masyarakat Indonesia yang tertarik untuk mengetahui atau mempelajari budaya Jepang. Kedutaan Besar Jepang menyediakan informasi-informasi terkait beasiswa, pengetahuan, dan kebudayaan Jepang serta menerima kunjungan studi budaya bagi rombongan pelajar dan masyarakat umum.⁹⁵ Kedutaan Besar Jepang juga telah menyelenggarakan festival budaya *Jak-Japan Matsuri*, lengkap dengan lokakarya kesenian dan kebudayaan Jepang, yang telah diselenggarakan setiap tahunnya sejak tahun 2009.⁹⁶ Meskipun aktivitas yang dilakukan tidak sebebaskan aktivitas aktor non-pemerintah, Kedutaan Besar Jepang dengan aktif menyebarkan dan mempromosikan budayanya kepada masyarakat Indonesia karena upaya-upaya tersebut dilakukan secara resmi sebagai perpanjangan tangan pemerintah Jepang.

⁹⁵ “Pusat Informasi, Pendidikan dan Kebudayaan,” *Kedutaan Besar Jepang di Indonesia*, <https://www.id.emb-japan.go.jp/infcul.html> (diakses 18 Oktober 2021).

⁹⁶ Didi Purwadi, “Kedubes Jepang Gelar Festival Budaya di Jakarta,” *Republika*, 15 September 2014, <https://republika.co.id/berita/nasional/umum/14/09/15/nbxz3b-kedubes-jepang-gelar-festival-budaya-di-jakarta> (diakses 10 November 2021).

2.2.2. Peran *Japan Foundation* Jakarta

Namun instansi pemerintah yang paling berperan dalam melaksanakan diplomasi publik Jepang adalah *Japan Foundation*. Institusi ini didirikan pada Oktober 1972 di Tokyo untuk membantu kegiatan diplomasi Jepang guna memperbaiki citra buruk yang didapatkannya sejak Perang Dunia Kedua. Jepang dipandang sebagai negara yang memiliki militer dan ekonomi yang mendominasi. Melalui *Japan Foundation*, Jepang ingin dilihat sebagai negara yang cinta perdamaian dengan mempromosikan kebudayaan masyarakatnya.⁹⁷ Kegiatan diplomasi yang dilakukan *Japan Foundation* difokuskan pada bidang kesenian, kebudayaan, serta pendidikan.⁹⁸ Pada tahun 1979, pemerintah Jepang akhirnya membuka kantor cabang *Japan Foundation* di Jakarta.⁹⁹ Pembukaan cabang Jakarta ini dilakukan untuk mempermudah aktivitas diplomasi di Indonesia.

Kegiatan-kegiatan kebudayaan yang dilakukan oleh *Japan Foundation* Jakarta pada umumnya meliputi festival kebudayaan, pameran, lokakarya, dan perlombaan. Beberapa festival yang terkenal di kalangan masyarakat Indonesia adalah Festival Budaya Jepang,¹⁰⁰ *Japan Film Festival (JFF)* yang telah diselenggarakan sejak tahun 2004,¹⁰¹ dan festival *Matsuri* di berbagai kota-kota besar Indonesia. Terdapat pula program diplomasi di kantor cabang *Japan*

⁹⁷ "Tentang The Japan Foundation," *Japan Foundation Jakarta*, <https://www.jpff.or.id/id/> (diakses 28 Oktober 2021).

⁹⁸ "What We Have Done," *Japan Foundation*, https://www.jpff.go.jp/e/about/outline/about_05.html (diakses 28 Oktober 2021).

⁹⁹ "The Japan Foundation, Jakarta," *Japan Foundation Jakarta*.

¹⁰⁰ "Festival Kebudayaan Jepang 2012," *Berita Satu*, 26 Maret 2012, <https://www.beritasatu.com/hiburan/39002/festival-kebudayaan-jepang-2012> (diakses 28 Oktober 2021).

¹⁰¹ "Nikmati Film Jepang Terkini! Pekan Film dan Animasi Jepang Terbesar di Indonesia 2015," *Kedutaan Besar Jepang di Indonesia*, 19 November 2015, https://www.id.emb-japan.go.jp/news15_47.html (diakses 28 Oktober 2021).

Foundation Jakarta, seperti melalui fasilitas *Koryu Space*.¹⁰² Melalui program dan berbagai kegiatan tersebut, dapat dilihat bahwa *Japan Foundation* berperan besar dalam mempromosikan budaya Jepang di Indonesia.

2.2.3. Peran Perusahaan-Perusahaan Media Indonesia

Perusahaan-perusahaan media Indonesia juga memiliki peran penting dalam membantu agenda diplomasi Jepang, terlebih melalui *manga* dan *anime*. Terdapat dua perusahaan penerbit yang mendistribusikan *manga* yang sudah diterjemahkan ke Bahasa Indonesia, yaitu *m&c!* dan *PT Elex Media Komputindo*. *PT Kompas Gramedia* juga menyediakan akses digital melalui *Gramedia Digital*.¹⁰³ Sebagai penerbit dan distributor resmi *manga* atau komik Jepang di Indonesia, perusahaan-perusahaan tersebut harus menghubungi penerbit atau agensi resmi di Jepang untuk mendapatkan izin atau lisensi.¹⁰⁴ Perusahaan-perusahaan penerbit komik ini berperan aktor diplomasi publik karena harus melakukan proses perizinan untuk mendistribusikan *manga* secara legal.

Selain melalui *manga*, *anime* merupakan instrumen diplomasi budaya Jepang yang paling sering digunakan. Penggunaan instrumen ini biasanya dilakukan melalui penayangan televisi. Pada tahun 1990-an hingga 2000-an, *Indosiar*, *Global TV*, dan *RCTI* merupakan beberapa stasiun televisi yang

¹⁰² “Mengunjungi Koryu Space di The Japan Foundation, Jakarta!” *Ikidane Nippon*, 30 Agustus 2019, <https://press.ikidane-nippon.com/id/a00657/> (diakses 28 Oktober 2021).

¹⁰³ Jeniffer Gracellia, “Pengalaman Baca Buku Hemat Uang dan Ruang Lewat Gramedia Digital,” *Kompasiana*, 18 Agustus 2021, <https://www.kompasiana.com/jeniffer68599/611d09b106310e030f2e25d2/pengalaman-baca-buku-hemat-uang-dan-ruang-lewat-gramedia-digital> (diakses 13 November 2021).

¹⁰⁴ CES, “Penerbitan Manga di Indonesia – Bagian 2: Jalan Panjang dan Berliku Proses Lisensi,” *KAORI Indonesia*, 3 April 2021, <https://www.kaorinusantara.or.id/newslines/164445/penerbitan-manga-di-indonesia-bagian-2-jalan-panjang-dan-berliku-proses-lisensi> (diakses 29 Oktober 2021).

menayangkan *anime* di Indonesia. Tetapi setelah tahun 2010-an, penayangan *anime* di Indonesia berkurang dengan drastis karena semakin tingginya biaya lisensi penayangan¹⁰⁵ dan perubahan sasaran pasar stasiun televisi.¹⁰⁶ Stasiun-stasiun ini memerlukan izin berupa lisensi untuk mendistribusikan dan menayangkan *anime* di televisi Indonesia.

Namun berkurangnya penayangan *anime* di televisi Indonesia tidak menghambat diplomasi publik yang dilakukan karena terdapat platform *streaming* dan bioskop. *Netflix* merupakan salah satu penyedia layanan *streaming* legal berbayar yang menyediakan berbagai serial dan film *anime* dengan teks terjemahan Bahasa Inggris dan Indonesia. Terdapat pula *Ponimu* yang juga memberikan layanan *streaming anime* yang memberi layanan serupa.¹⁰⁷ Masyarakat Indonesia juga dapat mengkonsumsi *anime* melalui bioskop *CGV Cinema*, *Cinépolis Cinemas*, *Cinema XXI*, *Flix Cinemas*, dan lainnya.¹⁰⁸ Sama seperti stasiun-stasiun televisi, perusahaan penyedia jasa *streaming* dan bioskop juga memerlukan lisensi untuk dapat menayangkan *anime* secara legal.

2.2.4. Peran Perusahaan-Perusahaan dalam Industri Hiburan Indonesia

¹⁰⁵ Aulia Azfar Tri Kanul, "3 Alasan Anime Belum Bisa Bebas Tayang di Indonesia," *liniMuda*, 6 November 2020, <https://linimuda.id/hobi/film/alasan-anime-belum-bisa-bebas-tayang-di-indonesia/> (diakses 31 Oktober 2021).

¹⁰⁶ "Habis Anime di TV, Terbit di Streaming Kemudian," *CNN Indonesia*, 28 Juni 2020, <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20200626125508-220-517799/habis-anime-di-tv-terbit-di-streaming-kemudian> (diakses 31 Oktober 2021).

¹⁰⁷ Fikri Muhammad, "Serba-Serbi Hype Streaming Anime Subtitle Indonesia," *CNBC Indonesia*, 16 Maret 2019, <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20190316165929-33-61056/serba-serbi-hype-streaming-anime-subtitle-indonesia> (diakses 31 Oktober 2021).

¹⁰⁸ Christian Tobing, "Ini 7 Bioskop di Indonesia yang Tayangkan Violet Evergarden: The Movie," *duniaku IDN Times*, 2 Maret 2021, <https://duniaku.idntimes.com/anime-manga/anime-lain/christian-tobing-1/ini-7-bioskop-di-indonesia-yang-tayangkan-violet-evergarden-the-movie> (diakses 10 November 2021).

Musik juga merupakan budaya populer Jepang yang cukup digemari, terlebih karena bantuan promosi perusahaan dalam industri hiburan Indonesia. Perusahaan hiburan membantu mempromosikan musik Jepang dengan menyelenggarakan konser, seperti *PK Entertainment* yang mendatangi *rock band* asal Jepang, *ONE OK ROCK*.¹⁰⁹ Selain itu, terdapat pula *PT Dentsu Media Group Indonesia* yang berperan besar dalam mempromosikan musik Jepang melalui *JKT48* yang kemudian menjadi grup mitra *AKB48* di Indonesia. Pada tahun 2018, *JKT48* bahkan ditunjuk menjadi duta persahabatan Jepang dan Indonesia.¹¹⁰ Perusahaan-perusahaan tersebut tidak hanya mengundang antusiasme penggemar musik Jepang di Indonesia, tetapi juga memperluas penyebaran musik tersebut. Perusahaan dalam industri hiburan Indonesia juga berperan dalam penyelenggaraan festival budaya populer Jepang. *Anime Festival Asia Indonesia (AFAID)* merupakan festival budayaan populer Jepang yang diselenggarakan oleh *SOZO Pte. Ltd* di Indonesia. Festival *anime* ini dilaksanakan setiap tahun sejak tahun 2012 hingga 2018.¹¹¹ Selain *AFAID*, *Comic Con Indonesia* juga merupakan festival budaya populer yang berperan dalam aktivitas diplomasi budaya Jepang melalui *manga*. Meskipun *Comic Con* yang ditangani oleh *PT Panorama Media* ini juga meliputi komik non-Jepang, *manga* milik Jepang masih merupakan salah satu hal utama yang ditunjukkan dalam acara ini.¹¹² Dengan menyelenggarakan acara-acara

¹⁰⁹ Ira Gita Natalia Sembiring, "Konser ONE OK ROCK di Jakarta Bakal Digelar 2 Hari," *KOMPAS*, 29 Januari 2020, <https://www.kompas.com/hype/read/2020/01/29/140808466/konser-one-ok-rock-di-jakarta-bakal-digelar-2-hari> (diakses 10 November 2021).

¹¹⁰ "Peringatan 60 Tahun Hubungan Diplomatik Jepang-Indonesia," *Kedutaan Besar Jepang di Indonesia*, https://www.id.emb-japan.go.jp/60years_i.html (diakses 10 November 2021).

¹¹¹ "About AFA," *Anime Festival Asia*, <https://animefestival.asia/> (diakses 28 Oktober 2021).

¹¹² Djoko Poerwanto, "Melihat Pesta Komunitas Pencinta Komik di Indonesia Comic Con 2019," *Merdeka.com*, 12 Oktober 2019, <https://www.merdeka.com/foto/artis/1117035/20191012183921->

tersebut di Indonesia, perusahaan tersebut secara tidak langsung berkontribusi juga sebagai aktor dalam agenda diplomasi Jepang melalui budaya populer.

2.2.5. Peran Komunitas Penggemar Budaya Jepang di Indonesia

Diplomasi budaya juga dilakukan secara tidak sadar oleh komunitas penggemar budaya populer secara tatap muka dan virtual. Di Indonesia, terdapat cukup banyak komunitas penggemar budaya populer Jepang, terutama di kota-kota besar. *Akamaru J Community* merupakan salah satu komunitas penggemar budaya populer Jepang di Padang.¹¹³ Terdapat pula Komunitas *Mangaka* Indonesia yang merupakan komunitas penggemar *manga* Jepang. Komunitas ini juga telah menunjukkan dukungannya untuk mendorong perkembangan industri kreatif Indonesia melalui acara lomba membuat komik dan membuat rancangan baju bernama *Mangaka Fire*.¹¹⁴ Komunitas-komunitas ini merupakan salah satu aktor utama dalam menyebarkan budaya populer Jepang secara bebas di masyarakat.

Komunitas penggemar budaya populer Jepang juga turut berkembang seiring berkembangnya teknologi, terutama setelah maraknya penggunaan media sosial. *KAORI Nusantara* yang merupakan situs berita Indonesia *manga* dan *anime* ini awalnya hanya merupakan kelompok penggemar *anime* yang menyediakan layanan pembuatan terjemahan teks *anime* secara mandiri. *KAORI Nusantara* kemudian berkembang menjadi situs berita dengan fokus seputar industri kreatif

[melihat-pesta-komunitas-pecinta-komik-di-indonesia-comic-con-2019-klN-001-djoko-poerwanto.html](#) (diakses 31 Oktober 2021).

¹¹³ ALR, "Akamaru J Community, Komunitas Penggemar Jepang di Padang," *Japanese Station*, 28 Maret 2016, <https://japanesestation.com/community/local-profiles/akamaru-j-community-komunitas-penggemar-jepang-di-padang> (diakses 31 Oktober 2021).

¹¹⁴ Kevin W., "Event Mangaka Fire oleh Komunitas Mangaka Indonesia," *KAORI Nusantara*, 2 Maret 2016, <https://www.kaorinusantara.or.id/newsline/46634/event-mangaka-fire-oleh-komunitas-mangaka-indonesia> (diakses 31 Oktober 2021).

Jepang dan Indonesia pada tahun 2013.¹¹⁵ Perkembangan *KAORI Nusantara* dari komunitas *fansub* menjadi situs berita merupakan bukti bahwa internet telah mempermudah komunikasi dan pertukaran informasi antara para penggemar yang berada dalam komunitas yang sama maupun berbeda.

2.3. Industri *Manga*

Industri *manga* merupakan salah satu industri yang juga merupakan budaya populer paling terkenal tidak hanya di Jepang sebagai negara asalnya, tetapi juga di dunia. Namun industri ini tidak selalu merupakan salah satu industri andalan Jepang. Industri ini memerlukan waktu yang cukup lama untuk diciptakan dan berkembang sampai akhirnya ditetapkan menjadi instrumen diplomasi Jepang bagi masyarakat internasional, bahkan Indonesia.

2.3.1. Awal Mula Industri *Manga* di Jepang

Pada awalnya, *manga* di Jepang bukanlah kumpulan gambar bercerita yang diperjualbelikan secara nasional, melainkan coretan-coretan belaka. Berdasarkan penggambarannya, *manga* pertama kali dibuat oleh para buruh kerja yang terlibat dalam perbaikan Kuil *Horyu* sekitar tahun 700-an untuk mengisi waktu luang saat beristirahat dari pekerjaan mereka.¹¹⁶ Namun pembuatan *manga* yang pertama kali dicatat dalam sejarah adalah *Cho-jugiga* karya Toba Sojo untuk bahan pengajaran agama dan budaya di Kuil *Kozanji*.¹¹⁷ Sejak dijadikan media pembelajaran budaya oleh para biksu, *manga* secara perlahan-lahan mulai

¹¹⁵ “Tentang *KAORI Nusantara*,” *KAORI Nusantara*, <https://www.kaorinusantara.or.id/corp/> (diakses 31 Oktober 2021).

¹¹⁶ Helen McCarthy, *A Brief History of Manga* (Lewes, United Kingdom: Ilex Press, 2014), 1.

¹¹⁷ Jean-Marie Bouissou, “Manga: A Historical Overview,” dalam Toni Johnson-Woods, ed., *MANGA: An Anthology of Global and Cultural Perspectives* (New York: Continuum, 2010), 18.

bersirkulasi dan diterima sebagai karya seni secara nasional pada periode Edo.¹¹⁸ Tapi sebutan *manga* sendiri baru digunakan sejak dipatenkan oleh Katsushika Hokusai pada periode Edo.¹¹⁹ Sejak pematenan kata *manga* sebagai label cerita bergambar di Jepang, komik mulai dikenali oleh masyarakat secara nasional.

Penggambaran *manga* yang tradisional ini mulai berkembang menjadi karya seni modern setelah Amerika Serikat datang ke Jepang. Terbukanya Jepang terhadap dunia internasional ini kemudian mengundang datangnya Charles Wirgman dan Georges Bigot yang berperan penting dalam mengembangkan teknik gambar dan bercerita melalui *The Japan Punch* dan *Tobae*. Kedua figur ini juga secara tidak langsung mendorong pembuatan dan distribusi koran bergambar pertama Jepang, yaitu *E-shimbun Nihonchi* pada tahun 1874.¹²⁰ Munculnya koran bergambar tersebut kemudian memicu proliferasi berbagai koran bergambar lainnya di Jepang.

Industri *manga* baru menjadi industri *manga* modern setelah Perang Dunia Kedua. Munculnya *manga* sebagai industri modern ini didorong oleh seniman-seniman *manga* yang mulai menerbitkan cerita mereka setelah berakhirnya Perang Dunia Kedua, seperti Osamu Tezuka yang seringkali disebut sebagai Bapak *Manga* Modern.¹²¹ Serial *Astro Boy* merupakan karya Tezuka yang berhasil menjadi serial *manga* pertama yang diadaptasi menjadi *anime* dan

¹¹⁸ *Ibid*, 19.

¹¹⁹ Kinko Ito, "Manga in Japanese History," dalam Mark W. Macwilliams, ed., *Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime* (New York dan London: M. E. Sharpe, 2008), 29.

¹²⁰ *Ibid*, 30-31.

¹²¹ Kinko Ito, "Manga in Japanese History," 35.

merupakan karya seni yang menjembatani kedua industri tersebut untuk berkolaborasi di kemudian hari.

2.3.2. Perkembangan Industri *Manga*

Industri *manga* mulai berkembang menjadi industri masif setelah diperluasnya target pasar dan *genre* atau aliran cerita yang diceritakan. Pada tahun 1960-an, perusahaan-perusahaan penerbit mulai menerbitkan majalah *shojo manga* yang ditargetkan untuk.¹²² Perkembangan ini tidak hanya memperluas target pasar industri *manga*, tetapi juga mendorong munculnya seniman-seniman perempuan dalam industri tersebut. Pada tahun 1970-an, industri ini melihat semakin banyaknya aliran dalam *shojo manga*, termasuk aliran yang menunjukkan kehidupan nyata masyarakat Jepang.¹²³

Popularitas *manga* modern baru tercapai pada tahun 1980-an ketika industri ini mulai bekerja sama dengan pemerintah Jepang secara resmi. Kerja sama tersebut berupa pembuatan medium bahan ajar baru bagi para pelajar melalui *manga*.¹²⁴ Pada tahun 1990, industri ini secara resmi diakui sebagai salah satu kekayaan seni dan budaya Jepang.¹²⁵ Pengakuan ini meningkatkan tingkat konsumsi *manga* masyarakat lokal dan internasional. Sebelum diakui pemerintah, *manga* memang sudah mulai dikenali secara internasional dan diekspor. Tetapi pengakuan yang diberikan berhasil meningkatkan permintaan pasar internasional secara drastis. Sejak akhir tahun 1990-an hingga awal tahun 2000-an, industri ini

¹²² *Ibid*, 38.

¹²³ Jean-Marie Bouissou, "Manga: A Historical Overview," 27.

¹²⁴ *Ibid*, 29.

¹²⁵ Kinko Ito, "Manga in Japanese History," 44.

mulai berkembang dengan munculnya perusahaan-perusahaan penerbit yang mendistribusikan *manga* yang sudah diterjemahkan ke berbagai bahasa, seperti *VIZ Media* dan *Tokyopop*.¹²⁶ Munculnya perusahaan-perusahaan tersebut tentu membantu penyebaran *manga* ke kalangan masyarakat internasional secara lebih luas.

Popularitas internasional industri *manga* ini kemudian digunakan oleh pemerintah Jepang untuk agenda diplomasinya. Pada tahun 2005, *manga* bersama dengan *anime* secara resmi digunakan oleh Jepang sebagai instrumen diplomasinya.¹²⁷ Pada tahun 2007, pemerintah Jepang bahkan membuat program diplomasi yang secara khusus menggunakan *manga* melalui *Japan International MANGA Award*.¹²⁸ Ajang penghargaan tahunan tersebut memberikan penghargaan dan kesempatan untuk berdialog dengan pembuat *manga*, serta berkunjung ke perusahaan percetakan dan tempat-tempat lainnya di Jepang.

2.4. Serial *Manga* ‘*Haikyuu!!*’

Serial *manga* ‘*Haikyuu!!*’ merupakan serial komik ber-*genre* olahraga yang dibuat oleh Haruichi Furudate. ‘*Haikyuu!!*’ pertama kali dipublikasikan sebagai sebuah serial melalui *Weekly Shonen Jump* yang diterbitkan oleh *Shueisha* pada tahun 2012.¹²⁹ Tidak lama setelah berakhir di tahun 2020, serial ini tercatat telah mencapai penjualan sebanyak 50 juta salinan secara global.¹³⁰ Di Indonesia

¹²⁶ Robin E. Brenner, *Understanding Manga and Anime*, 12.

¹²⁷ Ministry of Foreign Affairs, *Diplomatic Bluebook 2005* (Tokyo: Ministry of Foreign Affairs, 2005), 207.

¹²⁸ “Japan International MANGA Award,” *Ministry of Foreign Affairs of Japan*.

¹²⁹ “Haikyuu!!” *VIZ Media*, <https://www.viz.com/haikyuu> (diakses 13 November 2021).

¹³⁰ Rafael Antonio Pineda, “Haikyuu!! Manga to Top 50 Million Copies in Circulation,” *Anime News Network*, 2 November 2020, <https://www.animenewsnetwork.com/news/2020-11-02/haikyuu-manga-to-top-50-million-copies-in-circulation/.165843> (diakses 13 November 2021).

sendiri, komik *'Haikyuu!!'* yang sudah diterjemahkan ke Bahasa Indonesia dan didistribusikan oleh *m&c!* selaku anak perusahaan *PT Kompas Gramedia*.

Serial *manga* ini merupakan salah satu serial *manga* paling populer di Jepang. Pada tahun 2016, *'Haikyuu!!'* berhasil memenangkan *shounen manga* terbaik dalam salah satu ajang penghargaan bergengsi di Jepang.¹³¹ Popularitas *manga* ini juga terlihat melalui diproduksinya adaptasi *anime 'Haikyuu!!'* pada tahun 2014, hanya 2 tahun setelah publikasi *manga* jilid pertamanya.¹³² Pada tahun 2020, *'Haikyuu!!'* telah memiliki empat musim penayangan dengan lima film sampingan. Selain itu, serial komik ini juga mendapatkan adaptasi teater dan berbagai bentuk permainan.¹³³ Permainan *trading card* serial komik ini tidak hanya diperjualbelikan di Jepang, tetapi juga di Indonesia.¹³⁴ Berbagai bentuk adaptasi yang dimiliki *'Haikyuu!!'* ini membuktikan seberapa populernya serial ini tidak hanya di Jepang tetapi juga di kancah internasional, termasuk Indonesia.

¹³¹ Zenny, "Inilah Para Juara Shogakukan Manga Awards," *Japanese Station*, 22 Januari 2016, <https://japanesestation.com/anime-manga/manga/inilah-para-juara-shogakukan-manga-awards-ke-61> (diakses 13 November 2021).

¹³² Sung Jin Woo, "5 Fakta Menarik Haikyuu!! Komik Olahraga yang Akhirnya Tamat Tahun Ini," *IDN Times*, 13 Agustus 2020, <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/sultan-yardi-hijrah/5-fakta-manga-haikyuu-komik-olahraga-yang-akhirnya-tamat-tahun-ini-c1c2/5> (diakses 13 November 2021).

¹³³ *Ibid.*

¹³⁴ Dody Kusumanto, "Kami Mewawancarai Distributor Kartu TCG Haikyuu!! di Indonesia: Kartu yang Bisa Dimainkan Siapa Saja!" *KAORI Nusantara*, 5 Desember 2018, <https://www.kaorinusantara.or.id/newslines/120226/kami-mewawancarai-distributor-kartu-tcg-haikyuu-di-indonesia-kartu-yang-bisa-dimainkan-siapa-saja> (diakses 13 November 2021).

Gambar 0.3 Sampul depan 'Haikyu!!' jilid pertama.



Sumber: VIZ Media, <https://www.viz.com/read/manga/haikyu-volume-1/product/4823> (diakses 13 November 2021).

'Haikyu!!' sendiri menceritakan mengenai perjalanan seorang Shoyo Hinata mengembangkan bakat dan keterampilannya dalam bermain olahraga bola voli. Ketertarikan Hinata terhadap voli dimulai ketika ia tidak sengaja menonton pertandingan bola voli SMA tingkat nasional dan melihat salah satu pemain dari SMA Karasuno dengan julukan '*Little Giant*' atau Raksasa Kecil. Hinata kemudian mulai memiliki mimpi untuk menjadi atlet bola voli terbaik dan mulai menekuni olahraga voli. Hinata bahkan mendaftarkan dirinya ke Karasuno yang merupakan almamater Raksasa Kecil, dan klub volinya. Namun ketika Hinata mengunjungi ruang olahraga untuk klub voli, ia bertemu dengan Tobio Kageyama yang mengalahkannya pada lomba voli pertama dan terakhirnya di tingkat SMP.

Serial ini digemari banyak kalangan karena menunjukkan tidak hanya perkembangan Shoyo Hinata dan Tobio Kageyama yang merupakan dua karakter utama, tetapi juga karakter-karakter pendukung lainnya. Serial *manga* ini mengikuti

alur yang terfokus pada setiap pertandingan yang diikuti oleh para karakter.¹³⁵ Haruichi Furudate menunjukkan giatnya para karakter berlatih serta bagaimana pertandingan-pertandingan yang diikuti mempengaruhi perasaan dan keterampilan mereka. Meskipun serial ini berfokus pada olahraga bola voli, Furudate juga menunjukkan alur yang realistis, seperti bagaimana tidak semua karakter berakhir sebagai atlet voli profesional namun tetap menyukai olahraga tersebut.

Hubungan Indonesia dan Jepang terus berprogres dan semakin kokoh, terlebih dengan dilakukannya kerja sama kebudayaan dan diplomasi melalui budaya populer. Melalui kerja sama kebudayaan dan diplomasi publik, kedua negara ini mengeratkan hubungan diplomatiknya secara resmi melalui instansi pemerintah. Aktor non-pemerintah seperti perusahaan dan komunitas penggemar juga berperan aktif dalam mengeratkan hubungan antar masyarakat Indonesia dan Jepang, terlebih melalui penyebaran budaya populer. Sebagai salah satu budaya populer yang paling digemari di Indonesia, *manga* merupakan instrumen diplomasi yang sangat efektif, terlebih jika ditinjau dari popularitasnya. Popularitas komik Jepang ini di tanah air terbukti dengan banyaknya pembaca *manga* di Indonesia.¹³⁶ Maka dari itu, penggunaan *manga* sebagai instrumen diplomasi harus terus dilakukan dan ditingkatkan dengan cakupan yang lebih luas agar tidak hanya hubungan kenegaraan Indonesia dan Jepang saja yang semakin dekat, tetapi juga hubungan masyarakatnya.

¹³⁵ Hilary Leung, "Haikyuu!!'s Uplifting Ending, Explained," *CBR*, 20 Juli 2020, <https://www.cbr.com/haikyuu-ending-explained/> (diakses 13 November 2021).

¹³⁶ Widibuyana Slay, "Indonesia Peringkat Ke-2 Pembaca Terbanyak di Dunia," *Tribunlifestyle*, 29 November 2013, <https://www.tribunnews.com/lifestyle/2013/11/29/indonesia-peringkat-ke-2-pembaca-manga-terbanyak-di-dunia> (diakses 12 November 2021).

BAB III

PERAN SERIAL MANGA ‘*HAIKYUU!*’ DALAM DIPLOMASI BUDAYA JEPANG TERHADAP INDONESIA

Serial *manga* ‘*Haikyuu!!*’ memiliki popularitas yang cukup tinggi baik di Jepang maupun Indonesia. Popularitas serial *manga* ini semakin meningkat dengan diproduksi adaptasi *anime* yang sudah mencapai empat musim. Dengan serial *manga* yang sudah diterjemahkan dan mudahnya akses terhadap adaptasi *anime*-nya, ‘*Haikyuu!!*’ semakin mudah digunakan Jepang sebagai instrumen diplomasi budayanya terhadap Indonesia.

Bab ini membahas mengenai peran serial *manga* ‘*Haikyuu!!*’ dalam diplomasi budaya Jepang terhadap Indonesia. Pembahasan dalam bab ini dibagi sesuai peran-peran yang dimiliki oleh ‘*Haikyuu!!*’ berdasarkan analisis konten yang telah dilakukan terhadap alur ceritanya, yaitu sebagai sarana pembelajaran budaya tradisional, meningkatkan minat untuk belajar Bahasa Jepang, inspirasi pengembangan budaya disiplin dan sopan santun, pendorong pembentukan pola pikir yang positif dan pantang menyerah, meningkatkan minat akan olahraga voli, merepresentasikan kerja keras dan meningkatkan sportivitas, meningkatkan dukungan terhadap atlet voli profesional, meningkatkan pendapatan sektor ekonomi kreatif, dan meningkatkan minat untuk berkunjung ke Jepang. Peran serial *manga* ‘*Haikyuu!!*’ dijelaskan berdasarkan analisis konten yang dilakukan terhadap dua alur cerita (*story arc*) yang paling digemari oleh penggemar Indonesia dan didukung oleh data-data sekunder.

3.1. Sarana Pembelajaran Budaya Tradisional Jepang

Peran pertama yang dimiliki oleh serial *manga* ‘*Haikyuu!!*’ dalam diplomasi budaya Jepang adalah sebagai sarana pembelajaran masyarakat Indonesia terhadap budaya tradisional Jepang. Meskipun tidak seluruh masyarakat Indonesia membaca serial *manga* ini maupun menonton adaptasinya, ‘*Haikyuu!!*’ tetap berperan untuk memperkenalkan dan mempromosikan budaya tradisional Jepang kepada kelompok masyarakat yang mengonsumsi ceritanya. Budaya tradisional yang diperlihatkan tidak pernah dijadikan pembahasan utama karena serial *manga* ini bertemakan olahraga, tetapi masih memiliki peran yang cukup signifikan dalam alur ceritanya.

Gambar 0.1 Jimat keberuntungan dalam adaptasi *anime* ‘*Haikyuu!!*’.



Sumber: *Haikyuu!! To The Top*, musim 4, episode 13, “Day Two,” disutradarai oleh Yumi Kamakura, ditayangkan pada 4 April 2020 di MBS, 09:38, https://www.iq.com/play/haikyuu-to-the-top-episode-13-f415i0zeqc?lang=en_us (diakses pada 11 Desember 2021).

Haruichi Furudate selaku penulis serial *manga* ini kerap menunjukkan budaya masyarakat Jepang melalui alur ceritanya, terlebih melalui alur ‘*Tokyo Nationals*’. Budaya terkait kepercayaan umum masyarakat Jepang, yaitu budaya berdoa ke kuil untuk meminta berkat kepada dewa-dewa dan ramalan keberuntungan di tahun baru, diperlihatkan secara langsung pada bab 229. Budaya terkait kepercayaan akan jimat keberuntungan juga diperlihatkan pada bab 246.

Kepercayaan akan dewa-dewa dan takhayul juga diperlihatkan melalui dialog dan tindakan karakter-karakter pada bab 247 dan 274. Secara nyata, masih banyak masyarakat Jepang yang melakukan tradisi pengusiran setan ataupun percaya akan pertanda buruk (*bad omen*).¹³⁷ Hal ini membuktikan bahwa hal-hal terkait kebudayaan yang diperlihatkan atau diperkenalkan dalam serial *manga* ‘*Haikyuu!!*’ mencerminkan budaya masyarakat Jepang secara faktual.

Gambar 0.2 Alat musik tradisional Jepang, *Taiko*, dalam adaptasi *anime* ‘*Haikyuu!!*’.



Sumber: *Haikyuu!! To The Top*, musim 4, episode 14, “Rhythm,” disutradarai oleh Hitomi Ezo, ditayangkan pada 3 Oktober 2020 di MBS, 13:54, https://www.iq.com/play/haikyuu-to-the-top-episode-14-lbspehijio?lang=en_us (diakses pada 23 Desember 2021).

Budaya tradisional Jepang lainnya yang ditunjukkan melalui serial *manga* ‘*Haikyuu!!*’ adalah alat musik tradisional *taiko*. *Taiko* merupakan salah satu alat musik perkusi tradisional Jepang yang dimainkan dengan cara dipukul menggunakan dua tongkat pemukul. Alat musik tradisional ini pada umumnya merupakan salah satu instrumen penting dalam upacara kebudayaan maupun

¹³⁷ Kristin Ronzi, “Religion and Superstition in Japan,” *Berkeley Center for Religion, Peace & World Affairs*, 26 Februari 2015, <https://berkeleycenter.georgetown.edu/posts/religion-and-superstition-in-japan> (diakses 11 Desember 2021).

keagamaan di Jepang.¹³⁸ Namun pada serial *manga* ‘*Haikyuu!!*’, *taiko* ini dipergunakan sebagai instrumen untuk mendukung tim voli SMA Karasuno. Tidak hanya itu, alat musik perkusi ini juga digunakan untuk melawan serangan mental yang diberikan para pendukung tim voli SMA lawan, yaitu SMA Inarizaki. Hal ini secara tidak langsung menunjukkan bahwa bahkan alat musik tradisional dapat tetap hidup di masa modern.

3.2. Meningkatkan Minat terhadap Bahasa Jepang

Serial *manga* ‘*Haikyuu!!*’ juga membantu meningkatkan keingintahuan masyarakat Indonesia terhadap Bahasa Jepang. Melalui kuesioner yang telah dibagikan, penulis mencantumkan pertanyaan “Apakah terdapat budaya Jepang yang menarik dan ingin ditekuni setelah Anda membaca serial *manga* ‘*Haikyuu!!*’, serta apakah alasannya?”. Menjawab pertanyaan tersebut, terdapat enam responden yang mengungkapkan keingintahuan dan ketertarikan mereka untuk mempelajari Bahasa Jepang setelah membaca serial *manga* ini. Salah satu responden bahkan mengungkapkan keinginannya untuk lebih memahami logat atau dialek Jepang sesuai daerahnya masing-masing, terutama dialek Kansai. Maka dari itu, serial *manga* ‘*Haikyuu!!*’ juga berperan dalam meningkatkan keingintahuan dan minat masyarakat Indonesia untuk belajar Bahasa Jepang.

Minat untuk belajar Bahasa Jepang ini, terlebih macam-macam logat atau dialek, dapat dilihat melalui alur cerita ‘*Haikyuu!!*’. Serial *manga* ini memiliki karakter utama yang berasal dari Prefektur Miyagi yang termasuk dalam wilayah

¹³⁸ “A Short History of Taiko Drumming in Japanese Culture,” *Jtb Communication Design*, 13 Juni 2019, <https://me.jtbcom.co.jp/blog/2550.html> (diakses 23 Desember 2021).

Tohoku.¹³⁹ Namun alur cerita *'Haikyuu!!'* tidak hanya berfokus pada karakter di Prefektur Miyagi tersebut, tetapi juga menceritakan karakter-karakter lain yang tinggal di tempat lain, seperti Tokyo yang berada di wilayah Kanto,¹⁴⁰ Prefektur Oita yang berada di wilayah Kyushu,¹⁴¹ dan Prefektur Hyogo sendiri termasuk salah satu daerah dalam wilayah Kansai.¹⁴² Tempat tinggal karakter yang berbeda-beda tersebut tentunya mencerminkan cara berbicara, termasuk penggunaan dialek. Jepang sendiri memiliki 16 dialek utama.¹⁴³ Para karakter yang berasal dari Miyagi, yaitu karakter utama dari serial *manga* ini, serta Tokyo berbicara menggunakan Bahasa Jepang standar yang umum digunakan. Namun para karakter yang berasal dari Hyogo, yaitu tim voli SMA Inarizaki, berbicara menggunakan dialek Kansai. Meskipun melalui gambar dan dialog *manga*-nya sedikit sulit untuk dibandingkan dengan Bahasa Jepang standar, dialek Kansai yang digunakan oleh para karakter yang berasal dari Prefektur Hyogo ini dapat didengar jelas pada adaptasi *anime* *'Haikyuu!!'*, secara spesifiknya pada musim tayang keempatnya.

Peran serial *manga* ini dalam meningkatkan minat masyarakat Indonesia untuk belajar Bahasa Jepang membuktikan bahwa *'Haikyuu!!'* memang benar merupakan instrumen diplomasi budaya negaranya. Hal ini dikarenakan mempromosikan penyebaran bahasa nasional merupakan salah satu aktivitas umum

¹³⁹ "Tohoku Area Guides," *Travel to Tohoku*, <https://www.tohokukanko.jp/en/areaguide/index.html> (diakses 23 Desember 2021).

¹⁴⁰ "Tokyo's History, Geography, and Population," *Tokyo Metropolitan Government*, <https://www.metro.tokyo.lg.jp/ENGLISH/ABOUT/HISTORY/history02.htm> (diakses 23 Desember 2021).

¹⁴¹ "Oita," *Visit Kyushu*, <https://www.visit-kyushu.com/en/discover/seven-distinct-prefectures/oita/> (diakses 23 Desember 2021).

¹⁴² "Welcome to the website of Hyogo Prefectural Government," *Hyogo Prefecture*, 7 Juli 2020, <https://web.pref.hyogo.lg.jp/fl/english/> (diakses 23 Desember 2021).

¹⁴³ "Standard Japanese vs. Regional Dialects," *Motto Japan Study*, 30 Januari 2019, <https://motto-jp.com/study/en/tips/289/standard-japanese-vs-regional-dialects/> (diakses 23 Desember 2021).

dari diplomasi budaya.¹⁴⁴ Serial *manga* ini bahkan tidak hanya memperkenalkan dan mempromosikan Bahasa Jepang standar yang digunakan secara umum, tetapi juga logat atau dialek kedaerahannya.

3.3. Inspirasi (Tolak Ukur) Pengembangan Budaya Disiplin dan Sopan Santun

Jepang merupakan negara yang mendapatkan citra buruk akibat penjajahan yang dilakukannya pada masa Perang Dunia Kedua. Tetapi citra tersebut sedikit demi sedikit mulai berubah menjadi baik seiring berjalannya waktu akibat usaha Jepang menggunakan diplomasi budaya. Berdasarkan kuesioner yang telah dibagikan, hampir semua responden memandang Jepang dengan positif. Pandangan tersebut didasari alasan bahwa Jepang merupakan negara yang hebat dalam mengembangkan sektor ekonomi dan teknologinya. Meskipun para responden menyadari dan mengakui bahwa tindakan Jepang di masa penjajahan adalah hal yang kejam, mayoritas responden masih memiliki pandangan yang positif terhadap negara ini karena budaya masyarakatnya yang sopan, disiplin waktu, dan menghargai hasil pekerjaan orang lain.

Namun terdapat pula responden yang memandang Jepang tidak secara positif, melainkan secara netral maupun buruk. Salah satu responden bernama Kia menjelaskan pandangannya yang buruk terhadap Jepang karena telah mempelajari perlakuan Jepang terhadap Indonesia tersebut telah berubah menjadi netral setelah mengenal budayanya melalui budaya populernya. Responden-responden yang

¹⁴⁴ Erik Pajtinka, "Cultural Diplomacy in Theory and Practice of Contemporary International Relations," *Politické vedy* 17, no. 4 (2014), 104. Diakses melalui <http://www.politickevedy.fpv.mv.umb.sk/archiv-vydani/2014/4-2014/> pada 23 Desember 2021.

memiliki pandangan buruk terhadap Jepang menjelaskan bahwa pandangan tersebut dikarenakan tingkat kesadaran akan kepentingan kesehatan mental yang masih rendah serta budayanya yang individualis.

Namun pandangan terkait Jepang tersebut semakin didorong ke arah yang lebih positif melalui diplomasi budaya yang dilakukan, dalam hal ini, melalui serial *manga* '*Haikyuu!!*'. Serial *manga* ini berhasil mendorong minat atau keingintahuan masyarakat Indonesia, secara spesifiknya para penggemar '*Haikyuu!!*', terhadap budaya Jepang. Salah satu budaya masyarakat Jepang yang disukai dan ingin dicontoh dalam kehidupan para responden adalah budaya disiplin dan tanggung jawab. Sebelumnya telah dijelaskan bahwa masyarakat Jepang mulai membina budaya disiplin dan tanggung jawab melalui pendidikan moralitas yang diwajibkan sejak usia dini. Melalui kuesioner yang telah dibagikan, terdapat tiga responden yang mengungkapkan bahwa budaya disiplin dan tanggung jawab yang ditunjukkan para karakter '*Haikyuu!!*' ini merupakan budaya yang membuat mereka lebih menyukai dan menghargai Jepang sebagai sebuah negara. Tidak hanya itu, para responden juga mengungkapkan bahwa akan lebih baik jika budaya tersebut bisa diadopsi oleh masyarakat Indonesia. Selain itu, terdapat pula responden yang mengungkapkan ketertarikan terhadap budaya memberikan salam dan sopan santun Jepang. Dengan kata lain, dalam hal ini '*Haikyuu!!*' berperan sebagai inspirasi untuk membuat dan/atau mengembangkan budaya disiplin dan tanggung jawab serta sopan santun bagi masyarakat Indonesia.

Peran serial *manga* '*Haikyuu!!*' sebagai tolak ukur pengembangan budaya disiplin dan sopan santun ini dapat dipahami lebih lanjut melalui analisis

konten. Analisis konten dilakukan untuk mengetahui nilai-nilai umum dan budaya masyarakat Jepang serta pesan yang diutarakan secara langsung maupun tidak langsung melalui alur cerita serial *manga* 'Haikyuu!!'. Analisis dilakukan terhadap alur cerita yang paling digemari oleh para penggemar Indonesia yang telah mengisi kuesioner. Serial ini memiliki 6 alur cerita utama, yaitu 'Karasuno High Team Formation', 'Interhigh', 'Tokyo Expedition', 'Spring High Preliminary', 'Tokyo Nationals', dan 'Final'. Berdasarkan kuesioner yang telah disebar, alur cerita final dan 'Tokyo Nationals' merupakan dua alur cerita yang paling digemari di antara 6 alur cerita. Masing-masing alur cerita tersebut mendapatkan 15 suara.

Dalam dua alur cerita utama tersebut, terdapat kata-kata, konsep, dan aktivitas atau perilaku yang mencerminkan budaya masyarakat Jepang. Budaya yang dimaksudkan mengacu pada perilaku para karakter yang memperlihatkan sopan santun umum yang dimiliki oleh masyarakat Jepang. Dalam serial *manga* 'Haikyuu!!', budaya sopan santun masyarakat Jepang terlihat dari pengucapan atau kemunculan kata-kata dan konsep "bekerja keras", "terima kasih", "maaf", serta tindakan membungkukkan badan (*bowing*). Kata "terima kasih" muncul sebanyak 166 kali, yaitu 134 kali dalam alur cerita 'Tokyo Nationals' dan 32 kali dalam alur cerita final. Kata "maaf" muncul sebanyak 204 kali, yaitu 186 kali dalam 'Tokyo Nationals' dan 18 kali dalam alur cerita final. Tindakan membungkukkan badan yang merupakan bentuk sopan santun dasar masyarakat Jepang muncul sebanyak 48 kali dalam 'Tokyo Nationals' dan 6 kali dalam alur cerita final. Tindakan membungkukkan badan ini merupakan cara umum masyarakat Jepang memberikan

salam, berterima kasih, maupun meminta maaf.¹⁴⁵ Maka dari itu, tindakan ini termasuk sebagai suatu aktivitas atau perilaku yang mencerminkan budaya masyarakat Jepang.

Kumpulan kata, konsep, dan tindakan ini merupakan salah satu alasan para responden menyukai tidak hanya serial *manga* ‘*Haikyuu!!*’, tetapi juga Jepang secara keseluruhan. Budaya Jepang cenderung menekankan pada pembentukan sikap yang disiplin dan tertib untuk segala hal dalam kehidupan masyarakatnya. Hal ini terlihat dari bagaimana para pelajar di Jepang diwajibkan untuk mengikuti pendidikan moral sejak usia dini setiap minggunya oleh pemerintah guna menekankan pentingnya tanggung jawab, sikap disiplin, dan nilai-nilai moral.¹⁴⁶ Masyarakat Jepang juga memiliki kebiasaan untuk selalu menunjukkan sopan santun kepada siapa pun. Kebiasaan ini sudah dilatih dari usia dini oleh orang tua di rumah sehingga masyarakat Jepang pada umumnya, baik secara langsung maupun tidak langsung, dituntut untuk selalu bersikap sopan terhadap orang lain.¹⁴⁷ Dalam serial *manga* ‘*Haikyuu!!*’, perkataan maupun perilaku yang mengacu pada sopan santun dilakukan atau diucapkan dengan frekuensi yang tinggi, terlebih kata “terima kasih”, “maaf”, dan tindakan membungkukkan badan.

Pengenalan dan promosi budaya yang dilakukan melalui alur cerita serial *manga* ini membuktikan bahwa ‘*Haikyuu!!*’ menjalankan perannya sebagai

¹⁴⁵ Tomoko Ota, Tomoya Takeda, dan Yuko Kamagahara, “The Difference in Movement of Experienced and Inexperienced Persons in Japanese Bowling,” *Energy Procedia* 89 (2016), 46. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-319-41947-3_23 (diakses 8 Desember 2021).

¹⁴⁶ George G. Bear, Maureen A. Manning, dan Kunio Shiomi, “Children’s Reasoning About Aggression: Differences Between Japan and the United States and Implications for School Discipline,” *School Psychology Review* 35, no. 1 (2006), 64. DOI: <https://doi.org/10.1080/02796015.2006.12088002> (diakses 10 Desember 2021).

¹⁴⁷ *Ibid.*

instrumen diplomasi budaya Jepang. Hal ini dikarenakan diplomasi budaya tidak hanya memperkenalkan kesenian dan bahasa, tetapi juga nilai-nilai masyarakat suatu negara.¹⁴⁸ Kedisiplinan, tanggung jawab, dan sopan santun merupakan tiga dari banyak nilai-nilai kebudayaan masyarakat Jepang yang diperkenalkan dan/atau dipromosikan melalui serial *manga* ‘*Haikyuu!!*’.

3.4. Mendorong Pembentukan Pola Pikir Positif dan Pantang Menyerah

Serial *manga* ‘*Haikyuu!!*’ juga berperan dalam mendorong pengembangan pemikiran yang lebih positif bagi masyarakat Indonesia. Masyarakat Jepang sendiri dikenal sebagai masyarakat dengan pola pikir yang positif atau optimistik. Hal ini dibuktikan melalui survey tahun 2012 terhadap remaja yang mengungkapkan bahwa para remaja Jepang memiliki pola pikir yang positif berdasarkan kata-kata favorit mereka.¹⁴⁹ Salah satu responden mengungkapkan ketertarikannya terhadap pola pikir positif dan sikap masyarakat Jepang yang mengapresiasi kerja keras diri sendiri maupun orang lain yang terdapat dalam serial *manga* ‘*Haikyuu!!*’. Maka dari itu, nilai kebudayaan masyarakat Jepang, yaitu memiliki pola pikir positif dan pantang menyerah, juga ikut diperkenalkan dan dipromosikan penyebarannya melalui alur cerita serial *manga* ini.

Peran ‘*Haikyuu!!*’ dalam mendorong pembentukan pola pikir positif dan pantang menyerah ini terlihat melalui alur ceritanya. Mentalitas atau cara

¹⁴⁸ Pajtinka, “Cultural Diplomacy in Theory and Practice of Contemporary International Relations,” 104-105.

¹⁴⁹ Philip Kendall, “Survey reveals Japan’s ‘Top 10 Words’ – all remarkably positive,” *JapanToday*, 11 Februari 2013, <https://japantoday.com/category/features/lifestyle/survey-reveals-japans-top-10-words-all-remarkably-positive> (diakses 12 Desember 2021).

berpikir masyarakat Jepang ini terlihat dari sering munculnya kata-kata seperti “motivasi”, “jangan menyerah”, “menyerah”, dan “takut”. Kata “motivasi” muncul sebanyak 32 kali, yaitu 31 kali dalam alur cerita ‘*Tokyo Nationals*’ dan satu kali dalam alur cerita final. Kata “jangan menyerah” (*don’t give up* atau *keep going*) muncul sebanyak 53 kali, yaitu 52 kali dalam alur cerita ‘*Tokyo Nationals*’ dan satu kali dalam alur cerita final. Kata “menyerah” (*give up* atau *quit*) muncul sebanyak 25 kali, yaitu 22 kali dalam alur cerita ‘*Tokyo Nationals*’ dan 3 kali dalam alur cerita final. Kata “takut” (*afraid*, *scared*, atau *terrified*) muncul sebanyak 35 kali, yaitu 29 kali dalam alur cerita ‘*Tokyo Nationals*’ dan satu kali dalam alur cerita final. Namun terdapat pula kata dan konteks “*overthinking*” yang muncul sebanyak total 5 kali dalam alur cerita ‘*Tokyo Nationals*’. Kata dan konteks ini dapat disatukan dengan kata “takut” karena didasari hal yang sama, yaitu ketakutan dan/atau kegugupan untuk melakukan suatu hal.

Gambar 0.3 Sampul depan ‘*Haikyu!!*’ jilid 40.



Sumber: VIZ Media, <https://www.viz.com/read/manga/haikyu-volume-40/product/6399> (diakses 11 Desember 2021).

Hal-hal terkait mentalitas atau cara pandang para karakter serial *manga* ‘*Haikyuu!!*’ mengandung pesan untuk mengubah perspektif atau mentalitas para pembaca menjadi lebih positif. Baik alur cerita ‘*Tokyo Nationals*’ maupun final menceritakan kesulitan dalam perjalanan karakter-karakter serial *manga* ini. Tetapi kesulitan dan kegagalan yang berdampak terhadap mentalitas para karakter selalu diikuti dengan hal-hal positif. Kata “jangan atau tidak menyerah” sendiri mengacu pada mentalitas optimis para karakter dan telah muncul sebanyak total 53 kali dalam kedua alur cerita tersebut. Pesan untuk pantang menyerah ini juga terlihat pada Gambar 3.4 yang memperlihatkan perjuangan salah satu karakter tim voli SMA Karasuno, yaitu Asahi Azumane, untuk terus berusaha melepaskan hal-hal yang menghambat perkembangannya. Selain itu, terdapat pula pesan bahwa menyerah juga merupakan suatu pilihan yang wajar untuk ditempuh. Pesan ini berhubungan dengan penjelasan latar belakang Sachiro Hirugami yang telah dijelaskan sebelumnya, yaitu menyerah dalam satu aktivitas (dalam hal ini olahraga voli) tidak akan membunuh siapapun. Selain itu, terdapat pula pesan terkait mentalitas lainnya yang berhubungan dengan kata “motivasi” yang muncul sebanyak 32 kali dalam kedua alur cerita yang dianalisis. Pesan tersebut adalah kemenangan akan suatu hal yang pernah didapatkan tidak akan membantu memenangkan hal-hal lainnya di masa depan. Dengan kata lain, pesan yang disampaikan pada bab 280 dan 339 ini mengingatkan para pembaca untuk tidak arogan ketika telah memenangkan suatu hal.

Gambar 0.4 Konflik mental Ryunosuke Tanaka, salah satu anggota tim voli SMA Karasuno.



Sumber: *Haikyuu!! To The Top*, musim 4, episode 16, “Broken Heart,” disutradarai oleh Yuji Horuichi, ditayangkan pada 17 Oktober 2020 di MBS, 18:43, https://www.iq.com/play/haikyuu-to-the-top-episode-16-2dyu7d5im0k?lang=en_us (diakses pada 12 Desember 2021).

Cara pandang atau berpikir yang diperlihatkan juga merupakan salah satu nilai kebudayaan Jepang yang dipromosikan melalui karakter serial *manga* ini. Pada gambar 3.4, salah satu karakter tim voli SMA Karasuno, yaitu Ryunosuke Tanaka, diperlihatkan sedang mengalami hambatan untuk menunjukkan kemampuannya. Namun meskipun Tanaka kerap mendapat hambatan, ia tidak mudah menyerah dan terus berusaha hingga berhasil mengatasi hambatan tersebut. Sama dengan penjelasan pada sub-bab sebelumnya, pengenalan dan/atau promosi nilai kebudayaan masyarakat Jepang, yaitu cara pandang positif dan pantang menyerah, ini menunjukkan bahwa *‘Haikyuu!!’* menjalankan perannya dengan baik sebagai instrumen diplomasi budaya Jepang.

3.5. Meningkatkan Minat akan Olahraga Voli

Serial *manga* *‘Haikyuu!!’* juga memiliki peran yang besar dalam meningkatkan minat para pembacanya terhadap olahraga. *‘Haikyuu!!’* sendiri merupakan serial *manga* yang bertemakan olahraga dengan fokus dalam voli. Serial

manga ini seringkali menjadi salah satu atau satu-satunya serial olahraga dalam berbagai daftar popularitas *manga*. Namun popularitas '*Haikyuu!!*' yang tidak hanya terbatas di Jepang ini membuktikan bahwa serial *manga* ini dapat berperan besar dalam meningkatkan minat masyarakat lokal maupun internasional terhadap olahraga, terlebih voli.

Popularitas serial *manga* '*Haikyuu!!*' memiliki peran yang besar dalam meningkatkan minat masyarakat Jepang terhadap olahraga voli. Setelah dimulainya serial *manga* ini, jumlah pelajar SMA yang bergabung dalam ekstrakurikuler atau klub voli sekolah mengalami peningkatan drastis.¹⁵⁰ '*Haikyuu!!*' juga meningkatkan minat masyarakat Indonesia, secara spesifiknya penggemarnya, terhadap olahraga voli. Hal ini dibuktikan dengan responsi kuesioner yang telah dibagikan sebelumnya. Terdapat lima responden yang mengungkapkan bahwa '*Haikyuu!!*' meningkatkan rasa keingintahuan dan minat mereka terhadap olahraga voli. Salah satu responden tersebut mengungkapkan bahwa serial *manga* ini mendorongnya untuk bergabung dengan klub voli saat menempuh pendidikan di bangku SMA. Responden lainnya bahkan mengungkapkan bahwa dirinya jadi tertarik terhadap olahraga voli karena telah membaca '*Haikyuu!!*', padahal sebelumnya tidak menyukai olahraga tersebut. Dengan kata lain, serial *manga* '*Haikyuu!!*' berperan besar dalam meningkatkan minat masyarakat Indonesia terhadap olahraga voli.

¹⁵⁰ Mary Zhang, "Haikyuu!! Isn't Over Yet: The Little Giant's Cultural Legacy," *CBR*, 25 Juli 2020, <https://www.cbr.com/haikyuu-little-giant-cultural-legacy/> (diakses 12 Desember 2021).

Peningkatan minat masyarakat Indonesia, secara spesifiknya para penggemar '*Haikyuu!!*', ini juga tentunya dikarenakan informasi mengenai voli yang diberikan melalui serial *manga* ini. Dengan kata lain, serial *manga* ini juga berperan sebagai sarana informasi atau edukator dalam olahraga bola voli. Serial yang bertemakan olahraga voli ini tentu saja memberikan penjelasan dan gambaran teknis terkait peraturan dan permainan olahraga tersebut. Hal ini terlihat dari analisis konten yang dilakukan, terlebih melalui hal-hal yang terdapat dalam kategori pertama dan ketiga. Kategori yang meliputi hal-hal terkait olahraga voli dan aktivitas fisik tersebut tidak hanya memberikan informasi atau mengedukasi pembacanya untuk berolahraga dengan benar, tetapi juga cara untuk merawat diri secara fisik melalui makanan yang dikonsumsi. Salah satu responden kuesioner mengungkapkan bahwa serial *manga* '*Haikyuu!!*' menjadi sarana pembelajaran akan teori dan teknik olahraga voli yang lebih efektif daripada materi-materi yang diberikan oleh sekolahnya.

3.6. Merepresentasikan Kerja Keras dan Meningkatkan Sportivitas

'*Haikyuu!!*' juga berperan sebagai bentuk karya seni yang merepresentasikan nilai kebudayaan dalam bidang olahraga di Jepang. Dalam alur ceritanya, terdapat beberapa kata dan konsep terkait aktivitas olahraga yang kerap muncul. Kata dan konsep ini dikumpulkan sebelum kemudian dikelompokkan menjadi dua kategori terpisah. Meskipun begitu, kedua kategori ini sama-sama meliputi hal-hal yang sangat umum untuk dilakukan, dimiliki, maupun dikatakan dalam bidang olahraga. Hal ini tentunya tidak aneh karena '*Haikyuu!!*' merupakan serial *manga* bertema olahraga voli. Meskipun begitu, kedua kategori ini memiliki

hal-hal yang menjadi alasan serial *manga* ini digemari oleh masyarakat Indonesia karena dapat diterapkan juga dalam kehidupan sehari-hari meskipun kegiatan yang dilakukan tidak berkaitan dengan olahraga layaknya alur cerita serial *manga* ini.

Kata-kata dan konsep yang sering muncul tersebut dihitung frekuensi kemunculannya dalam masing-masing alur cerita. Kata “latihan” (*practice* atau *training*) muncul sebanyak 216 kali, yaitu 174 kali dalam alur cerita ‘*Tokyo Nationals*’ dan 42 kali dalam alur cerita final. Kata “berkembang” (*improve, grow, atau develop*) muncul sebanyak 122 kali, yaitu 88 kali dalam alur cerita ‘*Tokyo Nationals*’ dan 34 kali dalam alur cerita final. Kata “bekerja keras” (*hard work* atau *give it your all*) muncul sebanyak 170 kali, yaitu 141 kali dalam alur cerita ‘*Tokyo Nationals*’ dan 29 kali dalam alur cerita final. Dalam alur cerita ‘*Tokyo Nationals*’, kata “menang” (*win*) muncul sebanyak 165 kali sedangkan “kalah” (*lose* atau *defeated*) muncul sebanyak 145 kali. Dalam alur cerita final, kata “menang” (*win*) muncul sebanyak 37 kali sedangkan “kalah” (*lose* atau *defeated*) muncul sebanyak 19 kali. Kata “tantangan” (*challenge*) muncul sebanyak 36 kali, yaitu 26 kali dalam alur cerita ‘*Tokyo Nationals*’ dan 10 kali dalam alur cerita final. Kata-kata dan konsep ini dapat dikumpulkan menjadi kategori A, yaitu kategori yang mengacu atau menggambarkan hal yang umum untuk dilakukan dan/atau dialami dalam olahraga, terlebih olahraga voli.

Penyampaian kata-kata dan konteks yang terdapat dalam kategori pertama juga memiliki pengaruhnya sendiri secara sosial. Kategori A menyampaikan kata-kata dan konteks yang berkaitan dengan olahraga, terutama olahraga voli, tetapi pesannya dapat juga diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Penerapan pesan atau pengertian dari kata-kata dan konteks dalam kategori ini dapat dilihat dari cara penyampaiannya. Kata-kata “latihan”, “berkembang”, “bekerja keras”, dan “kuat” kerap disampaikan secara beriringan, bahkan bersamaan. Hal ini mengindikasikan bahwa pesan yang disampaikan adalah segala kerja keras yang dicurahkan dalam bentuk latihan akan membantu mengembangkan dan memperkuat kemampuan.

Aktor atau karakter yang menyampaikan kata-kata dalam suatu konteks juga menunjukkan implikasi yang berbeda. Pada kategori A, kata “menang” dan “kalah” memiliki frekuensi penyampaian yang tinggi dan seringkali diucapkan secara berdampingan. Namun kedua kata ini memiliki implikasi yang berbeda sesuai dengan karakter yang mengucapkannya. Penyampaian kata atau konteks menang dan kalah yang dilakukan oleh karakter pelajar dalam serial *manga* ‘*Haikyuu!!*’ ini menunjukkan bahwa karakter anak-anak muda cenderung lebih mementingkan kemenangan dan kekalahan. Di sisi lain, penyampaian yang dilakukan oleh karakter-karakter pelatih dalam serial *manga* ini menunjukkan bahwa orang tua atau orang-orang yang lebih berpengalaman dalam suatu hal lebih mementingkan apa yang telah dan dapat kita lakukan dalam suatu aktivitas. Dalam kata lain, pada umumnya anak-anak muda cenderung lebih mementingkan hasil sedangkan orang tua cenderung lebih mementingkan proses atau apa yang dapat didapatkan dari partisipasi itu sendiri. Hal ini dibuktikan secara nyata dari banyaknya artikel tips dan trik bagi orang tua untuk mengajari anaknya bahwa kemenangan dan kekalahan bukanlah segalanya, terlebih dalam olahraga

kompetitif.¹⁵¹ Artikel-artikel tersebut biasanya berperan sebagai penasihat untuk mengajari ataupun menyadarkan para orang tua bahwa anak-anak juga perlu mengalami kekalahan.

Namun serial *manga* ini juga memberikan pembelajaran kepada para pembacanya untuk lebih terbuka dalam menerima hasil, termasuk kekalahan. Pada bab-bab awal alur cerita '*Tokyo Nationals*', pembelajaran mengenai menerima kekalahan lebih banyak disampaikan oleh karakter pelatih. Tetapi pada bab-bab akhir alur cerita ini, Haruichi Furudate selaku seniman *manga* ini memperlihatkan karakter pelajar yang mulai menerima kekalahan secara terbuka, yaitu melalui karakter Korai Hoshiumi dan Sachiro Hirugami. Penjelasan latar belakang karakter Sachiro Hirugami yang terdapat pada alur '*Tokyo Nationals*', secara spesifiknya pada bab 351 dalam jilid 40, menunjukkan bahwa Hirugami merupakan karakter anak muda pada umumnya yang mementingkan kemenangan dan kesuksesan. Namun Hirugami mulai belajar untuk menerima kekalahan dan konsep menyerah setelah berbicara dengan Korai Hoshiumi setelah sesi latihan yang kurang baik. Dialog tersebut secara langsung memberikan pesan bahwa kegagalan dalam suatu aktivitas atau hal tidak berarti seseorang langsung gagal dalam kehidupannya. Tentunya, pelajaran mengenai menerima segala bentuk hasil dari sebuah pertandingan, baik menang ataupun kalah, ini juga termasuk sebagai bagian dari sportivitas, terutama dalam olahraga.

¹⁵¹ "10 reasons why winning and losing are important for children," *Active*, 20 Mei 2019, <https://active.org.nz/news/10-reasons-why-winning-and-losing-are-important-for-children/> (diakses 11 Desember 2021).

Gambar 0.5 Sachiro Hirugami (kiri) dan Korai Hoshiumi (kanan) dalam adaptasi anime *'Haikyuuu!!'*.



Sumber: *Haikyu!! To The Top*, musim 4, episode 13, “Day Two,” disutradarai oleh Yumi Kamakura, ditayangkan pada 4 April 2020 di MBS, 22:04, https://www.iq.com/play/haikyu-to-the-top-episode-13-f415i0zeqc?lang=en_us (diakses pada 11 Desember 2021).

Pesan terkait “kekalahan sama pentingnya dengan kemenangan” ini terus disisipkan dalam alur cerita *'Tokyo Nationals'* sejak awal mula pertandingan SMA Karasuno dan SMA Kamomedai. Namun pesan ini baru secara eksplisit muncul pada penjelasan latar belakang Sachiro Hirugami dan Korai Hoshiumi. Meskipun telah dikemukakan secara eksplisit, pentingnya mengalami kekalahan dalam suatu hal masih menjadi pesan utama hingga akhir alur cerita *'Tokyo Nationals'*. Hal ini disampaikan secara implisit melalui kekalahan SMA Karasuno dari SMA Kamomedai di pertandingan nasional dan bagaimana tim voli SMA Karasuno tidak pernah mendapatkan juara pertama di pertandingan nasional tahun-tahun berikutnya.

Nilai-nilai sportivitas dan kerja keras yang dipromosikan dalam serial *manga* ini mencerminkan nilai kebudayaan yang dimiliki oleh masyarakat Jepang. Jepang sendiri merupakan negara yang terkenal dengan sportivitasnya dalam berolahraga, baik melalui atlet-atletnya maupun penggemar yang datang untuk

mendukung berbagai macam ajang perlombaan olahraga.¹⁵² Hal ini tentunya berkaitan juga dengan pendidikan moralitas yang diwajibkan bagi para siswa sejak kecil. Kedisiplinan, tanggung jawab, dan kejujuran yang kerap ditanami pada pola pikir dan tindakan masyarakat Jepang, yang dalam hal ini adalah para atletnya, ini tercermin atau berhasil direpresentasikan dengan baik melalui karakter dalam serial *manga* ‘*Haikyuu!!*’.

3.7. Meningkatkan Perhatian dan Dukungan terhadap Atlet Voli Profesional Jepang

‘*Haikyuu!!*’ memiliki peran yang cukup besar dalam meningkatkan minat atau perhatian dan dukungan yang didapatkan oleh atlet-atlet voli profesional Jepang. Serial *manga* ini kerap kali mendapatkan pujian dari atlet-atlet profesional, seperti Yuji Nishida yang merupakan salah satu atlet voli profesional Jepang yang terkenal secara internasional.¹⁵³ Tidak hanya mendapatkan pujian dari atlet profesional, serial *manga* ‘*Haikyuu!!*’ telah melakukan kolaborasi dengan para atlet voli Jepang untuk berbagai proyek. Pada tahun 2016, ‘*Haikyuu!!*’ telah berkolaborasi dengan Masahiro Yanagida yang merupakan bagian dari tim voli nasional Jepang dalam bentuk iklan di Shibuya.¹⁵⁴ Pada tahun 2019, serial *manga* ini kembali berkolaborasi dengan Masahiro Yanagida beserta Yuki Ishikawa yang

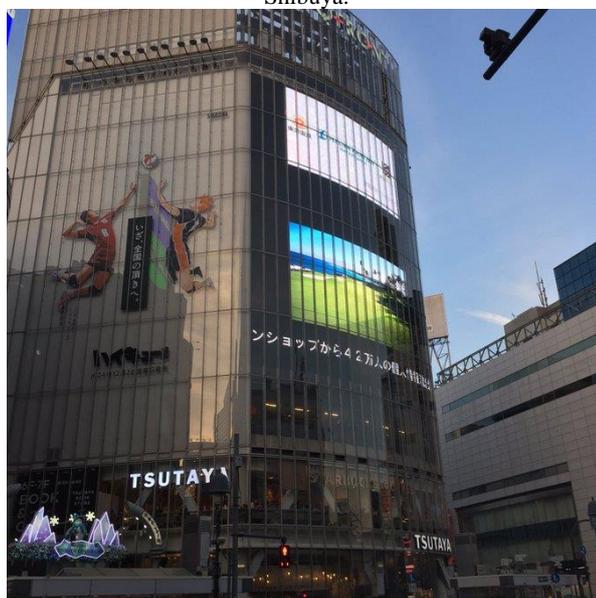
¹⁵² “How Japanese Taught the World the True Meaning of Sportsmanship,” *Nspirement*, 28 Juli 2018, <https://www.nspirement.com/2018/07/28/how-japanese-taught-the-world-the-true-meaning-of-sportsmanship.html> (diakses 23 Desember 2021).

¹⁵³ Megan Peters, “Haikyuu Earns Praise from One of Volleyball’s Top Athletes,” *comicbook*, 27 Oktober 2020, <https://comicbook.com/anime/news/haikyuu-anime-volleyball-star-praise/> (diakses 12 Desember 2021).

¹⁵⁴ ハイキューー!! .com (@haikyu_com), *Twitter*, 2 Desember 2016, https://twitter.com/haikyu_com/status/804587749055418368 (diakses 12 Desember 2021).

juga merupakan bagian dari tim nasional voli Jepang dalam bentuk pengeluaran panel *manga* edisi spesial.¹⁵⁵ Pada tahun 2020, penayangan musim keempat *'Haikyuu!!'* yang beriringan dengan Tokyo Olympics untuk mengumpulkan perhatian dan dukungan pada ajang olahraga internasional tersebut.¹⁵⁶ Proyek-proyek kolaborasi yang kerap dilakukan antara serial *manga* ini dengan berbagai atlet voli profesional Jepang, bahkan dengan liga voli profesionalnya,¹⁵⁷ menunjukkan bahwa *'Haikyuu!!'* memiliki pengaruh besar dalam industri olahraga tersebut di Jepang.

Gambar 0.6 Iklan kolaborasi *'Haikyuu!!'* dengan Masahiro Yanagida, anggota tim voli nasional Jepang, di Shibuya.



Sumber: ハイキュー!! (@haikyu_com), *Twitter*, 2 Desember 2016, https://twitter.com/haikyu_com/status/804587749055418368 (diakses 12 Desember 2021).

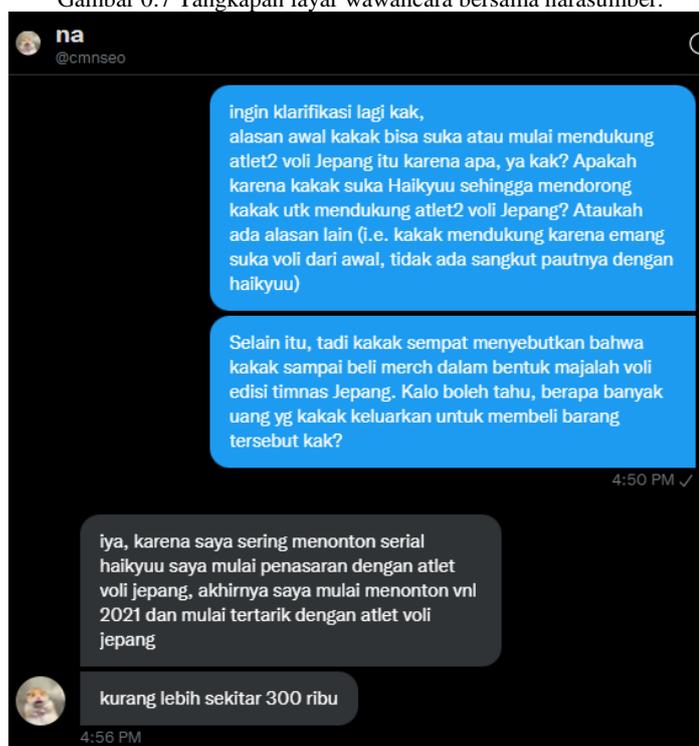
¹⁵⁵ HAIKYU!! (@Haikyu_EN), “Haikyuu!! × Japan Men's National Volleyball Team,” *Twitter*, 3 November 2019, https://twitter.com/Haikyu_EN/status/1190790901435682816 (diakses 12 Desember 2021).

¹⁵⁶ HAIKYU!! (@Haikyu_EN), “Haikyuu!! × Japan Men's National Volleyball Team New Collaboration Video,” *Twitter*, 4 November 2019, https://twitter.com/Haikyu_EN/status/1191062827076861958?s=20 (diakses 12 Desember 2021).

¹⁵⁷ “Watch V.League Haikyuu!! Match In Sendai,” *FIVB*, 16 Oktober 2020, <https://www.fivb.com/en/about/news/watch-vleague-haikyu-match-in-sendai?id=91523> (diakses 12 Desember 2021).

Tidak hanya dari masyarakat Jepang, *'Haikyuu!!'* juga berperan besar dalam menarik perhatian dan dukungan masyarakat internasional terhadap industri dan atlet-atlet voli Jepang. Peran serial *manga* ini dalam menarik perhatian dan dukungan masyarakat internasional juga terlihat di Indonesia, terlebih melalui sosial media, pada ajang Tokyo Olympics 2020. Melalui wawancara, Renata selaku narasumber menjelaskan bahwa kegemarannya terhadap *'Haikyuu!!'* mendorong rasa penasarannya terhadap atlet voli Jepang.¹⁵⁸ Rasa penasaran tersebut kemudian berubah menjadi dukungan terhadap atlet voli Jepang, bahkan hingga sang narasumber mengeluarkan sejumlah uang untuk membeli *merchandise* berupa majalah voli edisi khusus tim voli nasional Jepang.

Gambar 0.7 Tangkapan layar wawancara bersama narasumber.



Sumber: Renata, diwawancarai oleh penulis melalui *direct message* Twitter, 11 Desember 2021.

¹⁵⁸ Renata, diwawancarai oleh penulis melalui Twitter, 11 Desember 2021.

Dukungan yang diberikan oleh para penggemar serial *manga* 'Haikyuu!!' ini tidak hanya terbatas pada Tokyo Olympics. Renata selaku narasumber yang diwawancarai mengungkapkan bahwa dirinya masih mendukung para atlet voli hingga saat ini dengan selalu mengikuti perkembangan dan menonton pertandingan-pertandingan klub voli para anggota serta pertandingan internasional lainnya yang diikuti tim voli nasional Jepang. Sang Hal ini menunjukkan bahwa 'Haikyuu!!' memiliki peran besar dalam menarik minat masyarakat internasional, termasuk Indonesia, terhadap industri voli Jepang.

3.8. Meningkatkan Pendapatan (Devisa) Sektor Ekonomi Kreatif Jepang

Serial *manga* 'Haikyuu!!' juga berkontribusi terhadap perekonomian Jepang melalui penjualan fisik, adaptasi *anime*, dan *merchandise* dalam bentuk apapun. Ketiga hal ini memberikan pemasukan kepada sang *mangaka* atau seniman *manga* dan perusahaan penerbit. Selain sang seniman dan perusahaan terlibat, pemasukan yang didapatkan dari penjualan dan segala kesuksesan serial *manga* 'Haikyuu!!' juga berpengaruh pada perekonomian Jepang secara keseluruhan, terutama melalui industri *manga* dan *anime*.

Penjualan fisik *manga* merupakan salah satu cara serial komik ini berperan dalam perekonomian Jepang. Meskipun penjualan fisik majalah *manga* mingguan merupakan salah satu cara berbagai serial populer dikonsumsi masyarakat dengan cepat, serial *manga* yang dijilid untuk hanya satu judul merupakan bentuk yang paling terlihat kontribusinya pada perekonomian Jepang. Kesuksesan serial *manga* 'Haikyuu!!' juga berkontribusi terhadap perekonomian

Jepang melalui pendapatan sang penulis dan perusahaan penerbit serta distributor internasional resminya.

Penjualan fisik serial *manga* ‘*Haikyuu!!*’ telah menunjukkan hasil yang cukup memuaskan. Serial *manga* ‘*Haikyuu!!*’ mulai dipublikasikan pada pertengahan tahun 2012, tetapi sudah dapat masuk ke daftar penjualan *manga* terlaris tahun 2013 pada peringkat ke 22 dengan estimasi penjualan sebanyak 2,056,211 eksemplar.¹⁵⁹ Penjualan ini kemudian meningkat dengan pesat di tahun 2014 seiringan dengan peluncuran adaptasi *anime*-nya, yaitu pada peringkat ketiga dengan estimasi 8,283,709 eksemplar terjual.¹⁶⁰ Penjualan komik fisik serial ini mengalami penurunan secara berkala mulai dari tahun 2015 hingga 2019. Meskipun penjualan fisiknya mengalami penurunan, serial *manga* ‘*Haikyuu!!*’ masih selalu berada dalam peringkat sepuluh besar dalam daftar penjualan komik terlaris setiap tahunnya.¹⁶¹ Pada tahun 2020, seiringan dengan berakhirnya serial ini, ‘*Haikyuu!!*’ menempati peringkat ke-4 dalam daftar penjualan *manga* fisik terlaris dengan estimasi 7,212,099 eksemplar terjual.¹⁶² Jika dilihat dari angka penjualannya, serial ini berhasil menjual cukup banyak eksemplar, terlebih untuk *manga* bertemakan olahraga.

¹⁵⁹ Egan Loo, “Top-Selling Manga in Japan by Series: 2013,” *Anime News Network*, 2 Desember 2013, <https://www.animenewsnetwork.com/news/2013-12-01/top-selling-manga-in-japan-by-series/2013> (diakses 3 Desember 2021).

¹⁶⁰ Egan Loo, “Top-Selling Manga in Japan by Series: 2014,” *Anime News Network*, 1 Desember 2014, <https://www.animenewsnetwork.com/news/2014-11-30/top-selling-manga-in-japan-by-series-2014/.81607> (diakses 3 Desember 2021).

¹⁶¹ Egan Loo, “Top-Selling Manga in Japan by Series: 2019,” *Anime News Network*, 28 November 2019, <https://www.animenewsnetwork.com/news/2019-11-27/top-selling-manga-in-japan-by-series-2019/.153758> (diakses 3 Desember 2021).

¹⁶² Egan Loo, “Top-Selling Manga in Japan by Series: 2020,” *Anime News Network*, 30 November 2020, <https://www.animenewsnetwork.com/news/2020-11-29/top-selling-manga-in-japan-by-series-2020/.166841> (diakses 3 Desember 2021).

Penjualan fisik serial *manga* ‘*Haikyuu!!*’ memiliki kontribusi yang cukup besar terhadap perekonomian Jepang. Pada akhir tahun 2020, pihak ‘*Haikyuu!!*’ mengungkapkan bahwa mereka telah mencapai total 50 juta eksemplar dalam penjualan *manga* fisik.¹⁶³ Berdasarkan perusahaan penerbitnya, yaitu *Shueisha*, setiap jilid atau volume *manga* ini dijual seharga JPY 484 atau setara dengan 62,000 Rupiah.¹⁶⁴ Jika jumlah eksemplar penjualan fisik tersebut dihitung, maka proyeksi pendapatan yang didapatkan adalah sebanyak JPY 24,2 miliar atau setara dengan kira-kira 3 triliun Rupiah. *All Japan Magazine and Book Publisher’s and Editor’s Association* atau *AJPEA* melaporkan bahwa industri *manga* telah menghasilkan sebanyak JPY 612,6 miliar dengan kontribusi pasar *manga* fisik sebesar JPY 270,6 miliar.¹⁶⁵ Berdasarkan angka penjualan tersebut, maka terbukti bahwa ‘*Haikyuu!!*’ yang berhasil mendapatkan penghasilan sebesar JPY 3,49 miliar dan berkontribusi sebanyak kira-kira 1,28% dari total penjualan *manga* fisik di Jepang pada tahun 2020.

Peran serial *manga* ‘*Haikyuu!!*’ dari segi ekonomi juga terlihat dari suksesnya adaptasi *anime* secara lokal dan internasional, termasuk di Indonesia. Pada tahun ditayangkannya musim pertama adaptasi *anime*-nya, ‘*Haikyuu!!*’ berhasil masuk ke peringkat 10 besar beberapa daftar *anime* terbaik pada tahun

¹⁶³ Nick Valdez, “Haikyuu Finally Reaches Massive Sales Milestone,” *comicbook*, 2 November 2020, <https://comicbook.com/anime/news/haikyuu-manga-50-million-copies-sales-milestone/> (diakses 6 Desember 2021).

¹⁶⁴ “Haikyuu!! Jump Comics,” *Shueisha*, <https://books.shueisha.co.jp/search/search.html?seriesid=36539> (diakses 6 Desember 2021).

¹⁶⁵ Crystalyn Hodgkins, “Manga Market in Japan Hits Record 612.6 Billion Yen in 2020,” *Anime News Network*, 26 Februari 2021, <https://www.animenewsnetwork.com/news/2021-02-26/manga-market-in-japan-hits-record-612.6-billion-yen-in-2020/.169987> (diakses 6 Desember 2021).

2014.¹⁶⁶ Adaptasi animasi serial *manga* ini juga bahkan termasuk sebagai salah satu *anime* terbaik dalam dekade ini menurut situs *IGN Southeast Asia*.¹⁶⁷ Musim keempat ‘*Haikyuu!!*’ yang baru tayang dan selesai pada tahun 2020 juga dikatakan sebagai salah satu *anime* paling populer pada tahun tersebut.¹⁶⁸ Akun *Twitter* resmi ‘*Haikyuu!!*’ dalam Bahasa Inggris juga mengumumkan bahwa serial *manga* ini juga menduduki peringkat ke-3 sebagai *franchise* media paling laris di tahun 2020.¹⁶⁹ Popularitas adaptasi animasi ‘*Haikyuu!!*’ baik di Jepang maupun secara internasional ini secara tidak langsung menjelaskan bahwa serial *manga* ini, beserta segala bentuk adaptasinya, cukup berperan atau berkontribusi kepada ekonomi Jepang.

Serial *manga* ‘*Haikyuu!!*’ juga berperan dalam segi ekonomi melalui penjualan *merchandise* karakter-karakternya. *Merchandise* dalam industri *manga* dan *anime* mengacu kepada barang dagang yang dibuat dalam berbagai bentuk berdasarkan karakter-karakter pada cerita tersebut.¹⁷⁰ Serial *manga* ini telah memproduksi dan menjual berbagai macam *merchandise*, seperti baju, boneka, patung *figurine*, dan sebagainya. Penjualan *merchandise* ini dilakukan melalui situs ‘*Haikyuu!!*’ dan situs jual-beli independen lainnya. Salah satu *merchandise* yang

¹⁶⁶ 5camp, “Top 20 Best Anime of 2014,” *MyAnimeList*, 2 Desember 2015, https://myanimelist.net/featured/960/Top_20_Best_Anime_of_2014 (diakses 10 Desember 2021).

¹⁶⁷ “The Best Anime of the Decade (2010-2019),” *IGN Southeast Asia*, 2 Januari 2020, <https://sea.ign.com/attack-on-titan/156485/feature/the-best-anime-of-the-decade-2010-2019> (diakses 10 Desember 2021).

¹⁶⁸ Alfred Toh, “Most Popular Anime in Japan,” *Mipon*, 17 Februari 2021, <https://mipon.org/anime-popular-japan-2020/> (diakses 10 Desember 2021).

¹⁶⁹ HAIKYU!! (@Haiky_EN), *Twitter*, 26 Desember 2020, https://twitter.com/Haikyu_EN/status/1342725262702759936?s=20 (diakses 3 Desember 2021).

¹⁷⁰ Jason Bainbridge dan Craig Norris, “Hybrid Manga: Implications for the Global Knowledge Economy,” dalam Toni Johnson-Woods, ed., *MANGA: An Anthology of Global and Cultural Perspectives* (New York: Continuum, 2010), 238.

cukup populer di antara penggemar Indonesia adalah deodoran hasil kolaborasi '*Haikyuu!!*' dengan *Shiseido Sea Breeze*. Produk hasil kolaborasi ini telah terjual di berbagai platform digital Indonesia, baik melalui aplikasi media sosial *Twitter* maupun platform *e-commerce* seperti *Shopee* dan *Tokopedia*.

3.9. Meningkatkan Minat untuk Berkunjung ke Jepang

'*Haikyuu!!*' juga berperan dalam meningkatkan minat masyarakat Indonesia untuk berkunjung ke Jepang. Hal ini terbukti dari responsi yang didapatkan melalui kuesioner yang telah disebar. Kuesioner yang disebar meliputi pertanyaan "Apakah Anda pernah atau memiliki keinginan di masa depan untuk berwisata ke Jepang dan mengunjungi tempat-tempat yang terdapat di serial *manga 'Haikyuu!!'*?" dengan 4 pilihan, yaitu pernah ke Jepang dan mengunjungi tempat-tempat dalam '*Haikyuu!!*', ingin berkunjung untuk mengunjungi tempat-tempat tersebut, ingin berkunjung tapi tidak untuk mengunjungi tempat-tempat tersebut, dan tidak memiliki keinginan untuk pergi ke Jepang. Mayoritas responden menjawab ingin berkunjung ke Jepang dan mengunjungi tempat-tempat yang terdapat dalam serial *manga 'Haikyuu!!'*. Meningkatnya minat masyarakat Indonesia untuk berkunjung ke Jepang, yang dalam penelitian ini mengacu pada minat responden untuk mengunjungi tempat-tempat yang terdapat atau ditunjukkan dalam serial *manga 'Haikyuu!!'* dan adaptasi *anime*-nya, ini menunjukkan bahwa serial *manga* ini berperan dalam meningkatkan minat masyarakat internasional dan peluang pendapatan negara melalui sektor pariwisata.

Gambar 0.8 Kamei Arena Sendai yang ditampilkan dalam serial *manga* 'Haikyuu!!'.



Sumber: Yoshiaki Kobayashi, "Notice of resumption of partial use of Kamei Arena Sendai," *Heiwaes*, 21 Mei 2020, <https://heiwaes.co.jp/contents/338> (diakses 23 Desember 2021).

Salah satu tempat wisata yang seringkali dikunjungi oleh penggemar 'Haikyuu!!' adalah Kamei Arena Sendai. Arena ini lebih dikenal dengan Sendai City Stadium dalam serial *manga* 'Haikyuu!!'. Meskipun begitu, pada alur cerita final, secara spesifiknya pada pertandingan antara klub voli profesional Shoyo Hinata dan Tobio Kageyama, Haruichi Furudate mencantumkan informasi bahwa Sendai City Stadium telah diganti namanya menjadi Kamei Arena Sendai. Selain gedung olahraga ini, serial *manga* 'Haikyuu!!' juga kerap memperlihatkan berbagai macam tempat ataupun objek wisata (*landmark*), seperti Tokyo Tower. Berbagai tempat yang diperlihatkan melalui serial *manga* ini tentunya dapat memicu minat pembaca dan penontonnya untuk mengunjungi tempat-tempat tersebut.

Serial *manga* 'Haikyuu!!' yang diteliti memiliki beberapa peran dalam menjalani perannya sebagai instrumen diplomasi budaya Jepang terhadap Indonesia. Peranan yang dimiliki serial *manga* ini dapat dipahami lebih lanjut melalui analisis kontennya untuk mengetahui alasan dibalik popularitas 'Haikyuu!!' di dunia

internasional, termasuk di Indonesia. Peran *'Haikyuu!!'* yang merupakan salah satu bentuk media baru ini tentunya membantu membuka atau bahkan memperluas pandangan masyarakat Indonesia terhadap Jepang melalui budayanya yang diceritakan secara implisit maupun eksplisit dalam *manga* ini. Aktivitas diplomasi yang dilakukan Jepang melalui serial *manga 'Haikyuu!!'* ini lebih mengarah pada diplomasi publik karena menargetkan masyarakat suatu negara, yang dalam hal ini adalah Indonesia, daripada pemerintahannya langsung. Namun tidak adanya campur tangan pemerintah maupun intensi politik dalam penggunaannya telah membuat segala aktivitas diplomasi melalui *'Haikyuu!!'* sebagai pelaksanaan diplomasi budaya. Mayoritas aktivitas yang dilakukan melalui serial *manga* ini juga dilakukan secara digital, seperti penyebaran budaya dan pembelian *merchandise*, sehingga dapat dianggap sebagai bentuk diplomasi digital.

BAB IV

KESIMPULAN

Manga merupakan salah satu budaya populer bentuk media baru yang digunakan Jepang untuk memperlihatkan budaya tradisional dan kebiasaan sehari-hari masyarakatnya kepada dunia internasional. Berdasarkan pertanyaan penelitian **“Bagaimana diplomasi budaya Jepang terhadap Indonesia melalui serial *manga* ‘Haikyuu!!’?”**, dapat disimpulkan bahwa serial *manga* ‘Haikyuu!!’ merupakan salah satu budaya populer yang mewujudkan agenda diplomasi budaya Jepang. Serial *manga* ‘Haikyuu!!’ memiliki peran dari tiga aspek utama, yaitu sosial-budaya, olahraga, dan ekonomi. Dari segi sosial-budaya, serial *manga* ini berperan sebagai sarana pembelajaran budaya tradisional, meningkatkan minat untuk belajar Bahasa Jepang, inspirasi pengembangan budaya disiplin dan sopan santun, dan pendorong pembentukan pola pikir yang positif dan pantang menyerah. Dari segi olahraga, ‘Haikyuu!!’ berperan dalam meningkatkan minat akan olahraga voli, merepresentasikan kerja keras dan meningkatkan sportivitas, dan meningkatkan dukungan terhadap atlet voli profesional. Dari segi ekonomi, serial *manga* ini berperan dalam meningkatkan pendapatan sektor ekonomi kreatif, dan meningkatkan minat untuk berkunjung ke Jepang.

Budaya masyarakat Jepang diperkenalkan dan dipromosikan baik secara langsung maupun tidak langsung pada alur cerita serial *manga* ‘Haikyuu!!’. Unsur kebudayaan yang diperlihatkan ini tidak hanya meliputi budaya tradisional Jepang, seperti kesenian, kepercayaan dan bahasa, tetapi juga nilai-nilai, sikap, dan cara pandang masyarakat. Perkenalan dan promosi budaya Jepang ini juga disampaikan

melalui perjalanan dan/atau perkembangan para karakter. Penulis menyimpulkan peran yang dimiliki oleh serial *manga* ‘*Haikyuu!!*’ dalam diplomasi budaya Jepang terhadap Indonesia dengan membaca dan menganalisis konten dari cerita ini. Analisis konten yang dilakukan juga meliputi penghitungan munculnya kata-kata, konsep, atau tindakan tertentu yang mengacu pada budaya Jepang, termasuk hal-hal yang mengindikasikan nilai-nilai masyarakatnya.

Serial *manga* ‘*Haikyuu!!*’ memiliki cara menarik dalam menunjukkan kebudayaan tradisional Jepang. Hal ini dikarenakan serial ini memiliki latar waktu tahun 2012 hingga 2020. Serial ini juga secara umum lebih terlihat memiliki latar tempat di perkotaan. Namun meskipun memiliki latar waktu dan tempat di masa modern, alur cerita ‘*Haikyuu!!*’ dapat tetap menyajikan budaya tradisional Jepang seperti kepercayaan untuk berdoa kepada dewa-dewa di kuil. Kepercayaan masyarakat Jepang ini juga disertai dengan ramalan dan jimat yang beberapa kali ditunjukkan dalam alur ceritanya. Serial *manga* ini juga tetap dapat menggabungkan bentuk kesenian tradisional Jepang, secara spesifiknya *taiko*, dalam alur ceritanya meskipun memiliki tema olahraga.

Sebagian besar peran yang dimiliki oleh serial *manga* ‘*Haikyuu!!*’ lebih terfokus pada penyampaian dan promosi nilai-nilai, pola pikir, dan sikap masyarakat Jepang. Penyampaian dan promosi nilai-nilai kebudayaan masyarakat Jepang ini diperlihatkan berkali-kali melalui alur cerita, termasuk tindakan, dialog, serta monolog para karakter. Penghitungan jumlah munculnya hal-hal yang mengindikasikan nilai-nilai dasar, pola pikir dan sikap masyarakat Jepang dilakukan terhadap dua alur cerita terakhir, secara spesifiknya dari bab 207 hingga

402, untuk mengetahui seberapa sering hal-hal tersebut muncul. Data berupa frekuensi kemunculan kata-kata, konsep, dan tindakan yang mengindikasikan nilai-nilai kebudayaan masyarakat Jepang yang didapatkan kemudian digunakan untuk dianalisis. Berdasarkan analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa nilai-nilai masyarakat yang paling sering diperkenalkan dan dipromosikan dalam serial *manga* '*Haikyuu!!*' adalah sopan santun, tanggung jawab, kedisiplinan, kerja keras, pantang menyerah, dan pola pikir yang optimis atau positif. Perkenalan, promosi dan representasi yang dilakukan oleh serial *manga* ini untuk nilai-nilai ini merupakan peran yang dimiliki '*Haikyuu!!*' dari segi sosial-budaya.

Nilai-nilai masyarakat Jepang yang diperkenalkan dan dipromosikan tersebut juga memiliki hubungan langsung dengan peran '*Haikyuu!!*' dari segi olahraga. Serial *manga* ini memiliki tema olahraga sehingga perannya dalam meningkatkan minat masyarakat Indonesia terhadap voli adalah hal yang lumrah. Namun melalui alur cerita, perkembangan karakter, dan teknisitas voli yang disampaikan, '*Haikyuu!!*' juga berperan sebagai cerminan dari sportivitas yang dimiliki oleh masyarakat, secara spesifiknya para atlet, Jepang. Serial *manga* ini kerap memperlihatkan dan mempromosikan sportivitas yang dimiliki atlet Jepang melalui sikap sportif para karakternya pada setiap pertandingan yang diikuti. Sportivitas yang dimiliki oleh para atlet ini pun sebenarnya berakar dari pendidikan moral yang diwajibkan pemerintah Jepang bagi masyarakatnya sejak usia dini, terlebih pengajaran untuk selalu menghargai dan menghormati orang lain.

Serial *manga* '*Haikyuu!!*' juga berperan dalam meningkatkan perhatian, minat, dan dukungan masyarakat terhadap atlet voli Jepang. Perhatian dan

dukungan yang didapatkan oleh para atlet Jepang ini berakar meningkatnya minat masyarakat Indonesia terhadap olahraga voli. Keingintahuan para penggemar *'Haikyuu!!'* terhadap olahraga voli profesional ini kemudian mendorong peningkatan perhatian dan dukungan masyarakat Indonesia terhadap atlet voli Jepang. Dukungan yang diberikan tidak hanya dalam bentuk kehadiran dan/atau menonton pertandingan, tetapi juga pembelian *merchandise*, seperti *photocard* para anggota tim nasional voli Jepang pada ajang Tokyo Olympics 2020.

'Haikyuu!!' juga berperan dalam meningkatkan pendapatan Jepang. Peningkatan pendapatan atau devisa Jepang ini lebih spesifiknya terfokus pada sektor ekonomi kreatif dan pariwisata. Pendapatan melalui sektor ekonomi kreatif Jepang meningkat karena serial *manga* ini berperan serta melalui penjualan *manga* fisik, berbagai macam *merchandise*, dan penyiaran adaptasi *anime*-nya. Kontribusi dalam sektor ekonomi kreatif ini dapat dibuktikan dengan terus dibukanya *pop-up store* di Jepang serta banyaknya *merchandise*, baik resmi maupun buatan penggemar, di berbagai platform *e-commerce* Indonesia. Selain itu, *'Haikyuu!!'* juga berperan sebagai investasi jangka panjang dalam meningkatkan minat masyarakat Indonesia untuk berkunjung ke Jepang. Meningkatnya minat masyarakat Indonesia untuk berwisata ke Jepang ini dikarenakan adanya keinginan untuk mengunjungi tempat-tempat yang diperlihatkan dalam serial *manga* *'Haikyuu!!'*.

Analisis konten yang dilakukan membuktikan bahwa serial *manga* *'Haikyuu!!'* memang berperan sebagai instrumen diplomasi budaya Jepang terhadap Indonesia. Baik budaya tradisional maupun nilai-nilai kebudayaan

masyarakat Jepang tersampaikan dengan baik melalui alur cerita serial *manga* tersebut. Hal ini membuktikan bahwa *manga* ini telah membantu pelaksanaan diplomasi budaya, terutama dalam memberikan pemahaman budaya secara umum dan meningkatkan minat akan pembelajaran Bahasa Jepang. Pengaksesan serial *manga* ini, terlebih adaptasi *anime*-nya, secara umumnya dilakukan secara digital melalui internet. Meskipun *manga* fisik serial ini juga dijual di Indonesia, mayoritas pembaca mengakses konten '*Haikyuu!!*' melalui internet. Hal ini menunjukkan bahwa serial *manga* ini juga merupakan bagian dari diplomasi digital karena tidak dilakukan secara tatap muka.

Penulis berpendapat bahwa penggunaan serial *manga* '*Haikyuu!!*' sebagai instrumen diplomasi budaya Jepang terhadap Indonesia telah dilakukan dengan baik. Hal ini dikarenakan berhasilnya serial *manga* ini dalam memberikan pemahaman yang lebih luas terhadap budaya masyarakat Jepang kepada masyarakat Indonesia. Pendapat penulis ini didukung pula oleh opini beberapa narasumber lainnya. Seorang narasumber bernama Farsya mengungkapkan rasa hormat dan kekagumannya terhadap Jepang meningkat setelah membaca serial *manga* '*Haikyuu!!*', terlebih setelah melihat etos kerja dan dedikasi yang diberikan terhadap pekerjaan mereka serta pola pikir masyarakat untuk menyelesaikan masalah. Narasumber lainnya bernama Clara juga mengungkapkan kekagumannya akan etos kerja, dedikasi, dan tanggung jawab masyarakat Jepang, terutama bagi para seniman yang bekerja di industri *manga*. Dengan kata lain, meskipun sudah tidak dipandang buruk, serial *manga* '*Haikyuu!!*' telah berhasil meningkatkan citra positif dan rasa hormat masyarakat Indonesia terhadap Jepang.

Penelitian ini merupakan salah satu dari sedikit penelitian yang mengkaji budaya populer, terlebih serial *manga*, bertemakan olahraga sebagai instrumen diplomasi budaya Jepang. Kurangnya kajian mengenai diplomasi menggunakan serial *manga* bertemakan olahraga, dan bukan olahraga itu sendiri, menempatkan penelitian ini sebagai salah satu penelitian yang mengkaji budaya populer Jepang mengenai olahraga. Hal ini dikarenakan lebih banyak kajian mengenai diplomasi budaya Jepang meninjau budaya populer yang mengacu pada kehidupan sehari-hari atau bertemakan khayalan (*fantasy*) sebagai instrumennya dibandingkan yang bertemakan olahraga. Namun di sisi lain, penelitian ini juga masih dapat dilanjutkan dengan analisis konten yang lebih komprehensif atau mendalam. Analisis konten pada penelitian ini hanya dilakukan terhadap dua dari enam alur cerita utama serial *manga* '*Haikyuu!!*'. Jika terdapat penelitian terkait topik dan instrument yang sama, penulis menyarankan untuk dilakukannya analisis konten terhadap semua alur cerita serial *manga* ini agar dapat mengetahui nilai-nilai masyarakat, cara pandang atau pola pikir, maupun etos kerja masyarakat Jepang lainnya yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Bjola, Corneliu, dan Marcus Holmes, eds. *Digital Diplomacy: Theory and Practices*. Oxon dan New York: Routledge, 2015.
- Brenner, Robin E. *Understanding Manga and Anime*. Westport: Libraries Unlimited, 2007.
- Cooper, Andrew F., Jorge Heine, dan Ramesh Thakur, eds. *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*. Oxford: Oxford University Press, 2013.
- Creswell, John W. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Approaches*, 4th ed. London: SAGE, 2014.
- Cull, Nicholas J. *Public Diplomacy: Lessons from the Past*. Los Angeles: Figueroa Press, 2009.
- Drisko, James W. dan Tina Maschi, *Content Analysis*. New York: Oxford University Press, 2016.
- Hodkinson, Paul. *Media, Culture, and Society: an introduction*. London: SAGE Publications, 2011.
- Jackson, Robert, dan Georg Sørensen, *Introduction to International Relations: Theories and Approaches*, 5th ed. Oxford: Oxford University Press, 2013.
- Johnson-Woods, Toni, ed., *MANGA: An Anthology of Global and Cultural Perspectives*. New York: Continuum, 2010.
- Kelts, Roland. *Japanamerica: How Japanese Pop Culture Has Invaded the U.S.* New York: Palgrave Macmillan, 2006.
- Kinsella, Sharon. *Adult Manga: Culture and Power in Contemporary Japanese Society*. Honolulu, Hawai'i: University of Hawai'i Press, 2000.
- Krippendorff, Klaus. *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* 2nd ed. Thousand Oaks, California: SAGE Publications, 2004.
- Krismasari, Dinur, et.al. *Indonesia's Development Knowledge through Japan's Cooperation: For South-South and Triangular Cooperation*. Jakarta: Japan International Cooperation Agency Indonesia, 2014.
- Leonard, Mark, Catherine Stead, dan Conrad Smewing. *Public Diplomacy*. London: The Foreign Policy Centre, 2002.
- Macwilliams, Mark W., ed., *Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime*. New York dan London: M. E. Sharpe, 2008.
- McClory, Jonathan. *The Soft Power 30: Global Ranking of Soft Power 2019*. London: Portland Communications, 2019.

- McCarthy, Helen. *A Brief History of Manga*. Lewes, United Kingdom: Ilex Press, 2014.
- Ministry of Foreign Affairs. *Diplomatic Bluebook 1973*. Tokyo: Ministry of Foreign Affairs, 1973.
- Ministry of Foreign Affairs of Japan. *Diplomatic Bluebook 2004*. Tokyo: Ministry of Foreign Affairs, 2004.
- Ministry of Foreign Affairs of Japan. *Diplomatic Bluebook 2005*. Tokyo: Ministry of Foreign Affairs, 2005.
- Ministry of Foreign Affairs of Japan. *Diplomatic Bluebook 2006*. Tokyo: Ministry of Foreign Affairs, 2006.
- Nicolson, Harold. *Diplomacy*. Oxford: Oxford University Press, 1950.
- Ogoura, Kazuo. *Japan's Cultural Diplomacy*. Tokyo: Japan Foundation, 2009.
- Punch, Keith F. *Introduction to Social Research: Quantitative and Qualitative Approaches*, 2nd ed. London: SAGE, 2005.
- Satow, Ernest Mason. *A Guide to Diplomatic Practice: Volume 1*. Cambridge: Cambridge University Press, 2011.
- Sudo, Sueo. *The International Relations of Japan and South East Asia: Forging a New Regionalism*. London dan New York: Routledge, 2002.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013.

Jurnal

- Bear, George G., Maureen A. Manning, dan Kunio Shiomi. "Children's Reasoning About Aggression: Differences Between Japan and the United States and Implications for School Discipline." *School Psychology Review* 35, no. 1 (2006): 62–77.
- Benda, Harry J. "The Beginnings of the Japanese Occupation of Java." *The Far Eastern Quarterly* 15, no. 4 (1956), 541–560.
- Giorgetti, Filiz M. Craig Campbell, dan Ali Arslan. "Culture and education: looking back to culture through education," *Paedagogica Historica* 53, no. 1-2 (2017), 1–6
- Hall, Ian, dan Frank Smith. "The Struggle for Soft Power in Asia: Public Diplomacy and Regional Competition." *Asian Security* 9, no. 1 (2013): 1–18.
- Hsieh, Hsiu-Fang, dan Sarah E. Shannon. "Three Approaches to Qualitative Content Analysis." *Health Research* 15, no. 9 (2005): 1277–1288.
- Iqbal, Chadijah Isfariani. "Budaya Populer Jepang *Game* Pokemon Go sebagai *Soft Diplomacy* Jepang." *Izumi* 5, no. 2 (2016): 1–9.

- Kartikasari, Wahyuni. "The Role of Anime and Manga in Indonesia-Japan Cultural Diplomacy." *Tsukuba Gakuin University Bulletin* 13 (2018): 41–47.
- Li, Xiaojiao. "Research on the Impact of Japanese Culture on China." *Advances in Social Science, Education and Humanities Research* 179 (2018): 168–171.
- Livingstone, Sonia. "New media, new audiences?" *New Media & Society* 1, no. 1 (1999): 59–66.
- Mubah, A. Safril. "Japanese Public Diplomacy in Indonesia: The Role of Japanese Agencies in Academic Exchange Programs between Japan and Indonesia." *Global & Strategis* 13, no. 1 (2019): 37–50.
- Nakamura, Toshiya. "Japan's New Public Diplomacy: *Coolness* in Foreign Policy Objectives." *Media and Society*, no. 5 (2013): 1–23.
- Ota, Tomoko., Tomoya Takeda, dan Yuko Kamagahara. "The Difference in Movement of Experienced and Inexperienced Persons in Japanese Bowling." *Energy Procedia* 89 (2016): 45–54.
- Pajtinka, Erik. "Cultural Diplomacy in Theory and Practice of Contemporary International Relations." *Politické vedy* 17, no. 4 (2014): 95–108.
- Pertiwi, Ayu, dan Nasution. "Larangan Soekarno terhadap Musik Barat Tahun 1959-1967." *e-Journal Pendidikan Sejarah* 2, no. 3 (2014), 334-345.

Lain-lain

- Docot, Dada. "Cultural Diplomacy of Japan in the Philippines: The Case of Japan Foundation Manila and its Eiga Sai Program." Makalah dipresentasikan pada *The First Philippine Studies Conference of Japan*, Tokyo, 11-12 November 2006.
https://www.academia.edu/1468309/Docot_Cultural_Diplomacy_of_Japan_in_the_Philippines.

Website

- , Aktive. "10 reasons why winning and losing are important for children." 20 Mei 2019. <https://aktive.org.nz/news/10-reasons-why-winning-and-losing-are-important-for-children/>.
- , Anime Festival Asia. "About AFA." <https://animefestival.asia/>.
- , Anime Festival Asia. "Anime Festival Asia." <https://animefestival.asia/>.
- , Berita Satu. "Festival Kebudayaan Jepang 2012." 26 Maret 2012. <https://www.beritasatu.com/hiburan/39002/festival-kebudayaan-jepang-2012>.
- , CNN Indonesia. "Habis Anime di TV, Terbit di Streaming Kemudian." 28 Juni 2020. <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20200626125508-220-517799/habis-anime-di-tv-terbit-di-streaming-kemudian>.

- , CNN Indonesia. “Sejarah Peristiwa Malari, Malapetaka di Tahun 1974.” 8 Juli 2021. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20210628163931-31-660422/sejarah-peristiwa-malari-malapetaka-di-tahun-1974>.
- , FIVB. “From Fact To Fiction, Volleyball Anime Haikyuu!! Returns.” 24 Januari 2020. <https://www.fivb.com/en/about/news/from-fact-to-fiction-volleyball-anime-haikyu?id=90265>.
- , FIVB. “Watch V.League Haikyuu!! Match In Sendai.” 16 Oktober 2020. <https://www.fivb.com/en/about/news/watch-vleague-haikyu-match-in-sendai?id=91523>.
- , IGN Southeast Asia. “The Best Anime of the Decade (2010-2019).” 2 Januari 2020. <https://sea.ign.com/attack-on-titan/156485/feature/the-best-anime-of-the-decade-2010-2019>.
- , Ikidane Nippon. “Mengunjungi Koryu Space di The Japan Foundation, Jakarta!” 30 Agustus 2019. <https://press.ikidane-nippon.com/id/a00657/>.
- , JAIF Japan-ASEAN Cooperation. “JENESYS Programme.” <https://jaif.asean.org/jaif-component/jenesys-programme/>.
- , Japan Foundation. “What We Have Done.” https://www.jpf.go.jp/e/about/outline/about_05.html.
- , Japan Foundation Jakarta. “Tentang The Japan Foundation.” <https://www.jpf.or.id/id/>.
- , Japan Foundation Jakarta. “The Japan Foundation, Jakarta.” <https://www.jpf.or.id/id/office/>.
- , Japan Interstudy Center Indonesia. “Japan Training Program.” <https://jic.co.id/program/jtp>.
- , Japan Student Service Organization. “History of JASSO.” <https://www.jasso.go.jp/en/about/organization/history/index.html>.
- , Jtb Communication Design. “A Short History of Taiko Drumming in Japanese Culture.” 13 Juni 2019. <https://me.jtbcom.co.jp/blog/2550.html>.
- , KAORI Nusantara. “Tentang KAORI Nusantara.” <https://www.kaorinusantara.or.id/corp/>.
- , Kedutaan Besar Jepang di Indonesia. “Nikmati Film Jepang Terkini! Pekan Film dan Animasi Jepang Terbesar di Indonesia 2015.” 19 November 2015. https://www.id.emb-japan.go.jp/news15_47.html.
- , Kedutaan Besar Jepang di Indonesia. “Peringatan 60 Tahun Hubungan Diplomatik Jepang-Indonesia.” https://www.id.emb-japan.go.jp/60years_i.html.

- , Kedutaan Besar Jepang di Indonesia. “Pusat Informasi, Pendidikan dan Kebudayaan.” <https://www.id.emb-japan.go.jp/infcul.html>.
- , Liputan6. “Jepang Tawarkan Beasiswa Monbukagakusho untuk Guru di Indonesia, Ini Syaratnya.” 19 Desember 2020. <https://www.liputan6.com/global/read/4437130/jepang-tawarkan-beasiswa-monbukagakusho-untuk-guru-di-indonesia-ini-syaratnya>.
- , Ministry of Foreign Affairs of Japan. “Inauguration Ceremony of Anime Ambassador.” 19 Maret 2008. <https://www.mofa.go.jp/announce/announce/2008/3/0319-3.html>.
- , Ministry of Foreign Affairs of Japan. “Japan-Indonesia Relations.” 25 Juli 2019. <https://www.mofa.go.jp/region/asia-paci/indonesia/data.html>.
- , Ministry of Foreign Affairs of Japan. “Japan-Indonesia Relations (Archives).” 30 Maret 2021. <https://www.mofa.go.jp/region/asia-paci/indonesia/archives.html>.
- , Ministry of Foreign Affairs of Japan. “Public Diplomacy.” https://www.mofa.go.jp/policy/culture/public_diplomacy.html.
- , Nagasaki University Center for Japanese Language and Student Exchange. “Scholarship.” https://www.liaison.nagasaki-u.ac.jp/en/?page_id=148.
- , Nspirement, “How Japanese Taught the World the True Meaning of Sportsmanship.” 28 Juli 2018. <https://www.nspirement.com/2018/07/28/how-japanese-taught-the-world-the-true-meaning-of-sportsmanship.html>.
- , Oricon News. “[Annual book ranking] "Kimetsu no Yaiba" is the first in history to dominate various rankings such as BOOK overall & comics simultaneous 1st place Minami Tanaka "Photobook" 1st place in history.” 30 September 2020. <https://www.oricon.co.jp/special/55505/5/>.
- , Shueisha. “Haikyuu!! Jump Comics.” <https://books.shueisha.co.jp/search/search.html?seriesid=36539>.
- , VIZ Media. “Haikyu!!” <https://www.viz.com/haikyu>.
- 5camp. “Top 20 Best Anime of 2014.” *MyAnimeList*. 2 Desember 2015. https://myanimelist.net/featured/960/Top_20_Best_Anime_of_2014.
- ALR. “Akamaru J Community, Komunitas Penggemar Jepang di Padang.” *Japanese Station*. 28 Maret 2016. <https://japanesestation.com/community/local-profiles/akamaru-j-community-komunitas-penggemar-jepang-di-padang>.
- CES. “Penerbitan Manga di Indonesia – Bagian 2: Jalan Panjang dan Berliku Proses Lisensi” *KAORI Indonesia*. 3 April 2021. <https://www.kaorinusantara.or.id/newslines/164445/penerbitan-manga-di-indonesia-bagian-2-jalan-panjang-dan-berliku-proses-lisensi>.

- Gracellia, Jeniffer. "Pengalaman Baca Buku Hemat Uang dan Ruang Lewat Gramedia Digital." *Kompasiana*. 18 Agustus 2021. <https://www.kompasiana.com/jeniffer68599/611d09b106310e030f2e25d2/pengalaman-baca-buku-hemat-uang-dan-ruang-lewat-gramedia-digital>.
- ハイキューー!! .com (@haikyuu_com). *Twitter*. 2 Desember 2016. https://twitter.com/haikyuu_com/status/804587749055418368.
- HAIKYU!! (@Haikyuu_EN). "Haikyuu!! × Japan Men's National Volleyball Team." *Twitter*. 3 November 2019. https://twitter.com/Haikyu_EN/status/1190790901435682816.
- HAIKYU!! (@Haikyuu_EN). "Haikyuu!! × Japan Men's National Volleyball Team New Collaboration Video." *Twitter*. 4 November 2019. https://twitter.com/Haikyu_EN/status/1191062827076861958?s=20.
- HAIKYU!! (@Haikyuu_EN). *Twitter*. 26 Desember 2020. https://twitter.com/Haikyu_EN/status/1342725262702759936?s=20.
- Halloran, Richard. "Tanaka's Explosive Trip." *The New York Times*. 21 Januari 1974. <https://www.nytimes.com/1974/01/21/archives/tanakas-explosive-trip-roots-of-the-antijapanese-outbursts-in.html>.
- Hodgkins, Crystalyn. "Manga Market in Japan Hits Record 612.6 Billion Yen in 2020." *Anime News Network*. 26 Februari 2021. <https://www.animenewsnetwork.com/news/2021-02-26/manga-market-in-japan-hits-record-612.6-billion-yen-in-2020/.169987>.
- Jin Woo, Sung. "5 Fakta Menarik Haikyuu!! Komik Olahraga yang Akhirnya Tamat Tahun Ini." *IDN Times*. 13 Agustus 2020. <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/sultan-yardi-hijrah/5-fakta-manga-haikyuu-komik-olahraga-yang-akhirnya-tamat-tahun-ini-c1c2/5>.
- Kanul, Aulia Azfar Tri. "3 Alasan Anime Belum Bisa Bebas Tayang di Indonesia." *liniMuda*. 6 November 2020. <https://linimuda.id/hobi/film/alasan-anime-belum-bisa-bebas-tayang-di-indonesia/>.
- Kendall, Philip. "Survey reveals Japan's 'Top 10 Words' – all remarkably positive." *JapanToday*. 11 Februari 2013. <https://japantoday.com/category/features/lifestyle/survey-reveals-japans-top-10-words-all-remarkably-positive>.
- Kozlowski, Michael. "The Future of Manga is Digital." *Good E Reader*. 25 September 2017. <https://goodereader.com/blog/business-news/the-future-of-manga-is-digital>.
- Kusumanto, Dody. "Kami Mewawancarai Distributor Kartu TCG Haikyuu!! di Indonesia: Kartu yang Bisa Dimainkan Siapa Saja!" *KAORI Nusantara*. 5 Desember 2018. <https://www.kaorinusantara.or.id/newsline/120226/kami>

mewawancarai-distributor-kartu-tcg-haikyu-di-indonesia-kartu-yang-bisa-dimainkan-siapa-saja.

- Leung, Hilary. "Haikyu!!'s Uplifting Ending, Explained." *CBR*. 20 Juli 2020. <https://www.cbr.com/haikyuu-ending-explained/>.
- Loo, Egan. "Top-Selling Manga in Japan by Series: 2013." *Anime News Network*. 2 Desember 2013. <https://www.animenewsnetwork.com/news/2013-12-01/top-selling-manga-in-japan-by-series/2013>.
- Loo, Egan. "Top-Selling Manga in Japan by Series: 2014." *Anime News Network*. 1 Desember 2014. <https://www.animenewsnetwork.com/news/2014-11-30/top-selling-manga-in-japan-by-series-2014/.81607>.
- Loo, Egan. "Top-Selling Manga in Japan by Series: 2019." *Anime News Network*. 28 November 2019. <https://www.animenewsnetwork.com/news/2019-11-27/top-selling-manga-in-japan-by-series-2019/.153758>.
- Loo, Egan. "Top-Selling Manga in Japan by Series: 2020." *Anime News Network*. 30 November 2020. <https://www.animenewsnetwork.com/news/2020-11-29/top-selling-manga-in-japan-by-series-2020/.166841>.
- Manggala, Thomas. "Kuatkan Kerjasama Budaya dengan Jepang, Kemdikbud Gelar Pameran." *SidoNews*. 2 Agustus 2018. <https://nasional.sindonews.com/berita/1327160/15/kuatkan-kerjasama-budaya-dengan-jepang-kemdikbud-gelar-pameran>.
- Mohamad, Ardyan. "Kisah lobi Jepang di industri mobil RI." *Merdeka.com*. 20 September 201, <https://www.merdeka.com/uang/kisah-lobi-jepang-di-industri-mobil-ri.html>.
- Monson, Christian. "Is Manga More Mainstream Than Anime In Japan?" *Japan Junky*. 28 April 2020. <https://japanjunky.com/is-manga-more-mainstream-than-anime-in-japan/>.
- Muhammad, Fikri. "Serba-Serbi Hype Streaming Anime Subtitle Indonesia." *CNBC Indonesia*. 16 Maret 2019. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20190316165929-33-61056/serba-serbi-hype-streaming-anime-subtitle-indonesia>.
- Ngai, Justine. "10 reasons why *Haikyuu* will be your favorite sports anime." *Geek Bomb*. 8 Januari 2017. <https://www.geekbomb.net/10-reasons-why-haikyuu-will-be-your-favorite-sports-anime/>.
- Nguyen, Richie. "15 Best Sports Manga (According to MyAnimeList)." *CBR*. 23 September 2020. <https://www.cbr.com/best-sports-manga-myanimelist-ranked/>.
- Peters, Megan. "Haikyuu Earns Praise from One of Volleyball's Top Athletes." *comicbook*. 27 Oktober 2020.

<https://comicbook.com/anime/news/haikyuu-anime-volleyball-star-praise/>.

- Pineda, Rafael Antonio. "Haikyuu!! Manga to Top 50 Million Copies in Circulation." *Anime News Network*. 2 November 2020. <https://www.animenewsnetwork.com/news/2020-11-02/haikyuu-manga-to-top-50-million-copies-in-circulation/.165843>.
- Poerwanto, Djoko. "Melihat Pesta Komunitas Pencinta Komik di Indonesia Comic Con 2019." *Merdeka.com*. 12 Oktober 2019. <https://www.merdeka.com/foto/artis/1117035/20191012183921-melihat-pesta-komunitas-pecinta-komik-di-indonesia-comic-con-2019-klm-001-djoko-poerwanto.html>.
- Purwadi, Didi. "Kedubes Jepang Gelar Festival Budaya di Jakarta." *Republika*. 15 September 2014. <https://republika.co.id/berita/nasional/umum/14/09/15/nbxz3b-kedubes-jepang-gelar-festival-budaya-di-jakarta>.
- Ramadhan, Muhammad Syahrul. "IABIE Dorong Hidup Kembali Beasiswa Habibie di 2020." *Medcom.id*. 20 Desember 2019. <https://www.medcom.id/pendidikan/news-pendidikan/4KZ6logK-iabie-dorong-hidupkan-kembali-beasiswa-habibie-di-2020>.
- Ronzi, Kristin. "Religion and Superstition in Japan." *Berkeley Center for Religion, Peace & World Affairs*. 26 Februari 2015. <https://berkeleycenter.georgetown.edu/posts/religion-and-superstition-in-japan>.
- Rustandi, Cantika. "Indonesia and Japan: a role model in bilateral relations." *Economic Research Institute for ASEAN and East Asia*. 14 Februari 2019. <https://www.eria.org/news-and-views/indonesia-and-japan-a-role-model-in-bilateral-relations/>.
- Reynaldi, Videtra. "Penerbitan Manga di Indonesia – Bagian 1: Sejarah Singkat Penerbitan Manga oleh Elex Media." *KAORI Nusantara*. 5 April 2020. <https://www.kaorinusantara.or.id/newslines/143815/penerbitan-manga-di-indonesia-bagian-1-sejarah-singkat-penerbitan-manga-oleh-elex-media>.
- Sembiring, Ira Gita Natalia. "Konser ONE OK ROCK di Jakarta Bakal Digelar 2 Hari." *KOMPAS*. 29 Januari 2020. <https://www.kompas.com/hype/read/2020/01/29/140808466/konser-one-ok-rock-di-jakarta-bakal-digelar-2-hari>.
- Sharp, Will. "Captain Tsubasa: The Anime Star Who Changed the Face of Japanese Football and Inspired Messi, Iniesta, and Nakata." *These Football Times*. 6 November 2018. <https://thesefootballtimes.co/2018/06/11/captain-tsubasa-the-anime-star-who-changed-the-face-of-japanese-football-and-inspired-messi-iniesta-and-nakata/>.

- Sista. "Gandeng Kedubes Jepang, Ditjenbud Gelar Seminar Arsip Digital." *Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Direktorat Jenderal Kebudayaan*. 21 Februari 2018. <https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/gandeng-kedubes-jepang-ditjenbud-gelar-seminar-arsip-digital/>.
- Slay, Widibuyana. "Indonesia Peringkat Ke-2 Pembaca Terbanyak di Dunia." *Tribunlifestyle*. 29 November 2013. <https://www.tribunnews.com/lifestyle/2013/11/29/indonesia-peringkat-ke-2-pembaca-manga-terbanyak-di-dunia>.
- Tobing, Christian. "Ini 7 Bioskop di Indonesia yang Tayangkan Violet Evergarden: The Movie." *duniaku IDN Times*. 2 Maret 2021. <https://duniaku.idntimes.com/anime-manga/anime-lain/christian-tobing-1/ini-7-bioskop-di-indonesia-yang-tayangkan-violet-evergarden-the-movie>.
- Toh, Alfred. "Most Popular Anime in Japan." *Mipon*. 17 Februari 2021. <https://mipon.org/anime-popular-japan-2020/>.
- Valdez, Nick. "Haikyuu Finally Reaches Massive Sales Milestone." *comicbook*. 2 November 2020. <https://comicbook.com/anime/news/haikyuu-manga-50-million-copies-sales-milestone/>.
- W., Kevin. "Event Mangaka Fire oleh Komunitas Mangaka Indonesia." *KAORI Nusantara*. 2 Maret 2016. <https://www.kaorinusantara.or.id/newslines/46634/event-mangaka-fire-oleh-komunitas-mangaka-indonesia>.
- Zenny. "Inilah Para Juara Shogakukan Manga Awards." *Japanese Station*. 22 Januari 2016. <https://japanesestation.com/anime-manga/manga/inilah-para-juara-shogakukan-manga-awards-ke-61>.
- Zhang, Mary. "Haikyuu!! Isn't Over Yet: The Little Giant's Cultural Legacy." *CBR*. 25 Juli 2020. <https://www.cbr.com/haikyuu-little-giant-cultural-legacy/>.

LAMPIRAN

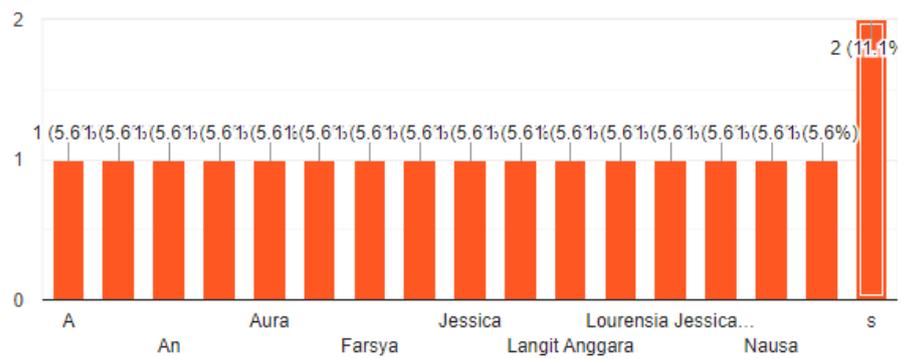
Nama

35 responses

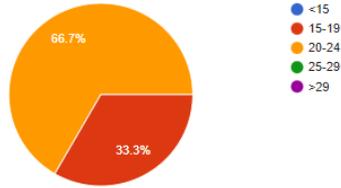
Sa
Sekar
Ayu
Salsa Minna Radhiyah
Caca
Perii
Viorinna
za
Omi

Nama

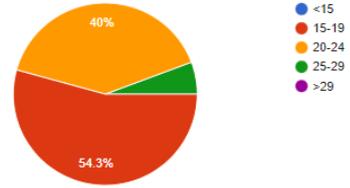
18 responses



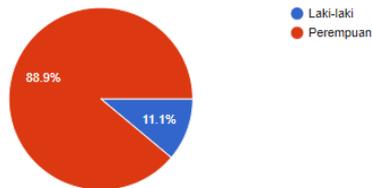
Umur
18 responses



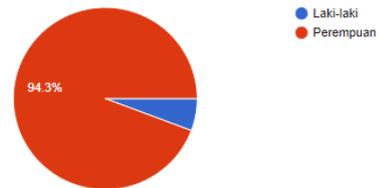
Umur
35 responses



Jenis Kelamin
18 responses

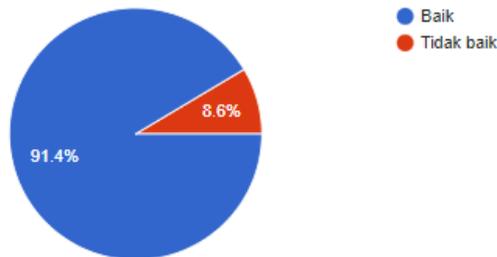


Jenis Kelamin
35 responses



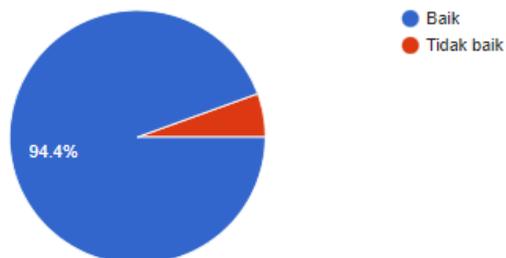
Bagaimana pendapat Anda, terlebih sebagai warga Indonesia, mengenai Jepang sebagai sebuah negara?

35 responses



Bagaimana pendapat Anda, terlebih sebagai warga Indonesia, mengenai Jepang sebagai sebuah negara?

18 responses



Jika Anda menjawab "Baik", apakah alasannya?

16 responses

Karena budayanya

Terlepas dari penjajahan di masa lalu dan berusaha netral, Jepang merupakan salah satu negara yang sangat maju dan penduduknya memiliki kesadaran diri serta tata krama yang cukup tinggi. Jadi menurut saya, Jepang pantas pantas saja menyandang kata "baik."

Karena memiliki teknologi yg mutakhir

Mereka negara maju yang memanfaatkan sumber daya manusianya dengan baik, walau masih ada beberapa kasus underpaid dalam dunia animasi, tapi tidak bisa dipungkiri jepang adalah salah satu negara yang berhasil untuk maju di era revolusi industri 4.0 ini

Sebenarnya lebih ke arah netral karena penjajahan itu sudah menjadi cerita lama. Dan walaupun saya tidak tahu secara pasti, tentunya Indonesia membutuhkan Jepang (begitupun sebaliknya) untuk suatu kerja sama yang saling menguntungkan entah dari segi industri, atau sebagainya

Jika Anda menjawab "Baik", apakah alasannya?

31 responses

Karena merupakan negara maju, teknologi dan budaya jepang juga menarik. Indonesia dan Jepang juga memiliki hubungan yang baik dalam berbagai bidang.

"Jepang sebagai sebuah negara" menurut saya lebih baik (dari standar keadaan Indonesia sekarang) karena kemajuan inovasi, teknologi, dan kebudayaan masyarakat yang lebih terjaga dan sedikit lebih progresif, namun menjunjung dan hormat kepada warisan budayanya. Tapi itu tidak menghitung segala permasalahan sosial disana, yang belum bisa dikotakkan menjadi 'baik' atau 'tidak'.

Namun, faktor historis penjajahan pemerintahan mereka dulu tidak bisa dihapus juga. Menurut saya, itu hal yang berbeda, yang tadi objektif dan yang ini lebih subjektif. Saya tidak akan pernah lupa dan akan kritis dengan interrelasi negara Jepang-Indonesia, walau secara pandangan objektif saya, Jepang sebagai suatu negara itu baik

jepang adalah negara yang maju terhadap iptek

Jepang berubah menjadi salah satu negara maju di dunia meskipun pernah terpuruk. Menurut saya, emangat dan strateginya untuk bangun sangat patut untuk dicontoh.

Jika Anda menjawab "Tidak baik", apakah alasannya?

4 responses

-

Tidak baik karena tidak membawa keuntungan apa2 ke Indonesia hanya menjadikan warga Indonesia khususnya wanita sebagai Jugun lanfu

Tingginya tingkat bunuh diri

Sebelum mengenal anime atau manga, saya sudah tahu tentang negara Jepang melalui pelajaran sejarah dan PPKn, saat itu saya tidak suka dengan negara Jepang karena perlakuan mereka dahulu. Tapi sekarang setelah mengenal budayanya, saya jadi cukup netral terhadap negara Jepang.

Jika Anda menjawab "Tidak baik", apakah alasannya?

6 responses

-

-

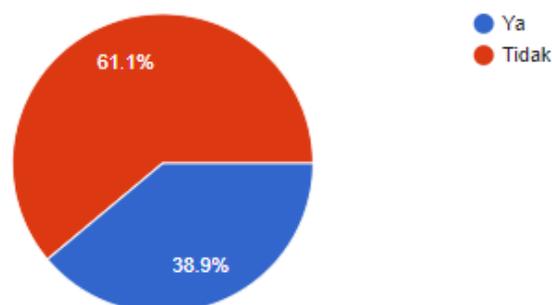
Biaya hidup tinggi, kesadaran masyarakat terhadap pentingnya mental health masih sangat rendah, budaya masyarakat cenderung sangat individualis

budaya sexual mereka agak lebih bebas dan saya merasa kurang nyaman dengan hal itu

Tidak menguntungkan. Hanya membuat rakyat Indonesia sengsara karena diperbudak

Apakah pandangan Anda terhadap Jepang berubah setelah membaca manga atau menonton anime?

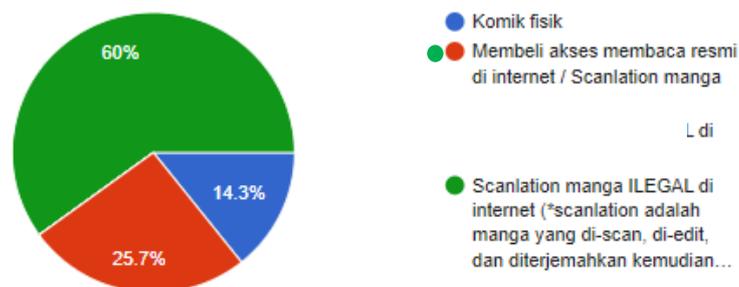
18 responses



Nama	Pertanyaan
	Jika Anda menjawab 'ya', apakah alasan berubahnya pandangan Anda terhadap Jepang setelah mengkonsumsi salah satu bentuk budaya populer mereka? Jika menjawab 'tidak', isi dengan "-"
An	Budaya manga dan anime sendiri sangat dihargai di Jepang sehingga dapat dilihat sebagai karya seni. Dari caranya menghargai suatu karya sudah cukup membuat pandangan saya berubah
Rez	Berubahnya pandangan karena dengan mengonsumsi serial dan manga Jepang saya jadi lebih tau dengan kebiasaan dan budaya mereka yang digambarkan dengan menarik lewat serial dan manganya
Langit Anggara	Berubah cukup banyak dan membuka pandangan saya menjadi lebih luas lagi. Tidak hanya berpikir sempit di dalam kontak saja, saya jadi mengerti budaya mereka. Lalu ternyata mereka juga tidak sekejam itu di era sekarang.
Nausa	Karena budaya mereka sangat patut bagus
Ferren	Lewat anime dan manga, saya mendapati banyak informasi mengenai culture dan kehidupan di Jepang. Hal ini juga yg membuat saya tertarik untuk mempelajari Jepang lebih jauh
Ajeng	di dalam anime menampilkan berbagai macam sudut pandang dari negara Jepang yang memberi pengetahuan baru tentang budaya dan culture di Jepang
Chayul	Karena setelah menonton anime/baca manga membuktikan bahwa SDM Jepang benar-benar maju

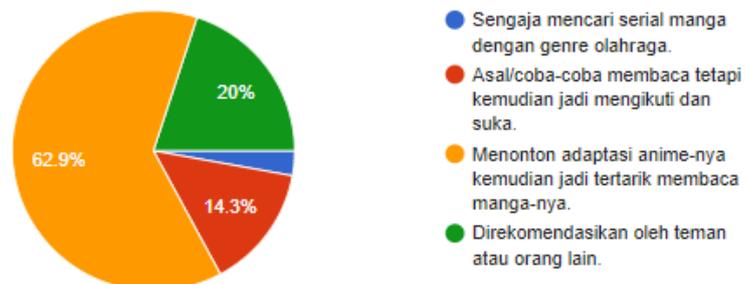
Melalui media apakah Anda membaca serial manga 'Haikyuu!'?

35 responses



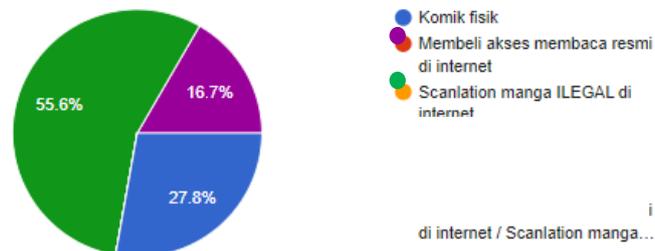
Bagaimana Anda bisa mengetahui serial manga 'Haikyuu!'?

35 responses



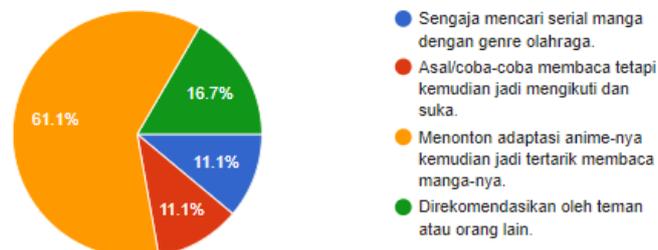
Melalui media apakah Anda membaca serial manga 'Haikyuu!'?

18 responses



Bagaimana Anda bisa mengetahui serial manga 'Haikyuu!'?

18 responses



Apa yang Anda sukai dari serial manga 'Haikyuu!!'? Mengapa?

35 responses

Saya memang menyukai anime/manga genre olahraga, karena membawa dampak positif seperti meningkatkan semangat, menambah wawasan tentang voli/olahraga. Untuk haikyuu sendiri alurnya menarik, saya suka dengan penggambaran tiap karakternya, gambar dari Furudate pun bagus.

Art-wise keren banget, flow panelsnya sering yang belum pernah saya lihat sebelumnya, page nya dynamic namun kohesif. Story-wise membuat saya introspektif? memotivasi? terlebih saya baca manga ketika smp/sma, jadi bisa relate. Speech lines nya juga bagus banget implikasinya, bisa diterapin/dimodifikasi into my real life yang tidak ada hubungannya dengan voli. Membuka pikiran terhadap banyak idealisme (yang dimiliki berbagai karakter, semua berbeda tapi benar-benar dibangun oleh Furudate). Seru juga

cerita yg diangkat sangat realistis yaitu tentang persaingan antar atlet

-Kekeluargaan dan pertemanan antar karakter, baik yang berasal dari satu sekolah dan tidak
 -Kerja keras dan mau untuk terus belajar agar dapat mencapai goalsnya
 -Humornya sesuai dengan sava

Apa yang Anda sukai dari serial manga 'Haikyuu!!'? Mengapa?

18 responses

Karena menyenangkan.

Attention to detail dan konfliknya yang ringan, juga tokoh-tokohnya yang relatable dan beragam.

Saya ikut ekskul voli sejak SMP, jadi hal pertama yang saya suka tentu saja tema utama Haikyuu yang mengangkat cerita tentang bola voli. Tapi ternyata setelah ditonton, Haikyuu juga memiliki nilai lain. Bagaimana kita tidak boleh menyerah dan harus terus berusaha jika menginginkan sesuatu.

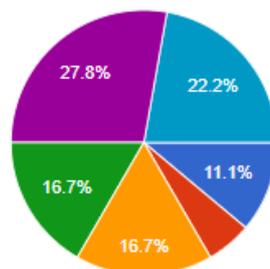
Ceritanya yang membahas permainan voli dengan menarik

Tema, alur cerita dan karakternya. Temanya membuat saya bersemangat olahraga, alur ceritanya seru dan karakternya dibuat dengan sangat baik.

Karakternya punya kepribadian yang beragam dan relatable, banyak pesan moral yang applicable untuk kehidupan sehari-hari. Selain itu saya suka art style manga-nya.

Bagian cerita mana yang paling Anda sukai?

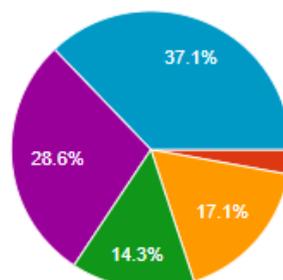
18 responses



- Karasuno High Team Formation ARC (Chapter 1-35)
- Interhigh ARC (Chapter 36-71)
- Tokyo Expedition ARC (Chapter 72-96)
- Spring High Preliminary ARC (Chapter 97-206)
- Tokyo Nationals ARC (Chapter 207-369)
- Final ARC (Chapter 370-402)

Bagian cerita mana yang paling Anda sukai?

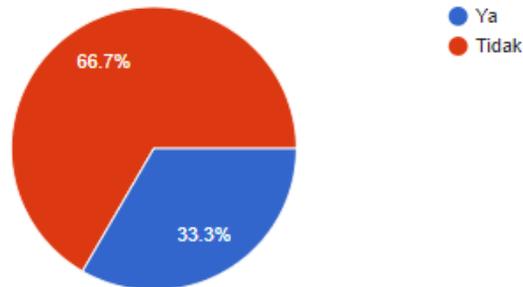
35 responses



- Karasuno High Team Formation ARC (Chapter 1-35)
- Interhigh ARC (Chapter 36-71)
- Tokyo Expedition ARC (Chapter 72-96)
- Spring High Preliminary ARC (Chapter 97-206)
- Tokyo Nationals ARC (Chapter 207-369)
- Final ARC (Chapter 370-402)

Apakah Anda pernah membeli official merchandise 'Haikyuu!!'?

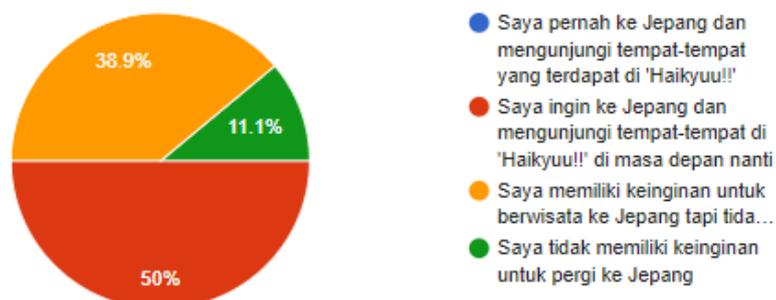
18 responses



Nama	Pertanyaan	Jika iya, berapa banyak uang yang telah Anda gunakan untuk membeli official merchandise 'Haikyuu!!'? Jika tidak, isi dengan "-"	Apakah alasan Anda membeli official merchandise (ataupun unofficial) tersebut? Jika sebelumnya Anda menjawab "tidak", silahkan isi dengan "-"
Farsya		150.000 (unofficial merchandise)	Saya membeli unofficial merch karena suka dengan design barangnya
An		Sekitar 300.000 an	Berguna
Langit Anggara		Sekitar 2000k	Saya membeli sesuatu yang menarik mata saya saja dan sebagian saya membelikannya untuk pacar saya.
Kiara		2jt keatas	Bentuk apresiasi terhadap mangaka dan animator, suka mengoleksi merchnya karna lucu
Nausa		50ribu	Karena lucu
Lourensia Jessica Averina Gunawan		Rp 500.000,-	Karena saya ingin mengkoleksi merchandise dari karakter kesukaan saya dan saya ingin memberikan dukungan saya kepada serial haikyuu melalui pembelian merchandise
Ferren		Rp 700.000	Saya membeli official artbook karena haikyuu memiliki art style yg unik. Karena hobby saya menggambar saya juga tertarik dengan teknik pewarnaan furudate sensei

Apakah Anda pernah atau memiliki keinginan di masa depan untuk berwisata ke Jepang dan mengunjungi tempat-tempat yang terdapat di serial manga 'Haikyuu!!'?

18 responses



Jika Anda memilih 'pernah/ingin pergi ke Jepang dan mengunjungi tempat-tempat di 'Haikyuu!!'. apakah alasan Anda pernah/ingin mengunjungi tempat-tempat tersebut?

11 responses

Hanya ingin mencoba melihat secara langsung tempat yang dianimasikan.

Karena ingin melihat tempat yang menjadi inspirasi cerita Haikyuu

dari sebelum saya menonton haikyuu juga saya memiliki keinginan untuk berkunjung ke jepang untuk liburan, tidak ada alasan spesifik

Karena Jepang sangat indah

Karena saya ingin merasakan atau sekedar melihat bagaimana suasana dari serial haikyuu di dunia nyata

Melihat langsung tempat2 yg menginspirasi saya lewat anime ini.

tidak ada alasan, hanya ingin melihat saja.

mungkin setelah aku kesana akan lebih terasa real apa yg udh aku liat di manga dan untuk demi kepuasan tersendiri

Apakah ada budaya, kebiasaan, atau perilaku spesifik (aspek sosial-budaya) yang Anda sukai atau yang menurut Anda patut dicontoh dan diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari dari serial manga 'Haikyuu!!'? Jika ada, apakah budaya tersebut dan mengapa Anda menyukainya? Jika tidak ada, silahkan isi dengan "-".

18 responses

Budaya hormat kepada yg lebih tua

Perilaku dari Kita Shinsuke yang menghargai proses dari hal-hal kecil yang ia lakukan setiap harinya dan tidak hanya terfokus pada hasil pekerjaan yang dicurahkan dalam salah satu kutipannya "I'm built upon the small things I do everyday and the end result are no more than a byproduct of that."

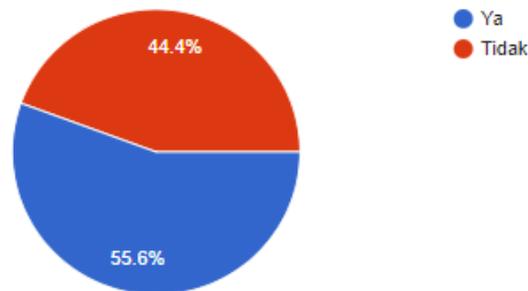
Budaya tanggung jawab terhadap ruang ekstra kulikuler dan seluruh perlengkapannya. Saya rasa itu merupakan disiplin yg sangat baik bisa diterapkan sekolah2

disiplin. hinata, oikawa, bokuto, atsumu, dan banyak karakter lain yang menunjukkan sikap disiplin ketika berlatih. mereka menunjukkan bahwa tidak ada yang salah jika kamu terus berusaha—memberikan 200% niat dan usaha untuk mencapai target. saya mencoba memotivasi diri untuk menerapkan sikap tersebut karena pada kenyataannya, disiplin akan memberikan hasil 2x lipat dari effort biasa.

passionate in what they do, karena ini sesuatu yang selalu dilupakan. walaupun disiplin penting, apa gunanya jika passion berhenti saat itu juga? saya merasa related to it ketika membaca backstori miva twins (saat osamu memutuskan berhenti

Apakah membaca serial manga 'Haikyuu!!' (atau menonton anime-nya) mendorong Anda untuk mengetahui budaya Jepang lainnya?

18 responses



Jika Anda menjawab 'ya', apakah budaya tersebut dan apakah alasan Anda mencari tahu atau bahkan menekuni budaya tersebut? (contoh: setelah baca Haikyuu jadi penasaran dengan Bahasa Jepang dan jadi menekuninya dengan ikut les bahasa)

13 responses

makanan jepang, sistem pendidikan sekolah jepang beserta ekstrakurikuler nya, hari-hari besar seperti festival, logat bahasa jepang (saya tertarik dengan logat Kansai), dan perbedaan sifat masyarakat perkotaan (contoh: Tokyo) dengan masyarakat yang agak condong ke pedesaan (contoh: Miyagi). Saya ingin mencari tahu karena murni penasaran dan ingin tahu perbedaannya dengan di Indonesia

Memiliki small circle yang loyal, lebih supportive. Kemudian budaya orang jepang yang sopan terhadap rekan-rekan mereka

Jadi penasaran dengan geografi jepang dan dialek-dialeknya, juga makanan khas di sana

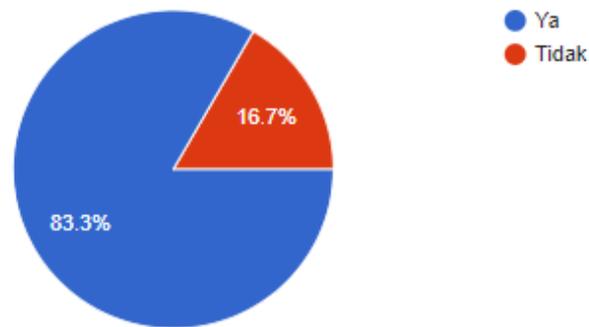
Ingin belajar bahasa Jepang, mulai belajar sendiri lewat internet

Setelah melihat Haikyuu ingin sekali berbicara bahasa Jepang

Setelah mengenal haikyuu, saya menjadi ingin tahu bagaimana kehidupan masyarakat di Jepang sesungguhnya dan mencari tahu lewat video-video yang ada di youtube

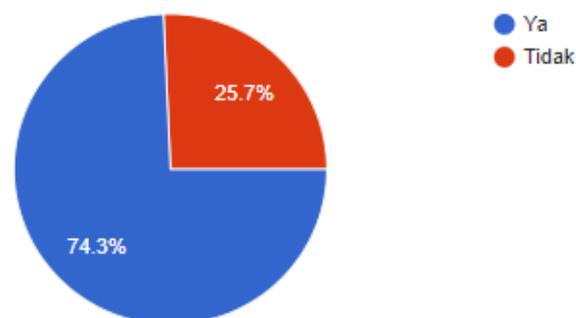
Menurut Anda, apakah serial manga 'Haikyuu!!' memiliki pengaruh yang besar dalam membantu mengubah pandangan masyarakat internasional terhadap Jepang menjadi positif?

18 responses



Menurut Anda, apakah serial manga 'Haikyuu!!' memiliki pengaruh yang besar dalam membantu mengubah pandangan masyarakat internasional terhadap Jepang menjadi positif?

35 responses



Berhubungan dengan pertanyaan sebelumnya, apakah alasan dari pandangan Anda tersebut?

18 responses

Karena disamping visual para karakternya, haikyuu juga mengajarkan arti kerja sama, kekalahan, ketidaksempurnaan, dan banyak hal yang mungkin sering kita temui di kehidupan sehari-hari

Orang dapat mengetahui bahwa jepang adalah negara yang supportive terhadap olahraga

Sikap sportif yg patut ditiru setelah bertanding dengan lawannya dan teamwork dalam tim

-

Haikyuu membuat voli jadi lebih digemari, terutama tim jepang

Pasar Haikyuu luas, seperti yang saya bilang sebelumnya juga di Haikyuu tidak hanya menceritakan tentang club voli saja tapi ada nilai persahabatan atau kekeluargaan yang tersirat di dalamnya.

TERAKHIR. Berhubungan dengan pertanyaan sebelumnya, apakah alasan dari pandangan Anda tersebut?

35 responses

Haikyuu!! merupakan salah satu anime dan manga olahraga paling terkenal. Dengan pengaruhnya yang begitu mendunia, orang-orang dari luar ketika membaca akan mendapat segelintir informasi dan perubahan terhadap Jepang sebagai negara.

Karena tema luasnya soal olahraga voli, seperrinya lebih engage dan terbuka dengan olahraga tersebut dibandingkan pandangan terhadap negara itu sendiri.

Tentang cara mereka menghormati lawan main, orang lain akan berpikiran jikalau orang Jepang sangat sopan dan menghargai satu sama lain.

Serial 'Haikyuu!!' membantu penikmatnya memiliki pandangan yang lebih jauh terhadap alur hidup seorang atlet, perjuangan mereka sehingga bakat mereka bisa dikenali, serta perjuangan mereka untuk bisa menjadi lebih baik di kemudian hari

Serial manga 'Haikyuu!!' meninggalkan kesan positif dan membenarkan pandangan saya tentang Jepang melalui keseharian para tokoh yang menunjukkan kedisiplinan dan kerja keras. Saya yakin serial manga 'Haikyuu!!' juga dapat membantu mengubah pandangan masyarakat internasional terhadap Jepang menjadi positif, sebagaimana serial ini membenarkan pandangan saya.