



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Hubungan Internasional Program Sarjana**

*Terakreditasi Unggul*

*SK BAN-PT NO: 2579/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/IV/2022*

**Penggunaan Pop-Culture Dalam Penyebaran Budaya Jepang  
Terhadap Masyarakat Indonesia Melalui Film Animasi Demon  
Slayer: Mugen Train**

Skripsi

Oleh:

Amalika Ainaya Putri Kuswara

6091801192

Bandung

2023



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Hubungan Internasional Program Sarjana**

*Terakreditasi Unggul*

*SK BAN-PT NO: 2579/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/IV/2022*

***The Use of Pop-Culture to Spread Japanese Culture to Indonesian  
People Through the Animated Film Demon Slayer: Mugen***

Skripsi

Oleh:

Amalika Ainaya Putri Kuswara

6091801192

Pembimbing:

Dr. Atom Ginting Munthe, M.S

Bandung

2023



## Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Amalika Ainaya Putri Kuswara  
Nomor Pokok : 6091801192  
Judul : Penggunaan *Pop-Culture* Dalam Penyebaran Kebudayaan Jepang di Indonesia Melalui Film Animasi *Demon Slayer: Mugen Train*

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Senin, 16 Januari 2023  
Dan dinyatakan **LULUS**

### Tim Penguji

#### Ketua sidang merangkap anggota

Marshell Adi Putra, S.IP., MA.

:   
\_\_\_\_\_


#### Sekretaris

Dr. Atom Ginting Munthe

:   
\_\_\_\_\_

#### Anggota

Anggia Valerisha, S.IP., M.Si.

:   
\_\_\_\_\_

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Amalika Ainaya Putri Kuswara  
NPM : 6091801192  
Jurusan/Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional  
Judul : Penggunaan *Pop-Culture* Dalam Penyebaran Budaya Jepang Terhadap Masyarakat Indonesia Melalui Film Animasi *Demon-Slayer: Mugen Train*

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulisan ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan 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, 6 Januari 2023



Amalika Ainaya Putri Kuswara

## ABSTRAK

Nama : Amalika Ainaya Putri Kuswara

NPM : 6091801192

Judul : Penggunaan *Pop-Culture* Dalam Penyebaran Budaya Jepang Terhadap Masyarakat Indonesia Melalui Film Animasi *Demon-Slayer: Mugen Train*

---

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan globalisasi yang semakin pesat dan cepat. Kemajuan teknologi yang terasa di seluruh belahan bumi menjadikan penyebaran informasi ke luar batasan-batasan negara mudah dicapai dan menghasilkan adanya keterikatan antar individu maupun kelompok. Jepang dengan menggunakan sumber daya *soft power*-nya menjadikan globalisasi sebagai kesempatan untuk meningkatkan citra negara serta menyebarkan kebudayaannya ke muka dunia dengan menggunakan *Pop-culture* atau budaya populer seperti anime, manga, film dan musik. Film animasi *Demon Slayer: Mugen Train* merupakan salah satu film animasi Jepang yang mendapatkan perhatian dunia melalui kesuksesannya menempati urutan pertama *box office* di berbagai negara dan menyumbangkan keuntungan ekonomi yang begitu besar kepada Jepang. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan “Apakah film animasi *Demon Slayer: Mugen Train* berkontribusi dalam menyebarkan kebudayaan Jepang di Indonesia?” Dalam menjawab pertanyaan ini, penulis menggunakan teori liberalisme sosiologis dan bertumpu pada konsep *soft power* serta konsep diplomasi publik dalam melihat kemampuan film ini untuk menyebarkan kebudayaan Jepang pada masyarakat Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian gabungan antara kualitatif dan kuantitatif dengan pengumpulan data berupa studi pustaka dan survei. Penelitian ini menemukan bahwa film animasi *Demon Slayer: Mugen Train* merupakan salah satu alat untuk mengerahkan sumber daya *soft power* melalui budaya dan nilai-nilai Jepang. Selain itu, penulis juga menemukan keberhasilan dari film sebagai bagian dari diplomasi publik yang dilakukan oleh Jepang terhadap publik Indonesia.

Kata kunci: Jepang, *soft power*, diplomasi publik, film animasi, *Demon Slayer: Mugen Train*

## ***ABSTRACT***

*Name : Amalika Ainaya Putri Kuswara*

*NPM : 6091801192*

*Judul : The Use of Pop-Culture to Spread Japanese Culture to Indonesian People Through the Animated Film Demon Slayer: Mugen Train*

---

*This research was motivated by the rapid development of globalization. The advances in technology in all parts of the world make the dissemination of information beyond national borders easy to achieve and results in attachment between individuals and groups. Japan, by using its soft power resources, makes globalization an opportunity to promote the country's image and spread its culture to the world by using pop culture such as anime, manga, film, and music. The animated film Demon Slayer: Mugen Train is one of the Japanese animated films that has gained worldwide attention through its success in occupying a first place at the box office in various countries and contributing huge economic benefits to Japan. Based on this research background, this study seeks to answer the research question "Does the animated film Demon Slayer: Mugen Train contribute to spreading Japanese culture in Indonesia?" In answering this question, the author uses the theory of sociological liberalism and relies on the concept of soft power and the concept of public diplomacy to analyze the ability of this film to spread Japanese culture to Indonesian society. This study uses mix-method research methods as a combination of qualitative and quantitative methods with data collection techniques, literature studies and surveys. This research finds that the animated film Demon Slayer: Mugen Train is one of the tools to mobilize soft power resources through Japanese culture and values. Apart from that, the writer also finds the success of the film as part of public diplomacy conducted by Japan towards the Indonesian public.*

*Keywords: Japan, soft power, public diplomacy, animated film, Demon Slayer: Mugen Train.*

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya, penelitian ini dapat diselesaikan oleh penulis sebagai syarat menyelesaikan program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.

Penulis berharap bahwa skripsi ini dapat bermanfaat dalam memberikan sumbangan ilmu kepada para pembaca. Penulis juga berharap penulisan ini dapat menambahkan pustaka Hubungan Internasional mengenai kemampuan film dalam menjadi alat penyebaran budaya. Meski begitu, penulis sangat memahami bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna dari segi substantif maupun penulisan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas kekurangan yang ada dalam penelitian ini.

Terakhir, penulis sangat berterima kasih kepada seluruh pihak yang terlibat dan terlibat selama proses penulisan penelitian skripsi ini.

Bandung, 4 Januari 2023

Penulis

## UCAPAN TERIMA KASIH

Empat setengah tahun saya habiskan untuk menuntut ilmu di Universitas Katolik Parahyangan. Di kampus tercinta ini saya telah menghadapi berbagai dinamika kehidupan yang tidak bisa dibilang mudah. Senang dan sedih yang saya alami pun terekam oleh dinding kampus tiga selama dua tahun sebelum terjadinya pandemi Covid-19. Berbagai penyesuaian diri telah terjadi demi mencapai proses pendewasaan. Oleh karena itu, halaman ini saya dedikasikan untuk semua individu yang senantiasa menemani dan membantu saya selama saya berkuliah di Universitas Katolik Parahyangan.

Pertama-tama saya mengucapkan rasa syukur dan terimakasih kepada Allah SWT yang kerap memberikan ketenangan di tengah problematika yang dihadapi kepada saya. Tanpa-Nya saya tidak akan berada di tempat saya berpijak saat ini. Kedua saya ingin mengucapkan terimakasih kepada Ayah saya yang memberikan kata-kata pencerahan selama penyusunan skripsi ini. Beliau selalu mengingatkan bahwa kita tidak boleh menyesali apapun hasil yang terjadi kedepannya selama kita telah mencurahkan upaya yang besar.

Kedua saya ingin mengucapkan rasa terimakasih kepada teman-teman Kamiyanto Clan yaitu Febianca Putri, Yumna Malinda serta Danandityo Wilogo yang selalu menghibur ketika saya merasa sedang tenggelam. Saya juga ingin mengucapkan kepada sahabat-sahabat *unparians* Palung Mariana yang berisikan Reiva Areta Djoened Poesponegoro, Tiara Alifa Shafanissa , Reynaldi Sangap Partogi Simanjuntak dan Febianca Putri Imani Affan yang selalu menemani masa



stress selama berkuliah, masa senang ketika kita bermain dan berterima kasih atas saran dan nasihat yang selalu diberikan ketika saya mulai menyimpang.

Selanjutnya saya ingin berterima kasih kepada Inara Savilia dan Davina Alicia yang selalu berada disamping saya dari awal menginjakan kaki di UNPAR hingga penyelesaian skripsi ini. *Even though we often find ourselves dealing with a bad hand, I know we will get through it all in triumph. Here's to our future together filled with laughter instead of sorrows.*

Kemudian, saya ingin mengucapkan rasa berterima kasih kepada bang Atom sebagai dosen pembimbing saya yang telah dengan sabar menghadapi saya selama masa penulisan skripsi ini. Seluruh nasihat bang Atom sangat membantu saya yang sangat mudah merasa panik dan mudah menyerah.

Terakhir, saya ingin berterima kasih untuk seseorang yang tidak ingin disebutkan namanya. *You were the biggest lesson at the last pages of my college life. Meeting you was a blessing in disguise. For you unknowingly pushed me to my limits, limits I didn't know I could surpass. And for now, I will remain a coward and only say my thanks on this page. So, Thank you... for everything.* Sampai jumpa lagi di lain waktu.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b>	<b>1</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>2</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>3</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b>	<b>4</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>6</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>8</b>
<b>BAB 11</b>	
<b>PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	8
1.2.1 Pembatasan Masalah	13
1.2.2 Perumusan Masalah	14
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	14
1.3.1 Tujuan Penelitian	14
1.3.2 Kegunaan Penelitian	14
1.4. Kajian Literatur	15
1.5. Kerangka Pemikiran	17
1.6. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	31
1.6.1 Metode Penelitian	31
1.6.2 Teknik Pengumpulan Data	32
1.7. Sistematika Pembahasan	32
<b>BAB 234</b>	
<b>POP-CULTURE JEPANG DALAM BENTUK</b>	<b>34</b>
<b>FILM ANIMASI DI INDONESIA</b>	<b>34</b>
1.1. Globalisasi	34
2.1.1 Kondisi Tatanan Politik Pasca Globalisasi	37
2.1.2 Film Sebagai Alat Komunikasi Internasional dan Alat Diplomasi Publik	40
1.2. Praktik Diplomasi Publik oleh Jepang	44
2.2.1 Penggunaan Diplomasi Budaya Melalui <i>Pop-Culture</i>	51
2.2.2 Animasi Jepang ( <i>Anime</i> )	53
2.2.2.1 Sejarah Animasi Jepang ( <i>Anime</i> )	53
2.2.2.2 Genre dan Penonton Animasi Jepang ( <i>Anime</i> )	54
2.2.2.3 Persepsi dan Representasi Animasi Jepang ( <i>Anime</i> )	56
2.3. Kebijakan Jepang Mengenai Diplomasi <i>Pop-Culture</i>	60
2.3.1 Penggunaan Diplomasi <i>Pop-Culture</i> Jepang di Dunia Internasional	61
2.3.2 Penggunaan Diplomasi <i>Pop-Culture</i> Jepang di Indonesia	65
2.4. Studi Kasus Film Animasi <i>Demon Slayer: Mugen Train</i>	70
<b>BAB III</b>	<b>73</b>
<b>Kontribusi Film <i>Demon Slayer: Mugen Train</i> Dalam Menyebarkan</b>	
<b>    Kebudayaan Jepang Kepada Masyarakat Indonesia</b>	<b>73</b>
3.1 Analisis Film Animasi <i>Demon Slayer: Mugen Train</i> sebagai Bagian	
Penggunaan Soft Power	73
3.1.1 Analisis Konten Film Animasi <i>Demon Slayer: Mugen Train</i>	76

3.1.2	Film Animasi “Demon Slayer: Mugen Train” Dalam Merepresentasikan Kebudayaan dan Nilai Jepang	78
3.2	Film Animasi “Demon Slayer: Mugen Train” Sebagai Alat Komunikasi dan Diplomasi Publik Internasional	93
3.2.1	Peningkatan Minat Terhadap Produk Budaya Jepang Melalui Film Animasi Demon Slayer: Mugen Train	99
3.2.2	Tanggapan Masyarakat Indonesia Terhadap Film Animasi Demon Slayer: Mugen Train.	100
<b>BAB IV</b>		<b>122</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>		<b>122</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		<b>126</b>
<b>DAFTAR PERTANYAAN KUESIONER</b>		<b>136</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Demon Slayer: Mugen Train	63
Gambar 3.1 Keterangan Era Taisho	68
Gambar 3.2 Topeng Tengu	69
Gambar 3.3 Anting Tanjiro	70
Gambar 3.4 Perbedaan Kota (b) dan Desa (a)	71
Gambar 3.5 Bunga Wisteria	72
Gambar 3.6 Busana Jepang - Eropa	73
Gambar 3.7 Keluarga Muzan	73
Gambar 3.8 Kyahan	74
Gambar 3.9 Keluarga Tanjiro Memakai Kimono	75
Gambar 3.10 Busana Yushiro	75
Gambar 3.11 Motif Kimono Nezuko	76
Gambar 3.12 Motif Kimono Tanjiro	77
Gambar 3.13 Motif Kimono Zenitsu	78
Gambar 3.14 Redshirt	79
Gambar 3.15 Onmyodo	80
Gambar 3.16 Interaksi Anggota Demon Slayer dengan Burung Gagak	81
Gambar 3.17 Persentase Responden yang Menonton Film Demon Slayer Section Penonton Anime	90
Gambar 3.18 Sumber Media untuk Menonton Film Demon Slayer Section Penonton Anime	90
Gambar 3.19 Sumber Media untuk Menonton Film Demon Slayer Section Bukan Penonton Anime	91
Gambar 3.20 Kelompok Umur Responden	92
Gambar 3.21 Preferensi Menonton Anime Responden Penonton Anime	92
Gambar 3.22 Pernyataan Responden Bukan Penonton Anime Terhadap Film Demon Slayer	93
Gambar 3.23 Pernyataan Responden Bukan Penonton Anime Menonton film Demon Slayer: Mugen Train	94
Gambar 3.24 Persentase Penggemar film Demon Slayer Responden Penonton Anime	94
Gambar 3.25 Genre Favorit Section Penonton Anime	95
Gambar 3.26 Aspek Favorit Film Demon Slayer oleh Section Penonton Anime	95
Gambar 3.27 Aspek Favorit Film Demon Slayer oleh Section Bukan Penonton Anime	96

Gambar 3.28 Bagan Hasil Kuesioner Penonton Anime Pakaian	96
Gambar 3.29 Bagan Hasil Kuesioner Penonton Anime Mengenai Era Taisho	97
Gambar 3.30 Bagan Hasil Kuisioner Bukan Penonton Anime Mengenai Pakaian	97
Gambar 3.31 Bagan Hasil Kuesioner Bukan Penonton Anime Mengenai Era Taisho	98
Gambar 3.32 Bagan Hasil Kuesioner Penonton Anime Mengenai Tampilan Unsur Kebudayaan Jepang	99
Gambar 3.33 Bagan Hasil Kuesioner Penonton Anime Mengenai Pengenalan Unsur Kebudayaan Jepang	99
Gambar 3.34 Bagan Hasil Kuesioner Bukan Penonton Anime Mengenai Tampilan Unsur Kebudayaan Jepang	100
Gambar 3.35 Bagan Hasil Kuesioner Bukan Penonton Anime Mengenai Pengenalan Unsur Kebudayaan Jepang	100
Gambar 3.36 Bagan Kuesioner Peningkatan Menurut Penonton Anime	101
Gambar 3.37 Bagan Kuesioner Peningkatan oleh Bukan Penonton Anime	101
Gambar 3.38 Skala Penonton Anime	102
Gambar 3.39 Skala Bukan Penonton Anime	102

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Masalah

Kemajuan dunia saat ini telah mempengaruhi perkembangan menjadi semakin modern dimana segala halnya sudah saling terkoneksi hingga banyak terjadi perubahan-perubahan dalam pola perilaku masyarakat dunia. Hal dikarenakan oleh mudahnya akses terhadap informasi yang dapat dijangkau dari berbagai penjuru dunia akibat globalisasi. Dalam perkembangannya, globalisasi telah menjadi perhatian dan mempengaruhi kehidupan masyarakat global. Pada tingkat politik, para pemimpin dunia membahas integrasi pasar dan tumbuhnya saling ketergantungan antar negara. Di sisi lain, pada saat yang sama perdagangan dan aktivitas lintas batas negara telah berkontribusi pada pengenalan global dalam kehidupan sehari-hari.

Fenomena globalisasi ini juga dapat dirasakan dampaknya dalam berbagai aspek dan lapisan kehidupan, baik dari segi aktivitas ekonomi hingga aktivitas politik. Aktivitas-aktivitas ini juga dapat berlangsung secara *real-time* walaupun aktor-aktornya berada wilayah yang berbeda. Semua ini dapat terealisasi berkat perkembangan teknologi yang mutakhir. Hal ini juga mengakibatkan adanya perubahan pola perilaku masyarakat, sehingga penyesuaian strategi kerap dilakukan demi mengikuti zaman yang telah termodernisasi oleh percepatan laju interaksi antar masyarakat global. Di dalam globalisasi juga disebutkan bahwa terdapat peningkatan keterkaitan antar aktivitas tersebut beserta dampaknya.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>John Bayliss, Steve Smith, dan Patricia Owens, *The Globalization of World Politics: An Introduction to International Relations* (Oxford University Press, 2016), halaman 18.

Lebih lanjut, perubahan pola interaksi dalam masyarakat ini juga akhirnya mendorong terjadinya perubahan aktivitas politik baik dalam negeri maupun dalam kancah internasional. Aktivitas-aktivitas politik ini tentunya dapat memberikan dampak kepada negara yang bersangkutan. Namun dikarenakan oleh adanya peningkatan interaksi antar aktor yang disebabkan oleh globalisasi, aktivitas-aktivitas politik, sosial maupun ekonomi yang dilakukan oleh suatu negara dapat dirasakan juga dampaknya oleh negara-negara lain. Dan globalisasi mendukung pergeseran isu tradisional dan memberikan ruang baru bagi isu-isu non tradisional seperti kesetaraan gender, perubahan iklim, budaya dan sosial. Seiring bermunculannya isu-isu non-tradisional di lingkup hubungan internasional, alat-alat yang digunakan serta aktor yang berperan dalam politik internasional juga sudah tidak lagi tradisional.

Saat ini aktor-aktor baru seperti media massa, perusahaan multinasional, serta aktor individu juga seringkali berkontribusi serta memiliki peran yang cukup penting, bahkan sama pentingnya dengan aktor tradisional seperti negara dalam membuat kebijakan di lingkup internasional. Hal-hal ini dimungkinkan karena generasi saat ini yang memiliki keterikatan lebih antar sesama individu dan menjadi lebih terintegrasi dengan teknologi dalam keseharian hidupnya. Keterintegrasian inilah yang menyebabkan seorang individu dapat menjadi aktor dari suatu komunikasi internasional melalui media massa maupun media sosial. Hingga akhirnya globalisasi menjadi faktor pendorong bermunculannya isu-isu baru yang masuk kedalam cakupan kajian hubungan internasional. Penggunaan media massa sebagai instrumen komunikasi internasional seringkali terbukti efektif dalam merealisasikan agenda politik suatu negara.

Penggunaan media massa sebagai instrumen komunikasi internasional seringkali digunakan oleh berbagai aktor untuk menyampaikan informasi ataupun memenuhi agendanya sendiri. Hal ini dikarenakan media massa merupakan alat yang paling aksesibel dan memiliki cakupan yang luas dalam menyebarkan pesan.

Melihat efektivitas yang ditawarkan oleh media massa dalam menyebarkan pesan, tidak jarang banyak negara yang menggunakan hal tersebut dalam menyebarkan agenda politik mereka masing-masing. Alat-alat yang seringkali dijadikan sebagai instrumen komunikasi internasional dapat berupa produk hiburan seperti musik, film, serial tv, dan lain-lainnya.

Dalam penelitian ini, penulis memilih untuk fokus terhadap film sebagai instrumen komunikasi internasional. Alasan penulis memilih film dikarenakan oleh banyaknya pesan implisit yang dapat tersampaikan secara visual dan tidak jarang banyak audiens yang tanpa sadar menerima pesan-pesan tersebut. Film merupakan salah satu media dengan peran dan fungsi yang baik sebagai alat komunikasi. Perfilman sering sekali menjadi alat yang digunakan oleh berbagai negara untuk memenuhi agendanya masing-masing. Kini seiring berjalannya waktu dan meningkatnya minat masyarakat terhadap film, Industri perfilman pun semakin berkembang dan inklusif.

Masyarakat dunia pun semakin terbuka dengan kebijakan-kebijakan ekonomi neoliberal, liberalisasi sistem komunikasi internasional yang kemudian melahirkan perjanjian WTO di tahun 1997 mendorong percepatan integrasi industri film di berbagai negara.<sup>2</sup> Terdapat studi dimana penggunaan film asing yang memiliki

---

<sup>2</sup> Dal Yong Jin, "Transforming the global film industries: Horizontal integration and vertical concentration amid neoliberal globalization. *International Communication Gazette*, 74(5), 2012. pp. 405-422, halaman 418.



elemen budaya oleh seorang guru terbukti efektif dalam pengajaran budaya serta bahasa kepada murid-muridnya.<sup>3</sup> Film animasi *Demon Slayer: Mugen Train* produksi Jepang yang diangkat dari komik bergambar dengan judul yang sama merupakan salah satu film yang mengandung banyak unsur kebudayaan Jepang di dalamnya. Film ini juga sukses menempati tangga *box office* di berbagai bioskop setelah perilisannya. Tingginya minat penonton terhadap film ini menunjukkan bahwa terdapat minat tinggi dalam masyarakat terhadap produk hiburan milik Jepang.

Lewat film, musik dan konten hiburan lainnya, penulis dapat melihat dan juga mempelajari sedikit demi sedikit kebudayaan yang Jepang sisipkan dalam konten-konten hiburan tersebut, dari dapat memahami kalimat kalimat sederhana dalam bahasa Jepang, mengetahui berbagai macam nama makanan dan daerah di Jepang, hingga kebiasaan-kebiasaan orang Jepang yang tergambarkan dalam konten hiburan tersebut.

Melihat besarnya dampak globalisasi terhadap terhadap pola interaksi masyarakat dunia saat ini, baik itu dari segi interaksi formal maupun informal. Terlihat adanya hubungan antara publik dan pemerintah yang semakin dieratkan oleh media. Media kini menyumbangkan berbagai peranan penting dalam praktik politik. Implikasinya yang luas telah menimbulkan perubahan-perubahan pada cara aktor-aktor politik dalam membuat kebijakan dan lebih melibatkan publik. Sehingga komunikasi internasional menjadi konsep yang sangat penting dalam menjalankan tatanan global.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Jianying Yue, "Use of Foreign Films in Cultivating Intercultural Communicative Competence in ELT--A Case Study," *Theory and Practice in Language Studies*, Vol. 9, No. 2, February 2019, pp. 198-203, halaman 202, <http://dx.doi.org/10.17507/tpls.0902.09>

<sup>4</sup> Diana Owen, "The New Media's Role in Politics," *OpenMind*, Diakses 25 Mei 2022,, <https://www.bbvaopenmind.com/en/articles/the-new-media-s-role-in-politics/>.

Dalam pengantar buku *Globalization of Language and Culture in Asia*, Viniti Vaish (2010) mengutip antropolog budaya Pieterse (2004), globalisasi sendiri didefinisikan sebagai suatu proses empiris objektif untuk meningkatkan konektivitas ekonomi dan politik. Globalisasi juga sebagai suatu proses subjektif yang terungkap dalam kesadaran sebagai kesadaran kolektif tentang tumbuhnya keterkaitan global, dan sejumlah besar proyek globalisasi spesifik yang berupaya untuk membentuk kondisi global.<sup>5</sup> Globalisasi budaya memiliki banyak simpul di Asia seperti film Bollywood India, kartun anime Jepang dan film Kung Fu asal Hong Kong yang diberi subtitle sebanyak 17 bahasa dan didistribusikan ke diaspora tertentu. Ruang budaya seperti ini didominasi oleh bahasa seperti Hindi, Jepang, dan Mandarin.<sup>6</sup>

William M. Tsutsui (2010) dalam publikasi *Japanese Popular Culture and Globalization* menjelaskan mungkin cara paling umum untuk menjelaskan bentuk khas dari budaya pop kontemporer Jepang adalah dengan menekankan dampak budaya tradisional Jepang. Warisan budaya Jepang yang panjang dan unik menjadi sumber inspirasi dari film animasi dan manga, pahlawan super TV dan karakter lainnya. Dengan demikian, aspek-aspek tradisi mendalam Jepang dalam ekspresi artistik telah membentuk dan memacu evolusi pop culture Jepang sebagai fenomena global.<sup>7</sup>

Berdasarkan buku *Globalization, Consumption and Popular Culture in East Asia* oleh Tai Wei Lim dkk. (2016) disebutkan bahwa tidak ada definisi universal tentang budaya populer atau *popular culture* (pop culture). Menurut Tai Wei Lim

---

<sup>5</sup> Viniti Vaish, "Introduction: Globalization of Language and Culture in Asia," dalam Viniti Vaish (Ed.) *Globalization of Language and Culture in Asia: The Impact of Globalization Processes on Language*, (London: Continuum International Publishing Group, 2010), halaman 2.

<sup>6</sup> Ibid, halaman 7

<sup>7</sup> William M. Tsutsui, "Sources of Japanese Pop Imagination," dalam William M. Tsutsui, *Japanese Popular Culture and Globalization, Key Issues in Asian Studies*, No 6, AAS, 2010, hal 23.

(2016) bagaimana seseorang memahami budaya populer tergantung pada konteks di mana istilah itu digunakan dan apakah definisi tertentu berdiri di bawah pemahaman relativisme budaya. Budaya populer sendiri terintegrasi penuh ke dalam gaya hidup dan pengalaman sehari-hari. Tai Wei Lim menemukan bahwa jejak budaya populer Jepang dapat ditemukan terintegrasi ke dalam kehidupan sehari-hari orang Jepang dan dapat diklasifikasikan ke dalam kategori berwujud dan tidak berwujud.<sup>8</sup>

Di sisi lain Kementerian Ekonomi, Perdagangan, dan Industri (METI) Jepang mengidentifikasi sejumlah tantangan yang dihadapi industri budaya populer Jepang. Salah satunya adalah populasi yang menua yang akan menyebabkan konsumsi barang budaya dan kreatif yang lebih rendah secara keseluruhan. Hal ini berarti bahwa Jepang perlu mengeksport lebih banyak produk budaya populer untuk menutupi penurunan pasar domestik. Pada tahun 2011, ukuran global pasar budaya populer untuk perdagangan barang dan jasa kreatif telah mencapai US\$624 miliar.<sup>9</sup>

Terkait dengan ekspor tersebut, Indonesia merupakan salah satu negara sasaran ekspor produk *pop culture* seperti film anime. Kepopuleran budaya populer Jepang di Indonesia khususnya anime dan manga membuat pertumbuhan penggemar anime dan manga semakin meningkat. Terlepas dari kenyataan bahwa Indonesia dan Jepang memiliki perbedaan dalam aspek bahasa, budaya, dan geografis, penggemar anime dan manga terus bertambah. Dalam jurnal *Engaging with Anime and Manga: A Phenomenological Study*, Refanisa Sola Gracia dan Dindin Dimiyati (2016) mendefinisikan penggemar (fan) sebagai orang yang terlibat dan memiliki ketertarikan yang mendalam dengan berbagai objek budaya populer. Para penggemar

---

<sup>8</sup> Tai Wei Lim, "Introduction," dalam Tai Wei Lim dkk., (Ed.), *Globalization, Consumption and Popular Culture in East Asia* (Singapura: NUS, 2016), hal 6

<sup>9</sup> Tai Wei Lim, "Size and Reach of the Japanese Popular Cultural Industry," dalam Tai Wei Lim dkk., (Ed.), *Globalization, Consumption and Popular Culture in East Asia* (Singapura: NUS, 2016), hal 59

juga cenderung membuat atau merekonstruksi situs yang menurut mereka penting bagi kepentingan khusus fandom mereka dan seringkali mengarahkan mereka untuk membuat karya amatir yang kemudian berkontribusi pada sejarah budaya populer.<sup>10</sup>

Budaya pop Jepang atau *J-Pop Culture* berkembang menjadi salah satu budaya asing yang paling populer dan berpengaruh terhadap masyarakat di Indonesia bahkan di seluruh dunia. Produk mereka seperti gaya busana harajuku, musik, film, video game, anime, dan manga telah memengaruhi masyarakat secara masif. Sebagai contoh semakin banyak acara yang mengumpulkan para penggemar dan antusiasme budaya Pop Jepang seperti *Ennichisai*, *Sakura Matsuri*, *Jak-Japan* dan sebagainya. Sebagian besar dalam acara semacam itu, selain menampilkan budaya tradisional Jepang seperti upacara minum teh (*Chanoyu/Sado* atau hanya *Ocha* dalam bahasa Jepang), kimono, musik tradisional (*gagaku*) dan tarian tradisional seperti *Bon Odori*, mereka juga menampilkan sisi modern atau budaya populer Jepang.<sup>11</sup>

Merujuk penelitian Diplomasi Budaya Anime sebagai Soft Power Jepang di Indonesia oleh Alin Arfia Ashari (2022), disebutkan bahwa untuk pertama kalinya anime masuk ke Indonesia pada akhir tahun 1970 an di TVRI yang menayangkan *Wanpaku Omukashi Kum Kum*. Karena terbatasnya media, anime tersebut tidak bertahan lama sebelum masuk kembali pada tahun 1980 - 2000 dalam format video kaset. Banyak orang Indonesia yang semakin tertarik dengan anime karena kepopuleran Pokemon pada pertengahan tahun 1990.<sup>12</sup> Anime kemudian semakin

---

<sup>10</sup> Refanisa Sola Gracia dan Dindin Dimiyati, "Engaging with Anime and Manga: A Phenomenological Study," *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 00 (2016), halaman 1

<sup>11</sup> Ibid, halaman 2

<sup>12</sup> Alin Arfia Ashari, "Diplomasi Budaya Anime sebagai Soft Power Jepang di Indonesia," *Research Gate*, October 2022, halaman 4

menarik penggemar dengan banyaknya tontonan anime baik di televisi, situs web maupun bioskop.

Berdasarkan Survei Japan Foundation disebutkan bahwa Indonesia menjadi nomor 2 terbanyak di seluruh dunia. Hal ini menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara fandom budaya populer Jepang terbesar di Asia. Mengutip dari berita CNBC Indonesia (16/03/2019), dijelaskan dalam jurnal penelitian oleh Prista Ardi Nugroho dan Grendi Hendrastomo bahwa anime dapat menjadi produk budaya yang sesuai dengan selera banyak orang. Sesuai dengan Survei Japan Foundation tersebut, banyak pelajar yang ingin belajar tentang Jepang juga dipengaruhi oleh anime.<sup>13</sup>

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Dalam era globalisasi ini, kegiatan politik internasional juga ikut berubah dan terbaharui. Penggunaan metode tradisional dalam memenuhi kepentingan nasional dinilai sudah tidak terlalu efektif sehingga banyak sekali metode, aktor maupun instrumen baru yang dianggap lebih efektif dalam mewujudkan tujuan tersebut. Instrumen komunikasi internasional pun juga ikut bertambah dan semakin mudah untuk digunakan. Media merupakan suatu instrumen yang seringkali digunakan dalam berkomunikasi lintas batas oleh berbagai macam aktor, baik negara hingga individu. Media tersebut dapat berupa media sosial, berita, musik dan juga film.

Melihat efektivitas yang ditawarkan oleh media massa dalam menyebarkan pengaruh politik suatu negara, tidak jarang banyak negara yang menggunakan hal tersebut dalam menyebarkan agenda politik mereka masing-masing. Alat-alat yang

---

<sup>13</sup> Fikri Muhammad, Fandomnya Banyak, Yuk Melihat Kembali Perjalanan Anime di RI,” *CNBC Indonesia*, 16 Maret 2019, <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20190316114109-33-61045/fandomnya-banyak-yuk-melihat-kembali-perjalanan-anime-di-ri>

seringkali dijadikan sebagai instrumen komunikasi internasional dapat berupa produk hiburan seperti musik, film, serial tv, dan lain-lainnya. Namun dalam penelitian ini, penulis memilih untuk fokus terhadap film sebagai instrumen komunikasi internasional. Alasan penulis memilih film dikarenakan oleh banyaknya pesan implisit yang dapat tersampaikan secara visual. Dan tidak jarang banyak audiens yang tanpa sadar menerima pesan-pesan tersebut.

Industri perfilman sudah berkembang sangat pesat dan jangkauannya pun juga meluas. Kini perfilman juga digunakan sebagai instrumen untuk menyebarkan budaya suatu negara ke masyarakat global. Terdapat studi dimana penggunaan film asing oleh yang yang memiliki elemen budaya oleh seorang guru terbukti efektif dalam pengajaran budaya serta bahasa kepada murid-muridnya.<sup>14</sup> Oleh karena ini penulis merasa film merupakan instrumen yang memiliki potensi terbaik dalam komunikasi internasional serta menyebarkan kebudayaan suatu negara kepada masyarakat global.

Dalam mengusahakan bahasa nasionalnya maju sebagai media komunikasi internasional, bahasa suatu negara perlu memiliki basis kekuatan yang kuat, baik politik, militer maupun ekonomi.<sup>15</sup> Goh Yeng Seng dan Lim Seok Lai (2010) menjelaskan bahwa untuk mencapai status global, bahasa perlu memenuhi 2 persyaratan yaitu harus menerima pengakuan resmi dalam komunitas internasional dan peningkatan jumlah pengguna non-native. Sebuah bahasa mencapai status global ketika mengembangkan 'peran khusus yang diakui di setiap negara'. Status khusus ini dapat dicapai baik dengan menjadikannya sebagai bahasa resmi negara atau

---

<sup>14</sup> Jianying Yue, op.cit, halaman 202.

<sup>15</sup> Goh Yeng Seng dan Lim Seok Lai, "Global Mandarin," dalam Vinita Vaish (Ed.), *Globalization of Language and Culture in Asia: The Impact of Globalization Processes on Language*, (London: Continuum International Publishing Group, 2010), halaman 4.

dengan mengharuskannya untuk dipelajari sebagai bahasa asing. Di sisi lain, bahasa tidak mencapai status global melalui banyaknya penutur asli tetapi ditentukan oleh tingkat penetrasi atau kelazimannya dalam komunitas penutur asing.<sup>16</sup>

Jepang sendiri merupakan salah satu negara pelopor dalam penggunaan *soft power* melalui media massa untuk menyebarkan baik itu kebudayaan maupun pengaruh ke luar batas negaranya. Secara spesifik, Jepang menggunakan pop-culture sebagai alat untuk melakukan diplomasi. Penggunaan soft-power di Jepang pun sedari dulu sudah memiliki potensi yang tinggi dalam membantu meningkatkan perekonomian negara. Hal ini juga dilihat oleh Perdana Menteri Shinzo Abe yang mengedepankan soft-power sebagai alat untuk memenuhi kepentingan negaranya semasa ia menjabat.<sup>17</sup>

Kajian budaya populer Jepang didominasi oleh para antropolog dan pakar studi media/budaya dengan hubungan internasional seperti konsep *soft power*. Hal ini dapat dimengerti karena tren budaya populer yang akrab dikaitkan dengan masyarakat kontemporer dan pola konsumsi. Menurut Sugiura, pasar anime Jepang meningkat dari ¥4,6 miliar (US\$46 juta) pada tahun 1975 menjadi ¥200 miliar (US\$2 miliar) pada tahun 2002, lebih dari 60% pasar anime global. Setidaknya sejak tahun 2006, industri anime Jepang telah menghasilkan lebih dari 60% film animasi global. Menurut Tai Wei Lim (2016) mengutip Nissim Otmazgin dan Eyal Ben-Ari, dalam

---

<sup>16</sup> Ibid, hal 15

<sup>17</sup> Warren A. Stanislaus, "Japan Is Using Cultural Diplomacy to Reassert Its Place in the World – but Is the Message Too Exclusive?," *The Conversation*, 20 Januari, 2022, <https://theconversation.com/japan-is-using-cultural-diplomacy-to-reassert-its-place-in-the-world-but-is-the-message-too-exclusive-106463>.

hal kontribusi praktis terhadap perekonomian, industri film animasi Jepang telah mencapai sekitar 450 perusahaan produksi dan 5000 animator.<sup>18</sup>

Industri manga dan anime telah menjadi manifestasi karya lokal Jepang kemudian terglobalisasi yang pada awalnya melalui surat kabar, majalah, dan buku komik, tetapi sekarang juga berkembang melalui media elektronik video game, Internet, dan ponsel.<sup>19</sup> Film animasi atau anime Jepang merupakan bagian yang semakin penting dari industri budaya global. Ekspor budaya pop ini, bersama dengan fesyen Jepang, musik pop, dan drama TV, sekarang banyak dikonsumsi tidak hanya di sebagian besar Asia, tetapi juga di Eropa dan Amerika Utara. MacWilliams (2008) mengutip Toshiya Ueno yang berpendapat bahwa minat Barat terhadap budaya otaku muncul dari arus baru dalam globalisasi dan informasi.<sup>20</sup>

Menurut MacWilliams, banyak orang yang melihat popularitas global film animasi sebagai bukti dari "kekuatan ekspresif" khas seniman Jepang. Menemukan identitas nasional melalui budaya memiliki sejarah panjang di Jepang. Anime telah mengekspresikan *soft nationalism* Jepang dimana hal ini terkait dengan pencarian Jepang akan "keunikan budaya" yang berbeda dengan negara asing. Selain itu, keunikan ini juga terkait dengan pencarian jiwa nasional tentang apa artinya menjadi orang Jepang.<sup>21</sup>

Para pejabat, seperti Menteri Luar Negeri sebelumnya Taro Aso menyatakan budaya media global Jepang sebagai alat diplomasi yang efektif. "*soft power*" sama

---

<sup>18</sup> Tai Wei Lim, "Centering Akihabara: The Positionality of Tokyo's Pop Cultural Nucleus in Cool Japan Industries and Globalized Fandom Consumption," dalam Tai Wei Lim dkk (Ed.), *Globalization, Consumption and Popular Culture in East Asia* (Singapore: NUS, 2016), hal 74

<sup>19</sup> Mark W. MacWilliams, "Introduction," dalam Mark W. MacWilliams (Ed.), *Japanese visual culture : explorations in the world of manga and anime*, (New York: M.E. Sharpe, Inc, 2008), hal 12

<sup>20</sup> Ibid, hal 13

<sup>21</sup> Ibid, hal 15



berharganya dengan “*hard power*” untuk meningkatkan citra merek Jepang. Hal ini dikarenakan film animasi sebagai *soft power* yang mencerminkan “kepekaan dan cara berpikir orang Jepang”.<sup>22</sup> Apalagi pada perkembangannya, *Japanimation* sengaja diproduksi untuk konsumsi massal transnasional.<sup>23</sup>

Anime atau film animasi merupakan salah satu produk *popular culture* Jepang yang menarik banyak penggemar tidak hanya secara domestik tetapi juga secara internasional. Mark W. MacWilliams (2008) merujuk pendapat Jean Marie Bouissou terkait anime yang menarik banyak penggemar bukan hanya karena rasa mistik ketimuran yang harmoni dengan alam tetapi juga karena adanya “estetika, konflik, ketidakseimbangan dan sensualitas.” MacWilliams menyebut anime sangat menarik karena mereka adalah “komoditas kesenangan murni”, bentuk hiburan murah yang harus dinikmati. Namun bukan berarti anime hanya sensasi murahan yang diciptakan untuk melepaskan diri dari tekanan dunia nyata tetapi juga seperti yang disebut Frederik Schodt bahwa anime memiliki kekuatan untuk mengungkapkan harapan dan ketakutan orang.<sup>24</sup>

Film *Demon Slayer: Mugen Train* yang rilis pada tanggal 6 Januari 2021 merupakan film adaptasi dari komik series asal Jepang dengan nama yang sama. Dalam kurun waktu yang singkat, film *Demon Slayer: Mugen Train* ini mampu mendapatkan rating yang sangat tinggi di berbagai macam negara. Sebagai film berbahasa asing, *Demon Slayer: Mugen Train* mampu mendapatkan perhatian yang tinggi di Amerika Utara dan tercatat sebagai film asing dengan opening terbaik.<sup>25</sup>

---

<sup>22</sup> Mark W. MacWilliams, loc.cit

<sup>23</sup> Ibid, hal 16

<sup>24</sup> Ibid., hal 5

<sup>25</sup> The Jakarta Post, “‘Demon Slayer’ Sets US Record for Best Foreign Language Film Opening Weekend,” *The Jakarta Post*, 11 Oktober 2021,

Film ini membahas mengenai Tanjiro yang merupakan seorang pria desa yang berpetualang dalam menghentikan ancaman iblis bersama dengan teman-temannya setelah keluarganya meninggal dibunuh oleh iblis yang berkeliaran. Latar waktu film ini berada pada Era Taisho yang merupakan periode singkat antara tahun 1912-1926 yang berada di antara Periode Meiji dan Showa.<sup>26</sup> Latar waktu dan visual yang ditampilkan oleh film animasi inilah yang dapat menjadi wadah untuk mengenalkan kebudayaan Jepang ke masyarakat global.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dapat dilihat bahwa anime memiliki potensi yang cukup besar sebagai instrumen diplomasi publik karena popularitas dan daya tarik terhadap banyaknya penggemar di seluruh dunia. Oleh karena itu, tidak heran jika Jepang mempromosikan budaya pop Jepang khususnya anime agar lebih mudah menarik minat masyarakat dunia terhadap Jepang. Dalam hal ini dapat dilihat bahwa Jepang menggunakan budaya pop anime sebagai *soft power* mereka menarik publik negara lain dalam mendukung kepentingannya.

### 1.2.1 Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis menetapkan batasan penelitian dalam peran film *Demon Slayer: Mugen Train* sebagai bentuk komunikasi internasional dalam bentuk penyebaran budaya Jepang di Indonesia. Penulis memilih film ini dikarenakan banyaknya aspek budaya tradisional Jepang yang terkandung dalam film ini serta kesuksesannya dalam meraih perhatian masyarakat global. Dalam penelitian ini juga peneliti fokus terhadap peran *Demon Slayer: Mugen Train* dalam penyebaran

---

<https://www.thejakartapost.com/life/2021/04/26/demon-slayer-sets-us-record-for-best-foreign-language-film-opening-weekend-.html>.

<sup>26</sup> Seoho Lee, "Despite Political Tensions, Japan's 'Demon Slayer' Tops South Korean Book Market and Box Office," *The Diplomat*, 1 Mei 2021, <https://thediplomat.com/2021/05/despite-political-tensions-japans-demon-slayer-tops-south-korean-book-market-and-box-office/>.

kebudayaan dan *nation branding* Jepang di mata masyarakat Indonesia. Dalam penelitian ini, penulis fokus terhadap periode Januari 2021 - Januari 2022 dimana pada periode ini, film animasi *Demon Slayer: Mugen Train* sedang dalam fase promosi sehingga *exposure*-nya terhadap masyarakat global sedang tinggi-tingginya. Hal ini sesuai dengan rentang waktu *campaign-driven* yang biasa digunakan dalam *nation branding*.<sup>27</sup>

### 1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan pembatasan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, peneliti fokus terhadap peran *Demon Slayer: Mugen Train* sebagai alat komunikasi internasional dalam menyebarkan kebudayaan Jepang di Indonesia. Oleh karena itu, pertanyaan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah **“Apakah film animasi *Demon Slayer: Mugen Train* berkontribusi dalam menyebarkan kebudayaan Jepang di Indonesia.”**

## 1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

### 1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami lebih lanjut bagaimana instrumen non-tradisional seperti film memiliki peran yang penting dalam komunikasi internasional. Secara khusus penulis ingin menunjukkan bagaimana film *Demon Slayer: Mugen Train* dapat menjadi alat untuk menyebarkan nilai-nilai kebudayaan Jepang.

### 1.3.2 Kegunaan Penelitian

---

<sup>27</sup> Gyorgy Szondi, *Public diplomacy and nation branding: Conceptual similarities and differences*, (Clingendael Institute., 2008).

Dalam meneliti fenomena ini penulis berharap hasil tulisan ini dapat dijadikan sebagai referensi kajian hubungan internasional mengenai peranan media terutama industri perfilman sebagai instrumen diplomasi kebudayaan.

#### **1.4. Kajian Literatur**

Untuk membantu dalam mengarahkan serta memfokuskan topik, penulis sudah memilih beberapa literatur yang dianggap sesuai untuk membahas topik penulisan ini. Literatur pertama yang digunakan adalah artikel jurnal milik Alan R. Kluver dengan judul *The Logic of New Media in International Affairs*. Literatur ini membahas mengenai posisi-posisi media di kehidupan saat ini. Dalam jurnal ini, media merupakan sumber informasi-informasi politis yang penting. Selain itu, Kluver juga menerangkan 3 aspek penting yang dipegang oleh media, yaitu media memiliki kemampuan untuk membuat naratif, media harus menyampaikan informasi dengan tepat waktu dan faktual, yang terakhir adalah kemampuan media dalam menggiring opini masyarakat terhadap suatu isu yang ada.<sup>28</sup>

Literatur selanjutnya yang penulis gunakan adalah jurnal milik John Condon dengan judul *Exploring Intercultural Communication through Literature and Film*. Jurnal ini berisikan penjelasan mengapa film dan literatur dapat menjadi instrumen yang efektif dalam penyebaran budaya serta komunikasi internasional dibandingkan instrumen-instrumen tradisional lainnya seperti tulisan ilmu konvensional. Di dalam jurnal ini, Condon mengemukakan 4 poin penting alasan film dan juga literatur merupakan instrumen komunikasi yang sangat baik. Poin pertama yaitu abstraksi, poin ini menjelaskan mengenai aspek estetika yang terkandung dalam literatur serta

---

<sup>28</sup>Alan R. Kluver, "The Logic of New Media in International Affairs," *New Media & Society*, 4(4), 499–517, halaman 500, <https://doi.org/10.1177%2F146144402321466787>.

film. Aspek ini juga memiliki sifat yang personal hingga dapat diinterpretasikan secara berbeda oleh orang-orang yang mengkonsumsinya.

Poin kedua adalah sudut pandang, yang mana setiap film selalu memiliki sudut pandang tersendiri dalam menggambarkan film nya. Poin ketiga adalah kemudahan akses terhadap film dan literatur. Film dan literatur cenderung lebih mudah untuk diakses oleh masyarakat luas dibandingkan dengan tulisan karya ilmiah yang seringkali terbatas. Poin terakhir adalah film dan literatur yang seringkali menunjukkan sikap dalam berargumen dan menyampaikannya dengan cara yang tidak eksplisit kepada audiens nya.<sup>29</sup>

Literatur ketiga yang penulis gunakan merupakan artikel karya Koichi Iwabuchi yang berjudul *Pop-culture Diplomacy in Japan: Soft Power, Nation Branding and The Question of 'International Cultural Exchange'*. Di dalam jurnal ini, terdapat pembahasan mengenai naiknya penggunaan diplomasi *pop-culture* yang digunakan oleh berbagai negara terutama Jepang di ranah komunikasi internasional. Walaupun penggunaan *soft-power* sebagai alat diplomasi masih terbilang baru, namun Jepang sudah menggunakan *pop culture* sejak tahun 1920 untuk meningkatkan *image* Jepang di mata Internasional.<sup>30</sup> Artikel ini juga menyebutkan bahwa kebijakan Jepang mengenai diplomasi kultural di ranah internasional dibandingkan dengan menggunakan kekuatan militer merupakan suatu kunci untuk meraih dunia dengan keberagaman budaya.

---

<sup>29</sup>John Condon, "Exploring Intercultural Communication through Literature and Film.," *World Englishes* 5 (2007): pp. 153-161, halaman 159, <https://doi.org/10.1111/j.1467-971X.1986.tb00722.x>.

<sup>30</sup> Koichi Iwabuchi, "Pop-Culture Diplomacy in Japan: Soft Power, Nation Branding and The Question of 'International Cultural Exchange'" *International Journal of Cultural Policy*, 21:4 (2015), pp. 419-432, <http://dx.doi.org/10.1080/10286632.2015.1042469>.

Literatur selanjutnya merupakan publikasi Sook Jong Lee dan Jan Melissen (Editor) dari Palgrave Macmillan yang berjudul *Public Diplomacy And Soft Power in East Asia*. Konsep *soft power* yang sudah biasa dikenal di lingkup Hubungan Internasional menitik beratkan pada daya tarik kebudayaan serta nilai-nilai yang dimiliki setiap negara dan pemanfaatannya untuk memenuhi kepentingan.<sup>31</sup> Literatur ini mengamati negara-negara di Asia Timur dan cara mereka menyisipkan konsep *soft power* ke dalam kebijakan-kebijakan. Selain itu, literatur ini juga membahas tantangan-tantangan yang dihadapi oleh negara-negara di Asia Timur dalam menggunakan instrumen *soft-power* di negaranya masing-masing melihat bahwa konsep ini merupakan konsep yang datang dari wilayah barat. Literatur yang telah disebutkan diatas sangat membantu penelitian ini dalam melihat efektivitas film dalam komunikasi internasional. Literatur-literatur yang sudah dicantumkan diatas memiliki relevansi yang tinggi terhadap penelitian ini. Keempat literatur tersebut dapat menjelaskan fenomena *new media* sebagai instrumen komunikasi internasional di tatanan politik global yang mengalami perubahan. Walaupun keempat literatur ini memiliki keterkaitan yang tinggi, namun belum ada literatur yang dapat dengan spesifik menjelaskan atau membahas bagaimana film dapat berfungsi sebagai alat penyebaran budaya. Oleh karena itu, penulis mencoba mengisi kekosongan bahasan tersebut melalui penelitian ini.

### **1.5. Kerangka Pemikiran**

Hubungan Internasional telah mengalami berbagai perkembangan dan pertumbuhan. Dan kini ilmu Hubungan Internasional sudah tidak lagi hanya

---

<sup>31</sup> Sook Jong Lee dan Jan Melissen, *Public Diplomacy and Soft Power in East Asia* (Palgrave Macmillan, 2016). Hal 13-14

membahas hubungan antar negara saja. Kemunculan aktor-aktor non-tradisional seperti MNCs, organisasi maupun individu juga memegang peranan yang tidak kalah penting dalam hubungan transnasional dan komunikasi internasional.

Di era globalisasi, kemajuan teknologi meningkatkan relevansi dan fungsionalitas dari media. Media menjadi wadah komunikasi yang penting bagi seluruh masyarakat global. Elemen-elemen yang terkandung dalam media juga sangat mempengaruhi aspek sosio-kultural dari suatu masyarakat yang menggunakannya.<sup>32</sup> Melihat kemajuan ini, penggunaan media sebagai alat diplomasi menjadi semakin efektif dikarenakan oleh mudahnya seorang individu dalam mengakses informasi yang ada. Oleh karena itu, tidak jarang negara yang menggunakan film sebagai instrumen untuk berdiplomasi, menyebarkan budaya serta nilai-nilai mereka ke mancanegara.

Dalam memastikan hubungan antar negara dapat terjadi dengan efisien, komunikasi yang baik harus saling terjalin antar negara tersebut. Secara garis besar, diplomasi merupakan suatu kegiatan komunikasi yang terstruktur antara dua pihak atau lebih dan biasanya mewakili suatu pihak demi mencapai suatu kesepakatan. Diplomasi itu sendiri tentunya bukanlah suatu konsep yang baru. Bahkan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh sekelompok masyarakat dengan kelompok lain sudah ada dari sekitar 2500 tahun yang lalu.<sup>33</sup> walaupun kegiatan tersebut tidak memiliki elemen-elemen yang dimiliki oleh diplomasi modern, tapi kegiatan tersebut merupakan akar dari diplomasi yang kita kenal dan ketahui saat ini.

---

<sup>32</sup> Paul Hodkinson, *Media, Culture and Society: An Introduction* (Los Angeles: SAGE, 2017), hal. 40-45

<sup>33</sup> Stephen McGlinchey, "Diplomacy," *E-International Relations*, 8 Januari 2017, <https://www.e-ir.info/2017/01/08/diplomacy/>.

Seiring bermunculannya isu non-tradisional dalam hubungan internasional, bentuk diplomasi pun turut menjadi beragam menyesuaikan dengan isu yang akan diselesaikan maupun agenda yang ingin dicapai oleh pelaku diplomasi tersebut. Zaman ini dimana penggunaan *hard power* dalam hubungan internasional dilihat sudah tidak lagi efektif, banyak aktor yang beralih menggunakan metode *soft power* dalam upaya nya mencapai kepentingan. Kegiatan berdiplomasi yang menggunakan instrumen media seperti film dapat dikategorikan sebagai *soft power*. Pendekatan *soft power* itu sendiri merupakan suatu tindakan yang dilakukan suatu negara dalam berhubungan dengan negara lain tanpa menggunakan tindakan yang bersifat koersif.<sup>34</sup>

Diplomasi publik berada dalam cakupan metode ini yang mana aktor berdiplomasi dengan publik, namun harus dibedakan dengan sosialisasi dalam negeri.<sup>35</sup> Diplomasi publik juga dapat dikatakan sebagai propaganda yang dilakukan oleh suatu negara ke masyarakat luas dengan mempersuasi secara halus melalui interaksi yang berkelanjutan.<sup>36</sup> Penggunaan diplomasi publik juga semakin meningkat di era saat ini dikarenakan terdapat lonjakan pertumbuhan aktor non-negara yang terbukti sangat mampu bersaing dengan aktor-aktor negara.<sup>37</sup> Hal ini menunjukkan bahwa bentuk diplomasi yang resmi lebih sulit untuk meraih khalayak publik yang luas mengingat bahwa publik merupakan kelompok yang sulit untuk

---

<sup>34</sup> David J. Scheffer et al., "Soft Power: The Means to Success in World Politics," *Foreign Affairs*, Juni 3, 2020, <https://www.foreignaffairs.com/reviews/capsule-review/2004-05-01/soft-power-means-success-world-politics>.

<sup>35</sup> Jan Melissen, *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations* (Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2008).

<sup>36</sup> "Public Diplomacy: Basic Concepts and Trends," "Researches" *Ifimes*, 5 November 2021, <https://www.ifimes.org/en/researches/public-diplomacy-basic-concepts-and-trends/2995>.

<sup>37</sup> Jan Melissen, op.cit.



diprediksi. Hal ini tentunya menjadi tantangan bagi diplomat dalam mencapai tujuannya, membuktikan bahwa peranan *soft power* menjadi semakin dibutuhkan.

### 1.5.1 Social Liberalism

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menggunakan *Social Liberalism* atau Liberalisme Sosial sebagai kerangka pemikiran untuk menganalisis bagaimana kontribusi film animasi *Demon Slayer: Mugen Train* dalam menyebarkan kebudayaan Jepang di Indonesia. Dalam publikasi *Reinventing the State: Social Liberalism for the 21st Century*, David Howarth (2007) menjelaskan pada akhir abad kesembilan belas, liberalisme mulai terbagi menjadi dua aliran yang berbeda. Satu aliran, yang kemudian disebut 'liberalisme klasik', membatasi ambisi liberalisme untuk membangun kerangka kerja yang kuat untuk melindungi individu dari negara yang rakus dan haus kekuasaan. Di sisi lain, terdapat social liberalism atau liberalisme sosial yang dikenal juga social justice liberalism atau liberalisme keadilan sosial. Pemikiran liberalisme sosial ini juga menghargai kebebasan politik dan berpikir bahwa negara harus sejauh mungkin membiarkan individu untuk membuat keputusan sendiri serta menentang militerisme dan juga percaya bahwa perdagangan bebas internasional adalah cara untuk menjaga perdamaian. Namun, ia juga percaya bahwa liberalisme membutuhkan komitmen terhadap distribusi kekayaan dan kekuasaan yang adil, yang pada gilirannya mengarah pada dukungan untuk redistribusi perpajakan dan layanan publik sebagai cara untuk mendistribusikan kekayaan secara adil dan untuk demokrasi sebagai cara untuk mendistribusikan kekuasaan secara adil.<sup>38</sup>

---

<sup>38</sup> David Howarth, "What is Social Liberalism?," dalam Duncan Brack, Richard S. Grayson, David Howarth (Eds.), *Reinventing the State: Social Liberalism for the 21st Century* (London: Politico's Publishing, 2007)

Beberapa contoh nilai sosial liberal adalah upah yang sama untuk pekerjaan yang sama, anti-perbudakan, hak perempuan untuk memilih, hak LGBT, kesetaraan gender, perawatan kesehatan sebagai hak, pro-jaring pengaman, ketidaksetaraan anti-ekonomi, pro-globalisme, perdagangan adil, perpajakan, pro-serikat, hak-hak pekerja.<sup>39</sup> Nilai-nilai ini dilihat memiliki kecocokan dengan penelitian yang penulis lakukan terkait *pop culture* sebagai bagian dari globalisasi dan nilai-nilai sosial liberal dalam menyebarkan kebudayaan Jepang melalui film animasi *Demon Slayer: Mugen Train* di Indonesia.

### 1.5.2 Soft Power

Dalam buku *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, Joseph S. Nye Jr. (2004) menciptakan istilah "*soft power*" untuk menggambarkan kemampuan suatu bangsa untuk menarik dan membujuk pihak lain. Jika *hard power* sebagai kemampuan untuk memaksa kekuatan militer atau ekonomi suatu negara, maka *soft power* muncul dari daya tarik budaya, cita-cita politik, dan kebijakannya. *Hard power* tetap penting bagi negara di dunia yang berusaha menjaga kemerdekaannya. Namun saat pemerintahan Bush memetakan kebijakan luar negerinya, Joseph Nye menekankan pentingnya memelihara *soft power* bagi negara.<sup>40</sup>

Joseph Nye menjelaskan bahwa *hard power* dapat bergantung pada bujukan (*carrot*) atau ancaman (*sticks*). Namun terkadang kita bisa mendapatkan hasil yang kita inginkan tanpa dengan ancaman atau imbalan yang nyata. Cara tidak langsung untuk mendapatkan apa yang diinginkan terkadang disebut sebagai "*the second face of power*." Suatu negara dapat memperoleh hasil yang diinginkannya dalam politik

---

<sup>39</sup> Thomas DeMichele, op.cit

<sup>40</sup> Joseph S. Nye Jr, *Soft Power: The Means to Success in World*, (New York: Public Affairs, 2004), hal cover

dunia karena negara-negara lain mengacu pada nilai-nilainya, mencontoh, menginginkan tingkat kemakmuran dan keterbukaannya sehingga ingin mengikutinya. Dalam pengertian ini, penting juga untuk menetapkan agenda dan menarik pihak lain dalam politik dunia, dan tidak hanya memaksa mereka untuk berubah dengan ancaman kekuatan militer atau sanksi ekonomi.<sup>41</sup>

*Soft power* bertumpu pada kemampuan untuk membentuk preferensi orang lain. Para pemimpin politik telah lama memahami kekuatan yang berasal dari ketertarikan (*attraction*). *Soft power* adalah pokok politik demokrasi sehari-hari. Kemampuan untuk menetapkan preferensi cenderung dikaitkan dengan aset tidak berwujud seperti kepribadian yang menarik, budaya, nilai dan institusi politik, dan kebijakan yang dipandang sah atau memiliki otoritas moral. Jika seorang pemimpin mewakili nilai-nilai yang ingin diikuti orang lain, biaya untuk memimpin akan lebih rendah.<sup>42</sup>

Dalam buku *Power and interdependence*, Robert O. Keohane dan Joseph S. Nye (2011) menjelaskan *soft power* sebagai kemampuan untuk mencapai hasil yang diinginkan melalui daya tarik. *Soft power* dapat bergantung pada daya tarik ide atau budaya seseorang atau kemampuan untuk mengatur agenda melalui standar dan institusi yang membentuk preferensi pihak lain. Hal ini sangat bergantung pada pengaruh informasi yang ingin ditransmisikan oleh seorang aktor. Jika suatu negara dapat membuat kekuatannya sah di mata negara lain dan mendirikan lembaga internasional yang mendorong negara lain untuk menentukan kepentingan mereka

---

<sup>41</sup> Ibid, halaman 5

<sup>42</sup> Ibid, halaman 6

dengan cara yang sesuai, negara tersebut mungkin tidak perlu mengeluarkan banyak sumber daya ekonomi atau militer tradisionalnya.<sup>43</sup>

*Soft power* bukan hanya sekedar pengaruh (*influence*), karena pengaruh juga dapat bertumpu pada kekuatan ancaman. *Soft power* lebih dari sekedar persuasi atau kemampuan untuk menggerakkan orang dengan argumen. *Soft power* juga merupakan kemampuan untuk menarik, dan ketertarikan tersebut sering mengarah pada persetujuan. Dalam hal sumber daya, sumber daya *soft-power* adalah aset yang menghasilkan atraksi seperti itu.<sup>44</sup>

*Hard* dan *soft power* berhubungan karena keduanya merupakan aspek kemampuan untuk mencapai tujuan seseorang dengan mempengaruhi perilaku orang lain. Perbedaan antara hard dan soft power terletak pada sifat perilaku maupun dalam wujud sumber daya. Kekuatan komando dalam hard power sebagai kemampuan untuk mengubah apa yang dilakukan orang lain dapat bergantung pada paksaan atau bujukan. Kekuatan kerjasama (kooptif) dalam soft power kemampuan untuk membentuk apa yang diinginkan orang lain dapat bergantung pada daya tarik budaya dan nilai-nilai atau kemampuan untuk memanipulasi agenda pilihan politik.<sup>45</sup>

Jenis-jenis perilaku antara keduanya berkisar dari paksaan, bujukan ekonomi, penetapan agenda hingga daya tarik murni. Sumber daya soft-power cenderung diasosiasikan dengan ujung kooptif dari spektrum perilaku, sedangkan sumber daya hard-power biasanya diasosiasikan dengan perilaku perintah.<sup>46</sup>

### **Tabel 1.1 Perbandingan *Hard Power* dan *Soft Power***

---

<sup>43</sup> Robert O. Keohane dan Joseph S. Nye, *Power and interdependence*, (Boston: Library of Congress Cataloging, 2011), halaman 216.

<sup>44</sup> Joseph S. Nye Jr, op.cit, Halaman 6

<sup>45</sup> Ibid, halaman 7

<sup>46</sup> Joseph S. Nye Jr, loc.cit

	<b>Hard Power</b>	<b>Soft Power</b>
Spektrum Perilaku	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Bujukan (<i>inducement</i>)</li> <li>● Paksaan (<i>coercion</i>)</li> <li>● Perintah (<i>command</i>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Agenda setting</li> <li>● Tarikan (<i>attraction</i>)</li> <li>● Co-opt</li> </ul>
Kemungkinan Sumber Daya	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Paksaan (<i>force</i>)</li> <li>● Sanksi</li> <li>● Suap</li> <li>● Pembayaran</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Kelembagaan</li> <li>● Nilai</li> <li>● Budaya</li> <li>● Kebijakan</li> </ul>

Sumber: Joseph S. Nye Jr, 2004, halaman 8

Dalam politik internasional, sumber daya yang menghasilkan soft power sebagian besar muncul dari nilai-nilai yang diekspresikan organisasi atau negara dalam budayanya, dalam contoh yang ditetapkan oleh praktik dan kebijakan internalnya, dan dalam cara menangani hubungannya dengan pihak lain.<sup>47</sup> *Soft power* suatu negara bertumpu terutama pada tiga sumber yaitu budayanya (di tempat-tempat di mana ia menarik bagi orang lain), nilai-nilai politiknya (ketika ia hidup sesuai dengan mereka di rumah dan di luar negeri), dan kebijakan luar negerinya (ketika mereka dianggap sah dan memiliki otoritas moral).<sup>48</sup>

Budaya adalah seperangkat nilai dan praktik yang menciptakan makna bagi masyarakat. Budaya tersebut memiliki banyak manifestasi. Dalam hal ini, umum untuk membedakan antara budaya tinggi (*high culture*) seperti sastra, seni, dan pendidikan yang menarik bagi elit, dan budaya populer (*popular culture*), yang

<sup>47</sup> Ibid, halaman 8

<sup>48</sup> Ibid, halaman 11

berfokus pada hiburan massal. Budaya suatu negara mencakup nilai-nilai universal dan kebijakannya mempromosikan nilai dan kepentingan yang sama dengan pihak lain. Hal tersebut dapat meningkatkan kemungkinan memperoleh hasil yang diinginkan karena hubungan daya tarik dan kewajiban yang diciptakannya.<sup>49</sup>

**Tabel 1.2 Tiga Tipe Kekuatan (Power)**

	<b>Perilaku</b>	<b>Sumber Daya</b>	<b>Kebijakan Politik</b>
<b>Kekuatan Militer</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Paksaan</li> <li>● Deterrence</li> <li>● Proteksi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ancaman</li> <li>● Paksaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Diplomasi paksaan (coercive)</li> <li>● Perang</li> <li>● Aliansi</li> </ul>
<b>Kekuatan Ekonomi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Bujukan</li> <li>● Paksaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Bayaran</li> <li>● Sanksi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Bantuan</li> <li>● Suap</li> <li>● Sanksi</li> </ul>
<b>Soft Power</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ketertarikan</li> <li>● Agenda setting</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Nilai</li> <li>● Budaya</li> <li>● Kebijakan</li> <li>● Institusi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Diplomasi publik</li> <li>● Diplomasi bilateral</li> <li>● Diplomasi multilateral</li> </ul>

Sumber: Joseph S. Nye Jr, 2004, halaman 31

Permainan politik di era informasi global menunjukkan bahwa kepentingan relatif *soft power* akan meningkat. Negara-negara yang cenderung lebih menarik dan mendapatkan soft power di era informasi adalah mereka yang memiliki banyak

<sup>49</sup> Joseph S. Nye Jr, loc.cit

saluran komunikasi. Budaya dan gagasan dominan negara tersebut cenderung lebih dekat dengan norma global yang berlaku yang sekarang menekankan liberalisme, pluralisme, dan otonomi.<sup>50</sup> *Soft power* yang menjadi lebih penting di era informasi sebagian merupakan produk sampingan bidang sosial dan ekonomi dibandingkan hasil dari tindakan resmi pemerintah. Aktor non negara dan *soft power* sendiri dapat mempersulit upaya pemerintah, dan produsen komersial budaya populer dapat menghalangi sekaligus membantu pemerintah mencapai tujuannya.<sup>51</sup>

Revolusi informasi juga mempengaruhi kekuatan yang diukur dalam hal sumber daya dibandingkan perilaku. *Soft power* sangat dipengaruhi oleh konten budaya dari apa yang disiarkan atau muncul di film dan program televisi. Dalam hal ini, industri hiburan yang besar dan mapan dapat menikmati skala ekonomi yang cukup besar dalam produksi dan distribusi konten.<sup>52</sup> Politik dari *soft power* tidak hanya bergantung pada "pembentuk informasi", yang berusaha membujuk orang lain untuk mengadopsi praktik dan nilai mereka. Mereka juga bergantung pada karakteristik target mereka yaitu "penerima informasi" atau target arus informasi.<sup>53</sup>

Dalam buku *Soft Power: The Forces of Attraction in International Relation*, Hendrik W. Ohnesorge (2020) memperkenalkan *taxonomi soft power* sebagai paradigma konseptual yang baru. Subunit pertama mencakup sumber daya yang dikaitkan dengan penggunaan *soft power*. Sumber daya sering memainkan peran penting dalam pemahaman kekuasaan yang berbeda.<sup>54</sup> Subunit kedua adalah instrumen dari *soft power* salah satunya diplomasi publik (*public diplomacy*).

---

<sup>50</sup> Ibid, halaman 31

<sup>51</sup> Ibid, halaman 32

<sup>52</sup> Robert O. Keohane dan Joseph S. Nye, op.cit, halaman 217

<sup>53</sup> Ibid, halaman 221

<sup>54</sup> Hendrik W. Ohnesorge, *Soft Power: The Forces of Attraction in International Relation*, (Cham: Springe, 2020r), halaman 94

### 1.5.3 Diplomasi Publik

Dalam tulisan *Public Diplomacy: Lessons from the Past*, Nicholas J. Cull (2009) mendefinisikan diplomasi sebagai mekanisme perang yang dikerahkan oleh aktor internasional untuk mengelola lingkungan internasional. Saat ini, aktor ini dapat berupa negara, perusahaan multinasional, organisasi non-pemerintah, organisasi internasional, organisasi teroris/organisasi paramiliter, selain negara sebagai pemain dalam politik global. Nicholas J. Cull menyebut diplomasi tradisional merupakan upaya aktor internasional untuk mengelola lingkungan internasional melalui keterlibatan dengan aktor internasional lainnya. Di sisi lain, diplomasi publik adalah upaya aktor internasional untuk mengelola lingkungan internasional melalui keterlibatan dengan publik asing.<sup>55</sup>

Dalam *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, Nancy Snow (2009) menjelaskan bahwa diplomasi publik pasti terkait dengan kekuasaan sebagaimana disebutkan konsep *soft power* oleh Joseph Nye. *Soft power* “didasarkan pada pengaruh tidak berwujud atau tidak langsung seperti budaya, nilai, dan ideologi.” Hal ini bisa dibilang istilah yang paling banyak dirujuk dalam diplomasi publik, meskipun bukan berarti bahwa kita semua setuju dengan definisi dan penerapannya.<sup>56</sup> Diplomasi publik tradisional adalah diplomasi dimana pemerintah yang berbicara dengan publik global (*Government to Public/G2P*), dan mencakup upaya untuk menginformasikan, memengaruhi, dan melibatkan publik tersebut untuk mendukung tujuan nasional dan kebijakan luar negeri. Di sisi lain diplomasi publik melibatkan cara di mana individu dan kelompok pemerintah dan swasta

---

<sup>55</sup> Nicholas J. Cull, *Public Diplomacy: Lessons from the Past*, (Los Angeles: Figueroa Press, 2009), halaman 12

<sup>56</sup> Nancy Snow, “Rethinking Public Diplomacy,” dalam Nancy Snow dan Philip M. Taylor (Eds.), *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, (New York: Routledge, 2009), halaman 3



mempengaruhi secara langsung dan tidak langsung sikap dan opini publik yang secara langsung mempengaruhi keputusan kebijakan luar negeri pemerintah lain (*Public to Public/P2P*).<sup>57</sup>

Lebih lanjut, dalam tulisan barunya *Routledge Handbook of Public Diplomacy Second Edition*, Nancy Snow (2020) menegaskan bahwa pergeseran dari penekanan kebijakan diplomatik ke penekanan keterlibatan publik mengungkapkan dua filosofi yang berbeda tentang kegunaan diplomasi publik. Pertama, mereka yang memandang diplomasi publik sebagai tindak yang diperlukan hanya sebagai taktik tambahan yang mendukung diplomasi publik konvensional dan upaya diplomasi tradisional. Kedua, mereka yang memandang diplomasi publik sebagai konteks atau lingkungan bagaimana negara berinteraksi satu sama lain dengan lainnya, dari pejabat urusan publik di lapangan hingga *citizen diplomat* dan *student exchange* di akar rumput.<sup>58</sup> Diplomasi publik konvensional terkadang menekankan peran publik, namun seringkali dalam upaya satu arah yang asimetris untuk menginformasikan dan membangun untuk posisi suatu negara. Pada perkembangannya, publik global juga berkeinginan untuk partisipasi penuh dalam dialog dan umpan balik dan menciptakan platform media mereka sendiri.<sup>59</sup>

Hendrik W. Ohnesorge mengutip lima komponen diplomasi publik menurut Nicholas J. Cull sebagai berikut.<sup>60</sup>

- a. *Listening* dengan mengumpulkan dan menyusun data tentang publik dan opini mereka di luar negeri dan menggunakan data tersebut untuk

---

<sup>57</sup> Ibid, halaman 6

<sup>58</sup> Nancy Snow, "Rethinking Public Diplomacy," dalam Nancy Snow dan Nicholas J. Cull (Eds.), *Routledge Handbook of Public Diplomacy Second Edition*, (New York: Routledge, 2020), halaman 8

<sup>59</sup> Ibid, halaman 9

<sup>60</sup> Hendrik W. Ohnesorge, op.cit, halaman 153

mengarahkan kembali kebijakannya atau pendekatan diplomasi publiknya yang lebih luas sesuai dengan data tersebut. Contohnya *Rebranding Switzerland* (2000–2007) dan *U.S. Shared Values Campaign* (2001–2002).

- b. *Advocacy* dengan melakukan aktivitas komunikasi internasional untuk secara aktif mempromosikan kebijakan, ide tertentu, atau kepentingan umum aktor tersebut di pikiran publik asing. Contohnya *NATO Double Track Policy* (1983).
- c. *Cultural diplomacy* melalui membuat sumber daya budayanya dan pencapaiannya dikenal di luar negeri dan/atau memfasilitasi transmisi budaya ke luar negeri. Contohnya *U.S. Family of Man Exhibit* (1955–1963).
- d. *Exchange diplomacy* dengan cara mengirimkan warga negaranya ke luar negeri atau menerima secara timbal balik warga negara dari luar negeri untuk masa belajar dan/atau akulturasi. Contohnya *Franco-German Exchanges* (1945–1988) dan *Sayyid Qutb* (1948).
- e. *International broadcasting* dengan menggunakan teknologi radio, televisi, dan Internet untuk terlibat dengan publik asing. Contohnya *BCC and U.S. Isolation* (1939–1941).

Pada perkembangannya terdapat pergeseran kunci dalam praktek diplomasi publik yang disebut juga sebagai *New Public Diplomacy* atau Diplomasi Publik Baru. Terdapat beberapa alasan dari pergeseran diplomasi publik tersebut menurut Nicholas J. Cull (2009). Pertama, aktor internasional semakin banyak dengan adanya aktor non tradisional dan organisasi non negara. Kedua mekanisme yang digunakan oleh aktor-aktor tersebut untuk berkomunikasi dengan publik dunia telah beralih ke teknologi baru yang *real-time* dan global (khususnya Internet). Ketiga teknologi baru

ini telah mengaburkan batas yang sebelumnya kaku antara bidang berita domestik dan internasional.<sup>61</sup>

Keempat, mengganti konsep lama propaganda dari diplomasi publik berarti meningkatkan penggunaan konsep pemasaran seperti branding. Kelima, terminologi baru diplomasi publik sebagai bahasa prestise dan citra internasional telah memberi jalan untuk berbicara tentang '*soft power*' dan '*branding*.' Keenam, Diplomasi Publik Baru berbicara tentang pergeseran dari komunikasi era Perang Dingin antara aktor ke publik dan penekanan baru pada publik ke publik, dimana aktor internasional memainkan peran sebagai fasilitator. Ketujuh, dalam model ini penekanan lama pada pengiriman pesan dari atas ke bawah telah bergeser dan tugas utama diplomasi publik yang baru dicirikan sebagai 'membangun hubungan.'<sup>62</sup>

**Tabel 1.3 Perbandingan Diplomasi Publik Lama dan Baru**

No	Karakteristik Dominan	Diplomasi Publik Lama	Diplomasi Publik Baru
1	Identitas aktor internasional	Negara	Negara dan non negara
2	Lingkungan teknologi	Radio gelombang pendek, surat kabar cetak dan telepon rumah	Satelit, Internet, berita real-time, telepon seluler
3	Lingkungan media	Garis yang jelas antara lingkup berita domestik dan internasional	Pengaburan lingkup berita domestik dan internasional
4	Sumber pendekatan	Hasil dari advokasi	Hasil dari branding

<sup>61</sup> Nicholas J. Cull, op.cit, halaman 13

<sup>62</sup> Nicholas J. Cull, loc.cit

		politik & teori propaganda	perusahaan & teori jaringan
5	Terminologi	"International image" "Prestige"	"Soft power" "Nation Brand"
6	Struktur peran	Top down, aktor pemerintah kepada orang asing	Horizontal, difasilitasi oleh aktor pemerintah
7	Sifat peran	Pesan tertarget	Membangun hubungan
8	Keseluruhan tujuan	Pengelolaan lingkungan internasional	Pengelolaan lingkungan internasional

Sumber: Nicholas J. Cull, 2009, halaman 14

Senada dengan Nancy Snow, Nicholas J Cull (2009) juga menjelaskan bahwa fitur utama dari Diplomasi Publik baru adalah munculnya istilah *soft power*, seperti yang diciptakan oleh Joseph Nye. *Soft power* menunjukkan kemampuan seorang aktor untuk mendapatkan apa yang diinginkannya di lingkungan internasional karena daya tarik budayanya dibandingkan pengaruh militer atau ekonomi. Diplomasi publik bisa menjadi menjadi mekanisme untuk mengerahkan *soft power*, tetapi itu tidak sama dengan *soft power*. Terdapat kemungkinan bahwa aktor internasional memiliki diplomasi publik tetapi tidak dengan *soft power*.

## 1.6. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

### 1.6.1 Metode Penelitian

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode gabungan antara kualitatif dan kuantitatif. Dengan metode gabungan

penulisan dititikberatkan pada pemikiran dengan metode analisis konten untuk penelitian kualitatif dan penyebaran kuesioner untuk penelitian kuantitatif. Dalam hal ini penulis mengumpulkan data serta fakta yang kemudian disusun dan dianalisis demi mendapatkan gambaran dan pemahaman terhadap objek fenomena yang ada.<sup>63</sup> Selain itu, penulisan penelitian juga berbentuk naratif dalam merangkai data yang telah didapatkan melalui jurnal, buku dan artikel berita serta kuesioner dalam menjelaskan hasil analisis.<sup>64</sup>

### 1.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data, penulis menggunakan teknik studi pustaka dengan pengumpulan data sekunder. Dalam mengumpulkan data, penulis menggunakan teknik studi pustaka untuk pengumpulan data sekunder dimana data yang didapatkan, tidaklah didapatkan secara langsung. Pengumpulan data akan didapatkan dari sumber-sumber yang berbentuk buku, jurnal, publikasi resmi dari lembaga terkait, lembaga pemerintahan terkait, artikel berita resmi serta lembaga-lembaga lainnya yang menyediakan data-data relevan terhadap penulisan ini dengan metode berbasis internet.<sup>65</sup> Kemudian, penulis juga menggunakan teknik kuisisioner dimana penulis menyebarkan tautan *gform* berisikan pertanyaan-pertanyaan relevan seputar penelitian ini di berbagai platform sosial media seperti Instagram dan juga Twitter. Untuk teknik kuisisioner, penulis berhasil mendapatkan total 87 responden.

## 1.7. Sistematika Pembahasan

---

<sup>63</sup> Mochammad Nazir, *Metode Penelitian* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1988), hlm. 63.

<sup>64</sup> Umar Suryadi Bakry, *Metode Penelitian Hubungan Internasional* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar 2017), hlm. 113.

<sup>65</sup> *Ibid.*

Bab 1 penelitian berisikan oleh pendahuluan yang menjabarkan latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan dan perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian literatur, kerangka pemikiran, metode penelitian, teknik pengumpulan data dan juga sistematika pembahasan yang menjadi gambaran penelitian ini.

Bab 2 penelitian ini penulis membahas mengenai diplomasi publik dan kemudian akan fokus terhadap diplomasi *pop culture* yang dilakukan oleh Jepang. Dalam bab ini penulis juga mengkaji hubungan diplomasi antara Indonesia dan Jepang selama ini dan membahas mengenai kebijakan-kebijakan yang sudah dilakukan kedua negara dalam menjalin hubungan budaya.

Bab 3 penelitian berisikan analisis peran film *Demon Slayer: Mugen Train* dalam menguatkan penyebaran budaya Jepang di Indonesia melalui kaca mata diplomasi *pop culture* milik Jepang.

Bab 4 penelitian berisikan kesimpulan yang telah ditarik selama proses penelitian ini.